

Социология



ЖУРНАЛ РОССИЙСКОЙ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ АССОЦИАЦИИ

Журнал входит в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертации на соискание ученой степени

6

2023

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Основан в марте 2004 года
Выходит 6 раз в год

*Журнал зарегистрирован
в Министерстве печати и информа-
ции Российской Федерации.
Свидетельство о регистрации
ПИ № 77-17521 от 24.02.2004
ISSN 1812-9226*

Учредители:

*Московский государственный уни-
верситет
имени М.В. Ломоносова;
Российская социологическая
ассоциация*

Адрес редакции:
*119992, Москва, Ленинские горы,
МГУ им. М.В. Ломоносова, социологический факультет,
3-й учебный корпус
Тел.:(495)939-24-05;
e-mail: socjournal.msu@gmail.com
http://soziologi.ru*

Отпечатано в типографии
ООО «Стромынка Принт», Москва,
ул. Стромынка, д. 18

Тираж 300 экз.
Формат А4

Подписано в печать: 30.12.2023
Цена свободная

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Главный редактор:
В.И. Добреньков
Заместитель главного редактора:
А.И. Кравченко

**ЧЛЕНЫ РЕДАКЦИОННОЙ
КОЛЛЕГИИ**

*А.И. Антонов, С.А. Барков,
В.П. Васильев, Ю.Г. Волков,
В.Г. Гречихин, С.И. Григорьев,
Е.В. Дмитриева, Е.В. Добренькова,
С.О. Елишев, С.Г. Ивченков,
В.А. Кудрявцев, А.К. Мамедов,
А.Л. Маршак, А.А. Осеев,
В.Н. Петров, Н.Л. Полякова,
А.Б. Рахманов, А.Б. Синельников,
Н.Г. Скворцов, Ж.Т. Тощенко,
Н.С. Федоркин*

К СВЕДЕНИЮ АВТОРОВ

Уважаемые коллеги! Обращаем Ваше внимание на то, что экспертиза материалов статей производится профильными исследовательскими комитетами Российской социологической ассоциации для внутреннего пользования. После экспертизы статьи поступают в Редакцию журнала, где проходят редакторскую и корректорскую правку. Редакция оставляет за собой право сокращать объем статей и редактировать их в соответствии с требованиями научного журнала. Рукописи статей не возвращаются; с авторами в переписку Редакция не вступает; гонорар авторам не выплачивается.

ПЕРЕЧЕНЬ ДОКУМЕНТОВ И ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ СТАТЕЙ И СОПУТСТВУЮЩИХ МАТЕРИАЛОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПУБЛИКАЦИИ:

Текст статьи, при оформлении которого необходимо соблюсти следующие требования: объем статьи – до 60 тыс. знаков (1,5 авт. листа); в начале статьи дать авторскую справку с полным указанием фамилии, имени и отчества автора (авторов), места работы, звания, должности и e-mail.

Издание не подлежит маркировке согласно п. 2 ст. 1 Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»



ОГЛАВЛЕНИЕ

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ

Грицких Н.В., Гуринович Л.А., Маркова Е.А. Брендинг современного университета (на примере ИГУ) 5

Кузнецова Е.А. Интернет как фактор социализации молодежи 19

Маслодудова Н.В. Информационное пространство современного мира 27

Палащенко Е.В. Ментальные установки как причина неуплаты налогов 35

Пружинин А.Н. Корпоративный университет: перспективы развития 42

Синельников А.Б. Миграционные процессы и рождаемость 49

Туркова В.Н. Механизмы конструирования общественного мнения о коррупции в спорте 63

Шипунова О.Д., Танова А.Г., Поздеева Е.Г., Евсеева Л.И. Коммуникативный потенциал мему-техники в цифровом мире 71

Ян Чжэнь. Инновации в муниципальном управлении Китая: состояние и перспективы 77

ЭМПИРИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Ардашев Р.Г. Идеология страха: анализ криминальных сообщений в СМИ и сети Интернет за 2019–2022 гг. 86

Баев П.А., Хаустов Д.С. Жизнь в долг: моральные установки россиян 94

СОЦИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА, СОЦИАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ И ПРОЦЕССЫ

Ананишнев В.М., Пугачев Н.М., Гаврилов Д.В., Лагутина Е.И. Современные политические технологии, применяемые на выборах мэра Москвы 2023 101

Ань Эньжуй. Пандемия COVID-19 как фактор изменения общественного сознания китайской молодежи 110

Сафонова Ю.А., Субочева О.Н., Коршкова А.С. Агентность искусственных автономных систем как фактор трансформации социума 116

СОЦИОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ

Марков А.А., Бразевич С.С. Бюджеты времени населения малых городов Литвы в 70–80-е годы XX века: опыт ретроспективной социологической реконструкции 123

Потемкин В.К., Вельмисова Д.В. Развитие социальных качеств человека как условие общественных трансформаций 139

Игумнов О.А., Платонова Е.Д. Социальный капитал как ресурс управления организацией: ретроспектива концептуальных подходов с целью формирования парадигмы 146

Гильдингерш М.Г., Бразевич С.С., Маргулян Я.А. Подходы к изучению института высвобождения работников и практика их применения на предприятии 156

Кемайкин Н.К., Пикалов О.А. Коммуникативные стили собственников жилья многоквартирных домов при взаимодействии с управляющими компаниями 163

Мкртумова И.В. Институционализация волонтерства и его вклад в консолидацию общества в ситуациях глобальных кризисов: пандемии COVID-19 и военно-политических конфликтов 173

Гильдингерш М.Г., Маргуляна Я.А., Петров М.А. Развитие исследовательского потенциала студентов магистратуры: социологический анализ 182

Савенкова А.С., Сломьянский П.В. О повышении эффективности управленческой деятельности с учетом практики трудоустройства российской молодежи в современных условиях 189

Хашаева С.В. Исследование социально-политической активности молодежи: на примере студентов БелГУ 197

Чжао Юньхуэй, Управление предприятием как процесс социальной деятельности: на примере реального сектора экономики Китая 202

Мкртумова И.В. Цифровая социализация: симбиоз массмедиа и искусственного интеллекта как канал фокусного конструирования ценностных ориентаций молодежи (социально-одобряемых или ложных)..... 211

Ян Чжичэн. Организационная культура как фактор формирования инновационного поведения сотрудников предприятия 220

СОЦИОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ

Королева-Конопляная Г.И. Кризис семьи в западноевропейских странах (обществе) и проблемы демографии 226

Латышева Н.А., Ташлыкова Н.Ю., Гарская Е.С., Лутошкина В.Н., Белов А.В. Актуальные тенденции развития современного общества 232

Ли Цзяньхуэй. Медийная социализация молодежи в условиях цифровизации: мета-анализ китайских и российских исследований 237

Маторкина Т.Г. Отношение жителей Республики Мордовия к современному народному целительству 243

Старых Е.И. «Цифровое бессмертие» как социальный феномен: репрезентация в кинематографе 253

Щербинина З.Н. Образование как социальный лифт и его влияние на социальную стратификацию государства (на примере Китая, Индии, Европы)..... 257

ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ ФИЛОСОФИИ

Чан Тхи Нгок, Кожурин А.Я. Историко-философские аспекты гуманизма в марксизме: аспекты влияния на социальные процессы..... 265

ФИЛОСОФСКАЯ АНТРОПОЛОГИЯ

Аракава Сю. Концепция взаимного возникновения Фа-Цзана в «Трактате о пяти учениях в Хуаянь» 273

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Журавлев А.А. Политика импортозамещения в оценках представителей разных поколений 280

Люскин М.Б., Александрова И.Б., Пухир В.М., Илющихин К.Д., Данилова Е.В. Социальные аспекты эффективных межличностных коммуникаций 287

Струк Е.Н., Сидорова Н.В., Миронов А.С. Структура досуга студентов вузов Сибирского федерального округа 294



Брендинг современного университета (на примере ИГУ)

Грицких Надежда Викторовна,

кандидат социологических наук, доцент,
заведующая кафедрой культурологии и управления
социальными процессами ФГБОУ ВО «Иркутский
государственный университет»
E-mail: anris@list.ru

Гуринович Людмила Анатольевна,

старший преподаватель кафедры социальной
работы Института социальных наук Иркутского
государственного университета
E-mail: milgur@mail.ru

Маркова Елизавета Александровна,

магистрант Высшей школы экономики
E-mail: elizavetamarkova030101@gmail.com

В статье проводится анализ существующих практик брендинга образовательных организаций, рассматриваются особенности брендинга вузов, выявляются сильные и слабые стороны. На примере Иркутского государственного университета проводится swot-анализ, формируются выигрышные стратегии брендинга вуза.

Ключевые слова: бренд, имидж, университет, ИГУ, развитие университета.

В современных условиях для социально-культурного пространства характерны социальные изменения, которые кардинально влияют на восприятие индивидов в отношении различных организаций, что оказывает непосредственное влияние на такие социальные аспекты, как доверие, сотрудничество, принятие референтных лиц и групп, солидарность и социальный оптимизм. В основном данные изменения связаны с процессами технологизации и цифровизации. Образовательные учреждения так же не остались в стороне от проявления данных изменений.

В связи с повышением роли информационных и коммуникационных технологий, а также с возрастающей конкуренцией на национальном и международном рынках образовательных услуг, система высшего образования вынуждена подстраиваться под новые условия и формировать свои конкурентные преимущества.

Для современного рынка образовательных услуг характерны такие тенденции как постоянное увеличение спроса и предложения, что связано, в первую очередь, с тем, что технологизация и цифровизация сделали процесс получения образования более доступным для многих потенциальных потребителей. Здесь речь идет о том, что в настоящее время появилась возможность получения образовательных услуг с помощью различных онлайн платформ, с помощью технологий открытого образовательного пространства [1,9,11]. То есть, потенциальные потребители образовательных услуг стали более доверчивы к дистанционному образованию, так как эпоха пандемии COVID-19 показала, что можно обучаться удаленно. Теперь для получения той или иной специальности необязательно поступать в вуз и учиться в течение 4–6 лет, достаточно пройти онлайн курсы, получить сертификат, и вы уже специалист в выбранной вами сфере.

Высшие учебные учреждения на сегодняшний день находятся в стадии обострения конкуренции между собой и образовательными организациями среднего профессионального уровня, так как среди абитуриентов присутствует мнение о том, что получение высшего образования в настоящее время оценивается в аспекте определенно й успешности и социальной значимости, что приводит к оттоку потенциальных потребителей. Расширяется аудитория выпускников школ, которые отдают предпочтение онлайн курсам и другим способам получения необходимых компетенций для освоения выбранной профессии [2]. Это весьма негативная тенденция для общества, так как высшие образовательные учреждения формируют у студента не только необходимые профессиональные компетенции, но и позволяют будущему специалисту выстроить различные связи в деловой среде, попробовать себя в роли специалиста в выбранной сфере посредством прохождения ежегодной летней практики, а также формируют необходимые личностные качества у студентов, которые помогут им в будущем зарекомендовать себя на рынке труда.

Сегодня борьба за выбор потребителей на рынке образовательных услуг происходит не только среди различных вузов, но и среди вузов и онлайн платформ, предоставляющих идентичные образовательные услуги. Поэтому в современных условиях вузам необходимо использовать новые способы конкурентной борьбы.

Процессы брендинга и ребрендинга современных вузов

В ходе анализа целевой аудитории высших учебных заведений, было отмечено, что она имеет две группы внешнюю и внутреннюю. Процесс брендинга подразумевает под собой работу как с внешней, так и с внутренней группами целевой аудитории высших учебных заведений, это связано с тем, что как таковой брендинг направлен на внешнюю целевую аудиторию, в то время, как внутренняя целевая аудитория вуза

оказывает непосредственное влияние на конкретные элементы брендинга.

Работа с внутренней целевой аудиторией высшего учебного заведения является важным этапом процесса брендинга, так как его успешная реализация напрямую зависит от того, как высшее учебное заведение в целом позиционирует себя на рынке образовательных услуг. Эффективная стратегия позиционирования высшего учебного заведения возможна при создании качественного и положительного имиджа организации, который будет выделять ее среди конкурентов [10].

В свою очередь, имидж высшего учебного заведения формируется за счет его внутренних элементов, таких как имидж образовательной услуги, имидж студентов, обучающихся в высшем образовательном учреждении, имидж профессорско-преподавательского состава, имидж руководителя, а также визуальный имидж высшего учебного заведения. Для создания положительного имиджа, который необходим для эффективного процесса брендинга, необходимо более подробно изучить каждый отдельный элемент имиджа высших учебных заведений.

Первый элемент – это имидж образовательной услуги, который подразумевает, что в сознании потребителей есть четкие представления о том, какие именно услуги предоставляет данная организация и какие особенности отличают их от конкурентов. В контексте имиджа образовательной услуги речь идет не только о престижности вуза, стоимости обучения, качестве предоставляемых образовательных услуг и возможностях выпускников устроиться по специальности, но и о таких составляющих высшего учебного заведения как образовательная среда, которая способна обеспечить студентам все необходимые ресурсы для самореализации и развития личности, социальная защищенности студентов, материально-техническая база, а также участники посторонних социальных отношений [12].

Имидж студента также играет важную роль, так как он транслирует



то каким культурным уровнем обладают будущие специалисты, их профессиональные знания и умения, а также стиль их жизни. Также необходимо сказать и о том, что под имиджем студента высшего образовательного учреждения подразумевается то, как он проводит свое свободное время, какие у него ценностные ориентиры и его отношение к вузу и к образовательной деятельности в целом.

Формирование имиджа профессорско-преподавательского состава осуществляется за счет следующих характеристик кадров высшего учебного заведения: их внешний облик, социально-демографические характеристики, а также стиль построения коммуникаций, как жизни, так и в виртуальном пространстве [9].

Имидж руководителя высшего учебного заведения позволяет за счет персонализации идентифицировать организацию в сознании представителей целевой аудитории по средствам сложившегося имиджа ее руководителя. В целом, имидж руководителя высшего учебного заведения складывается за счет таких характеристик как психологически и социальные привычки руководителя, основные показатели основной деятельности, его ценностные ориентиры и приоритеты, внешность, социально-демографические признаки, а также особенности вербальной и невербальной коммуникации [8]. Стоит отметить, что имидж руководителя формируется за счет индивидуальных особенностей таких как хобби, демонстрируемые способы отдыха и релаксации, поступки, совершаемые руководителем высшего учебного заведения, а также важную роль играет его окружение.

Еще одним элементом имиджа высшего образовательного учреждения является его визуальный имидж, то есть то на каком уровне осуществляется деятельность корпоративной социальной ответственности в вузе. В целом, визуальный имидж – это представление о вузе, которые сформировались у групп целевой аудитории посредством зрительной памяти. На сегодняшний день

многие потребители весьма трепетно относятся к тому, как та или иная организация в рамках своей основной деятельности, так же занимается и корпоративной социальной ответственностью. То есть в современных условиях внимание целевой аудитории сосредоточено на том, какие социальные цели являются значимыми для высшего учебного заведения, и вообще, какова роль вуза в социальной, экономической и культурной жизни общества и региона, в котором он осуществляет свою деятельность [5].

Имидж высшего учебного заведения является важной составляющей процесса брендинга, так как создание бренда не является гарантией успеха, поскольку для того, чтобы привлечь потенциальных потребителей, мало создать красивую картинку, важно также сформировать эффективную внутреннюю среду в организации, которая наглядным образом будет демонстрировать о достоинствах и конкурентных преимуществах высшего учебного заведения. Такая стратегия позволит вузу стать наиболее конкурентоспособным в долгосрочной перспективе. Поэтому в процессе брендинга высших учебных заведений необходимо провести анализ его внутренней среды и выявить основные недостатки, которые нужно будет устранить для реализации успешной деятельности по созданию бренда.

Говоря о брендинге высших учебных заведений, важно также уделить особое внимание анализу ребрендинга отечественных вузов. На определенных этапах деятельности любой организации наступает момент, когда компания нуждается в обновлении. Чаще всего те или иные организации используют внешние силы и обращаются в компании, занимающиеся ребрендингом. Среди отечественных вузов так же замечена тенденция к обновлениям посредством ребрендинга [6].

Анализ различных примеров ребрендинга отечественных вузов показал, что деятельность в контексте ребрендинга высших учебных заведений чаще всего сводится лишь к различным изменениям во внешней атрибутике вуза, то есть

происходит не ребрендинг организации, а скорее ристайлинг или редизайн, суть которых как раз и заключается в трансформации визуальных составляющих бренда: логотип, цветная палитра, фирменный стиль или графика. Цель ристайлинга или редизайна заключается в изменении восприятия бренда, в свою очередь ребрендинг организации проводится с целью адаптации бренда к изменениям рынка и аудитории, в процессе ребрендинга может изменяться идеология бренда и его позиционирование. Поэтому, на наш взгляд, прежде чем говорить о ребрендинге, важно понять, какую цель мы хотим достичь: освежить бренд или кардинально его изменить, приспособив к новым условиям рынка.

Различные изменения на рынке образовательных услуг диктуют новые условия для существования высших учебных заведений. Новые условия требуют от высших учебных заведений новые способы в конкурентной борьбе. Наиболее распространённым способом сегодня является ребрендинг, но как показал анализ различных ребрендингов высших учебных заведений, чаще всего он заключается лишь в ристайлинге, что на наш взгляд, не приносит никаких эффектов в контексте конкурентной борьбы за потребителей, так как сегодня высшие учебные заведения нуждаются не во внешних изменениях, а в новом позиционировании. Рынок образовательных услуг сегодня переполнен различными онлайн платформами, которые позволяют освоить новую специальность быстро и эффективно [4]. Онлайн курсы ведут агрессивный маркетинг, которые затмевает рекламные кампании высших учебных заведений. Чтобы выиграть в этой конкурентной борьбе высшим учебным заведением необходимо так же использовать новые более эффективные и современные маркетинговые стратегии. Сегодня вуза нужно не только изменять свой логотип, но и продвигать свои услуги на новом уровне. В сложившихся условиях на рынке образовательных услуг, вузам необходимо постоянно транслировать и напоминать своей целевой аудитории

о преимущества высшего образования, иначе онлайн курсы вытеснят высшие образовательные учреждения из этой нише [7].

Для отечественных вузов в целом нехарактерно использование процессов брендинга в качестве маркетинговой стратегии, чаще всего маркетинговая стратегия вуза сводится к использованию различных рекламных роликов на телевидение и радио в период приемной компании, также часто представители вузов приходятся на классные часы к выпускным классам и рассказывают о преимуществах вуза, на мой взгляд, в современных условиях такая маркетинговая стратегия является неэффективной. Современное поколение Z, во-первых, уделяет большое внимание эстетичной составляющей, а во-вторых, их основное внимание сконцентрировано в Интернете, поэтому наиболее маркетинговая стратегия любого вуза должна быть направлена на эстетичную рекламу в Интернете. Для создания красивой и запоминающейся рекламы в Интернете необходимо использовать нестандартные подходы и наполнять рекламу основной атрибутикой вуза. В рекламе необходимо делать упор на бренд университета, продвигая его в массы и делая более запоминающийся. Сегодня вузам стоит обратить особое внимание на то, как их бренд существует во внешней среде. Если у целевой аудитории нет понимания того, что у университета есть свой определённый стиль и позиционирование, значит вуз не сумел сформировать свой собственный бренд и ему будет сложно в конкурентной борьбе за потенциальных потребителей, так как у целевой аудитории будет отсутствовать четкое представление об университете. Такая тенденция приводит к тому, что абитуриент выбирает вуз по остаточному принципу, куда хватило баллов, а не по принцип: «я хочу получить высшее образование именно в этом Университете».

Особенности исследования

Мы провели экспертное интервью с целью выявления актуальности процес-



сов брендинга для высших учебных заведений в целом, так как, возможно, предложенный способ повышения конкурентоспособности для социальной организации, может оказаться не самым верным решением в рамках маркетинговой стратегии продвижения образовательных услуг. В опросе методом полуструктурированного интервью приняли участие 11 человек. Из них: 3 мужчины и 8 женщин, возрастной категории от 19 до 70 лет. Сферы деятельности экспертов, принявших участия в опросе: образование и маркетинг, в интервью приняли участие директор маркетинговых агентств, руководители информационных и маркетинговых отделов, маркетологи и брендменеджеры.

Опрос проводился в период с середины апреля до начала мая 2023 года, для удобства анкета была размещена в google-форме.

Большая часть участников опроса занимает должности маркетологов и брендменеджеров, на наш взгляд, это именно те люди, которые могут дать экспертное мнение в области брендинга и помочь нам сделать выводы в контексте эффективности применения процессов брендинга в сфере образовательных услуг.

Анализ результатов исследования

В рамках опроса экспертам был задан вопрос о том, какие процессы в настоящее время важны для повышения эффективности социальной организации, результаты получились следующие: наиболее важным процессом повышения эффективности деятельности социальной организации в современном мире, по мнению экспертов, является рекламная деятельность (90,9%), далее идут процессы брендинга (63,6%), взаимодействие с работодателями (54,5%), SEO-продвижения (36,4%), маркетинговые акции (36,4%), взаимодействие с властными структурами (36,4%), сторителлинг (27,3%), контекстная реклама (27,3%) и также один участник предложил работу офф-лайн с абитуриентами (9,1%). Как можно заметить, процессы брендинга можно отнести к эффек-

тивным инструментам продвижения социальной организации.

Для определения эффективности брендинга в рамках повышения конкурентоспособности высших учебных заведений, экспертам был задан вопрос о том, насколько важно заниматься продвижением бренда социальной организации, ответы были получены следующие: очень важно (45,5%), достаточно важно (45,5%). То есть по мнению экспертов, продвижения бренда социальной организации является так же важным элементом маркетинговой стратегии, как и для любой другой организации.

Экспертам в рамках опроса был задан вопрос о более оптимальных формах продвижения в настоящее время, ответы распределились следующим образом: 90,9% респондентов считают наиболее оптимальной формой продвижения продвижение в социальных сетях, 63,6% отметили активное взаимодействие со СМИ, 45,5% считают оптимальным способом продвижения event-маркетинг, различные маркетинговые инструменты выбрали 45,5% респондентов, 36,4% участников опроса выбрали спонсорство и благотворительность, 27,3% отметили наружную рекламу, 18,2% – предоставление рекламной продукции, 9,1% – подарки сувенирной продукции, один из респондентов (9,1%) предложил вариант: «кто в телевизоре, тот и в головах» и еще один респондент (9,1%) предложил так же свой вариант: «PR-продвижения».

Для более четкого понимания необходимости заниматься брендингом в контексте позиционирования образовательных услуг, экспертам в сфере маркетинга и брендинга было предложено высказать свое мнение относительно взаимосвязи процессов брендинга и позиционирования социальной организации. В ходе проведенного опроса мы получили следующие предложения на данную тему: «Для разных сфер деятельности глубина и важность этой взаимосвязи будет разной. С моей точки зрения, наиболее очевидна эта взаимосвязь у учреждений культуры и образования», «Бренд организации

должен максимально полно отражать позиционирование организации. Это то, что потребитель считает в первую очередь. Бренд и позиционирование неразрывно связаны друг с другом. И при наличии противоречий между ними потребитель не сможет составить правильное представление об организации, возникнет ощущение недоверия и пр», «Взаимосвязь очевидна. Брендирование – это процесс создания уникального образа продукта компании в сознании покупателя с помощью логотипов бренда, слогана и рекламных стратегий. Позиционирование – это процесс завоевания места в сознании покупателя среди брендов-конкурентов.

Для социальной организации наиболее актуальным является социальный брендинг – позиционирование компании на рынке с точки зрения отношения к культурным и общественным ценностям и проблемам». Как видно из анализа ответов на данный вопрос, эксперты в целом отмечают прямую взаимосвязь брендирования и позиционирования, так как считают, что бренд – это тот образ, который возникает у покупателя при малейшем упоминании о той или иной компании. Позиционирование не может существовать отдельно от брендирования, поскольку оба этих процесса являются ключевыми элементами взаимодействия компании с потребителями.

В ходе опроса экспертам так же было предложено ответить на вопрос о том, какие формы продвижения организации социальной сферы применяются наиболее часто, ответы были получены следующие: событийные посты в социальных сетях (81,8%), наружная реклама (54,5%), PR (54,5%), event-маркетинг (36,4%) и контекстная реклама (18,2%).

Также для понимания актуальности процессов брендирования социальной организации в ходе опроса экспертом было предложено ответить на вопрос о важности процессов брендирования социальной организации в современном мире, ответы были даны такие: очень важные (45,5%), достаточно важные (45,5%).

Для определения уровня эффективности процессов брендирования в контексте повышения конкурентоспособности, экспертам был задан вопрос о том, какие именно задачи можно решить посредством брендирования. Респонденты дали следующие варианты ответов: повышение узнаваемости (81,8%), повышение конкурентоспособности (63,6%), демонстрация потребителям основных элементов организационной культуры: миссия, цель, ценности, принципы (63,6%), управление репутацией (54,5%), расширение целевой аудитории (45,5%), это стиль инновационной деятельности (18,2%), демонстрация новых аспектов развития организации (9,1%) и соответствие современным стандартам (9,1%). То есть, по мнению, экспертов, процессы брендирования можно отнести к эффективным инструментам в конкурентной борьбе за потребителей.

С целью определения возможности использования процессов брендирования в контексте продвижения позитивного образа высших учебных заведений, в опросе прозвучал следующий вопрос: «Как Вы считаете, исходя из тезиса, что образ организации можно продвигать с помощью брендирования, может ли высшее учебное заведение продвигать ценности, связанные с образовательными услугами посредством брендирования и в контексте повышения конкурентоспособности?». На данный вопрос был получен однозначный ответ – да (100%).

Для оценки потенциального продвижения нового образа высших учебных заведений и престижности высшего образования в целом, респондентам было предложено оценить степень эффективности маркетинговой стратегии вуза, продвигающего традиционные и инновационные ценности, в контексте конкурентоспособности. Экспертам в рамках данного вопроса было предложено высказать свое личное мнение.

Ответы были получены следующие: «эффективность любой стратегии вуза зависит от очень многих факторов (ведомственной принадлежности, количества бюджетных мест, отраслевой на-



правленности), медицинским вузам очевидно нет необходимости выстраивать хитроумные маркетинговые стратегии (учитывая социальную напряженность вокруг нехватки медиков) в отличие от вузов социально-экономической направленности, поэтому противопоставлять традиционные и инновационные ценности, наверное, не вполне корректно. Истина, как всегда, где-то посередине и в балансе, между вечными ценностями и конъюнктурой, так, например, все инженерные вузы, которые инновационные по определению, в продвижении, если позволяет возраст, используют тезисы о «многих поколениях» и «традиционных школах», «Современное поколение абитуриентов – представители нового поколения Z, для которых первичны инновации. При этом существенное влияние на выбор учебного заведения в большинстве случаев оказывают родители, для которых важны традиционные ценности. Эффективная маркетинговая стратегия современного ВУЗа должна искусно сочетать эти два направления» и «Степень конкурентоспособности такого ВУЗа не будет значительно превосходить данный показатель у конкурентов». Как можно заметить, мнение респондентов сводится к тому, что должен существовать баланс между трансляцией традиционных и инновационных ценностей, так как сведение маркетинговой стратегии вуза только к трансляции инновационных или традиционных ценностей может привести к отрицательным последствиям.

Так как основной целью экспертного опроса было определение эффективности использования процессов брендирования в контексте повышения конкурентоспособности социальной организации, в опросе прозвучал вопрос о выявлении тех сфер деятельности, для которых применение процессов брендирования наиболее актуально, ответы на данный вопрос были получены следующие: сфера услуг (90,9%), сфера сотовой связи (81,8%), промышленное производство (45,5%), сфера инновационных технологий (45,5%), сфера туризма (36,4%), сфера образования (27,3%), сфера здра-

воохранения (9,1%) и транспортная сфера (9,1%). Как можно заметить, экспертами отмечена слабая активность использования процессов брендирования в сфере образования.

Также говоря о брендировании, стоит уделить особое внимание и процессам ребрендинга. Для определения степени эффективности ребрендинга экспертам был задан вопрос о том, какие результаты в целом возможны при проведении ребрендинга любой организации. Респонденты дали следующие варианты ответов: повышение узнаваемости (72,7%), завоевание новых рынков (63,6%), демонстрация новых возможностей (54,5%), отражение ключевых изменений в работе компании (36,4%), возвращение внимания целевой аудитории (27,3%), изменение стиля компании (27,3%), повышение репутации (27,3%) и повышение узнаваемости (9,1%).

Мы были ориентированы на брендирование высших учебных заведений, поэтому респондентам был задан вопрос о том, сталкивались ли они с примерами ребрендинга высших учебных заведений в РФ. Ответы были следующие: половина отметила вариант «нет», и вторая половина выбрала ответ «да».

Для более глубокого анализа процессов ребрендинга высших учебных заведений экспертам было предложено привести примеры ребрендинга высших учебных заведений. Наиболее часто респонденты приводили примеры, таких отечественных вузов, как ИРНИТУ, ТПУ, ИГУ, ИТМО, ТГУ, МИСиС и ВВГУ.

Также для завершения анализа процессов ребрендинга вузов, в опросе прозвучал вопрос о вариантах его негативных последствиях для социальных организаций. Экспертами были отмечены следующие негативные последствия ребрендинга: снижение узнаваемости вуза (63,6%), снижение числа клиентов из представителей целевой аудитории (27,3%), снижение уровня доверия к организации (18,2%) и снижение интересов стейкхолдеров в процессах взаимодействия с организацией.

Исходя из проведенного экспертного интервью, можно сделать следующие выводы: брендингования высших учебных заведений является эффективным инструментом в конкурентной борьбе, позиционирования и брендингования взаимосвязанные элементы маркетинговой стратегии любой организации, поэтому процессы брендингования должны коррелировать с выбранной стратегией позиционирования компании и при помощи брендингования можно формировать и трансформировать образ высшего учебного заведения тем самым отвечая выбранной стратегии позиционирования. На наш взгляд, в современных условиях данный подход является наиболее эффективным способом повышения конкурентоспособности любого вуза.

Сложившиеся условия на рынке образовательных услуг формируют новые способы конкурентной борьбы. Если раньше конкуренция на рынке образовательных услуг была только между высшими учебными организациями, то сегодня на данном рынке сформирована новая ниша – онлайн курсы, где потенциальные студенты могут получить необходимые компетенции для освоения той или иной специальности. Для того, чтобы выиграть в данной конкурентной борьбе, высшим учебным заведениям необходимо выбирать новые более современные способы повышения конкурентоспособности. На наш взгляд, именно процессы брендингования сегодня могут способствовать повышению конкурентоспособности высших учебных заведений, так как брендинг связан с позиционированием, а в сложившихся условиях высшим учебным заведениям необходимо изменить свою позицию. Чаще всего высшие учебные заведения позиционируют себя как учебное заведение, где можно освоить профессиональные компетенции, однако сегодня, в контексте данного позиционирования во много выигрывают онлайн курсы.

Для того, чтобы выиграть конкурентную борьбу с онлайн платформами вуза необходимо позиционировать себя

так же, как место, где человек продолжает проходить обязательные процессы социализации, ведь именно в университетской среде студенты получают различные soft skills необходимые для успешной профессиональной карьеры. Как показало экспертное интервью, процессы брендингования взаимосвязаны с позиционированием, поэтому на наш взгляд, изменений в стратегии позиционирования необходимо проводить параллельно с процессами брендингования, в таком случае любая организация получить максимальный эффект от данной маркетинговой стратегии.

Особенности брендингования ИГУ

Основная идея концепции брендингования ФГБОУ ВО «ИГУ» сводится к формированию нового образа, суть которого заключается в том, что высшее образование – это не просто возможность получения диплома специалиста, а это место, где студенты продолжают реализовывать себя как лично и развивают свои профессиональные навыки, на мой взгляд, именно эти преимущества высшего учебного заведения отличают его от любого онлайн курса, а в конкурентной борьбе важно показать наиболее сильные стороны. Однако для того, чтобы разработать эффективную концепцию брендингования также важным этапом является анализ уже имеющегося бренда организации, а именно, уникальность и узнаваемость системы марочных обозначений ФГБОУ ВО «ИГУ», то есть название, логотип и т.п.), качество образовательной услуги, педагогический состав, условия обучения, существующий имидж ФГБОУ ВО «ИГУ», миссия организации и ее основные ценности.

В процессе выбора концепции брендингования, на наш взгляд, важным элементом является анализ сильных и слабых сторон организации. Для того, чтобы осуществить данный анализ, в ходе написания статьи, было принято решение провести SWOT-анализ ФГБОУ ВО «ИГУ», который представлен в таблице (табл. 1).



Таблица 1. SWOT-анализ деятельности ФГБОУ ВО «ИГУ»

<p>S – сильные стороны: Наличие большого количества бюджетных мест; Статус федерального подчинения; Статус «университет»; Высокие аккредитационные показатели; Расположен в административном центре Иркутской области; Большое количество различных специальностей; Наличие спонсорских средств; Наличие военного учебного центра; Возможность академической мобильности; Наличие активной внеучебной деятельности; Социальная защита сотрудников и студентов; Высокий уровень профессорско-преподавательского состава; Статус старейшего классического вуза Восточной Сибири; Возможности получение различных видов стипендий как для студентов бюджетной формы обучения, так и для коммерсантов; Признание достижений социумом и профессиональным сообществом; Высокое качество подготовки студентов; Наличие попечительского совета; Наличие различных спортивных секций; Наличие собственного издательства.</p>	<p>W – слабые стороны: Низкий процент молодых преподавателей; Слабая материально-техническая база; Невозможность проведения ремонта в некоторых корпусах вуза из-за статуса архитектурного наследия; Недостаточная взаимосвязь с работодателями; Низкие заработные платы; Низкий уровень инновационности; Небольшое количество бюджетных мест на наиболее востребованных специальностях или их отсутствие; Слабые рекламные кампании в период приемной комиссии; На сайте слабо представлена информация о статусных выпускниках; Слабая PR-кампания; Информация о различных достижениях студентов и вуза в целом больше распространяется внутри учебного учреждения; Слабая трансляция сильных сторон Университета во внешней среде; Отсутствие заинтересованности вуза в том, чтобы студенты продолжали обучение на следующих академических ступенях.</p>
<p>O – возможности: Развитие академической мобильности студентов: сотрудничество с вузами Монголии и Китая; Получение различных грантов, направленных на развитие образовательной среды; Дополнительное образование по всем направлениям подготовки и специальностям; Создание современного кампуса; Различные виды социального и профессионального сотрудничества; Открытие различных филиалов (подразделений) в других городах Иркутской области/Сибири; Развитие инновационного потенциала; Использование креативных подходов к улучшению системы образования; Увеличение количества бюджетных мест по средствам возможности обучения по целевым контрактам; Налаживания взаимовыгодных отношений с работодателями; Развитие как дистанционного образования, так и технологий обучения в целом; Нострификация дипломов; Увеличение публикаций об Университете в социальных сетях и новостных источниках; Установление более тесных отношений с абитуриентами и их родителями; Проведение различных мероприятий для привлечения абитуриентов на различные программы обучения.</p>	<p>T – угрозы: Высокий уровень конкуренции; Наличие в регионе межрегиональной миграции; Экономический кризис; Уменьшение государственных заказов на услуги в сфере высшего образования; Вытеснение традиционных способов получения профессионального образования онлайн-курсами; Снижение уровня выделяемого бюджетного финансирования; Снижение количества выделяемых бюджетных мест; Резкое падение заинтересованность потенциальных потребителей в получении высшего образования; Различные политические изменения.</p>

*Составлено по данным внутренней отчетности ФГБОУ ВО «ИГУ»

Таким образом, приведенный SWOT-анализ позволяет сделать вывод о том, что ФГБОУ ВО «ИГУ» обладает большим количеством сильных сторон, однако, они слабо транслируются во внешней среде, что является слабой стороной Университета, также важно отметить,

что вуз имеет хорошие возможности, развитие которых способно повлечет на конкурентоспособность организации на рынке образовательных услуг. Также SWOT-анализ помог выявить следующие перспективы и риски для ФГБОУ ВО «ИГУ» (табл. 2).

Таблица 2. Перспективы и риски для ФГБОУ ВО «ИГУ»

Перспективы	Риски
<p>Развитие дополнительного образования по всем видам направлений и специальностям с использованием дистанционных технологий</p> <p>Проведение более масштабных рекламных компаний, направленных на трансляцию сильных сторон ФГБОУ ВО «ИГУ»</p> <p>Налаживание взаимосвязей с работодателями</p> <p>Наличие информации о статусных выпускниках вуза</p> <p>Налаживание связей с иностранными вузами, привлечение иностранных студентов и преподавателей</p> <p>Повышение академической мобильности</p> <p>Проведение различных мероприятий, направленных на привлечение абитуриентов различных академических ступеней с применением дистанционных технологий</p> <p>Увеличение целевых программ</p> <p>Развитие инновационного потенциала</p>	<p>Демографический спад и как следствие уменьшение количества абитуриентов в ближайшие пять лет</p> <p>Стремительное развитие межрегиональной миграции</p> <p>Снижение финансирования, уменьшение количества бюджетных мест</p> <p>Снижение спроса на образовательные услуги высших учебных заведений вследствие развития онлайн-курсов</p> <p>Увеличение конкуренции в целом на рынке образовательных услуг</p> <p>Снижение спроса на выпускников по ряду специальностей, следовательно снижение спроса на определенные направления подготовки среди абитуриентов</p> <p>Высокий и постоянно растущий уровень затрат на содержание учебных корпусов и научно-лабораторного оборудования</p>

*Составлено по данным внутренней отчетности ФГБОУ ВО «ИГУ»

При выборе концепции важным этапом является также проведение анализа бренда ФГБОУ ВО «ИГУ», будет осуществляться по таким критериям как осведомленность о бренде, его лояль-

ность и популярность, а также степень его индивидуальности. Для систематизации анализ бренда ФГБОУ ВО «ИГУ» представлен в виде таблицы (табл. 3).

Таблица 3. Анализ бренда ФГБОУ ВО «ИГУ»

Критерий	Краткое описание
Осведомленность о бренде ФГБОУ ВО «ИГУ» (система марочных обозначений)	
Наименование	В наименовании присутствует информация о статусе «Университет»
Логотип	<p>Цвет логотипа – синий, имеет следующие значения: цвет планеты Юпитер, которая является покровительницей науки, также синий цвет имеет такие значений как мир, покой и интеллект.</p> <p>Основным объектом логотипа ИГУ является фасад Белового Дома. Белый Дом в городе Иркутск является памятником архитектуры, образования и истории. Именно в Белом Доме в 1918 году было открыто первое высшее учебное заведение Восточной Сибири – Иркутский Государственный Университет.</p> <p>Название Университета на логотипе отсутствует, оно вынесено в дескриптор. Такое решение было принято для того, чтобы сделать знак более лаконичным и самостоятельным в использовании.</p> <p>Описывая логотип ИГУ, стоит обратить особое внимание на способ его построения, так как в нем работает негативное пространство: части, которые залиты цветом в логотипе – это тень, поскольку свет падает под углом логотип ИГУ не симметричен; Прием негативного пространства делает знак более живым и естественным.</p>
Качество образовательной услуги (лидерство/популярность бренда)	
Условия обучения в ФГБОУ ВО «ИГУ»	Иркутский Государственный Университет является одним из крупных научно-образовательных учреждений естественно-научных и гуманитарных профилей. Подготовка специалистов в ИГУ осуществляется по естественно-научным, математическим, гуманитарным, общественным, педагогическим и лингвистическим дисциплинам. В состав ИГУ в настоящее время входит 8 институтов и 11 факультетов, а также одна из крупнейших вузовских библиотек России – библиотека им. В.Г. Распутина. ИГУ готовить специалистов бакалавра, специалитета, магистратуры и докторантуры. Стоит отметить, что в ИГУ можно также пройти профессиональную переподготовку, курсы повышения квалификации, профессиональное обучение и в ИГУ есть курсы дополнительного образования для детей и взрослых. В ИГУ можно получать образование по программе двойного диплома, вуз сотрудничает



Критерий	Краткое описание
	с различными вузами США, Китая, Германии, Франции, Польши и Испании. Говоря о международном сотрудничестве необходимо отметить, что ИГУ проводит летние школы для студентов, которые организуются совместно с Университетом Кристиана Альбрехта (г. Киль, Германия), Савойским университетом (г. Шамбери Франция), Объединенным институтом ядерных исследований, также в ИГУ могут получать образования иностранные граждане. В 2021 году Иркутский Государственный Университет реализовал основные профессиональные образовательные программы по 50 направлениям бакалавриат, включающие 146 различных профилей подготовки, 30 направлений подготовки по магистратуре, в состав которых вошли 86 профилей и по 14 направлениям подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре, включившей 31 направление.
Контингент обучающихся	Количество обучающихся в ИГУ по программам высшего образования на конец 2021 года было равно 14715 человек. Образования по очной форме получали 10416 человек, по заочной форме 3870, по очно-заочной форме 387. Численность студентов, получающих образование по программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре на конец 2021 года по очной форме обучения получали образование 93 аспиранта.
Профессорско-преподавательский состав	В ИГУ численность профессорско-преподавательского состава равна 1155 человека, из 142 доктора наук, 625 кандидатов наук, 1 академик РАН, 1 член-корреспондент РАН, 3 заслуженных деятеля РФ, 6 заслуженных работников высшей школы РФ, 2 заслуженных учителя РФ и 18 членов общественных академий.
Качество образования	<ul style="list-style-type: none"> • Иркутский Государственный Университет входит в состав первой лиги Национального агрегированного рейтинга вузов России и занимает 24 места из 80, при этом среди Иркутский вузов ИГУ занимает первое место. • Иркутский Государственный Университет уже несколько лет подряд входит в предметный рейтинг агентства Round University Ranking. • ИГУ занимает 56 место в рейтинге влияния вузов России, составляемый агентством REAX. • ИГУ входит в предметный рейтинг лучших университетов Time Higher Education, занимая 1001+ место в общем рейтинге и 30 место среди российских вузов. • ИГУ входит в пятерку лучших вузов страны в рейтинге фонда Владимира Потанина • 31 августа 2022 года ИГУ во второй раз вошел в Московский международный рейтинг вузов «Три миссии Университета» <p>В 2022 году ИГУ вошел в рейтинг вузов России по уровню зарплат молодых специалистов, работающих в сфере юриспруденции и окончившие вуз в 2016–2021 годах</p>
Научно-исследовательская работа ИГУ	В 2021 году опубликовано 6 публикаций в издания Natural index, доля публикаций типа «Article, Review, Letter»: доля WoS – 91,5%, Scopus – 62,6%. Доля WoS Q1-Q2–26%
Информационная образовательная среда	У ИГУ есть собственный сайт и страницы в социальных сетях. На сайте ИГУ представлена информация о различных формальных сведениях и деятельности ИГУ. Деятельность социальных сетей направлена на информирование студентов о проведении различных мероприятий в ИГУ, достижений и иных видов деятельности. Социальные сети ИГУ ведутся весьма активно, что позволяет сделать вывод о том, что ИГУ заинтересован в привлечении потребителей. Однако, на сайте ИГУ найти нужную информацию весьма затруднительно, так как многие элементы эффективной работы сайта образовательного учреждения отсутствуют, к примеру, нет четкой и структурированной деятельности о профессорско-преподавательском составе. Информация о деятельности ИГУ часто публикуется в различных источниках, к примеру, упоминания в ИГУ в конце 2021 года в федеральных СМИ достигло отметки 630 раз, в региональных 2755, в печатных СМИ 42, телевидение и радио – 75. Также новости об ИГУ были размещена на портале Министерства Науки России в количестве десяти статей, в аккаунтах социальных сетей Минобрнауки 13 публикаций. Количество подписчиков в сообществе ИГУ во «Вконтакте» равно 16 691, в телеграмме 1 578 подписчиков.
Индивидуальность бренда	
Миссия ИГУ	ИГУ видит свою миссию в сохранении и приумножении духовных ценностей человека в получении и распространении передовых знаний и информации, в опережающей подготовке интеллектуальной элиты общества на основе интеграции учебного процесса, фундаментальных научных исследований и инновационных проектов.

Критерий	Краткое описание
Позиционирование ИГУ	ИГУ позиционирует себя как университетский центр социального развития региона, обеспечивающий воспроизводство человеческого капитала Иркутской области и Восточной Сибири, генератор социальных инноваций и стартапов, ориентированных на инновационное развитие региона, его ускоренный социально-экономический рост на основе достижений фундаментальной и прикладной науки.
Лояльность к бренду	
Лояльность студентов ИГУ	Для оценки лояльности потребителей был проведен анализ отзывов, представленных в Интернете ИГУ имеет высокие показатели лояльности к бренду, так как большое количество выпускников положительно отзываюся о качестве образовательных услуг, которые оказываются в ИГУ. К примеру, на сайте «2ГИС» оценка деятельности различных факультетов ИГУ оценивается в пределах от 3 до 5 звезд, на мой взгляд, это отличные показатели для Университета, так как в вузе обучается довольно большое количество студентов и мнение о качестве образовательных услуг может у каждого отличаться.

*Составлено в соответствии с внутренними документами ФГБОУ ВО «ИГУ» и сайтом Университета Иркутский государственный университет (isu.ru)

Таким образом, как видно из SWOT-анализа и из анализа бренда ИГУ, Университет имеет хорошие показатели основных видов деятельности, высокую удовлетворенность потребителей оказываемой услуги, перспективы для дальнейшего развития, а также определенные риски, развитие которых может привести к негативным последствиям. Исходя из анализа деятельности ИГУ и бренда университета в целом, можно сделать вывод о том, что вузу в настоящий момент не хватает различных PR и рекламных кампаний, основной целью которых будет являться активная трансляция положительных сторон деятельности ИГУ.

Как говорилось ранее, брендинг любой организации не может существовать без положительного образа и имиджа, сейчас в ИГУ мы видим, что вуз не уделяет должного внимания на формирования своего имиджа и образа, так как информация о деятельности вуза в основном распространяется во внутренних источниках университета, а как показывает практика, абитуриенты редко анализируют внутренние источники высших учебных заведений перед поступлением. Чаще всего абитуриенты активно штудируют сайты университетов в поисках необходимой информации.

Выводы

Предоставление образовательных услуг становится основным критерием деятельности любых образовательных ор-

ганизаций. Как только продукт выходит на рынок, любая организация, занимающаяся производством этого продукта должна позаботиться о продвижении продукта на том или ином рынке. В итоге сфера образования становится многофакторным социальным конструктом, который должен понимать ожидания как со стороны участников (обучающиеся, обучающие, родители, работодатели), так и со стороны требований рынка.

Высшие учебные учреждения в настоящее время находятся в стадии обострения конкуренции между собой и в конкуренции между образовательными организациями высшего и среднего профессионального уровня. Существует устойчивый тренд развитие профессионализма, согласно которому предполагается обучение школьников рабочим профессиям и заполнение пустующих рабочих мест на рынке труда. Кроме того, расширяется аудитория выпускников школ, которые отдадут предпочтение онлайн курсам и другим способам получения необходимых компетенций для освоения выбранной профессии. Такое перераспределение неэффективно с точки зрения социализации молодежи, роста личностных компетенций и подготовки профессионалов на рынок труда и занятости, поскольку, высшие образовательные учреждения формируют у студента не только необходимые профессиональные компетенции, но и позволяют будущему специалисту выстро-



ить различные связи в деловой среде, попробовать себя в роли специалиста в выбранной сфере посредством прохождения ежегодной летней практики, а также формируют необходимые личностные качества у студентов, которые помогут им в будущем зарекомендовать себя на рынке труда.

В сложившихся условиях высшие учебные заведения вынуждены выбирать новые способы конкурентной борьбы. Мы предлагаем развивать такой способ повышения конкурентоспособности как использование процессов брендинга, направленных на изменения позиционирования вуза в целом. Нам видится, что сегодня вузам для успешной конкурентной борьбы на рынке образовательных услуг необходимо пересмотреть привычные концепции позиционирования. В контексте позиционирования нужно делать объемный образ. Для того, чтобы целевая аудитория повысила свой интерес вузам желательно показать свои ключевые преимущества.

Основным преимуществом вузов является создание определенной атмосферы, чувства вовлеченности. Сегодня вузам необходимо показывать возможности расширения профессиональных отношений, вовлеченность в общественные процессы, различные формы реализации профессионального и личностного потенциала

Литература

- Алескерова Д.Э. Влияние имиджа высшего учебного заведения при трудоустройстве / Д.Э. Алескерова // Ресурсам области – эффективное использование. – 2019. – С. 231–242.
- Антонова В.И. Роль брендинга и медиакоммуникаций в продвижении образовательных услуг в вузе / В.И. Антонова, Д.А. Бакеева, Н.М. Фролова // Казанская наука. – 2022. – № 10. – С. 42–44.
- Аргучинцев А.В. Управление научно-исследовательской деятельностью студентов: социальный кейс / А.В. Аргучинцев, С.В. Малых // Социология. – 2022. – № 4. – С. 103–109.
- Малых С.В. Бренд университета в публичном пространстве: правовые вопросы / С.В. Малых // Социальные институты в правовом измерении: теория и практика. – 2021. – С. 281–287.
- Малых С.В. Имидж университета в городском сообществе / С.В. Малых // Цивилизационные сдвиги в развитии современного города. – 2021. – С. 147–149.
- Малых С.В. Стратегии продвижения университета в виртуальном пространстве / С. В. Малых // Социология. – 2019. – № . 1. – С. 70–77.
- Малых С.В. Формирование репутации регионального вуза (на примере ИГУ) / С.В. Малых // Социология. – 2020. – № . 4. – С. 191–196.
- Маляренко Т.И. Анализ факторов внутренней среды как инструмент формирования имиджа высшего учебного заведения / Т.И. Маляренко // Модернизация российского общества и образования: новые экономические ориентиры. – 2021. – С. 366–370.
- Матвеев В. В., Мокеева Е.Ю. Бренд-бук как инструмент паспортизации бренда образовательной организации / В.В. Матвеев, Е.Ю. Мокеева // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. – 2022. – № . 2. – С. 70–81.
- Моисеенкова, Т.Г. Особенности управления брендом образовательной организации / Т.Г. Моисеенкова, А.Ю. Саврин, К.Л. Степанченко // Актуальные научные исследования в современном мире. – 2021. – № 5–10(73). – С. 61–63.
- Никулина Е.И. Подходы и методология исследования имиджа вуза / Е.И. Никулина // Вестник науки и образования. – 2022. – № . 9 (129). – С. 32–35.
- Попова О.И. Цифровизация образования и бренд вуза: отношение студентов к процессам / О. И. Попова // Вопросы управления. – 2019. – № . 3 (39). – С. 245–250.

BRANDING A MODERN UNIVERSITY (USING THE EXAMPLE OF ISU)

Gritskikh N.V., Gurinovich L.A., Markova E.A.

Irkutsk State University, Higher School of Economics

The article analyzes the existing practices of branding educational organizations, examines the features of branding universities, and identifies strengths and weaknesses. Using the example of Irkutsk State University, a swot analysis is carried out and winning university branding strategies are formed.

Keywords: brand, image, university, ISU, university development.

References

1. Aleskerova D.E. Influence of the image of a higher educational institution in employment / D.E. Aleskerova // *Regional resources – effective use.* – 2019. – P. 231–242.
2. Antonova V.I. The role of branding and media communications in the promotion of educational services at universities / V.I. Antonova, D.A. Bakeeva, N.M. Frolova // *Kazan Science.* – 2022. – No. 10. – P. 42–44.
3. Arguchintsev A.V. Management of students' research activities: a social case / A.V. Arguchintsev, S.V. Malykh // *Sociology.* – 2022. – No. 4. – P. 103–109.
4. Malykh S.V. University brand in the public space: legal issues / S.V. Malykh // *Social institutions in the legal dimension: theory and practice.* – 2021. – pp. 281–287.
5. Malykh S.V. Image of the university in the urban community / S.V. Malykh // *Civilizational shifts in the development of a modern city.* – 2021. – pp. 147–149.
6. Malykh S.V. Strategies for promoting the university in virtual space / S. V. Malykh // *Sociology.* – 2019. – No. 1. – pp. 70–77.
7. Malykh S.V. Formation of the reputation of a regional university (on the example of ISU) / S.V. Malykh // *Sociology.* – 2020. – No. 4. – pp. 191–196.
8. Malyarenko T.I. Analysis of factors of the internal environment as a tool for forming the image of a higher educational institution / T.I. Malyarenko // *Modernization of Russian society and education: new economic guidelines.* – 2021. – P. 366–370.
9. Matveev V.V., Mokeeva E. Yu. Brand book as a tool for certification of the brand of an educational organization / V.V. Matveev, E. Yu. Mokeeva // *Bulletin of the Moscow State Regional University. Series: Economics.* – 2022. – No. 2. – pp. 70–81.
10. Moiseenkova, T.G. Features of brand management of an educational organization / T.G. Moiseenkova, A. Yu. Savrin, K.L. Stepanchenko // *Current scientific research in the modern world.* – 2021. – No. 5–10(73). – pp. 61–63.
11. Nikulina E.I. Approaches and methodology for studying the image of a university / E. I. 48. Nikulina // *Bulletin of science and education.* – 2022. – No. 9 (129). – pp. 32–35.
12. Popova O.I. Digitalization of education and university brand: students' attitude to processes / O.I. Popova // *Management issues.* – 2019. – No. 3 (39). – pp. 245–250.



Интернет как фактор социализации молодежи

Кузнецова Екатерина Александровна,
преподаватель Государственного автономного
профессионального образовательного учреждения
Иркутской области «Байкальский техникум
отраслевых технологий и сервиса» (ГАПОУ БТОТиС)
E-mail: kuznecova.ea2023@bk.ru

В статье рассмотрены роль и влияние информационно-коммуникационной сети интернет на адаптацию и процессы интеграции молодежи в социум посредством усвоения ими общепринятых общественных ценностей, этических норм, социальных правил и требований, а также приобретения навыков с целью успешного функционирования в этом обществе. Также выделены основные аспекты влияния интернета, связанные с формированием социальных навыков, особенностями жизнедеятельности и социальными рисками. Выявлены типы молодежи, использующие интернет как инструмент социализации.

Ключевые слова: интернет, социализация молодежи, ценности, смыслы жизни, новые ориентиры.

Влияние сети интернет на социализацию молодежи нельзя преуменьшить ввиду особых воздействующих факторов, которые так или иначе помогают ещё не окрепшим умам молодежи формировать либо видоизменять определённые представления о ценностях социума, его структуре и правилах функционирования, что определённно точно находит отражение как в статистических данных, так и во взглядах населения.

Исходя из особенностей адаптации представителей молодежи к социальной среде, частоты использования интернета для удовлетворения личных потребностей и получения новых знаний, формирования социальных норм и ценностей, неотъемлемой взаимосвязи онлайн-социализации и участия в реальной жизни, а также относительно положительных и негативных аспектов социализации через интернет можно подвести к умозаключению, что в реалиях современного цивилизованного мира, где каждый имеет доступ к открытым материалам в интернете, влияние интернета очевидно прослеживается. Поэтому, мы можем говорить о том, что интернет выступает социализирующим фактором для молодого поколения.

Интернет как фактор социализации позволяет:

- расширить пространство коммуникации и тем самым взаимодействовать с теми, кто может что-то дать, с кем есть что обсудить;
- научиться тому, что интересно и востребовано;
- выбирать свое время, темп и формат усвоения и освоения знаний, коммуникаций, опыта всевозможных интеракций;
- получать неограниченное количество информации – способной изменить представления и нормы, ориентиры в жизни;
- моделировать свое социальное окружение;

- выстраивать под реальным или вымышленным псевдонимом свое общение и т.д.

Данные исследователей указывают на разнообразные стороны воздействия сети Интернет на личность молодого человека. В исследованиях Р.Г. Ардашева [1–7] прослеживается анализ трансформации сознания, иррационализации многих процессов, состояния здоровья и виртуальной агрессии в виде киберсуицида и кибербуллинга. Различные аспекты цифровой социализации рассмотрены в работах М.А. Головчина [8,9], О.В. Дудиной [12], Р.В. Ершовой [13], В.С. Собкин и А.В. Федотовой [24], Г.У. Солдатовой [25] и Е.А. Кузнецовой [15], вопросы цифровой идентичности прослеживаются в исследованиях Н.А. Голубевой [10] и О.А. Полушкевич [16–20], образовательные аспекты цифровой среды анализируются в работах Г.Я. Гревцевой [11] и И.А. Журавлевой [14], вопросы трансформации экономических притязаний и выбора профессий отражены в работах В.А. Скуденкова [21–23] и других.

Особенности исследования

Целью данного исследования было изучение воздействия факторов информационно-коммуникационной сети интернет не только на приспособление молодёжи к жизни в обществе и окружающей среде, но и на её самоопределение и активное участие в общественной деятельности. А также прослеживалось влияние того, как интернет воздействует на формирование самооценки и уверенности в себе, как помогает поддерживать (либо, наоборот, разрушать) устоявшиеся ценности целевой группы и какое количество времени представители современной молодёжи затрачивают на развлечение и образование посредством использования интернета.

В исследовании приняли участие молодые люди в возрасте от 18 до 35 лет в количестве 890 человек; 65% девушек и 45% юношей; проживающие в разных регионах РФ, имеют высшее ученую степень – 20%, образование – 42%, специальное – 31%, среднее – 12%;

опрос проводился через онлайн опросник www.google.com.

Анализ результатов исследования

Молодые люди в 42% предпочитают очную встречу интернет-взаимодействию, 48% считают, что в их жизни приоритет имеет общение через интернет и социальные сети, а оставшиеся 10% респондентов не дали однозначного ответа. Сторонники очного формата предпочитают лично видеть настрой, психофизиологическое состояние собеседника, а также желают при необходимости взаимодействовать физически, передавать свои эмоции и получать достоверную обратную связь. А респонденты, определившие для себя приоритет сети, считают, что общение через интернет и социальные сети позволяет, не выходя из дома, вести полноценный диалог, планировать ответ и откладывать его, а также так есть возможность совмещать общение и иную деятельность. Те, кто не смог дать однозначный ответ, прибегают к интернету в результате крайней необходимости, которая возникает совершенно произвольно.

Большая часть молодежи проводит значимую часть времени в сети Интернет. Из опрошенных 60% тратят более 5–6 часов в день на нахождение в сети Интернет, 20% тратят 3–4 часа, еще 20% тратят 1–2 часа. Иными словами, повседневное пространство структурировано тем, что потребляют молодые люди в сети Интернет.

Вне зависимости от рода деятельности, социального статуса респонденты помимо выполнения личных задач используют интернет для самообразования. Более половины времени тех, кто тратит более 5–6 часов в день на интернет занято именно им; на втором месте – поиск новостей и на третьем общение с друзьями. Среди тех, кто тратит 3–4 часа – также половина времени уходит на самообразование, а вторая половина на общение с друзьями. Те, кто тратит 1–2 часа – их внимание уделяется только коммуникациям с друзьями.

Около 62% респондентов считают, что использование интернета способ-



ствует расширению круга их общения и приобретению новых знакомств путём взаимодействия на различных сайтах и площадках. Отсюда можно определить, что это активные, открытые и готовые к совершению коммуникаций люди, в связи с этим их можно отнести к одной категорий молодёжи, которые представлены в заключение, а именно – молодёжи социального характера. Однако, 32% убеждены, что интернет никак не способствует приобретению контактов. Судя по всему, здесь представлен тип граждан, которые используют интернет строго для получения информации и, в отдельных случаях, удовлетворения потребностей.

Из опрошенных 65% придерживаются позиции, что время, потраченное и проведённое в интернете, сказывается на последующем очном взаимодействии. По мнению некоторых из них, это проявляется в том, что интернет часто предлагает упрощённые и неконструктивные способы общения, основанные на текстовых сообщениях или эмодзи, которые могут снизить уровень навыков устной коммуникации, степень уверенности в себе также уменьшается. Другие же считают, что благодаря потраченному с пользой в интернете времени они приобрели новые умения, улучшили свои навыки коммуникации, научились общаться с людьми, не стесняясь разговора на личные темы. 35% респондентов уверены, что использование интернета никак не сказывается на их очном общении.

Респонденты в ответах придерживались своего жизненного опыта и опыта близких. Поэтому, говоря о том, к каким последствиям привело время, проведённое в интернете – указывали не только положительные (78%), но и отрицательные качества (22%). Среди положительных качеств выделяли: приобретение новых навыков, способствующих личной и профессиональной реализации (24%), расширению коммуникативных навыков и круга знакомых (20%); умению легко находить нужную информацию (18%), адаптироваться к новым условиям и требованиям (16%). Среди отрицательных

качеств выделяли: ухудшение речевых функций (12%), страх реальных знакомств (10%).

На самоидентичность и самоопределение влияет интернет – так считают 56% респондентов, 44% полагают, что интернет вторичен – сначала происходит формирование интереса, а затем он находит реализацию в информационных пространствах всемирной сети. Полагая, тут зарождается извечный вопрос – что первично: курица или яйцо.

В условиях современного цивилизованного мира и достойного социально-экономического развития нашей страны каждый человек имеет доступ в интернет и его открытой базе данных. В этой стези, у более 87% респондентов, интернет вошёл в жизненный обиход, и он так или иначе помог или помогает им в настоящем времени находить себя в социуме и выражать своё мнение, что безусловно сказывается на их самоопределении. Однако, можно предположить, что люди, отрицающие влияние сети, привыкли использовать её лишь в качестве инструментария для достижения поставленных целей. В остальных случаях интернет не оказал на них никакого воздействия.

Говоря о возможностях адаптации молодёжи к обществу, которые способен предоставить интернет, респондентами были даны разнообразные ответы, которые можно условно типологизировать.

- 1) Установление новых связей и знакомство с потенциальным другом (партнёром);
- 2) Социализация и обучение в комфортной интернет-среде путём участия в вебинарах, тренингах и иных дистанционных мероприятиях;
- 3) Общение и оперативность коммуникации;
- 4) Развитие кругозора, приобретение новых знаний (в том числе, исследование опыта на чужих ошибках), приобщение к современным трендам и тенденциям или их изучение;
- 5) Интернет в качестве средства, помогающего общаться людям с ОВЗ.

Кроме вышеперечисленного, некоторые опрошенные высказали мнение

о том, что интернет не способен дать 100% результат адаптации к современному социуму в связи с тем, что далеко не вся информация является верифицированной и достоверной, и она своим воздействием на социализацию способна привести к негативным последствиям. Также в ответах сквозила мысль о том, что *«Молодёжь не нужно адаптировать к обществу, это общество нужно готовить к молодёжи»*.

Также мы уточняли возможности приобретения, либо развитие уже имеющихся навыков посредством информационных технологий и интернета. 38% опрошенных солидарны в том, что благодаря интернету приобрели навыки работы с массивом информации, научились анализировать её, выделять основное из текста. Кроме того, дополнительно были развиты навыки письма и общий уровень грамматики. 32% респондентов освоили совершенно новые для себя умения: освоение иностранного языка, умение играть на гитаре, изучение истории и т.п. 14% развили коммуникативные навыки. Оставшиеся 16% респондентов ответили, что в целом научились более рационально распределять своё время и приобрели некоторые технические навыки, например, работу в определённого рода приложениях и медиа.

Иными словами, мы можем зафиксировать положительное влияние сети интернет на социализацию граждан. Несмотря на разнообразие ответов о приобретении и развитии навыков, прослеживается 100% уверенность каждого респондента в познании чего-либо нового и совершенствовании уже имеющихся индикаторов. Нет ни единого респондента, выразившего мнение, что в процессе использования интернета он не узнал новое, не освоил умения или навыки.

Но, говоря о негативном воздействии интернета на социализацию молодёжи, 58% респондентов говорило, что негативное воздействие на психику и мысли, образ жизни – может конструироваться через интернет среду. Для 30% неоспоримым является тот факт, что интернет приводит к деградации речи, а по мнению 12% интернет выступает фактором

нерационального распределения времени и мотивирует пользователей реже покидать зону комфорта.

Таким образом, каждый респондент осознаёт и видит проблематику постоянного взаимодействия с интернет-средой. Она, например, может заключаться не только в понижении уровня качественного социального взаимодействия с людьми (неуверенность в себе, страх, слабый мыслительный процесс, сложность формулировок слов) в реальной жизни, но и в открытой либо завуалированной пропаганде табака, курения, алкоголя, психотропных веществ, порнографического контента, суицида и др.

Социальные сети являются неотъемлемой частью жизни опрошенных, согласно 67% опрошенных. Социальные сети не столь значимы для 33% опрошенных.

В интернете легче, чем в условиях реальной жизни, избегать общения с неприятными людьми или разговоров на неприятные темы, согласны 62% респондентов. Частично согласны 38%. Из опрошенных, 90% предпочитают избегать возникающие конфликты либо решать их миролюбивым способом, а в интернете, по их мнению, это делать гораздо легче, поскольку не только конфликт, но и любое общение зависит строго от того, как собеседники излагают свои мысли и чего желают достичь. Кроме того, нельзя отрицать факт вынужденного игнорирования собеседника с целью ухода от нарастающего конфликта.

Типология молодёжи, использующая интернет как инструмент социализации

На основании анализа результатов исследования можно сформировать поведенческую классификацию и типологию по деятельности молодёжи, активно использующей интернет в своей жизнедеятельности. Исходя из результатов, полученных в ходе опроса, была выявлена следующая классификация молодёжи, основанная на принципе определения ориентации своей деятельности молодёжью с учётом личных интересов:



- 1) образованная молодёжь – молодёжь использует интернет для обучения и получения новых знаний. Они посещают дистанционные образовательные тренинги, изучают иностранные языки, ищут информацию по интересующим их вопросам, а также применяют сетевые платформы для повышения своей квалификации и профессионального роста;
- 2) творческая молодёжь – данная группа активно использует интернет для развития своих творческих способностей, например, с целью поддержания своего бренда и его продвижения в социальных сетях посредством создания медиаконтента, художественных работ и др.;
- 3) молодёжь с активной гражданской позицией – представители молодёжи используют возможности, предоставляемые интернетом, для самовыражения и участия в социальных, политических или экологических движениях, например, они публикуют посты в социальных сетях в соответствии со своей точкой зрения;
- 4) молодёжь социального характера – активно используют социальные сети с целью знакомства, а также поддержания связи с друзьями, знакомыми и семьёй. Зачастую они открыто публикуют медиаконтент о себе, участвуют в сообществах и обмениваются информацией по интересам;
- 5) молодёжь, увлекающаяся киберспортивными дисциплинами – они активно взаимодействуют друг с другом в процессе онлайн-игр и иных мероприятий, направленных на популяризацию киберспорта и видеоигровой индустрии;
- 6) асоциальная молодёжь – предпочитают интернет исключительно для одиночного времяпрепровождения, одиночных развлечений и саморазвития. Они, зачастую, не знакомятся в социальных сетях и поддерживают связь только с уже знакомыми в реальной жизни людьми. В жизни они чаще застенчивые и необщительные. Приведённые категории не являются взаимоисключающими, в связи с этим

представители молодёжи перенимают опыт из различных сфер деятельности.

Более половины опрошенных уверены, что интернет позитивно сказывается на приобретении новых контактов и последующем общении с ними. Также было выявлено, что представители молодёжи осознают все возникающие риски и готовы с ними бороться для того, чтобы социализация проходила успешно без неблагоприятных последствий. По мнению большинства респондентов, интернет способствует формированию общепринятых ценностей и предоставляет множество возможностей для личного и профессионального развития.

Заключение

Интернет, безусловно, является частью жизни современного человека. Без его влияния невозможно представить жизнь современников. Особенно это актуально для молодого поколения, так как именно оно вовлечено в новые форматы интерактивного взаимодействия в интернет-пространстве. Проведённое исследование фиксирует социальные условия и перспективы развития интернет-социализации, так как в будущем этот формат социального взаимодействия будет приоритетным для большей части жителей России. И чем больше мы будем знать о его особенностях и условиях, тем легче будет проводить исследования, анализировать полученные результаты и в целом – понимать молодёжь, получившую основные навыки социализации не в традиционных условиях первичных и вторичных социальных групп, а через цифровое информационное пространство сети интернет.

Полагаем, что интернет как институт социализации молодёжи станет приоритетной темой исследований для ученых из разных отраслей знаний (от социологии и психологии до экономики и политики, от культурологии и антропологии до лингвистики и журналистики). Поэтому, важно поставить точки отчета для мониторинга данного пространства и форм, сфер и механизмов его влияния на социальное моделирование об-

ществленного развития отдельных сообществ и групп молодежи.

Литература

1. Ардашев Р.Г. Киберсуицид и кибербуллинг в современном обществе // Социология. 2022. № 6. С. 32–38.
2. Ардашев Р.Г. Метаморфозы сознания: образы идентичности в виртуальном пространстве // Социальная реальность виртуального пространства. материалы II Международной научно-практической конференции. Иркутск, ИГУ, 2020. С. 25–28.
3. Ардашев Р.Г. Новые смыслы в сознании молодежи: влияние виртуальности // В поисках социальной истины. материалы III Международной научно-практической конференции. Иркутск, ИГУ, 2021. С. 152–156.
4. Ардашев Р.Г. Особенности сознания и психологического здоровья в условиях виртуализации // Гуманистические и экологические ресурсы Байкала в укреплении социального здоровья и межнационального согласия в молодежной среде. Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием: тематический сборник статей. Иркутск, ИГУ, 2021. С. 141–144.
5. Ардашев Р.Г. Трансформация сознания молодежи в эпоху виртуальности // Alma Mater (Вестник высшей школы). 2021. № 5. С. 31–34.
6. Ардашев Р.Г. Трансформация сознания после пандемии: новые грани виртуальности // Социальная реальность виртуального пространства. материалы II Международной научно-практической конференции. Иркутск, 2020. С. 56–63.
7. Ардашев Р.Г. Феноменология рационального и иррационального мышления // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. 2021. Т. 21. № 2. С. 120–124.
8. Головчин М.А. Влияние интернет-активности на жизнь в эпоху цифровизации общества и экономики: на данных регионального исследования // Актуальные проблемы экономики и права. 2019. Т. 13. № 3. С. 1356–1369. DOI: 10.21202/1993-047X.13.2019.3.1356-1369
9. 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. 237–256. DOI: 10.15838/esc.2022.5.83.13
10. Голубева Н.А. Особенности цифровой идентичности подростков и молодежи в современном технологическом обществе // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». 2020. № 1. С. 130–150.
11. Гревцева Г.Я. Цифровая социализация личности в образовательной среде // Вестник ЮУрГУ. Серия: Образование. Педагогические науки. 2022. № 1. С. 40–49.
12. Дудина О.В. К вопросу о структуре цифровой социализации в контексте современного образования // Вестник ЧГПУ им. И.Я. Яковлева. 2021. № 3 (112). С. 161–166.
13. Ершова Р.В. Цифровая социализация личности в эпоху глобальных перемен // Прикладная психология на службе развивающейся личности. Коломна: Государственный социально-гуманитарный университет. 2019. С. 49–54
14. Журавлева И.А. Восприятие студентами удаленного обучения в университете // Alma Mater (Вестник высшей школы). 2020. № 8. С. 12–15.
15. Кузнецова Е.А. Цифровая социализация молодежи // Социология. 2023. № 3. С. 59–66.
16. Полюшкевич О.А. Виртуальная самопрезентация в период пандемии COVID-19 и после ее // Гуманитарное знание и духовная безопасность. Сборник материалов VII Международной научно-практической конференции. Грозный – Махачкала, 2020. С. 303–307.
17. Полюшкевич О.А. Виртуальная составляющая социальной идентичности // Социальная реальность виртуального пространства. материалы II Международной научно-



- практической конференции. Иркутск, ИГУ, 2020. С. 10–25.
18. Полюшкевич О.А. Иррациональные основы формирования социальной идентичности под влиянием виртуальности // Социология. 2020. № 5. С. 163–176.
 19. Полюшкевич О.А. Социальные коммуникации и просоциальные практики в цифровом мире // Социальная реальность виртуального пространства. Материалы V Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией О.А. Полюшкевич. Иркутск, 2023. С. 41–44.
 20. Полюшкевич О.А. Формы просоциальных практик в виртуальном мире // Социальная реальность виртуального пространства. Материалы III Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией О.А. Полюшкевич. Иркутск, 2021. С. 121–123.
 21. Скуденков В.А. Влияние виртуальности на экономические притязания граждан России // В поисках социальной истины. материалы III Международной научно-практической конференции. Иркутск, 2021. С. 181–183.
 22. Скуденков В.А. Экономические и социальные притязания в условиях виртуализации образа жизни молодежи // Социальная реальность виртуального пространства. материалы IV Международной научной конференции. Иркутск, 2022. С. 168–173.
 23. Скуденков В.А. Экономические притязания и социальные статусы в выборе виртуальных профессий в цифровом мире // Социальная реальность виртуального пространства. Материалы III Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией О.А. Полюшкевич. Иркутск, 2021. С. 302–306.
 24. Собкин В.С., Федотова А.В. Сеть как пространство социализации современного подростка // Консультативная психология и психотерапия. 2019. Т. 27. № 3. С. 119–137. DOI: 10.17759/cpp.2019270308
 25. Солдатова Г.У. Цифровая социализация в культурно-исторической парадигме: изменяющийся ребенок в изменяющемся мире // Социальная психология и общество. 2018. Т. 9. № 3. С. 71–80. DOI: 10.17759/sps.2018090308

INTERNET AS A FACTOR IN THE SOCIALIZATION OF YOUTH

Kuznetsova E.A.

Baikal College of Industrial Technologies and Services

The article examines the role and influence of the Internet information and communication network on the adaptation and processes of integration of young people into society through their assimilation of generally accepted social values, ethical norms, social rules and requirements, as well as the acquisition of skills for the purpose of successful functioning in this society. The main aspects of the influence of the Internet related to the formation of social skills, life characteristics and social risks are also highlighted. The types of youth who use the Internet as a tool of socialization have been identified.

Keywords: Internet, socialization of youth, values, meanings of life, new guidelines.

References

1. Ardashev R.G. Cybersuicide and cyberbullying in modern society // Sociology. 2022. No. 6. P. 32–38.
2. Ardashev R.G. Metamorphoses of consciousness: images of identity in virtual space // Social reality of virtual space. materials of the II International Scientific and Practical Conference. Irkutsk, ISU, 2020. pp. 25–28.
3. Ardashev R.G. New meanings in the minds of young people: the influence of virtuality // In search of social truth. materials of the III International Scientific and Practical Conference. Irkutsk, ISU, 2021. pp. 152–156.
4. Ardashev R.G. Features of consciousness and psychological health in the conditions of virtualization // Humanistic and environmental resources of Baikal in strengthening social health and interethnic harmony among youth. Materials of the All-Russian scientific and practical conference with international participation: thematic collection of articles. Irkutsk, ISU, 2021. pp. 141–144.
5. Ardashev R.G. Transformation of youth consciousness in the era of virtuality // Alma Mater (Bulletin of Higher School). 2021. No. 5. pp. 31–34.

6. Ardashev R.G. Transformation of consciousness after the pandemic: new facets of virtuality // Social reality of virtual space. materials of the II International Scientific and Practical Conference. Irkutsk, 2020. pp. 56–63.
7. Ardashev R.G. Phenomenology of rational and irrational thinking // News of Saratov University. New episode. Series: Philosophy. Pedagogy. 2021. T. 21. No. 2. P. 120–124.
8. Golovchin M.A. The influence of Internet activity on life in the era of digitalization of society and the economy: based on regional research data // Current problems of economics and law. 2019. Vol. 13. No. 3. pp. 1356–1369. DOI: 10.21202/1993–047X.13.2019.3.1356–1369
9. Golovchin M.A. Manifestations of digital socialization among youth: based on data from a pilot survey of high school students // Economic and social changes: facts, trends, forecast. 2022. T. 15. No. 5. pp. 237–256. DOI: 10.15838/esc.2022.5.83.13
10. Golubeva N.A. Features of digital identity of adolescents and youth in modern technological society // Bulletin of the Russian State University for the Humanities. Series “Psychology. Pedagogy. Education”. 2020. No. 1. P. 130–150.
11. Grevtseva G. Ya. Digital socialization of personality in the educational environment // Bulletin of SUSU. Series: Education. Pedagogical sciences. 2022. No. 1. P. 40–49.
12. Dudina O.V. On the question of the structure of digital socialization in the context of modern education // Bulletin of ChSPU im. AND I. Yakovleva. 2021. No. 3 (112). pp. 161–166.
13. Ershova R.V. Digital socialization of the individual in the era of global change // Applied psychology in the service of the developing personality. Kolomna: State Social and Humanitarian University. 2019. pp. 49–54
14. Zhuravleva I.A. Students’ perception of remote learning at the university // Alma Mater (Bulletin of Higher School). 2020. No. 8. pp. 12–15.
15. Kuznetsova E.A. Digital socialization of youth // Sociology. 2023. No. 3. pp. 59–66.
16. Polyushkevich O.A. Virtual self-presentation during the COVID-19 pandemic and after it // Humanitarian knowledge and spiritual security. Collection of materials of the VII International Scientific and Practical Conference. Grozny – Makhachkala, 2020. pp. 303–307.
17. Polyushkevich O.A. Virtual component of social identity // Social reality of virtual space. materials of the II International Scientific and Practical Conference. Irkutsk, ISU, 2020. pp. 10–25.
18. Polyushkevich O.A. Irrational foundations of the formation of social identity under the influence of virtuality // Sociology. 2020. No. 5. pp. 163–176.
19. Polyushkevich O.A. Social communications and prosocial practices in the digital world // Social reality of virtual space. Materials of the V International Scientific and Practical Conference. Under the general editorship of O.A. Polyushkevich. Irkutsk, 2023. pp. 41–44.
20. Polyushkevich O.A. Forms of prosocial practices in the virtual world // Social reality of virtual space. Materials of the III International Scientific and Practical Conference. Under the general editorship of O.A. Polyushkevich. Irkutsk, 2021. pp. 121–123.
21. Skudenkov V.A. The influence of virtuality on the economic claims of Russian citizens // In search of social truth. materials of the III International Scientific and Practical Conference. Irkutsk, 2021. pp. 181–183.
22. Skudenkov V.A. Economic and social claims in the context of virtualization of the lifestyle of young people // Social reality of virtual space. materials of the IV International Scientific Conference. Irkutsk, 2022. pp. 168–173.
23. Skudenkov V.A. Economic claims and social statuses in the choice of virtual professions in the digital world // Social reality of virtual space. Materials of the III International Scientific and Practical Conference. Under the general editorship of O.A. Polyushkevich. Irkutsk, 2021. pp. 302–306.
24. Sobkin V.S., Fedotova A.V. The network as a space for socialization of a modern teenager // Consultative psychology and psychotherapy. 2019. T. 27. No. 3. pp. 119–137. DOI: 10.17759/cpp.2019270308
25. Soldatova G.U. Digital socialization in the cultural-historical paradigm: a changing child in a changing world // Social psychology and society. 2018. Vol. 9. No. 3. pp. 71–80. DOI: 10.17759/sps.2018090308



Информационное пространство современного мира

Маслодудова Наталья Владимировна,

доцент, кандидат философских наук, доцент
кафедры гуманитарных и социально-экономических
дисциплин СибЮИ МВД России
E-mail: nata.maslodudova@yandex.ru

В статье анализируются процессы конструирования информационного пространства современной России. Анализируются явные и скрытые механизмы воздействия на различные социальные группы через социальное самочувствие, оценку качества жизни, жизненных перспектив и возможностей. Приводятся результаты авторского исследования, позволяющие говорить о формировании негативного информационного пространства современного мира и деструктивных процессах его развития. Подтверждается через фактическое использование негативных коннотаций в описании сюжетов в теле и печатных средств массовой информации формирование общих негативных установок и оценок общественного мнения.

Ключевые слова: информационное пространство, современный мир, информационное воздействие, общественное мнение, смысловые коннотации.

Информационное пространство – это среда конструирования социальных ожиданий, представлений, установок, влияющих на различные социальные группы. Оно формируется целенаправленно через стратегические и идеологические задачи государства, а также естественные векторы социального развития, а также спонтанно – отвечая на запросы рядовых обывателей в информационно-коммуникативном взаимодействии. Это пространство формирования настоящего через символы и образцы поведения современников, транслирующиеся по различным информационным потокам и создающим в соответствии с ними социальную среду.

Информационное пространство конструируется через воздействие различных институтов масс-медиа. Без целенаправленной политики по формированию цензуры или каких-то формальных критериев преподнесения данной информации невозможно представить изменение общего информационного пространства нашей страны.

Рассматривая вопросы информационного пространства, можно встретить работы по безопасности личности в информационных потоках и стратегиях увеличения иррационализации сознания в условиях увеличения информационных потоков (Р.Г. Ардашев [1–4]); конструировании страхов в медиапространстве и изменении социальных оценок общественного развития (В.А. Скуденков [12–13]); изменении условий профессиональной реализации через расширение возможностей профессиональной деятельности (Р.В. Иванов [5]); развитие просоциальных практик в виртуально-информационном пространстве (О.А. Полюшкевич [8–11]); в более ранних работах автора анализируются информационные потоки социального развития современных общественных трансформаций [6, 7].

Возможны следующие эффекты информационного воздействия:

- формирование социально-психологического самочувствия (зачастую негативного, так как основная информация, которая чаще всего распространяется в массмедиа имеет негативный характер;
- формирование ценностей и мировоззрения определенной социально-экономической группы или сообщества (за этим стоят смыслы жизни и целые жизненные стратегии);
- фиксация внимания на «проблемных зонах» нашего общества (в массмедиа чаще говорят о скандалах, трагедиях, проблемах, нежели чем о каких-то позитивных трансформациях человека или общества);
- переключение внимания с неоднозначных проблемных точек или вопросов экономики или политики на эмоциональные или моральные нормы и ценности, вернее их нарушение, так как это затрагивает все социальные группы и переключает их внимание с социально не однозначных фактов общественного взаимодействия;

Это возможно реализовать так как само общество строится на стереотипах восприятия и интерпретации информации, социальных стратегий оценки и возможностей развития. При формировании информационного пространства, конструируется два аспекта.

Первый – это узкопрофессиональный аспект, понятный подготовленной аудитории (профессиональные термины, комментарии), предполагающий предварительную подготовку аудитории к восприятию той или иной информации.

Второй – это массово-обывательский, направленный на широкую аудиторию, понятный без специальных знаний. Он может быть информационно-просветительским или досугово-развлекательным.

Само информационное пространство конструируется через переплетение информационных потоков, целенаправленно и спонтанно возникающих, имеющих особые социальные задачи – сконцентрированные в основном на удержании внимания аудитории.

В любом случае, информационное пространство может быть сферой развития общества, в аспекте как профессионального дискурса, так и повседневного обывательского восприятия мира.

Информационное пространство выступает элементом развития общества. Оно через различные аспекты социальных взаимодействий выступает связующим элементом в различных социальных процессах и явлениях:

- способствует формированию консолидации или дезинтеграции сообществ;
- влияет на идентичность человека или отдельных социальных групп;
- формирует эмоционально-оценочный фон граждан страны;
- регулирует социальные отношения и взаимосвязи внутри общества;
- связывает различные институты гражданского общества через нормативные, моральные, поведенческие или любые другие аспекты взаимодействия и т.д.

Это позволяет говорить об универсальной роли информационного пространства в развитии общества. На повседневном уровне – информационное пространство регулирует смыслы жизни и акценты мировосприятия жителей отдельных территорий, социальных групп или страны в целом. Через информационные потоки представители различных социальных групп начинают воспринимать различные стороны и аспекты жизни, оценивать их как позитивные или негативные, формировать свою собственную оценку качества жизни и т.д.

Особенности исследования

Данные размышления стали поводом для проведения инициативного исследования – воздействия информационного пространства современной России на различные социальные группы.

Исследование проводилось через массовый опрос через он-лайн платформу опросов www.google.com, в котором приняло участие 1850 человек, проживающих в разных регионах РФ, в возрасте от 18 до 65 лет, 55% женщин и 45% муж-



чин, занимающих разный социально-профессиональный уровень; имеющих разное образование (среднее – 10%, средне-специальное – 25%, высшее – 55%, ученая степень – 10%); 64% проживают в городах и 36% в селах).

Также мы провели контент-анализ основных информационных потоков, транслируемых через ТВ и печатные СМИ. На телевидении мы анализировали новостные передачи с 2019 по 2022 гг. в анализе участвовали такие каналы как ОРТ, Россия1, НТВ (всего проанализировано 1580 выпусков с 6548 количеством сообщений). В анализе печатных СМИ участвовали такие издания как Аргументы и факты, Комсомольская правда за 2019–2022 гг. (всего проанализировано 1750 выпу-

сков, в которых анализу подверглось 7865 сообщений).

Анализ результатов исследования

Современное информационное пространство через сообщения СМИ, сети Интернет, фильмы и прочие информационные поля – наполнено чаще негативными смыслами, чем позитивными (хотя в целом, женщины более позитивны, чем мужчины; а представители молодежи, более позитивны, чем старшие поколения; жители села, более позитивны, чем города); также оно повышает уровень тревожности (присутствует у всех рассматриваемых социальных групп), а это приводит к неопределенности и растерянности в различных социальных группах (см. таблицу 1).

Таблица 1. Субъективная оценка наполнения современного информационного пространства (в %)

Социальные группы	Общие смыслы информационных потоков			Уровень тревожности		
	Позитивные	Негативные	Нейтральные	Высокий	Средний	Низкий
Мужчины	29,5	52,2	18,3	37,7	39,4	10,2
Женщины	37,8	48,9	13,3	42,2	51,4	6,4
Молодежь (18–35 лет)	36,7	44,3	12,7	32,3	51,8	15,9
Средний возраст (35–55 лет)	25,5	54,6	19,9	43,6	48,9	7,5
Старший возраст (56 лет и старше)	18,9	58,9	22,2	42,3	51,8	5,9
Жители города	26,5	55,4	18,1	44,9	45,3	9,8
Жители села	37,9	42,3	19,8	32,1	46,8	21,1

Жизненные перспективы и возможности в большинстве своем все социальные группы оценивают как негативные. Возможность повлиять на общую информацию лично не воспринимается никем, изменить ситуацию через социальные институты допускают лишь четверть опрошенных (25%). Других альтернатив и вариантов изменения социально-информационного пространства респонденты не видят. А это указывает на общие пессимистические установки, которые ограничивают мышление

и реальное поведение россиян, не давая возможности подумать не так как сложилось (а сложилось – негативно и пессимистично во всех сферах, процессах и явления).

Когда мы посмотрим на фактическое содержание информационной ленты печатных и телевизионных сообщений – то увидим достаточно прямую зависимость, так как их наполнение в большей мере состоит из негативных сообщений или интерпретации произошедших событий (см. таблицу 2).

Таблица 2. Информационные потоки в медиапространстве (в %)

Информационная оценка		Телевизионные информационные потоки			Печатные информационные потоки	
Год	Контекст	ОРТ	Россия1	НТВ	Аргументы и факты	Комсомольская правда
2022	Позитивно	18,2	22,1	23,4	24,3	22,1
	Негативно	57,5	52,3	58,9	56,1	52,1
	Нейтрально	24,3	25,6	17,7	19,6	25,8
2021	Позитивно	20,2	20,5	22,1	23,1	25,2
	Негативно	61,1	58,9	52,3	54,1	57,4
	Нейтрально	18,7	20,6	25,6	22,8	17,4
2020	Позитивно	25,3	23,2	22,2	24,1	21,2
	Негативно	59,6	51,8	51,2	50,3	54,5
	Нейтрально	15,1	25,0	26,6	25,6	24,3
2019	Позитивно	24,1	23,2	22,9	20,1	21,2
	Негативно	47,5	51,5	49,9	51,8	49,8
	Нейтрально	28,4	25,3	27,2	28,1	29,0

Как видно из таблицы 2, негативных сообщений во всех изданиях и телевизионных новостных сообщениях в два раза больше, чем позитивных. В некоторые года нейтральных сообщений больше, чем положительных. Это показатель конструирования общего негативного фона в общественном сознании. Безусловно, пандемия COVID-19 и военная операция сами по себе достаточно тревожные известия, но помимо них в различных социальных сферах происходили и другие события, но в относительных величинах – они занимали не столь приоритетное значение и соответственно не так масштабно влияли на общественные настроения.

Общая тревожная обстановка повлияла на конструирование жизненных миров россиян. Например, коннотация «выживания» используется в телевизионных и печатных СМИ в три раза чаще чем «радость» или «счастье»; контекст «боли» чаще в четыре раза встречается чем контекст «здоровья»; «обида» в три раза чаще чем «надежда»; «тревога» в пять(!) раз чаще, чем «уверенность»; «негатив» как социальное явление описывается в информационных сообщениях также в пять раз чаще, чем «позитив». Эти смысловые коннотации указывают на перекосяк контекста инфор-

мационных сообщений, которые изначально преподносятся в негативном ключе, даже если могут быть рассмотрены нейтрально. Мнения и оценки редакторов информационных сообщений, журналистов или ведущих дополнительно могут усилить или ослабить позитивный или негативный контекст восприятия получаемой и транслируемой информации (см. таблицу 3).

Общая установка на негативное восприятие своих жизненных перспектив касается всего информационного потока. Разные социальные группы неодинаково воспринимают данные процессы, но при этом их мнения не отличаются кардинально противоположными взглядами. Иными словами, идет большая фиксация внимания зрителей и читателей на «проблемных зонах», трагедиях, трудностях, а не на вариантах изменения, возможностях, позитивных трансформациях и т.д. Это искореняет даже малейшие попытки изменить ситуацию и проявить волю, взять ответственность на себя за себя и своих близких, за те процессы, в которые вовлечен сам человек и те последствия, которые могут повлиять на всех членов общества.

Мужчины замечают больше негативных информационных сообщений, чем женщины (47,5 и 39,8% соответствен-

но), при этом, женщины видят чаще нейтральные информационные сообщения, тогда как мужчины их практически не замечают (56,1 и 12,1% соответственно).

Таблица 3. Смысловые коннотации частотности использования различных категорий, влияющих на мировоззрение и ценности россиян с 2019 по 2022 гг. (количественные данные)

Коннотации	Телевизионные информационные потоки			Печатные информационные потоки	
	ОРТ	Россия1	НТВ	Аргументы и факты	Комсомольская правда
Выживание	1291	1364	1443	323	324
Боль	1423	1542	1423	1556	1665
Обида	1532	1501	1489	1566	1592
Тревога	1255	1364	1521	1432	1311
Негатив	1425	1564	1632	1589	1315
Радость	321	279	289	322	243
Счастье	286	321	307	301	325
Надежда	521	487	499	531	511
Позитив	268	277	309	287	263
Уверенность	254	268	289	277	298
Здоровье	356	322	341	363	351

Представители среднего возраста в два раза чаще чем представители старшего и в три чем младшего замечают негативные информационные сообщения (молодежь – 22,4%, средний возраст – 65,3%, старший возраст – 41,1%). Позитивные сообщения чаще замечают представители старшего возраста (молодежь – 44,9%, средний возраст – 25,2%, старший возраст – 55,3%). Нейтральные сообщения (молодежь – 32,7%, средний возраст – 9,5%, старший возраст – 3,6%).

Жители города в три раза чаще обращают внимание на негативные информационные сообщения, чем жители села (48,9 и 16,3% соответственно); на позитивные сообщения обращают в разы меньше внимания (22,1 и 24,2% соответственно); на нейтральные (29,0 и 59,5% соответственно).

Эти данные позволяют зафиксировать социально-деструктивные процессы происходящие в разных сферах жизни в России. Более того, они не позволяют моделировать новые механизмы преодоления данных проблем, а лишь только подчеркивают и усиливают негативные состояния, приводящие к со-

циальной аномии и деструктивным процессам в целом.

Таким образом, проведенное исследование информационного пространства России показывает общие пессимистические процессы, которые еще более усиливаются через использование представителями теле и печатных СМИ заведомо негативных форм описания и интерпретации происходящих событий. Такие установки не могут не повлиять на формирование общего негативно-го восприятия самих себя, своих целей, желаний и возможностей, социальных перспектив и особенностей стиля жизни.

Данные условия позволяют строить только негативные жизненные стратегии и ограниченные жизненные возможности. Так как общая тенденция негатива и пессимистичных условий и форм жизни не дает найти возможности на более оптимистичные варианты решения трудностей и задач.

Таким подходом к информационному пространству мы сами у себя ворует возможность построения более стабильного, счастливого общества, опирающегося на возможности людей и социальных институтов, а не на постоянное их

ограничение и урезание в чем-либо. Это подсознательный выбор, который мы делаем каждый день и который приводит именно к тому, что мы сегодня имеем.

Выводы

Проведенное инициативное исследование является лишь точкой отсчета нового понимания того, как информация в медиасреде становится основой когнитивного, эмоционального и поведенческого поля современных россиян, так как регулирует настроения общественного сознания, пока в негативном ключе. Надеемся, что это явление временное.

На когнитивном уровне россияне понимают какие проблемы есть в сфере экономики, политики, культуры и многих других пространствах, возможно, даже осознают причины и последствия, но это знание не дает им уверенности в себе или обществе, не может обнадежить на положительные изменения, так как в информационном среде практически отсутствуют такие примеры, а если они и есть, то в количественном соотношении несоразмерны с негативным анализом и последствиями.

На аффективном уровне россияне скорее разделяют негативные эмоции между близкими людьми и представителями тех сообществ, куда они включены. Поводов для совместной радости опять же в разы меньше, чем для общей печали. Поэтому, опять же на эмоциональном уровне не могут выровнять ситуацию.

На поведенческом уровне и того хуже – одно дело понимать проблему(мы), эмоционально соучаствовать (в позитивном или негативном ключе), но совсем другое – начать реально самому что-то делать – изменить свое поведение стать примером для своей референтной группы, сделать так, чтобы они также поменяли свое поведение. Это совсем другой уровень социальных коммуникаций и до него могут идти единицы.

Поэтому, информационное пространство достаточно ограничено, определяется в большей мере негативными процессами и событиями и не может стать опорой для возрождения социального

взаимодействия на новом более позитивном и содержательно нейтральном (!) уровне. Хотя оценки перспективности развития социального взаимодействия могут опираться и на имеющиеся негативные условия. Дорогу осилит идущий и необходимо делать шаги в данную сторону.

Литература

1. Ардашев Р.Г. Безопасность личности в условиях виртуальности: иррациональность общественного сознания // Социальная безопасность и социальная защита населения в современных условиях. Материалы международной научно-практической конференции. Ответственный редактор А.М. Бадонов. Улан-Удэ, 2023. С. 8–11.
2. Ардашев Р.Г. Иррационализация массового сознания и СМИ // ЛОМО-НОСОВ-2022. Материалы Международного молодежного научного форума. 2022.
3. Ардашев Р.Г. Конспирологическое мышление современных россиян // Социология. 2023. № 3. С. 225–233.
4. Ардашев Р.Г. Теории заговора в многополярном мире // Этнопсихологические и кросс-культурные проблемы и ресурсы становления многополярного мира (восточный и западный подходы). Материалы Международной научно-практической конференции. Иркутский государственный университет, Бурятский государственный университет им. Д. Банзарова. Иркутск, ИГУ, 2023. С. 52–57.
5. Иванов Р.В. Роль цифрового пространства в профессиональной реализации человека // Философия и культура информационного общества. Восьмая международная научно-практическая конференция. Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения. Санкт-Петербург, 2020. С. 74–75.
6. Маслодудова Н.В. Влияние информационного общества на социальные отношения // Социология. 2022. № 6. С. 74–82.



7. Маслодудова Н.В. Изменяющаяся социальная реальность и новая мировоззренческая концепция // Противодействие наркоугрозе на современном этапе: правовой и социально-гуманитарный аспекты. Материалы международного научно-практического семинара. Отв. редактор Н.Н. Цуканов. Красноярск, 2023. С. 117–121.
8. Полюшкевич О.А. Потенциал адаптации жителей региона к модернизационным процессам в стране // Стратегические направления устойчивого развития Байкальского региона. Материалы международной научно-практической конференции в 3-ех частях. Иркутск, ИГУ, 2010. С. 77–80.
9. Полюшкевич О.А. Просоциальные практики в медиапространстве // Глобальные вызовы и региональное развитие в зеркале социологических измерений. Материалы VIII международной научно-практической интернет-конференции. Вологда, Вол НЦ РАН, 2023. С. 25–30.
10. Полюшкевич О.А. Просоциальные практики как основа солидарности // Консолидация российского общества в новых геополитических реалиях. Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Вологда, Вол НЦ РАН, 2023. С. 180–182.
11. Полюшкевич О.А. Социальные коммуникации и просоциальные практики в цифровом мире // Социальная реальность виртуального пространства. Материалы V Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией О.А. Полюшкевич. Иркутск, ИГУ, 2023. С. 41–44.
12. Скуденков В.А. Влияние фильмов на интеллектуальный потенциал социальной среды // Интеллектуальный капитал в XXI веке. Сборник научных трудов. Иркутск, ИГУ, 2019. С. 120–122.
13. Скуденков В.А. Медиаконструирование страхов в современном обществе // Социальная реальность виртуального пространства. Мате-

риалы V Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией О.А. Полюшкевич. Иркутск, ИГУ, 2023. С. 103–111.

INFORMATION SPACE OF THE MODERN WORLD

Maslodudova N.V.

SibYul Ministry of Internal Affairs of Russia

The article analyzes the processes of constructing the information space of modern Russia. Explicit and hidden mechanisms of influence on various social groups through social well-being, assessment of quality of life, life prospects and opportunities are analyzed. The results of the author's research are presented, which allow us to talk about the formation of the negative information space of the modern world and the destructive processes of its development. The formation of general negative attitudes and assessments of public opinion is confirmed through the actual use of negative connotations in the description of stories in the body and print media.

Keywords: information space, modern world, information impact, public opinion, semantic connotations.

References

1. Ardashev R.G. Personal security in conditions of virtuality: irrationality of public consciousness // Social security and social protection of the population in modern conditions. Materials of the international scientific and practical conference. Executive editor A.M. Badonov. Ulan-Ude, 2023. pp. 8–11.
2. Ardashev R.G. Irrationalization of mass consciousness and the media // LOMONOSOV-2022. Materials of the International Youth Scientific Forum. 2022.
3. Ardashev R.G. Conspiracy thinking of modern Russians // Sociology. 2023. No. 3. P. 225–233.
4. Ardashev R.G. Conspiracy theories in a multipolar world // Ethnopsychological and cross-cultural problems and resources for the formation of a multipolar world (Eastern and Western approaches). Materials of the International Scientific and Practical Conference. Irkutsk State University, Buryat State University named after. D. Banzarova. Irkutsk, ISU, 2023. pp. 52–57.
5. Ivanov R.V. The role of digital space in the professional realization of a person // Philo-

- ophy and culture of the information society. Eighth international scientific and practical conference. St. Petersburg State University of Aerospace Instrumentation. St. Petersburg, 2020. pp. 74–75.
6. Maslodudova N.V. The influence of the information society on social relations // *Sociology*. 2022. No. 6. P. 74–82.
 7. Maslodudova N.V. Changing social reality and a new ideological concept // *Countering the drug threat at the present stage: legal, social and humanitarian aspects*. Materials of the international scientific and practical seminar. Rep. editor N.N. Tsukanov. Krasnoyarsk, 2023. pp. 117–121.
 8. Polyushkevich O.A. The potential for adaptation of residents of the region to modernization processes in the country // *Strategic directions for sustainable development of the Baikal region*. Materials of the international scientific and practical conference in 3 parts. Irkutsk, ISU, 2010. pp. 77–80.
 9. Polyushkevich O.A. Prosocial practices in the media space // *Global challenges and regional development in the mirror of sociological dimensions*. Proceedings of the VIII International Scientific and Practical Internet Conference. Vologda, Vol Scientific Center RAS, 2023. pp. 25–30.
 10. Polyushkevich O.A. Prosocial practices as the basis of solidarity // *Consolidation of Russian society in new geopolitical realities*. Materials of the All-Russian scientific and practical conference with international participation. Vologda, Vol Scientific Center RAS, 2023. pp. 180–182.
 11. Polyushkevich O.A. Social communications and prosocial practices in the digital world // *Social reality of virtual space*. Materials of the V International Scientific and Practical Conference. Under the general editorship of O.A. Polyushkevich. Irkutsk, ISU, 2023. pp. 41–44.
 12. Skudencov V.A. The influence of films on the intellectual potential of the social environment // *Intellectual capital in the XXI century*. Collection of scientific papers. Irkutsk, ISU, 2019. pp. 120–122.
 13. Skudencov V.A. Media construction of fears in modern society // *Social reality of virtual space*. Materials of the V International Scientific and Practical Conference. Under the general editorship of O.A. Polyushkevich. Irkutsk, ISU, 2023. pp. 103–111.



Ментальные установки как причина неуплаты налогов

Палащенко Егор Викторович,

аспирант по направлению подготовки «Социальная структура, социальные институты и процессы»
Института социальных наук, Иркутского
государственного университета
E-mail: ypalashchenko@mail.ru

В статье анализируются причины неуплаты налогов, особое место отводится ментальным особенностям россиян, способствующим формированию стратегий неуплаты налогов. Выявляется девять ментальных установок, определяющих значимость выбора неуплаты налогов перед возможностью выполнить свои обязательства перед налоговыми органами. В работе используются данные эмпирического исследования, выявляющего социальные стереотипы в отношении экономического поведения и взаимодействия с органами власти, а также делаются выводы о необходимости новой социально-экономической политики, направленной через образы социальной рекламы и положительные примеры физических лиц и предпринимателей уплативших налоги формировать информационное пространство новыми смыслами, способными изменить ментальные установки соотечественников.

Ключевые слова: налоги, неуплата налогов, менталитет, оценка россиян, социальные установки, общественные представления, экономические преступления, социальное разрушение

Достаточно расхожей является мысль о том, что неуплата налогов у россиян в крови, неуплата налогов это как способность дышать. В России всегда была тенденция к уходу от уплаты налогов, начиная от царской России, заканчивая современным временем. Это можно объяснить уникальным менталитетом, особенностями русской души или чем-то еще, но факт остается фактом: если есть возможность не платить налоги – их не платят.

Можно опираться на исторические данные, когда несоблюдение обязательств, возможность обойти государевых людей считалась достоинством. Или же на экономические условия и политическую нестабильность – когда уплата налогов не гарантировала ни безопасности, ни стабильность общественного развития. В конечном счете это привело к общим социально-психологическим и социальным установкам, предполагающим пассивность в соблюдении налоговой дисциплины.

В настоящий период социального развития также наблюдаются неоднозначные процессы уже не один десяток лет. Поэтому, оценки представителей разных поколений на вопрос о том, почему россияне не хотят платить налоги – становится более актуальным, так как позволяет зафиксировать причины, особенности и последствия неуплаты налогов, не столько для экономики (это очевидные трудности), сколько для социокультурного пространства, социально-психологического самочувствия и в целом общественного настроения на социальное воспроизводство значимых ценностных установок и стратегий поведения, определяющих социально значимые явления и процессы.

Теоретическая рамка

Анализируя литературу по данной теме, можно выделить несколько ее типов, помогающих понять основные механизмы объяснения сложившейся ситуации.

Первая группа – опирается на необходимость адаптации к новым социально-экономическим и политическим реалиям разными способами. В.В. Петухов [5] в этом ключе говорит о готовности россиян отстаивать свои социально-экономические права в кризисной реальности.

Вторая группа – рассматривает как причину данного положения вещей – трансформацию правового поля российского общества. Р.Г. Ардашев [1,2] говорит о проблемах правовых представлений россиян и сложностей взаимодействия с представителями органов власти; А.Н. Покида и Н.В. Зыбуновская [6] указывают на кризис правовых ценностей; О.А. Полюшкевич [7–9] размышляет о доверии институтам права и противостоянию между правосудием и справедливостью.

Третья группа опирается на общие социальные изменения, приведшие к новым смыслам жизни и контекстам понимания значимых процессов. Например, размышления о счастье в работах А.Н. Пружинина [11] и О.А. Полюшкевич [10].

Четвертая группа – собственно исследования налоговых проблем и противоречий, несоблюдения налоговых норм, а также их теоретического осмысления через работы Толкота Парсонса приведено в исследованиях А.Г. Саниной [12,13] и Е.В. Палащенко [3,4].

Характеристика исследования

В исследовании приняли участие 2500 россиян, проживающих в разных городах нашей страны в возрасте от 18 до 75 лет; 55% женщин и 45% мужчин – исследование проводилось на платформе опросов www.google.com.

Инструментом обработки информации стала программа Statistic и программа Atlas.ti для транс-символического анализа результатов исследования.

Результаты исследования

Респонденты указывали на влияние *общих установок (75%) над личными взглядами (25%)*, так как важна оценка окружения – *а что люди скажут или так при-*

нято жить в нашей стране. Полагаем, что это одна из форм подтверждения того, что Россия все-таки страна соборности, а не индивидуализма. Ценности эгоизма и индивидуализма, насаждаемые западным обществом, приживаются отрывочно, внося смуту и сомнение, но не устраняя базовых установок, влияющих на все сферы жизни, в том числе на такие поведенческие паттерны как уплату или неуплату налогов.

Желание *быть как все*, даже если это незаконная социальная практика – сильнее, чем тяга соблюсти закон. Потому что это формирует неформальную социальную связь, способствует сплочению общества и социальной (хотя и негативной) но стабильности в целом. Когда легитимные институты не защищают – на смену им могут прийти противоположные. Но критичным в этой ситуации является не сам факт нарушения законности и закона, а то, что в обществе это подспудно одобряется. Если бы не было молчаливого, а порой и достаточно громко обсуждаемого одобрения – это было бы не столь заметной практикой экономического деструктивного порядка. На деле получается, что в отдельных случаях – неуплата налогов становится поводом для гордости и уверенности в себе и своем положении.

Данные процессы сами по себе разрушительны как для институтов гражданского общества, так и для отдельных предпринимателей или физических лиц. Потому что происходит подмена законности на мнимую справедливость. Справедливость всегда субъективна и может быть применима только в локальных условиях. Сфера налогового законодательства – далеко не то пространство, где возможна широкая трактовка данного явления.

Рассмотрим более детально установки, о которых в открытых вопросах говорили опрошенные, а также приведем ответы, выявленные при помощи транс-символического анализа, показывающие справедливость данных выводов.

Первая установка – *негативное восприятие власти*, вообще, в принципе. Достаточно массовая народная установка –



власти доверять нельзя (см. исследование Р.Г. Ардашева [1,2]), чем больше сможешь провести власть, тем ты круче. И те, кто не платят налоги – молодцы, так как они смогли обмануть представителей власти.

Вторая установка – *надежда на авось*, надежда что пронесет, надежда на то, что если для всех обязательно, то меня это может не коснуться. Ожидание последовательной, целеустремленной работы, которая приносит свои плоды не дает ощущения что «пронесло». В этом «авось» формируется даже потребность.

Третья установка – ожидание того, что *все будет когда ни будь хорошо*. Ожидания счастья и вера в будущее – становятся ориентиром жизни (см. исследования О.А. Полюшкевич [10], А.Н. Пружинина [11]) – все образуется, когда ни будь, а пока нет этого хорошо, то и можно не платить налоги. А когда все нормализуется, тогда и можно что-то изменить (если не для нас, так для наших детей или внуков).

Четвертая установка – *личная безответственность*. Я не могу изменить общество, я слишком незначителен и от моей уплаты или неуплаты налогов ничего не изменится, так что зачем тратить деньги зря (об этом подробнее в наших более ранних работах – Е.В. Палашенко [3,4]).

Пятая установка – *желание жить по справедливости (читай правде), а не по закону*. Законы в принципе не справедливы и жестоки, а правда никогда не совпадает с законом, так как его пишет власть, а справедливость идет от народа. Эта социальная установка определяет многие мотивы и стандарты поведения (об этом говорится в ряде исследований О.А. Полюшкевич [7]).

Шестая установка – *выбор чувств, искренности, теплоты и душевности, а не здравого смысла, рационализма и расчета*. Поэтому, более правильно не платить налоги (читай – отдавать честно заработанное) и сохранить теплоту и искренность с близкими людьми, коллегами, сотрудниками, вместо формальных связей и бездушного взаимо-

действия, фальшивости в отношениях и стремления всех и вся использовать. Уплата налогов воспринимается как предательство личных душевных отношений.

Седьмая установка – *не высовываться*. Уплата налогов приводит к дополнительному вниманию к твоим доходам и расходам, поэтому, лучше не афишировать реальное положение дел, это даст большую уверенность в том, что делаешь (жить по принципу: *тише воды, ниже травы*). Отсутствие интереса властей к тому насколько успешно твое дело и является залогом спокойствия и стабильной работы и верно обратное – чем больше афишируешь свои успехи, тем пристальней внимание и готовность что-то забрать [8].

Восьмая установка – *привычка к обману*. Достаточно распространенные социальные установки, отражены в таких поговорках: *только благодаря обману возможно добиться успеха; честность не поможет; большие деньги честным трудом не заработаешь; не украдешь – не проживёшь*. И это становится основой социального моделирования желания обмануть налоговые органы и другие контролирующие инстанции. В результате, обман становится повседневной практикой социального взаимодействия.

Девятая установка – *недоверие никому*. Нельзя никому верить, все врут – это основа отношений с властью (законотворческими, правоохранительными, налоговыми и многими другими органами). Косвенно данные идеи подтверждают исследования Р.Г. Ардашева [1,2] и О.А. Полюшкевич [8,9]. Такой негативизм в социальном взаимодействии формирует постоянную ожесточенность и ожидание удара в спину, что приводит к большей осторожности и при возможности не входить в какие-либо отношения с данными органами.

Выявленные ментальные установки указывают на сложившееся условия восприятия реальности, паттерны поведения, которые разрушают внутренние механизмы легитимного миропорядка и делают акценты на приемлемость разрушения правовых норм и правил. Это

первый шаг к разрушению социальной системы в целом.

Недовольство социальным положением вещей: как развивается своя собственная жизнь, какие возможности и нормы есть у отдельного человека или организации для уверенного и устойчивого развития – становится благодатной почвой для ростков неготовности соблюдения законов, формирования схем неуплаты налогов и прочих экономических преступлений. Это лишь условие – для того, чтобы неудовлетворенность вылилась в реальную деструктивную прак-

тику – неуплаты налогов. И чтобы искоренить это явление – надо работать с самими установками.

Результаты транс-символического анализа ответов респондентов, когда мы просили их указать когнитивные (существительные), аффективные (прилагательные) и деятельностные (глаголы) слова, объясняющие неуплату налогов. Также они указывают на более предметное раскрытие общих ментальных установок, влияющих на свободную интерпретацию соблюдения налогового законодательства или его нарушения (см. таблицу).

Таблица. Транс-символический анализ ответов на причины неуплаты налогов (в %)

№	Установки	Когнитивные символы	Аффективные символы	Деятельностные символы
1	Негативное восприятие власти	Агрессия (65,2) Подавление (63,3) Сила (62,7)	Тотальная (67,8) Полное (65,6) Мощная (63,2)	Подавляет (66,6) Меняет (65,8) Разрушает (63,4)
2	Надежда на авось	Случай (66,4) Удача (63,2) Везение (61,9)	Счастливым (65,5) Яркая (62,4) Возможное (60,1)	Пронесет (68,8) Скроет (65,5) Поможет (62,9)
3	Будет когда ни будь хорошо	Надежда (68,4) Мечта (65,9) Фантазия (62,7)	Светлое будущее (69,9) Хорошее будущее (64,4) Счастливая (63,1)	Греет (68,7) Направляет (64,9) Развивает (63,4)
4	Личная безответственность	Сила сильных (61,4) Воля власти (59,7) Маленький человек (58,8)	Давящая (60,2) Решающая (57,8) Слабый (56,1)	Продвигает (61,1) Структурирует (56,6) Подчиняется (55,4)
5	Жить, по справедливости, а не по закону.	Совесть (60,4) Честь (59,9) Слово чести (57,7)	Личная (61,3) Народная (60,4) Сказанное (56,6)	Регулирует (60,2) Оберегает (59,7) Решает (55,3)
6	Выбор чувств, искренности, теплоты и душевности, а не расчета	Душевные отношения (61,3) Человеческое участие (60,1) Эмпатия (58,9)	Располагающие (60,8) Искреннее (59,9) Открытая (57,8)	Согревают (60,1) Помогает (59,1) Укрепляет (57,1)
7	Не высовываться	Тень (59,3) Невидимость (57,3) Скрытность (55,4)	Незаметная (58,7) Полная (56,6) Тотальная (54,4)	Скрывает (57,7) Растворяет (55,3) Защищает (53,9)
8	Привычка к обману	Лукавство (57,2) Ложь (54,9) Фальшь (53,4)	Привычное (55,6) Обычная (53,7) Типичная (51,2)	Развивает (53,7) Помогает (52,1) Скрывает (50,8)
9	Недоверие никому	Осторожность (56,8) Скрытность (55,5) Неверие (52,4)	Регулярная (55,9) Постоянная (54,1) Повседневное (53,8)	Отводит (54,4) Спасает (52,1) Уберегает (50,1)

Таким образом, менталитет – это основа восприятия жизненных условий и перспектив развития общества в целом, которые опирается на социокультурную среду, истории и традиции, а также современный контекст их развития в рамках экономических санкций

и политических катаклизмов. Он создает пространство, в котором конструируются социально одобряемые или неодобряемые условия и формы общественного воспроизводства. Конкретные смысловые коннотации выявляют в современном обществе внутренние противоре-



чия и протесты, которые вполне логично выливаются в неуплату налогов и разрушают социальные смыслы экономического законодательства Российской Федерации.

Выводы

Реальность современного этапа общественного воспроизводства делает необходимым учет ментального поля, а также социальных и человеческих ресурсов, способных перенаправить или трансформировать смыслы и контекст экономической нестабильности и возможностей ее объяснения, а также поиска вариантов устранения такого положения дел. Это социальные условия развития в тех условиях, что сложились на данный момент общественного воспроизводства и могут определить перспективы будущего развития.

Указанные россиянами общественные стереотипы, основанные на ментальных установках, формируют общую стратегию правильности неуплаты налогов, а не следования закону и выплате всех налоговых отчислений. Изменить это в одночасье невозможно, так как данный образ мыслей закладывался столетиями – отражен в сказках, пословицах и поговорках, а также подкреплен реальными примерами успешности тех, кто обходит налоги и сложным положением тем, кто пытается соблюсти букву закона.

Началом этих процессов может быть как деятельность органов власти и некоммерческих организаций, СМИ (как участников гражданского общества) в формировании новых социальных смыслов и сюжетов, например через социальную рекламу или биографические истории успешных предпринимателей, соблюдающих экономические законы страны и выплачивающих налоги. Это примеры конкретной активной предпринимательской деятельности, основанные на легитимных практиках общественного воспроизводства. Также как и личные примеры и личный выбор отдельных граждан – по уплате личных налогов (на имущество, транспорт и проч.). И чем больше таких приме-

ров будет обсуждаться и показываться в информационном пространстве, тем больше вероятность, что произойдут кардинальные изменения социального миропорядка. И когда таких примеров будет не один-два, а тысячи – тогда могут начать меняться социальные представления и общественные установки в отношении того зачем платить налоги и соблюдать закон, а не просто жить, по справедливости.

Даже ментальные установки могут быть отодвинуты на второй план – при условии наличия притягательных примеров альтернативных моделей поведения. Повторимся, что изменения могут начаться лишь в том случае, когда будет реализовываться новая идеологическая пропаганда – показывающая не только на словах, но и на реальных примерах – успех и признание тех, кто соблюдает нормы закона, платит налоги и получает гораздо больше социального признания, экономических возможностей, политической стабильности для дальнейшей стабильной работы, чем те, кто это не делает.

Решения представителей власти – на что делаются акценты, как показываются и тиражируются примеры гражданина страны, соблюдающего налоговый режим или предпринимателя – уплатившего все налоги – становится основой новой социально-управленческой и социальной-психологической политики страны. Откладывать эти процессы на потом – не приведет ни к чему хорошему, только к росту тех, кто не платит налоги. Поэтому, действовать надо было уже вчера. И чем масштабнее и планомернее будет новая политика по изменению ментальных установок – тем больше вероятности, то уже при нашей жизни наступят иные условия и формы эффективной работы и качественной жизни россиян, спокойно соблюдающих закон и уплативающих налоги.

Литература

1. Ардашев Р.Г. Иррациональное пространство правовых представлений россиян // Миссия конфессий. 2020. Т. 9. № 2 (43). С. 255–258.



2. Ардашев Р.Г. Иррациональность общественного мнения: страхи взаимодействия с представителями органов власти // Миссия конфессий. 2020. Т. 9. № 3 (44). С. 340–344.
3. Палашченко Е.В. Теория социального действия Т. Парсонса: через призму неуплаты налогов и несоблюдения налогового контроля // Социология. 2023. № 3. С. 120–127.
4. Палашченко Е.В. Экспертная оценка причин неуплаты налогов в современном обществе // Экспертные институты в XXI веке: цивилизационные и цифровые концепции меняющегося мира. Сборник научных трудов Второй международной научно-практической конференции. Науч. редактор Т.И. Грабельных. Иркутск, ИГУ, 2023. С. 399–402.
5. Петухов В.В. Готовность россиян к отстаиванию своих социально-экономических прав в «новой кризисной реальности» // Социологические исследования. 2016. № 11. С. 86–96
6. Покида А. Н., Зыбуновская Н.В. Правовые ценности современных россиян: приоритеты и противоречия // Социологические исследования. 2020. № 1. С. 92–99. DOI 10.31857/S013216250008327–2
7. Полюшкевич О.А. Борьба между правосудием и справедливостью в общественном сознании россиян // Социальная несправедливость в социологическом измерении: вызовы современного мира. Сборник материалов. 2018. С. 702–704.
8. Полюшкевич О.А. Доверие к институтам права // Социальные институты в правовом измерении: теория и практика. Материалы I Всероссийской научно-практической конференции. Иркутск, ИГУ, 2019. С. 96–103.
9. Полюшкевич О.А. Нормы права в оценках общественности // Государство, гражданское общество и право: теоретико-прикладные вопросы соотношения и развития. материалы Международной научно-практической конференции. Иркутск, ИГУ, 2019. С. 84–89.
10. Полюшкевич О.А. Социальное измерение счастья // Социология. 2022. № 2. С. 154–161.
11. Пружинин А.Н. Трансформация представлений о счастье // Материалы VII международной социологической Грушинской конференции «Навстречу будущему. Прогнозирование в социологических исследованиях». Ответственный редактор А.В. Кулешова. СПб., Питер, 2017. С. 501–506.
12. Санина А.Г. Уклонение от уплаты налогов (опыт анализа социально-экономических практик с позиций системной теории Т. Парсонса) // Социологические исследования. 2007. № 4 (276). С. 121–127.
13. Санина А.Г. Уклонение от уплаты налогов как социальный феномен и проблема управленческой практики // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2006. Т. 5. № 23. С. 73–76.

MENTAL ATTITUDES AS A REASON FOR NON-PAYMENT OF TAXES

Palashchenko E.V.
Irkutsk State University

The article analyzes the reasons for tax evasion, with special attention given to the mental characteristics of Russians that contribute to the formation of tax evasion strategies. Nine mental attitudes are identified that determine the importance of choosing not to pay taxes over the opportunity to fulfill one's obligations to the tax authorities. The work uses data from an empirical study that reveals social stereotypes regarding economic behavior and interaction with authorities, and also conclusions are drawn about the need for a new socio-economic policy, aimed through images of social advertising and positive examples of individuals and entrepreneurs who have paid taxes, to form the information space with new meanings that can change the mental attitudes of compatriots.

Keywords: taxes, tax evasion, mentality, assessment of Russians, social attitudes, public perceptions, economic crimes, social destruction.

References

1. Ardashev R.G. Irrational space of legal ideas of Russians // Mission of Confessions. 2020. Т. 9. No. 2 (43). pp. 255–258.



2. Ardashev R.G. Irrationality of public opinion: fears of interaction with government officials // *Mission of Confessions*. 2020. T. 9. No. 3 (44). pp. 340–344.
3. Palashchenko E.V. Theory of social action by T. Parsons: through the prism of non-payment of taxes and non-compliance with tax control // *Sociology*. 2023. No. 3. P. 120–127.
4. Palashchenko E.V. Expert assessment of the reasons for non-payment of taxes in modern society // *Expert institutions in the 21st century: civilizational and digital concepts of a changing world*. Collection of scientific papers of the Second International Scientific and Practical Conference. Scientific editor T.I. Rake. Irkutsk, ISU, 2023. pp. 399–402.
5. Petukhov V.V. The readiness of Russians to defend their socio-economic rights in the “new crisis reality” // *Sociological Research*. 2016. No. 11. P. 86–96
6. Pokida A. N., Zybunovskaya N.V. Legal values of modern Russians: priorities and contradictions // *Sociological studies*. 2020. No. 1. P. 92–99. DOI 10.31857/S013216250008327–2
7. Polyushkevich O.A. The struggle between justice and fairness in the public consciousness of Russians // *Social injustice in the sociological dimension: challenges of the modern world*. Collection of materials. 2018. pp. 702–704.
8. Polyushkevich O.A. Trust in legal institutions // *Social institutions in the legal dimension: theory and practice*. Materials of the I All-Russian Scientific and Practical Conference. Irkutsk, ISU, 2019. pp. 96–103.
9. Polyushkevich O.A. Rules of law in public assessments // *State, civil society and law: theoretical and applied issues of correlation and development*. materials of the International Scientific and Practical Conference. Irkutsk, ISU, 2019. pp. 84–89.
10. Polyushkevich O.A. Social dimension of happiness // *Sociology*. 2022. No. 2. P. 154–161.
11. Pruzhinin A.N. Transformation of ideas about happiness // *Materials of the VII international sociological Grushin conference “Towards the future. Forecasting in sociological research.”* Executive editor A.V. Kuleshova. St. Petersburg, Peter, 2017. pp. 501–506.
12. Sanina A.G. Tax evasion (experience of analyzing socio-economic practices from the perspective of T. Parsons’ system theory) // *Sociological Research*. 2007. No. 4 (276). pp. 121–127.
13. Sanina A.G. Tax evasion as a social phenomenon and a problem of management practice // *News of the Russian State Pedagogical University named after. A.I. Herzen*. 2006. T. 5. No. 23. P. 73–76.

Корпоративный университет: перспективы развития

Пружинин Александр Николаевич,

старший преподаватель на кафедре клинической, социальной психологии и гуманитарных наук, Фармацевтический факультет, Иркутский государственный медицинский университет; преподаватель на кафедре Государственной и муниципальной управления Института социальных наук Иркутского государственного университета
E-mail: pruzhinin96@mail.ru

В статье рассматриваются возможности и перспективы развития корпоративного университета. Приводятся результаты экспертного опроса руководителей компаний или руководителей подразделений компаний, отвечающих за корпоративное обучение. Делаются выводы о перспективах социального моделирования управления бизнесом через внедрение стандартов и механизмов корпоративного университета и корпоративного обучения.

Ключевые слова: корпоративный университет, корпоративное обучение, развитие, человеческие ресурсы, принципы развития, условия развития.

Корпоративный университет – система обучения персонала вне стен образовательных учреждений, находящийся внутри компании. Корпоративный университет работает для развития человеческих ресурсов компании, в соответствии со стратегическими целями и потребностями компании. Он строится на развитии личных качеств, знаний и навыков всех сотрудников компании, что в будущем помогает конструировать социальный имидж компании в городе, регионе, стране.

Чтобы корпоративный университет был эффективен необходимо быть включенным в процессы развития бизнеса: начиная от внешних условий цифровизации и глобализации, заканчивая локальными территориальными задачами развития направлений и сфер деятельности. При этом, адаптивность к изменениям на местах также должна быть моментально работающей. Условия развития бизнеса порой зависят от неожиданных процессов и не учитывать их в развитии корпоративного обучения невозможно. Также это соединение масштабных условий и точечных решений позволяет быть более мобильным и гибким, в отличие от традиционных форм обучения и переобучения персонала.

Более того, эффективность корпоративного университета измеряется практическим выхлопом, результатом изменения качества труда и финансового развития предприятия. Она фиксируется в заранее определенных параметрах эффективности обучения персонала, так как позволяет строить стратегии развития руководителей высшего и среднего звена, а также рядовых сотрудников. Оно может строиться на развитии навыков и компетенций, применимых при решении конкретных задач, а также для стратегического развития компании.

Отличительной особенностью корпоративного обучения выступает его индивидуализация. Учет личных особенностей, индивидуальных потребностей и перспектив – позволяет получить вы-



сококвалифицированного, мотивированного специалиста, способного брать ответственность, проявлять инициативу и развивать свои навыки в интересах компании и своих личных возможностей и желаний профессионального, личного и социального роста и развития.

Развитие корпоративных университетов рассматривается с позиции иррациональных условий (заговора корпораций для передела мира) – Р.Г. Ардашев [1–5], а также вполне рациональных аргументов и доводов развития человеческого капитала (Г.В. Дружинин [6,7], А.Н. Пружинин [11–17]), тенденций развития корпоративной социальной ответственности (О.А. Полюшкевич [9,10]), изменения роли и форм работы института образования в межсекторном взаимодействии (П.А. Трескин [18]) и т.д.

Условия возникновения и развития корпоративного университета могут варьироваться в зависимости от конкретной компании и ее потребностей, но все же можно выделить несколько общих факторов:

1. Развивающаяся компания. Компании, особенно успешно развивающиеся на рынке, часто видят необходимость в повышении квалификации своих сотрудников и их обучении новым технологиям и трендам в отрасли. Корпоративный университет позволяет компании быстро и легко обучать своих сотрудников наиболее важным и требуемым навыкам и компетенциям.

2. Высокая обучаемость сотрудников. Как правило, в компаниях, которые поощряют культуру обучения и развития своих сотрудников, более вероятно возникновение корпоративного университета. В компании, где сотрудники не ожидают от руководства развития своих профессиональных навыков, корпоративный университет может встретить сопротивление.

3. Высокая степень централизации и закрытости в компании. Некоторые крупные корпорации, которые действуют в закрытом режиме, могут видеть необходимость в создании собственного образовательного учреждения. Это может помочь компании сохранить свои техно-

логии и конфиденциальные информации и обучать своих сотрудников по специализированным направлениям.

4. Финансовая готовность компании. Создание корпоративного университета может потребовать значительных финансовых затрат, поэтому компании, которые могут позволить себе инвестировать в такую инициативу, склонные создавать корпоративный университет.

5. Сложности в оценке результатов. Оценка эффективности корпоративного университета может быть сложной задачей, по каким-то причинам находящейся за рамками понимания компании и её сотрудников. Компании может быть сложно определить, насколько полезно это обучение для сотрудников и компании в целом, и как оценить его результаты.

6. Отсутствие ресурсов на поддержание университета. Корпоративный университет может потребовать значительных финансовых ресурсов и высококвалифицированных сотрудников для поддержания его работы. Если компания не готова вложить достаточно ресурсов, то университет может оказаться неэффективным в долгосрочной перспективе.

Это основные, но далеко не единственные условия социального развития корпоративных университетов. Перспективы их развития еще более многообразны и достаточно расплывчаты. Разные сферы корпоративного обучения, идеология и миссия компаний определяет разный контекст и задачи корпоративного обучения. Эта неоднозначность трактовок и смыслов стала основой для проведения нами качественного исследования.

Особенности исследования

Мы опросили в формате экспертного полуструктурированного интервью, предпринимателей (владельцев и директоров среднего бизнеса), занимающихся обучением своих сотрудников (n=28). Возраст опрошиваемых был от 32 до 65 лет, руководителями компаний они выступали пять и более лет. Из них 70% мужчины и 30% женщины, все имеют высшее образование, 50% два высших и 25% ученую степень.

Целью опроса было выявление особенностей, проблем и механизмов развития корпоративного обучения в среднем бизнесе в России, а также выявление перспектив развития корпоративного обучения.

Анализ результатов исследования

Все эксперты в корпоративном обучении видят будущее развитие своих компаний (100%). Правда объяснения приводят разные.

Одни указывают на необходимость новых знаний в постоянно меняющемся мире (50%).

Быть на волне – значит постоянно учиться. Базовое вузовское образование не позволяет осваивать новые технологии, овладевать принципиально другими технологиями и тут без корпоративного обучения никуда. Развитие персонала – строится на развитии компании и наоборот. (И.А., руководитель отдела корпоративного обучения строительной компании).

Если ты не получаешь новые знания – то не попадаешь в ногу со временем. И, стало быть, завтра твоё место займут другие. А если компания не занимается развитием своего персонала, то на её место придёт другая компания и поглотит её или уничтожит. Законы рынка никто не отменял. Поэтому, обучение, а тем более корпоративное обучение – залог выживания компании и развития её сотрудников. (Е.Е., руководитель корпоративного университета лизинговой компании).

Другие говорят о том, что экономико-управленческая ситуация в мире и стране создаёт потребность в развитии человеческого капитала внутри компании (35%).

Корпоративное обучение требует систему управления, которая всё больше меняется в новом мире. И это дань новому этапу управленческого развития. Это конечно не Фордовский переворот в экономике, но достаточно близкие понятия. (Т.Е., руководитель корпоративного обучения сотовой компании).

Корпоративный университет – это ответ на потребность компании в новом

мышлении, новых стратегиях управления и развития. С развитием корпоративного обучения меняется суть и форма управления любой организации. Я нахожусь в этой нише уже более 10 лет и могу с уверенностью сказать, как развиваются корпоративные университеты крупного бизнеса – они создают тренды управления и стили нового менеджмента российских компаний. (Н.Л., руководитель корпоративного университета нефтяной компании).

Третьи рассматривают варианты социального развития, т.к. корпоративное обучение выступает инструментом мотивирования персонала и увеличения их социальной вовлечённости в работу компании, с учётом использования и развития не только основных навыков и компетенций, но и организации перспектив развития хобби (15%).

Корпоративный университет создаёт условия и предоставляет возможности для развития навыков и компетенций не только в своей узкой профессиональной нише, но и позволяет персоналу развивать свои хобби, усиливая тем самым социальную представленность самой компании в городе или регионе присутствия, что косвенно усиливает её имидж и социальную активность в территориальном развитии. (Т.Т., руководитель корпоративного обучения сети почтовых перевозок).

Чем больше сотрудник социально вовлечён в работу компании – тем более он эффективен. И это не всегда связано с той должностью, что он занимает в данный момент и может даже не быть связано с перспективами карьерного роста, но однозначно связано с усилением имиджа и социальной ответственности компании – за своих сотрудников и членов их семей, за город, регион и страну в целом. Благодаря корпоративному университету создаётся и укрепляется репутация компании. (О.Ю., руководитель корпоративного обучения банка).

Эксперты выделили некоторые из возможных направлений развития корпоративных университетов в будущем могут быть:



1. Переход к более интегрированной модели совместного обучения с внешними университетами и компаниями, увеличивая тем самым доступ к многообразным материалам.

Проблемой для корпоративных университетов выступает поиск специалистов, способных вести обучение. При этом обучение передовое, новаторское. Возможность получать передовой опыт есть у преподавателей университетов, поэтому, как мне видится, необходимо строить интегрированные модели корпоративного обучения совместно с университетами. (О.Ю., руководитель корпоративного обучения банка).

Мозги, интеллектуальный капитал, который консолидируется в университете является кладезем опыта и возможностей для корпоративного обучения. Это не значит, что все сотрудники пошли в вузы учиться – это значит, что отдельных специалистов стоит приглашать на ключевые курсы, лекции, мастер-классы – чтобы актуальная информация была структурирована и логично объяснена практикам. Это партнерство корпоративного университета и вузов нашей страны – может дать колоссальный прирост интеллектуального капитала. (С.С., руководитель корпоративного обучения нефтяной компании).

2. Развитие инноваций в применении программированного обучения и искусственного интеллекта, чтобы улучшить эффективность обучения и адаптацию к новым технологиям и реалиям.

Без цифровых платформ, отвечающих современным требованиям перспектив развития у корпоративных университетов и в целом корпоративного обучения нет. Только передовое освоение новых форматов социального моделирования даст возможность регулировать необходимые навыки и знания персонала. (Т.Т., руководитель корпоративного обучения сети почтовых перевозок).

Виртуальность создает большое количество возможностей социального развития и моделирования будущего производства компании, ее интеллектуального капитала и человеческих ресурсов в целом. Это уже необходимая

дань времени. Без виртуальности нет перспектив развития. (Т.Е., руководитель корпоративного обучения сотовой компании).

3. Улучшение координации между внутренними подразделениями компании и корпоративным университетом, для адаптации обучения к специалистам в каждой отдельной области.

Корпоративное обучение делает более прозрачными связи внутри компании, создает условия для развития целых подразделений и регулирования комплексного продвижения к нужному результату. (И.А., руководитель отдела корпоративного обучения ИТ-компании).

Адаптация сотрудников к новым условиям труда проходит в разы быстрее и эффективнее, когда их обучают, готовят к принципиально новым формам социального взаимодействия, технологического развития и технического оснащения своей работы. Это четко мной замеченная закономерность. (О.Ю., руководитель корпоративного обучения банка).

4. Разработка гибких программ обучения, которые позволят сотрудникам овладеть навыками в соответствии с их индивидуальными потребностями и индивидуальном графике работы.

Личность сотрудника является ресурсом компании. Конечно – это не просто – к каждому искать свой подход, это требует особых затрат времени и интеллекта, но результат того стоит – без индивидуализации подхода к обучению, он теряет свою эффективность на пятьдесят процентов. Поэтому гибкий график работы – залог мотивации сотрудников к обучению и получения максимума эффектов для самой компании. (А.А., руководитель департамента корпоративного обучения добывающей компании).

Потребности сотрудника в обучении являются важным фактором составления индивидуального образовательного листа, который реализуется в рамках корпоративного обучения. Это могут быть долгосрочные жизненные планы, так и краткосрочные цели, но и те и другие помогают выстроить логику корпоративного обучения, подчеркнуть ее

уникальность и перспективы развития. (В.Ю., руководитель отдела корпоративного обучения энергетической компании).

5. Улучшение методов оценки эффективности обучения, чтобы определить его влияние на производительность сотрудников и успех компании в целом.

Чтобы запускать образовательные программы внутри любой компании – необходимо сформулировать шкалу эффективности корпоративного обучения, определить методы оценки его эффективности. Чтобы было понятно – что удастся, а что нет, где необходима корректировка. (С.Н., руководитель отдела корпоративного обучения сети торговых компаний).

Корпоративный университет эффективен лишь тогда, когда мы знаем что хотим и знаем как это можно проверить, какие шкалы, оценки и формы контроля обучения изначально закладываются и вводятся в процессе работы – так и будет развиваться компания. (Д.Ю., руководитель отдела корпоративного обучения сети компаний индустрии красоты).

Развитие крупного и среднего бизнеса России без корпоративного обучения обречено на провал. Корпоративный университет становится точкой максимального соединения интересов страны, компании и ее сотрудников; способствует развитию человеческих ресурсов, интеллектуального потенциала и личных стратегий развития всех участников образовательного развития любой компании. Таким образом, корпоративный университет – это механизм выживания в непростых условиях на рынке, который позволяет учитывать внешние изменения и новаторские методы и технологии с интересами сотрудников и моделировать перспективы развития компании, укрепления социального капитала и имиджа в регионах присутствия.

Выводы

Корпоративные университеты будут оставаться важным средством развития сотрудников и успешной работы компаний в будущем. Они могут быть приспособлены к новым форматам и технологи-

ям, таким как online-обучение и лекции, облачные ресурсы, виртуальные классы и др. Или же включать традиционные форматы обучения, но общий результат их применения один – развитие персонала, компании, региона и страны в целом.

Экспертный опрос показывает неоднозначность и проблемность развития корпоративных университетов, но при этом серьезную потребность именно в этом формате обучения сотрудников. Развитие человеческих ресурсов выступает универсальным критерием социального развития компании и возможности ее встроиться в новые реалии развития общества. Важным моментом выступают личные приоритеты и желания сотрудников, которые, в свою очередь, и являются факторами мотивации персонала в обучении и укреплении позиций компании на рынке.

Будущее корпоративных университетов будет зависеть от развития экономики, рынка труда и технологий, доступных для сотрудников компаний, а также от стратегии развития самой компании. Но, в любом случае – взаимодействие бизнеса и образования в сфере корпоративного образования будет все больше и больше расширяться. Поэтому, необходимо усилить условия и формы социального моделирования данных процессов, регулирования качества и механизмов обучения и последующего развития человеческого капитала. А также учесть особенности личных мотивов сотрудников компаний для получения новых знаний и навыков.

Литература

1. Ардашев П.Г. Конспирологическое мышление современных россиян // Социология. 2023. № 3. С. 225–233.
2. Ардашев П.Г. Конспирологические теории в период пандемии: эффекты сознания // Социология. 2021. № 5. С. 74–81.
3. Ардашев П.Г. Теории заговора в общественном мнении россиян // Миссия конфессий. 2020. Т. 9. № 1 (42). С. 145–154.
4. Ардашев П.Г. Распространение конспирологических теорий под влия-



- нием виртуализации // Социальная реальность виртуального пространства. Материалы III Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией О.А. Полюшкевич. Иркутск, ИГУ, 2021. С. 9–12.
5. Ардашев Р.Г. Роль социальных коммуникаций в развитии конспирологического мышления // Социальные коммуникации: философские, политические, религиозные, культурно-исторические измерения. Сборник статей III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Под общей редакцией О.Ф. Гаврилова, О.И. Жуковой, С.Н. Чируна. Кемерово, 2023. С. 236–240.
 6. Дружинин Г.В., Пружинин А.Н. Производство человеческого капитала в отечественных компаниях // Социология. 2019. № 3. С. 62–70.
 7. Дружинин Г.В., Пружинин А.Н., Мамурков Е.В. Стратегии развития человеческого капитала нефтяных компаний // Социология. 2019. № 1. С. 114–123.
 8. Полюшкевич О.А. Введение в корпоративную социальную ответственность. Учеб. Пособ. Иркутск, ИГУ, 2012. 131 с.
 9. Полюшкевич О.А. Тенденции развития корпоративной социальной ответственности: федеральный и региональный аспекты // Проблемы управления развитием социальных систем: личности, организации, территории. Сборник научных трудов. Иркутск, ИГУ, 2014. С. 103–110.
 10. Полюшкевич О.А., Трескин П.А., Кобыцкий А.В. Бизнес и власть: основы гражданской консолидации // Дискуссия. 2012. № 6. С. 94–100.
 11. Пружинин А.Н. Влияние корпоративного университета на развитие человеческого капитала компаний // Социология. 2021. № 1. С. 128–140.
 12. Пружинин А.Н. Моделирование развития человеческого капитала в современном бизнесе // Социология. 2022. № 2. С. 59–68.
 13. Пружинин А.Н. Особенности стратегического развития человеческого капитала // Социология. 2020. № 2. С. 306–313.
 14. Пружинин А.Н. Региональная специфика развития человеческого капитала (на примере Иркутской области) // Социология. 2021. № 3. С. 114–125.
 15. Пружинин А.Н. Человеческий капитал нефтяных компаний // Социология. 2018. № 4. С. 151–154.
 16. Пружинин А.Н. Корпоративное обучение в многополярном мире // Этнопсихологические и кросс-культурные проблемы, и ресурсы становления многополярного мира (восточный и западный подходы). Материалы Международной научно-практической конференции. Иркутский государственный университет, Бурятский государственный университет им. Д. Банзарова. Иркутск, ИГУ, 2023. С. 318–320.
 17. Пружинин А.Н. Экспертное управление корпоративным обучением: анализ практик РЖД // Экспертные институты в XXI веке: цивилизационные и цифровые концепции меняющегося мира. Сборник научных трудов Второй международной научно-практической конференции. Науч. редактор Т.И. Грабельных. Иркутск, ИГУ, 2023. С. 417–420.
 18. Трескин П.А. Роль института образования в межсекторном взаимодействии // Alma Mater (Вестник высшей школы). 2014. № 4. С. 71–75.

CORPORATE UNIVERSITY: DEVELOPMENT PROSPECTS

Pruzhinin A.N.
Irkutsk State University

The article discusses the possibilities and prospects for the development of a corporate university. The results of an expert survey of company managers or heads of company departments responsible for corporate training are presented. Conclusions are drawn about the prospects for social modeling of business management through the introduction of standards and mechanisms of a corporate university and corporate training.

Keywords: corporate university, corporate training, development, human resources, development principles, development conditions.



References

1. Ardashev R.G. Conspiracy thinking of modern Russians // *Sociology*. 2023. No. 3. P. 225–233.
2. Ardashev R.G. Conspiracy theories during a pandemic: effects of consciousness // *Sociology*. 2021. No. 5. P. 74–81.
3. Ardashev R.G. Conspiracy theories in the public opinion of Russians // *Mission of Confessions*. 2020. Vol. 9. No. 1 (42). pp. 145–154.
4. Ardashev R.G. Spread of conspiracy theories under the influence of virtualization // *Social reality of virtual space. Materials of the III International Scientific and Practical Conference*. Under the general editorship of O.A. Polyushkevich. Irkutsk, ISU, 2021. pp. 9–12.
5. Ardashev R.G. The role of social communications in the development of conspiracy thinking // *Social communications: philosophical, political, religious, cultural and historical dimensions*. Collection of articles of the III All-Russian scientific and practical conference with international participation. Under the general editorship of O.F. Gavrilova, O.I. Zhukova, S.N. Chiruna. Kemerovo, 2023. pp. 236–240.
6. Druzhinin G.V., Pruzhinin A.N. Reproduction of human capital in domestic companies // *Sociology*. 2019. No. 3. P. 62–70.
7. Druzhinin G.V., Pruzhinin A.N., Mamurov E.V. Strategies for the development of human capital of oil companies // *Sociology*. 2019. No. 1. P. 114–123.
8. Polyushkevich O.A. Introduction to corporate social responsibility. Textbook Benefit Irkutsk, ISU, 2012. 131 p.
9. Polyushkevich O.A. Trends in the development of corporate social responsibility: federal and regional aspects // *Problems of managing the development of social systems: individuals, organizations, territories*. Collection of scientific papers. Irkutsk, ISU, 2014. pp. 103–110.
10. Polyushkevich O.A., Treskin P.A., Kobrzhitsky A.V. Business and power: foundations of civil consolidation // *Discussion*. 2012. No. 6. P. 94–100.
11. Pruzhinin A.N. The influence of a corporate university on the development of human capital of companies // *Sociology*. 2021. No. 1. P. 128–140.
12. Pruzhinin A.N. Modeling the development of human capital in modern business // *Sociology*. 2022. No. 2. P. 59–68.
13. Pruzhinin A.N. Features of the strategic development of human capital // *Sociology*. 2020. No. 2. P. 306–313.
14. Pruzhinin A.N. Regional specifics of human capital development (on the example of the Irkutsk region) // *Sociology*. 2021. No. 3. P. 114–125.
15. Pruzhinin A.N. Human capital of oil companies // *Sociology*. 2018. No. 4. pp. 151–154.
16. Pruzhinin A.N. Corporate training in a multipolar world // *Ethnopsychological and cross-cultural problems, and resources for the formation of a multipolar world (Eastern and Western approaches)*. Materials of the International Scientific and Practical Conference. Irkutsk State University, Buryat State University named after. D. Banzarova. Irkutsk, ISU, 2023. pp. 318–320.
17. Pruzhinin A.N. Expert management of corporate training: analysis of Russian Railways practices // *Expert institutions in the 21st century: civilizational and digital concepts of a changing world*. Collection of scientific papers of the Second International Scientific and Practical Conference. Scientific editor T.I. Rake. Irkutsk, ISU, 2023. pp. 417–420.
18. Treskin P.A. The role of the educational institution in intersectoral interaction // *Alma Mater (Bulletin of Higher School)*. 2014. No. 4. pp. 71–75.



Миграционные процессы и рождаемость

Синельников Александр Борисович,

доктор социологических наук, профессор
кафедры социологии семьи и демографии, МГУ
имени М.В. Ломоносова
E-mail: sinalexander@yandex.ru

В статье анализируются данные 30-го раунда исследования «Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения», проведенного Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики» и ООО «Демоскоп» в 2021–2022 гг. При обработке данных респонденты, которые принимали участие в этом исследовании, были разделены на три группы. Первая группа состоит из местных уроженцев, вторая – из тех, которые родились в других местах, но поселились в этом населенном пункте в возрасте моложе 16 лет, третья – из тех, которые поселились в этом населенном пункте в возрасте 16 лет и старше. Анализ этих данных показал, что местные уроженцы имеют (в среднем на одного человека) гораздо меньше детей и значительно чаще не имеют их вообще, чем давние и недавние мигранты. В то же время среди самих мигрантов нет существенных различий по этим показателям между теми, которые были уже взрослыми, когда поселились там, где они проживают в настоящее время и теми, которые на момент переселения были еще детьми и прибыли на новые места вместе со своими родителями. По мнению автора, различия между мигрантами и местными уроженцами по числу детей объясняются тем, что мигрантами становятся главным образом люди, которые не боятся трудностей, связанных с переселением в другой город, регион или страну. Эти же люди не боятся трудностей, связанных с необходимостью заботиться о детях. Их дети нередко усваивают такое же отношение к сложным проблемам в жизни в процессе воспитания в родительских семьях.

Ключевые слова: рождаемость, число детей, бездетность, многодетность, миграционная история, мужчины, женщины, отцы, матери.

Работа выполнена в рамках проекта Российского научного фонда «Социальное конструирование жизненных стратегий семей с разным числом детей: социолого-демографические исследования» (грант РНФ, № 23–28–00518)

В демографической литературе идут споры о том, следует ли решать проблему депопуляции с помощью льгот и пособий семьям с детьми [5, с. 328–345] или существенное повышение рождаемости вообще невозможно и следует компенсировать естественную убыль населения только за счет миграционного прироста [1, с. 196–199, 301–305]. Притягательными для мигрантов часто оказываются богатые страны и регионы, где уровень рождаемости давно находится ниже черты простого замещения поколений, из-за чего каждое следующее поколения численно меньше предыдущего. Неполное замещение поколений приводит к уменьшению численности коренного населения и старению его возрастного состава. Миграция чаще идет из стран и регионов с относительно высокой рождаемостью в страны и регионы, где уровень рождаемости очень низкий [4]. Такая миграция полностью или частично компенсирует превышение числа умерших над числом родившихся и в какой-то мере омолаживает возрастную структуру населения. Кроме того, в семьях мигрантов среднее число детей обычно больше, чем в семьях коренных жителей. Поэтому рост доли мигрантов среди жителей страны может способствовать и некоторому повышению общих и суммарных коэффициентов рождаемости среди ее населения в целом [2]. Степень этого влияния зависит от того, будут ли сохраняться (а если будут, то сколько времени) повышенные репродуктивные установки среди мигрантов, в тех странах и регионах, где они поселились и наследуют ли их дети эти установки.

Как отмечает К.И. Казенин, в демографической литературе выдвигались, по меньшей мере, четыре различные гипотезы (или сценария) динамики рождаемости у мигрантов, причем ни одна из них не противоречит какой-либо из остальных [2; 10; 11].

Согласно гипотезе адаптации уровень рождаемости среди мигрантов (и,

тем более, среди их детей) должен сближаться с уровнем рождаемости среди коренных жителей [7].

Согласно *гипотезе социализации* репродуктивная установка формируется у женщин в детстве (до достижения 16 лет) под влиянием среды, в которой происходила ее первичная социализация и в дальнейшем почти не меняется, несмотря на смену места жительства и социального окружения [12].

Гипотеза селективности исходит из того, что, в отличие от беженцев, экономическими мигрантами становятся люди особого психологического типа, ориентированные на успешную социальную мобильность, которую они не считают возможной для себя осуществить там, где они родились. Они не боятся трудностей, связанных с бытовой адаптацией в других городах, регионах и странах. Как повышение социального статуса, так и интеграция в новую (и не всегда дружелюбную к ним) социальную среду проходят легче для женщин без детей или с одним-двумя детьми, чем для многодетных. Согласно гипотезе селективности, потенциальные мигранты еще до переселения на новые места имеют (или) собираются иметь меньше детей, чем их соседи, которые не собираются куда-либо уезжать [8; 9].

С гипотезой *селективности* связана *гипотеза разрыва*, согласно которой бытовые трудности жизни в течение первых лет в другом городе, регионе или стране, легче преодолеваются теми, кто в этот период не имеет детей либо имеет их меньше, чем у соседей и (или) откладывает их рождение либо вообще решают больше их не иметь [2]. На выбор такой стратегии репродуктивного поведения влияет также и ослабление либо разрыв связей с родителями, которые остаются на прежнем месте жительства и не могут постоянно участвовать в уходе за маленькими детьми.

К.И. Казенин проверял применимость этих гипотез к мигрантам, переселившимся из одних районов Республики Дагестан в другие города и районы той же республики, а также к выходцам из Дагестана, проживающим в городе

Астрахань и в Тюменской области. Разумеется, данные о столь специфических группах населения нельзя распространять на всех мигрантов, прибывших в Россию из стран ближнего и дальнего зарубежья в Россию либо из одних российских регионов в другие. Кроме того, подобно большинству демографов, изучающих факторы рождаемости, К.И. Казенин анализировал данные опросов, проведенных только среди женщин. Такой подход к изучению этих проблем основан на явном или неявном предположении, что мнения мужей этих женщин о том, сколько детей надо иметь в семье, не имеют существенного значения.

В данной статье изучается влияние миграции на рождаемость во всей Российской Федерации в целом. Основным источником информации является размещенная в открытом доступе на сайте ВШЭ база данных 30-го раунда исследования РМЭЗ НИУ ВШЭ – «Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ-ВШЭ», проведенного в 2021–2022 гг. Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики» и ООО «Демоскоп» при участии Центра народонаселения Университета Северной Каролины в Чапел Хилле и Института социологии РАН¹. Анализ проводится без дифференциации по регионам, но отдельно для мужчин и женщин. Общее число совершеннолетних респондентов, ответивших на вопросы о поле, возрасте, числе детей и годе прибытия в населенные пункты, где они проживали на момент опроса – 8128 человек. Анализ показателей детности (распределение по числу детей, среднее число детей в расчете на одного мужчину или женщину того или иного возраста (включая бездетных) и на одного родителя (отца или мать) проводился как для мужчин, так и для женщин отдельно по каждой возрастной группе, начиная с интервала от 18 до 29 лет (рис. 1).

¹ Сайт обследования РМЭЗ НИУ ВШЭ (RLMS-HSE): <https://www.hse.ru/rms> (дата обращения 19.11.2023).



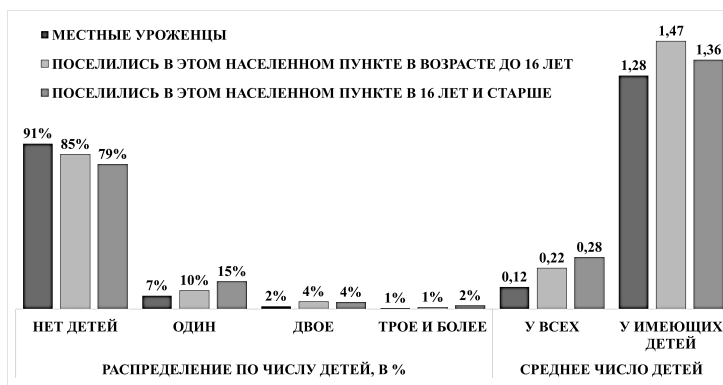


Рис. 1. Распределение по числу детей (в %) и среднее их число у местных и приезжих МУЖЧИН 18–29 лет. Расчеты по базе данных 30-го раунда РМЭЗ НИУ ВШЭ (2021–2022 гг.)

У подавляющего большинства молодых мужчин этого возраста детей еще нет. Больше всего бездетных среди местных уроженцев – 91%. Это на 12% превышает соответствующий показатель среди тех, кто поселился в данном населенном пункте после достижения 16 лет (79%). Разница между этими группами находится на грани статистической значимости ($p = 0,05$).

Судя по этим данным, местные уроженцы либо женятся позже, либо чаще откладывают рождение первого ребенка уже после вступления в брак, чем приезжие. Прибывшие в эти же населенные пункты в возрасте до 16 лет включительно занимают промежуточное место по доле бездетных (85%) между крайними группами. Доля многодетных во всех трех группах (по 1% в каждой из них). Среднее число детей в расчете на одного респондента

(включая бездетных) тоже очень невелико – от 0,12 в первой группе, до 0,28 – в последней. Различие между этими показателями формально не является статистически достоверным на обычно принятом уровне значимости ($p \leq 0,05$). В данном случае $p = 0,07$. Однако при таком уровне значимости можно быть хотя и не 95%, но на 93% быть уверенным в том, что это различие не является случайным. Но это обусловлено главным образом различиями между долями бездетных. Различия же между средними числами детей в расчете на одного родителя (в данном случае – отца) находятся в пределах статистической погрешности.

Аналогичные различия между соответствующими показателями среди женщин той же возрастной группы представлены на рис. 2.

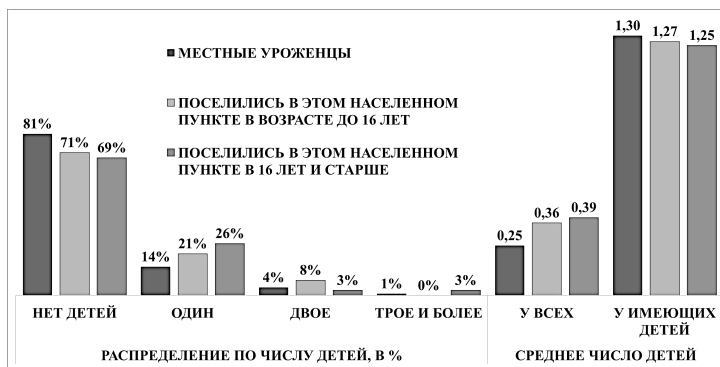


Рис. 2. Распределение по числу детей (в %) и среднее их число у местных и приезжих ЖЕНЩИН 18–29 лет. Расчеты по базе данных 30-го раунда РМЭЗ НИУ ВШЭ (2021–2022 гг.)

Большинство женщин в возрасте от 18 до 29 лет еще не стали матерями: от 81% в первой группе до 69% – в третьей. Различие составляет 12% и является значимым ($p < 0,05$). Во второй группе показатель на 10% меньше, чем в первой ($p = 0,07$) и только на 2% больше, чем в третьей. Доля многодетных во всех трех группах не превышает 3%. Среднее число детей у женщин этого возраста (включая бездетных) составляет от 0,25 в первой группе, до 0,39 – в третьей ($p = 0,08$). Во второй группе этот показатель составляет 0,36, что на 0,11 пункта больше, чем в первой группе ($p = 0,11$), но лишь на 0,03 пункта больше, чем в третьей. Как и у мужчин, различия по среднему числу детей на одного респондента между этими группами определяются почти исклю-

чительно различиями в долях бездетных. Показатели среднего числа детей в расчете на одну женщину-мать во всех трех группах почти одинаковы.

Несмотря на то что из-за более позднего вступления в брак доля бездетных среди мужчин больше, чем среди женщин, различия по всем показателям среди респондентов мужского и женского пола в возрасте от 18 до 29 лет имеют одну и ту же направленность. Большинство респондентов еще не создали семьи с детьми, а те, у кого такие семьи уже есть, как правило, имеют только одного ребенка.

В следующей возрастной группе (30–39 лет) у большинства респондентов уже есть дети, но их число еще не является итоговым и может значительно увеличиться (рис. 3 и 4).

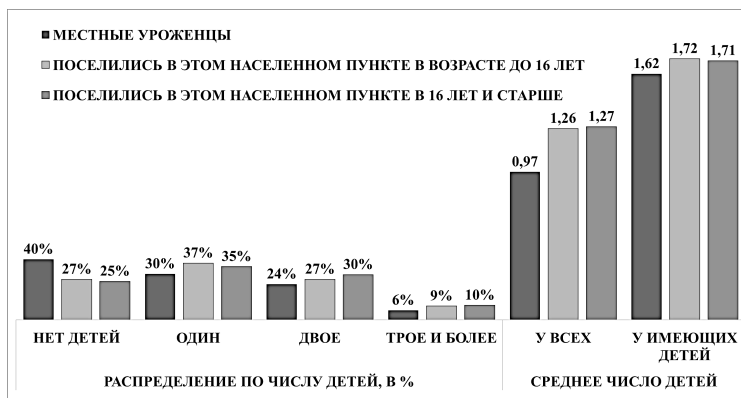


Рис. 3. Распределение по числу детей (в %) и среднее их число у местных и приезжих МУЖЧИН 30–39 лет. Расчеты по базе данных 30-го раунда РМЭЗ НИУ ВШЭ (2021–2022 гг.)

Многие респонденты, особенно мужчины, даже в этом возрасте все еще остаются бездетными. 40% мужчин 30–39 лет, которые являются местными уроженцами, не имеют ни одного ребенка (рис. 2). Для такого возраста это очень большой процент бездетных.

Среди тех, которые родились в других местах, но поселились в данных населенных пунктах в возрасте до 15 лет включительно (вероятно, из-за миграции их родителей), бездетных тоже немало (27%), но все же значительно меньше, чем среди местных уроженцев. Нет детей и у 25% мигрантов, прибывших в возрастах старше 15 лет. Большинство из них прибы-

ли на новые место жительства самостоятельно, чтобы устроиться на работу или поступить в вузы, колледжи, техникумы и другие учебные заведения, дающие профессиональное образование.

Однако и в обеих группах мигрантов, которые мало отличаются в данном отношении друг от друга, доля бездетных слишком велика для этого возраста. Но все же она значительно (на 13–15%) ниже, чем среди местных уроженцев. Различия статистически значимы ($p < 0,01$).

Доля имеющих трех и более детей во всех группах очень мала (от 6 до 10%), а различия между группами не являются значимыми.



Среднее число детей у местных уроженцев (включая бездетных) меньше одного ребенка (0,97). Это существенно ниже ($p \leq 0,01$), чем в двух других группах (1,26 и 1,27 соответственно). Однако различия объясняются почти исключительно более высокой долей бездетных в первой группе. Средние числа детей

в расчете на одного отца во всех трех группах (1,62, 1,72 и 1,71) весьма близки друг к другу. Различия между ними не значимы.

У женщин 30–39 лет показатели детности заметно отличаются от соответствующих данных по мужчинам той же возрастной группы (рис. 4).

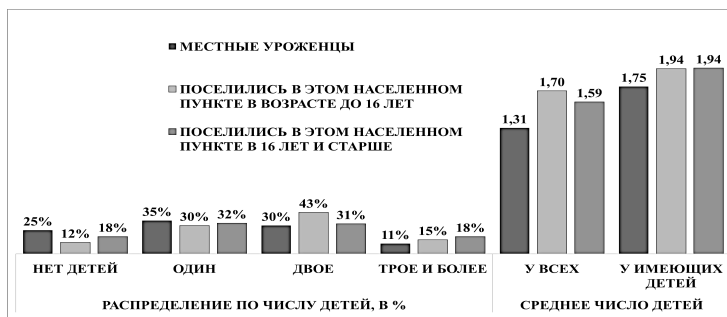


Рис. 4. Распределение по числу детей (в %) и среднее их число у местных и приезжих ЖЕНЩИН 30–39 лет. Расчеты по базе данных 30-го раунда РМЭЗ НИУ ВШЭ (2021–2022 гг.)

Доля бездетных среди женщин 30–39 лет, которые являются местными уроженцами, весьма велика (25%), но все же существенно (на 15%) меньше, чем среди мужчин того же возраста. Различие значимо. Женщины, прибывшие в эти населенные пункты в возрасте до 16 лет, т.е., как правило, вместе с родителями, остаются бездетными в два раза реже (в 12% случаев). Статистическая значимость различия между этими группами по данному показателю бесспорна ($p < 0,001$). Но некоторые сомнения вызывает разница между проживающими по месту своего рождения (25%) и мигрантами, прибывшими после достижения 16 лет (18%). В данном случае $p = 0,09$. Скорее всего, это различие не случайно. Но оно невелико (7%). Вторая группа женщин-респондентов, в отличие от других возрастов, не занимает промежуточного положения по данному показателю между первой и третьей группами. Напротив, показатель в ней даже ниже, чем в двух других группах, хотя значимость небольшого различия с третьей группой (6%) вызывает некоторые сомнения ($p = 0,13$).

Доля имеющих трех и более детей в первой группе составляет 11%, во вто-

рой – 15%, в третьей – 18%. Различие между крайними группами не очень заметно (7%), но статистически значимо ($p < 0,05$). Вторая группа занимает промежуточное положение между первой и третьей.

Среднее число детей на одну женщину (включая бездетных) в первой группе равно 1,31, во второй – 1,70, в третьей – 1,59. Вторая и третья группа заметно и статистически значимо отличаются от первой, но довольно мало – друг от друга.

Различия между группами не полностью объясняются разной частотой бездетности. Среднее число детей на одну мать как во второй, так и в третьей группе (в обоих случаях – 1,94) тоже больше, чем в первой (1,75). Разница между первой и третьей группами соответствует принятому критерию значимости ($p < 0,05$).

В возрастах от 40 до 49 лет число детей у мужчин довольно близко к итоговому (рис. 5). Однако даже и в этом возрасте каждый четвертый мужчина из числа местных уроженцев все еще остается бездетным (25%). Хотя некоторые из них еще могут стать отцами, вероятность этого не слишком велика.

Среди мужчин, которые родились в других местах, но еще не достигнув возраста 16 лет, поселились там, где живут и сейчас, доля бездетных составляет

12%. Это в два раза меньше, чем среди местных уроженцев. Значимость различия между этими группами несомненна ($p < 0,001$).

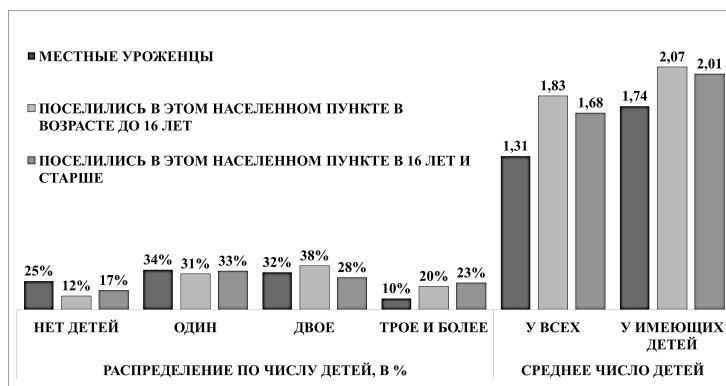


Рис. 5. Распределение по числу детей (в %) и среднее их число у местных и приезжих МУЖЧИН 40–49 лет. Расчеты по базе данных 30-го раунда РМЭЗ НИУ ВШЭ (2021–2022 гг.)

В третьей группе, т.е. среди прибывших после того, как им исполнилось 16 лет, бездетных несколько больше, чем во второй группе (17%). Однако различие между второй и третьей группами не значимо, в отличие от разницы на 8% между первой и третьей группами, значимость которого хотя и не бесспорна ($p = 0,06$), но все же весьма близка к принятому порогу ($p \leq 0, 05$). В то же время доля многодетных составляет лишь 10%. Это намного меньше, чем во второй и третьей группах (20 и 23% соответственно).

Среднее число детей на одного мужчину (включая бездетных) в первой группе составляет 1,31. Это также очень значительно и статистически значимо ниже, чем во второй (1,68), и в третьей группе (1,83). В то же время различия между второй и третьей группам по этому показателю не значимы. Такой же характер имеет дифференциация показателей в расчете на одного отца (1,74 – в первой группе, 2,07 – во второй и 2,01 – в третьей).

Среди женщин 40–49 лет различия между тремя группами респондентов по показателям детности меньше, чем у мужчин (рис. 6).

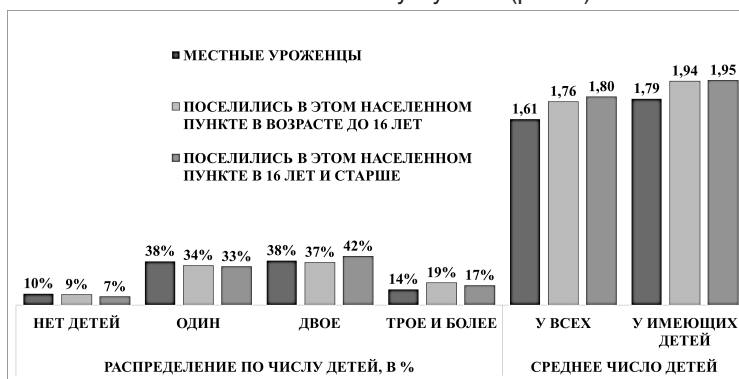


Рис. 6. Распределение по числу детей (в %) и среднее их число у местных и приезжих ЖЕНЩИН 40–49 лет. Расчеты по базе данных 30-го раунда РМЭЗ НИУ ВШЭ (2021–2022 гг.)



В возрасте 40–49 лет показатели детности у женщин очень близки к итоговым и могут отличаться от них не более чем на 1%, как по долям имеющих то или иное число детей, так и по среднему числу детей.

Доля бездетных в первой группе составляет 10%. Это в два с половиной раза меньше, чем среди их ровесников мужчин из той же группы, но лишь на 1% больше, чем среди женщин того же возраста из второй группы и только на 3% больше чем в третьей. Такие различия между этими группами женщин статистически не значимы. Доля многодетных среди женщин в первой группе – 14% (у мужчин из той же группы – 10%). Среди женщин во второй группе многодетных несколько больше – 19%, а в третьей – 17%. Это лишь немногим больше, чем в первой группе женщин, и несколько меньше, чем в соответствующих группах мужчин.

Среднее число детей как в расчете на одну женщину (включая бездетных), так и на одну мать, в первой группе меньше, чем в двух других. Уровень значимости различий между средним числом детей на одну мать между первой и третьей группами $p = 0,04$. Во всех остальных случаях уровень значимости меньше, чем 0,1, но больше, чем 0,05. Однако

все различия между средними числами детей в расчете на одну женщину или на одну мать невелики, а сами эти показатели, которые уже очень близки к итоговым, но весьма далеки от того уровня, который необходим для обеспечения простого замещения поколений.

Среднее число детей у женщин из первой группы, включая бездетных (1,61) значительно больше, чем у мужчин из той же группы (1,31). Во второй группе, мужчины, напротив, имеют несколько больше детей, чем женщины (1,83 против 1,76), а в третьей меньше (1,68 против 1,80). Но во второй и третьей группах эти различия невелики и статистически не значимы.

Большое различие в первой группе объясняется намного более высокой долей бездетных среди мужчин. Среднее число детей в расчете на одного отца (1,74) лишь на 0,05 пункта меньше, чем одну мать из той же группы (1,79). Возраста старше 50 лет для женщин всегда являются пострепродуктивными, а для мужчин – не всегда. Однако и в этих возрастах распределение по числу детей среди мужчин и женщин весьма различно, но по-прежнему зависит от миграционной истории (рис. 7, 8, 9 и 10).

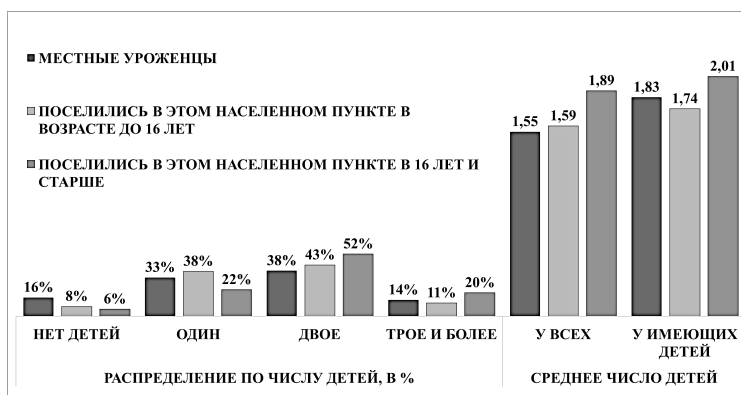


Рис. 7. Распределение по числу детей (в %) и среднее их число у местных и приезжих МУЖЧИН 50–59 лет. Расчеты по базе данных 30-го раунда РМЭЗ НИУ ВШЭ (2021–2022 гг.)

Среди мужчин от 50 до 59 лет, которые являются местными уроженцами, каждый шестой (16%) все еще не имеет детей. Это в два раза больше, чем среди

мигрантов, прибывших в детстве (8%), и почти в три раза больше, чем среди тех, которые поселились там, где живут сейчас, будучи уже взрослыми. Пер-

вая группа сильно отличается от второй и третьей, которые весьма похожи друг на друга. Доля многодетных среди местных уроженцев составляет 14%, а среди мигрантов, прибывших после достижения 16 лет – 20%. Разница между этими группами составляет только 6%. Статистическая значимость этого небольшого различия не бесспорна ($p = 0,15$). Кроме того, в третьей группе значительно больше двухдетных и намного меньше однопородных, чем в двух других группах.

Среднее число детей у мужчин этого возраста, включая бездетных, составляет 1,55 в первой группе и примерно столько же – во второй (1,59). В третьей группе этот показатель намного выше (1,89). Значимость больших различий между этой группой и двумя другими не вызывает никаких сомнений ($p = 0,001$).

Среднее число детей у одного отца в первой группе составляет 1,83, во вто-

рой – 1,74. Различие невелико и статистически не значимо. В третьей группе этот показатель составляет 2,01. Это на 0,18 пункта больше, чем в первой группе ($p < 0,05$) и на 0,27 пункта – чем во второй ($p < 0,01$). Эти различия значимы.

У женщин 50–59 лет дифференциация показателей детности в зависимости от миграционной истории меньше, чем у мужчин (рис. 8).

Доля бездетных среди женщин, которые являются местными уроженцами, составляет 11%. Это меньше, чем среди мужчин, принадлежащих к той же первой группе, но больше, чем среди женщин из второй и третьей групп. В то же время доля однопородных среди женщин первой и третьей групп заметно меньше, чем среди мужчин из тех же групп. Во второй группе доля однопородных среди мужчин и женщин одинакова.

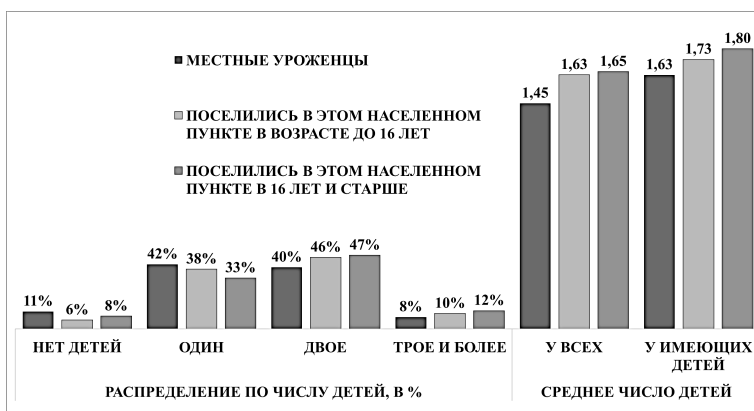


Рис. 8. Распределение по числу детей (в %) и среднее их число у местных и приезжих ЖЕНЩИН 50–59 лет. Расчеты по базе данных 30-го раунда РМЭЗ НИУ ВШЭ (2021–2022 гг.)

Доля многодетных меньше всего среди женщин из первой группы (8%), несколько больше во второй (10%), еще больше – в третьей (12%). Во всех трех группах среди женщин несколько меньше многодетных, чем среди мужчин. Но все эти различия не являются статистически значимыми.

Среднее число детей на одну женщину (включая бездетных) в первой группе (1,45) заметно меньше, чем во вто-

рой (1,63) и в третьей (1,65). Значимость различий между первой группой и двумя другими не вызывает сомнений. Однако по среднему числу детей на одну мать первая группа (1,63) статистически значимо ($p < 0,01$) отличается только от третьей (1,80), а вторая (1,73) занимает промежуточное положение между ними.

У мужчин в возрастах от 60 лет и старше зависимость показателей детности от миграционной истории очень



слаба и проявляется только по показателю доли многодетных. Интересно, что, в отличие от других возрастов, эта доля выше всего не среди приезжих, а среди местных уроженцев, т.е. в первой группе, где она составляет 16%. Это на 5%

больше, чем во второй группе и на 4% – чем в третьей. Однако значимость небольшого различия между первой и второй группами не является бесспорной ($p = 0,08$).

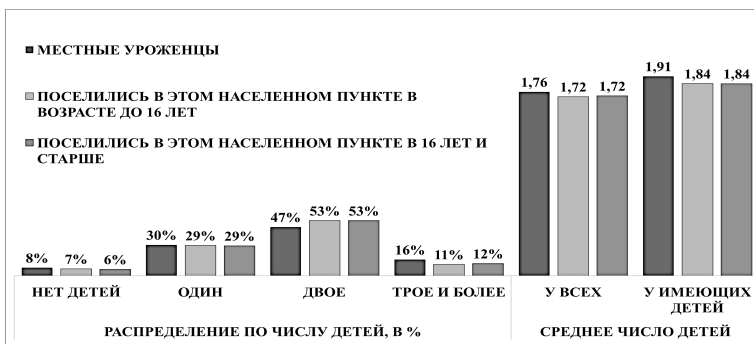


Рис. 9. Распределение по числу детей (в %) и среднее их число у местных и приезжих МУЖЧИН 60 лет и старше. Расчеты по базе данных 30-го раунда РМЭЗ НИУ ВШЭ (2021–2022 гг.)

Среди женщин в возрасте 60 лет и старше тоже не наблюдается достаточно больших статистически значимых

различий по каким-либо показателям детности между первой, второй и третьей группой (рис. 10).

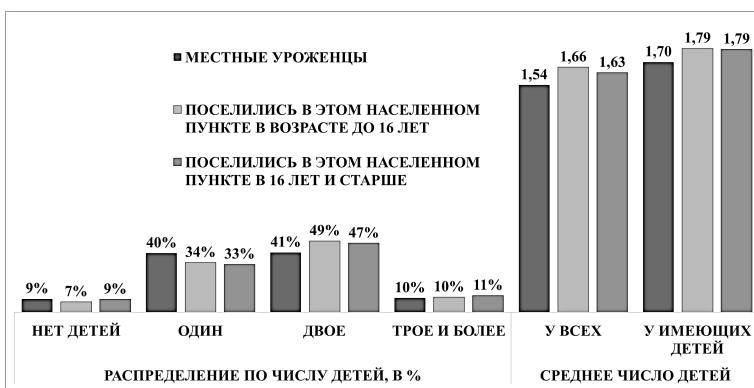


Рис. 10. Распределение по числу детей (в %) и среднее их число у местных и приезжих ЖЕНЩИН 60 лет и старше. Расчеты по базе данных 30-го раунда РМЭЗ НИУ ВШЭ (2021–2022 гг.)

Но средние числа детей, как в расчете на одного респондента (включая бездетных), так и на одного родителя, среди женщин во всех трех группах несколько меньше, чем среди мужчин из тех же групп.

Хотя показатели детности в каждой группе респондентов, сформированной по критериям пола и возраста, отличаются от показателей в других группах, существует определенная зависимость

этих данных от миграционной истории. Демографам известно, что у приезжих женщин обычно больше детей, чем у проживающих по месту своего рождения [2; 4] Однако проведенный выше анализ данных показал, что эта зависимость существует также и у мужчин, причем у них она намного сильнее, чем у женщин. Кроме того, выяснилось, что мигранты, которые поселились в ме-

стах своего нынешнего проживания еще в детском возрасте, по показателям детности ближе к мигрантам, прибывшим в те же места, будучи уже взрослыми, чем к местным уроженцам. Это показывает, что установки детности в значительной степени наследуются от родителей, причем чаще от отцов к сыновьям, чем от матерей к дочерям.

Одним из вариантов детности является бездетность. Доля бездетных среди местных уроженцев почти во всех половозрастных группах выше, чем у приезжих, независимо от того, в каком возрасте они поселились там, где живут сейчас. Исключение составляют только женщины старше 60 лет. Доля бездетных среди них почти не зависит от миграционной истории.

Особенно заметны эти различия у мужчин, причем не только в тех возрастах, когда они еще имеют немало возможности стать отцами, но и тогда, когда эти шансы уже близки к нулю.

Повышенную долю не имеющих детей, в том числе и окончательно или почти окончательно бездетных среди местных уроженцев по сравнению с мигрантами можно объяснить на основании вышеупомянутой гипотезы селективности. Но для этого следует пересмотреть положения в основу этой гипотезы представления о миграционном отборе в аспекте различий между репродуктивными установками на рождение того или иного числа детей (у добровольно бездетных чайлдфри это число равно нулю) среди «кочевников», т.е. мигрантов и «оседлых» т.е. коренных жителей, которые никуда уезжать не собираются.

Согласно этой гипотезе, потенциальные «кочевники», которые собираются переселиться из одного населенного пункта в другой, особенно если новое место жительства находится в другом регионе, и тем, более в другой стране, где уровень рождаемости ниже, чем на их родине, имеют и (или) собираются иметь меньше детей, чем их «оседлые» земляки.

Однако направление миграции из стран и регионов, где рождаемость выше, в страны и регионы, где она ниже,

не является универсальной закономерностью. Эта закономерность характерна для миграции из Азии и Африки в Западную Европу, а также из стран Центральной Азии – в Россию. Но во многих странах Восточной Европы рождаемость примерно такая же, или даже ниже, чем в тех странах Западной Европы, куда переселяются миллионы людей из восточноевропейских государств. Между разными регионами России (за исключением Республики Тыва и некоторых национальных республик Северного Кавказа) нет больших различий в рождаемости, однако огромные массы людей со всех концов нашей страны переезжают на постоянное место жительства в Москву, Московскую область и в Санкт-Петербург, где рождаемость примерно такая же, как в соседних с ними областях.

При изучении влияния миграции на рождаемость число детей у мигрантов (причем, как правило, только женского пола) обычно сравнивается с соответствующими данными по оседлому населению того же пола и возраста в тех странах и регионах, куда они переселились, а не на их родине.

Беженцем, который спасается от войны или какой-то другой катастрофы, может стать любой человек. Однако большинство мигрантов покидают свою родину не ради личной безопасности, а для того, чтобы повысить свой жизненный уровень. При этом они понимают, что на новом месте жительства им предстоят большие трудности. Придется заниматься тяжелым и малооплачиваемым физическим трудом в строительстве, в жилищно-коммунальном или сельском хозяйстве либо на других непрестижных рабочих местах, которые, как правило, не хотят занимать коренные жители. Материальные и жилищные условия у трудовых мигрантов, как правило, намного хуже, чем у местных жителей, среди которых немало тех, кто смотрит на приезжих свысока. В советское время многие из так называемых коренных москвичей пренебрежительно отзывались о «лимитчиках». В наше время трудовые мигранты из Центральной Азии неред-



ко сталкиваются с негативным отношением к себе со стороны местных уроженцев.. Многие люди, чей социальный статус у себя на родине был явно выше среднего, после миграции на долгие годы оказываются на самых нижних ступенях социальной пирамиды принимающего общества, которое не признает их своими.

Мигрантами становятся люди, которые не избегают трудностей. В то же время, как среди их оседлых земляков, которые никуда не уезжают и не собираются уезжать, так и коренных жителей стран и регионов, куда они переселились, есть очень много людей, не желающих ничего менять в своей жизни, поскольку изменения всегда создают множество неудобств.

К числу таких изменений относится и создание семьи. После вступления в брак нельзя делать то, что может резко не понравиться супругу или супруге. После рождения детей о них приходится постоянно заботиться, пока они не станут взрослыми. Многие люди, для которых очень важно делать то, что им хочется, не считаясь с интересами других членов семьи, либо вообще не вступают в брак, либо создают семью без детей. Конечно, далеко не все «оседлые» ведут себя таким образом, но они поступают так чаще, чем «кочевники» – мигранты, которые не боятся оказаться в сложной ситуации.

По-видимому, такие различия между «оседлыми» и «кочевниками» у мужчин проявляются сильнее, чем у женщин, причем в основном в тех случаях, когда переезжают на новое место все члены семьи. Когда мигрируют люди, не состоящие в браке и не имеющие детей, мужчины и женщины сравнительно мало отличаются друг от друга по готовности к затруднениям, с которыми сталкиваются мигранты. Но если переселяются супружеские пары с детьми, то основные трудности ложатся на плечи мужчин. Обычно в начале они приезжают одни и устраиваются на работу, которой занимаются главным образом мигранты. И лишь спустя много времени, когда им удается решить основные проблемы,

связанные с устройством на новом месте, они снимают жилье, пригодное для всей семьи, а жены и дети присоединяются к ним.

Мужчинам из числа местных уроженцев не надо решать такие проблемы. Они могут позволить себе «расслабиться». Те из них, которые не хотят осложнять себе жизнь, либо не вступают в брак, либо вступают в брак, но отказываются иметь детей. Во всяком случае, такое семейно-демографическое поведение для них характерно больше, чем для приезжих. Приезжие же, по сравнению с местными, намного реже остаются бездетными и значительно чаще становятся многодетными.

Среди женщин тоже имеют место подобные различия между местными и приезжими. Но эти различия не настолько велики, как среди мужчин.

Показатели детности у мигрантов, прибывших на нынешнее место жительства в возрасте до 16 лет, т.е., как правило, вместе с родителями, ближе к соответствующим показателям среди тех, которые переселились на новое место уже будучи взрослыми, и, скорее всего, без отцов и матерей. Скорее всего, это означает, что и те, и другие унаследовали репродуктивные установки от родителей. Таким образом подтверждается вышеупомянутая гипотеза социализации.

Однако крайне сомнительно, что эти установки наследуются также и третьим поколением. Иначе не было бы таких различий в показателях детности между детьми мигрантов, прибывшими вместе с родителями, и местными уроженцами, среди которых многие из которых являются внуками давних мигрантов.

По данным исследования ценностей семейно-детного образа жизни, проведенного в 2018–2019 гг. кафедрой социологии семьи и демографии социологического факультета МГУ при участии автора этой статьи и охватившего почти две с половиной тысячи респондентов [3; 13], среди мужчин, которые родились и выросли в малодетных семьях (с одним или двумя детьми), только 9% сами имеют трех и более детей. В то же время среди мужчин, чьи родители были много-

детными, т.е. имели трех и более детей, стали многодетными родителями 25%, т.е. на 16% или почти в три раза больше.

Среди женщин, происходящих из малодетных семей, многодетными мате-

рями стали только 12%, а среди воспитанных в многодетных семьях – 18%, т.е. на 6% или в полтора раза больше (рис. 11).



Рис. 11. Доля (%) имеющих трех и более детей среди мужчин и женщин в зависимости от числа детей в семьях их родителей. Расчеты по базе данных СЕДОЖ-2019

Различия в вероятности стать многодетными родителями между выходцами из малодетных и многодетных семей как у мужчин, так и у женщин статистически значимы. Но величина этого различия у мужчин составляет 16% ($p < 0,001$), а у женщин 6% ($p < 0,05$), т.е. почти в три раза меньше. Это означает, что семейные традиции многодетности передаются от поколения к поколению по мужской линии значительно чаще, чем по женской.

Саму по себе определенную степень преемственности многодетности от поколения к поколению можно считать доказанной. Но ее не следует придавать этой закономерности слишком большого значения. Даже среди людей, которые родились и выросли в многодетных семьях, подавляющее большинство (75% мужчин и 82% женщин) имеют только одного или двоих детей или вообще их не имеют. Правда, у многих из них еще могут быть дети. Вероятность стать многодетными отцами и матерями зависит не только от числа детей в родительских семьях, но и от влияния ряда других не менее, а иногда и более важных факторов, которые еще предстоит установить в процессе дальнейших социологических исследований. В том числе и от готовности к преодолению различного рода затруднений, включая и проблемы, связанные с миграцией.

Повышение рождаемости до уровня, при котором численность населения нашей страны будет расти или хотя бы стабилизируется, станет возможным только при увеличении числа многодетных семей в несколько раз. Но льготы, пособия, и другие меры семейно-демографической политики в нашей стране предназначены главным образом для материальной помощи только матерям с детьми, а не семьям в полном составе.

Такая направленность семейно-демографической политики основана на убеждении, что создание многодетных семей зависит почти исключительно от жен и матерей, а роль мужей и отцов второстепенна. Поэтому согласно закону о материнском (семейном) капитале, распоряжаться им могут лишь женщины.

Однако, как показывают результаты исследования СЕДОЖ-2019, формирование многодетных семей больше зависит от отцов, чем от матерей. Следует найти такие стимулы, которые могут повлиять на решения мужчин о том, сколько детей должно быть в их семьях. Если они не в разводе с матерями своих детей и (или) не лишены родительских прав, то надо предоставить им право распоряжаться материнским капиталом наряду с женами, чтобы повысить авторитет мужей и отцов в семьях, а мужчин – в обществе [5, с. 363–365].



Еще важнее предоставить родителям, особенно отцам, возможность самим лучше обеспечивать свои семьи, а не рассчитывать только на помощь от государства. Семья должна полагаться прежде всего на свои собственные силы.

Литература

1. Вишневский А.Г. Демографическая история и демографическая теория: курс лекций [Текст]; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. – 368 с.
2. Волан С., Пизон Ж., & Эран Ф. (2020). Рождаемость во Франции – самая высокая в Европе. Причина в иммигрантах? // Демографическое обозрение, 2020. Том 7, № 1. С. 118–126. <https://doi.org/10.17323/demreview.v7i1.10823>
3. И вместе, и врозь: социология взаимных представлений супругов (по результатам социологических исследований) / Отв. ред. А.И. Антонов. – М.: Издательство «У Никитских ворот», 2022. – 272 с.
4. Казенин К.И. Влияние миграции на рождаемость: сопоставление имеющихся гипотез на материале Северного Кавказа // Народонаселение. 2018. Т. 21, № 1. С. 48–59. URL: <https://www.jour.fnisc.ru/index.php/population/article/view/6608/6509> (дата обращения 30.11.2023).
5. Синельников А.Б. Браки и разводы в современном обществе: социологический анализ. Учебное пособие. М.: Издательство «Перо», 2022. 392 с. URL: <https://istina.msu.ru/publications/book/510459430/> (дата обращения 30.11.2023).
6. Ценности семейно-детного образа жизни (СеДОЖ-2019): Аналитический отчет по результатам межрегионального социолого-демографического исследования; Москва, МГУ имени М.В. Ломоносова / А.И. Антонов, В.М. Карпова, С.В. Ляликова и др.; под. ред. А.И. Антонова. – М.: МАКС Пресс, 2020. – 486 с. – 3,1 Мб. (Электронное издание сетевого рас-

пространения). http://socio.msu.ru/documents/20200127_otchet.pdf (дата обращения 30.11.2023).

7. Andersson G. Childbearing after migration: fertility patterns of foreign-born women in Sweden. *International migration review*. Vol. 38. 2004. P. 747–774.
8. Goldstein S., Tirasawat P. The fertility of migrants to urban places in Thailand. *East-West Population institute papers*. № 3. 1977. Honolulu: East-West Population Institute.
9. Hendershot G. Cityward migration and urban fertility in the Philippines. *Philippine sociological review*. Vol.19. 1971. P. 183–192.
10. Kulu H. Migration and fertility: competing hypothesis reexamined. *European Journal of Population Research*. Vol.21. 2005. P. 51–87;
11. Kulu H., Gonzalez-Ferrer, A. Family Dynamics Among Immigrants and Their Descendants in Europe: Current Research and Opportunities. *European Journal of Population*. Vol.30. 2014. P. 411–435.
12. Milewski N. Immigrant fertility in West Germany: Is there a socialization effect in transitions to second and third births. *European journal of population*. Vol.26. 2010. P. 297–323.
13. Sobotka T. The rising importance of migrants for childbearing in Europe. *Demographic Research*. Vol.19. 2008. P. 225–248.

MIGRATION PROCESSES AND FERTILITY

Sinelnikov A.B.

Moscow State University M.V. Lomonosov

The article analyzes the data of the 30th round of the study “Russian monitoring of the economic situation and public health” conducted by the National Research University “Higher School of Economics” and LLC “Demoscope” in 2021–2022. When processing the data, the respondents who took part in this study were divided into three groups. The first group consists of local natives, the second – of those who were born in other places, but settled in this locality under the age of 16, the third – of those who settled in this locality at the age of 16 and older. Analysis of these data showed that local na-



tives have (on average per person) much fewer children and are much more likely to have none at all than long-time and recent migrants. At the same time, among the migrants themselves, there are no significant differences in these indicators between those who were already adults when they settled where they currently live and those who were still children at the time of resettlement and arrived in new places with their parents. According to the author, the differences between migrants and local natives in the number of children are explained by the fact that migrants are mainly people who are not afraid of the difficulties associated with relocation to another city, region or country. These same people are not afraid of the difficulties associated with the need to take care of children. Their children often learn the same attitude to difficult problems in life in the process of upbringing in parental families.

Keywords: fertility, number of children, childlessness, families with many children, migration history, men, women, fathers, mothers.

References

1. Volant S., Pison G., & Héran F. French fertility is the highest in Europe. Because of its immigrants? // *Demographic Review*. 2020. Vol. 7, No 1, PP. 118–126. URL: <https://doi.org/10.17323/demreview.v7i1.10823> (accessed 30.11.2023) (in Russ.)
2. Both together and apart: sociology of mutual representations of spouses (according to the results of sociological research) / Ed. A.I. Antonov. – Moscow: Publishing house «U Nikitskikh vorot», 2022. – 272 p. (in Russ.)
3. Kazenin K.I. Impact of migration on fertility: key hypotheses facing evidence from North Caucasus // *Narodonaselenie*. 2018. Vol. 21. No. 1. P. 48–59. URL: <https://www.jour.fnisc.ru/index.php/population/article/view/6608/6509> (accessed 30.11.2023) (in Russ.)
4. Sinelnikov A.B. Marriages and Divorces in Modern Society: Sociological Analysis. Study Guide. Moscow: «Pero» Publishing House, 2022. – 392 p. URL: <https://istina.msu.ru/publications/book/510459430> (accessed 30.11.2023) (in Russ.)
5. Values of family and child lifestyle (SE-DOZH2019): Analytical report on the results of interregional socio-demographic research / edited by A.I. Antonov. – M.: MAX Press, 2020. – 486 p. (Electronic edition of network distribution). URL: http://socio.msu.ru/documents/20200127_otchet.pdf (accessed 30.11.2023) (in Russ.)
6. Vishnevsky, A.G. Demographic History and Demographic Theory [Text]: Course of lectures / A.G. Vishnevsky; National Research University Higher School of Economics. – Moscow: HSE Publishing House, 2019. – 368 pp. (in Russ.)
7. Andersson G. Childbearing after migration: fertility patterns of foreign-born women in Sweden. *International migration review*. Vol. 38. 2004. P. 747–774.
8. Goldstein S., Tirasawat P. The fertility of migrants to urban places in Thailand. *East-West Population institute papers*. № 3. 1977. Honolulu: East-West Population Institute.
9. Hendershot G. Cityward migration and urban fertility in the Philippines. *Philippine sociological review*. Vol.19. 1971. P. 183–192.
10. Kulu H. Migration and fertility: competing hypothesis reexamined. *European Journal of Population Research*. Vol.21. 2005. P. 51–87;
11. Kulu H., Gonzalez-Ferrer, A. Family Dynamics Among Immigrants and Their Descendants in Europe: Current Research and Opportunities. *European Journal of Population*. Vol.30. 2014. P. 411–435.
12. Milewski N. Immigrant fertility in West Germany: Is there a socialization effect in transitions to second and third births. *European journal of population*. Vol.26. 2010. P. 297–323.
13. Sobotka T. The rising importance of migrants for childbearing in Europe. *Demographic Research*. Vol.19. 2008. P. 225–248.



Механизмы конструирования общественного мнения о коррупции в спорте

Туркова Валентина Николаевна,

старший преподаватель кафедры юриспруденции,
Института экономики, управления и права,
Иркутского национального исследовательского
технического университета
E-mail: v_turkova87@mail.ru

В статье анализируются механизмы конструирования общественного мнения о коррупции в спорте. Выявляются социальные закономерности, используемые в медиапространстве для привлечения внимания к спортивным событиям и коррупционным механизмам. На основе контент-анализа медиасреды выявляются рабочие схемы воздействия на формирование социальных представлений о коррупции в спорте. Через методы опроса и фокус-группового интервью уточнены наиболее эффективные стратегии формирования общественного мнения о коррупции в спорте в информационном пространстве России.

Ключевые слова: общественное мнение, коррупция, спорт, социальные представления, социальная среда.

Общественное мнение играет важную роль в оценках уровня коррупции в спорте. Спортивные организации и правительственные власти стараются поддерживать общественную доверие к институтам спорта, поскольку их легитимность зависит от того, насколько они успешно борются с коррупцией.

Общественное мнение также может повысить осведомленность о коррупции в спорте, что может привести к решительным действиям. Например, если общественность выдвигает требования по более прозрачным процедурам при распределении спонсорских контрактов и других материальных благ, это может заставить организации спорта осуществлять более справедливое и целостное управление.

Социальные нормы возникают как ответ на потребность удовлетворения того или иного функционала. Общественное воспроизводство создает условия и механизмы для поддержания порядка и соблюдения установленных законов. Общественное мнение позволяет определить рамки допустимого и приемлемого поведения, направить и развить общие условия и принципы социального взаимодействия. Рассмотрим механизмы формирования общественного мнения. В нашем случае – через сообщение о спорте и спортивных соревнованиях.

Оценки уровня коррупции в спорте, которые неуклонно возрастают во всем мире, во многом объясняются увеличением внимания общественности к этой проблеме и вызывают чувство ответственности у организаций спорта и правительственных властей за принятие мер по ее устранению.

Среди распространенных инструментов конструирования общественного мнения могут быть упомянуты [11]:

- публикации (программы) по важнейшим вопросам общественно-политической повестки с привлече-

- нием мнения авторитетных представителей экспертного сообщества;
- распространение через аффилированные СМИ официальных позиций, мнений и разъяснений по их поводу;
 - интерактивного обсуждения конкретной проблематики с участием представителей широкого диапазона мнений, включая конфликтующих позиций, а также рядовых граждан (например, в эфире приобретающих значительную популярность общественно-политических ток-шоу);
 - подача информации через «лидеров мнений» (авторские колонки в газетах и журналах, авторские программы на телевидении, наиболее авторитетные блоги в интернете);
 - активное сочетание коммуникативного воздействия через традиционные и «новые» СМИ (например, обладая огромным политическим влиянием, в отличие от традиционных СМИ, блоги и социальные сети занимают большую часть информационного поля. Сегодня уже стало нормой, что какие-то события сперва попадают в блоги и лишь затем оказываются в центре внимания традиционных СМИ).

Применение соответствующих инструментов задействует определенные механизмы формирования общественного мнения, в частности, через:

- повышение доверия населения к соответствующей информации посредством подкрепления мнением авторитетных экспертов, лидеров «общественного мнения», представителей широкого диапазона мнений, включая конфликтующих позиций, а также рядовых граждан;
- усиление информационного присутствия посредством повторного и циклического обсуждения информации;
- акцентирование внимания на наиболее значимой информации с одновременным игнорированием нерелевантной информации.

В общественном развитии роль средств массовой информации является приоритетной формой моделирования социальных устоев и норм, пред-

ставлений и закономерностей, помогающий позитивно или деструктивно развиваться социальным институтам. Благодаря СМИ развиваются коммуникативные формы социального взаимодействия, когда происходит воздействие на общественное сознание через подаваемую информацию и как обратная реакция – воспринятая информация меняет социальный контекст и возможности интерпретации происходящих событий в конкретной тематике. СМИ выступают проводником информационно-коммуникативного взаимодействия.

Развитие сети интернет и в целом виртуального пространства – создает дополнительные возможности и конструирует гипер-эффекты социального воздействия на общественное мнение через личные оценки обывателей в социальных сетях, на ютуб каналах и иных цифровых площадках, которые не относятся к официальным СМИ, но являются активными проводниками и пространствами конструирования социальных представлений и общественного мнения в целом. Несмотря на субъективность трансляции информации через указанные вые источники информации (официальным СМИ выше доверие), но эффект воздействия на умы – это не отрицает, а порой и усиливает, когда через эмоциональные оценки и субъективные суждения конструируются ложные представления (этот момент мы также проанализируем в этой статье). Эффект «новых СМИ» еще предстоит детально исследовать (с целью управления, так как их воздействие на общественное сознание с каждым днем становится все выше).

Очевидно, что различные формы и каналы СМИ на сегодняшний день выступают базовым элементом воздействия на общественное сознание. Кто, что и как говорит (выступая признанным экспертом в конкретной сфере (спортивный тренер или судья соревнований), комментатор соревнований и проч.) или высказывая свое личное субъективное суждение (популярный блогер, выступающий зрителем или болельщиком той или иной команды или соревнований в том или ином виде спорта) опре-



деляет интерактивные каналы взаимодействия традиционных и новых СМИ с общественностью. Это интерактивное взаимодействие определяет медийное поле спорта и коррупции в спорте, а также определяет существующие представления об изучаемой теме.

Вопросы взяточничества и реализации коррупционных схем в спорте были рассмотрены в работах автора [12–18], совместно с Р.Г. Ардашевым [1–6] выявлены особенности коррупционной составляющей на уровне иррациональных убеждений и объективных реалий как тех, кто вовлечен в спорт (сами спортсмены, тренеры, спонсоры спортивных соревнований и т.д., так и зрители спортивных состязаний). В работах О.А. Полюшкевич [7–9] и Р.В. Иванова [10] рассмотрены особенности просоциальной активности и моральной составляющей в поведении и в участии в спортивных соревнованиях.

В информационном пространстве это также находит отражение. Существует несколько механизмов конструирования общественного мнения о коррупции в спорте:

1. Информационные каналы: СМИ (ТВ или газеты), социальные сети, блоги, форумы и другие ресурсы, где люди делятся своими впечатлениями и мнениями о мировом спорте и коррупции в нем. Они могут публиковать новости, статьи, видео или аудио материалы, которые помогают людям ориентироваться в ситуации и строить свое мнение.

2. Организации гражданского общества и адвокаты: они могут проводить кампании, демонстрации и петиции, чтобы привлечь внимание общественности к проблеме коррупции в спорте и поддержать меры, направленные на ее устранение.

3. Государственные органы и международные организации: для борьбы с коррупцией в спорте создаются законы, политики и программы, которые могут помочь предотвратить или уничтожить коррупционную деятельность.

4. Активное участие общественности: люди могут высказывать свои мнения, участвовать в обсуждениях, писать пись-

ма или подписывать петиции, чтобы поддержать меры, направленные на борьбу с коррупцией в спорте.

Все эти механизмы играют важную роль в конструировании общественного мнения о коррупции в спорте. Однако реальное изменение может произойти только тогда, когда все участники общества работают вместе, чтобы улучшить контроль за коррупционной деятельностью в спорте.

Особенности исследования

В 2023 году мы провели исследование среди зрителей спортивных состязаний о коррупции в спорте (n=600), в возрасте от 18 до 65 лет, 55% женщин и 45% мужчин, проживающих в разных регионах РФ. Также был проведен опрос среди спортсменов и тренеров (n=600) разного уровня, в возрасте от 18 до 65 лет, 55% женщин и 45% мужчин.

Для углубления и раскрытия основных механизмов воздействия на медиасреду через привлечение внимания к коррупции в спорте мы провели 4 фокус-группы (n=36). Участниками фокус-групп были как зрители, так и спортсмены и тренеры, т.е. все субъекты участвующие в медийном конструировании коррупции в спорте (о ком, для кого, через кого и т.д.).

Также нами был проведен контент-анализ публикаций о коррупции в спорте за 2016–2022 годы. Всего было проанализировано 3548 публикаций, которые находились через свободный доступ информационных ресурсов сети Интернет и обрабатывались при помощи программы Atlas.ti.

Анализ результатов исследования

Оценка россиянами механизмов конструирования общественного мнения о коррупции в спорте представлена на рисунке 1. И все рассматриваемые нами группы в 50% случаев отводят именно информационным ресурсам основное место и роль.

В таблице 1 представлен анализ публикаций в различных масс-медиа с 2016 по 2022 годы о коррупции в спорте (процент высчитывался от общего количества сообщений о спорте по годам).

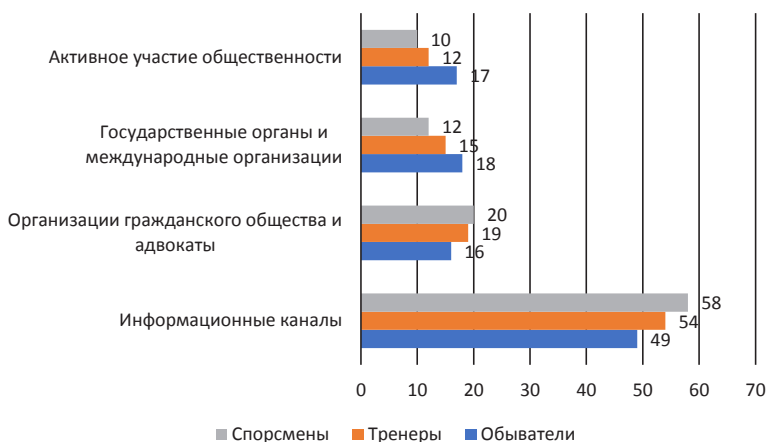


Рис. 1. Механизмы конструирования общественного мнения о коррупции в спорте

Таблица 1. Контент анализ публикаций о коррупции в спорте (в %)

СМИ и интернет-ресурсы	2022г	2021г	2020г	2019г	2018г	2017г	2016г
ТВ (ОРТ, Россия, НТВ)	24	22	8	13	26	23	18
Газеты (АиФ, Комсомольская правда)	26	26	7	10	25	19	16
Социальные сети (ВКонтакте, Телеграм)	35	29	14	18	25	21	17
Личные блоги	37	26	15	13	24	18	14
Форумы	37	33	16	18	31	26	18
Иные публикации, всплывающие в поисковых запросах	35	27	14	15	17	14	10

Как видно в таблице, количество коррупционных скандалов с каждым годом растет. Исключением стали годы обострения пандемии (2019–2020 гг.), когда многие значимые спортивные соревнования отменялись. В остальных годах пик публикационной активности приходился на период перед и во время самих соревнований, после них – пик репортажей и публикаций падал, если не рассматривать тематические профессиональные издания и блоги. Набирают обороты интернет-публикации и полагаем, что в будущем именно в этой сфере будет основное воздействие на общественное сознание.

Рассмотрим более предметно, каким образом конструируются коррупционные скандалы о спорте и спортивных соревнованиях в современных масс-медиа.

Интрига, состязание. Игра, противостояние всегда приковывают внимание аудитории. «Хлеба и зрелищ» – вот ориентир информационного пространства. Чем выше уровень страстей и накала эмоций – тем выше внимание зрителей или читателей к спортивным соревнованиям, особенно если какая-то скандальная новость распространяется непосредственно перед состязанием.

Самосбывающийся прогноз. Распространение в СМИ желанного прогноза (результата) приводит к его реализации на практике. Это сила убеждения и целенаправленной работы формирования коллективных образов. Распространение информации об итогах соревнований – делает их более реальными, что, впрочем, при разрушении этого прогноза в будущем может привлечь еще



больше внимания к состязаниям, так как включается фактор интриги и неожиданных (провокационных) переменных (происходит активизация ажиотажа зрителей и читателей спортивных соревнований).

Это могут быть не объективные прогнозы, а основанные на фальсифицированных данных социологических или аналитических исследований, рейтингов и иных формах экспертных оценок. Например, в ходе отборочного тура о какой-то команде или отдельном спортсмене публикуется ложная информация или кто-то авторитетный из тренеров или коллег-спортсменов негативно о них или нем отзываясь – это производит эффект массового информирования, не важно с положительной или отрицательной стороны, но об этих спортсменах распространена информация.

Ложная информация в спорте может использоваться по ряду причин, от повышения рейтинга игрока или команды до манипулирования результатами соревнований. Некоторые из инструментов ложной информации в спорте:

1. Фальшивые новости: публикация ложных сообщений об игроках, тренерах или командах, которые могут повлиять на их маркетинговый или соревновательный статус.

2. Манипуляция результатами: это может быть сделано работниками спортивной организации, судьями, рефери или даже игроками, чтобы изменить конечный результат матча.

3. Использование неподтвержденных данных: использование нечестных статистических доказательств, которые могут привести к неправильным выводам.

4. Размещение нечестных ставок: это может быть сделано для того, чтобы заработать деньги на соревнованиях, но это может негативно повлиять на репутацию спортивных организаций и убить интерес участников и зрителей.

Ложная информация может быть опасным инструментом в спорте, поскольку она может вызвать недоверие общественности к спортивным организациям и игрокам, а также нарушить честные результаты соревнований. В конечном итоге, это может привести к потере

интереса к спорту и затруднить возможности людей заниматься здоровой жизнью.

Формирующий (индуцирующий) опрос. Обычные вопросы, которые используют социологи, могут предполагать узнавание мнения о чем-либо («Что вы думаете о современном спорте?» Или «Как вы оцениваете способы борьбы с коррупцией в спорте в России?»). Цель таких вопросов – обострить внимание того, кого спрашивают на данной сфере.

Интервью. Общественность более внимательно прислушивается к слухам, сплетням и личным оценкам. Поэтому в массмедиа это используется через подачу информации. Например, когда представители спорта (организаторы соревнований, тренеры, спонсоры и проч.) отвечают на провокационные вопросы. И чем более двусмысленные или агрессивные вопросы или вопросы о тех фактах, о которых могут знать лишь единицы (например, о закулисных играх в спортивных соревнованиях, тайных интригах, о влиятельных персонах или группах в мире спорта) – тем больше внимания аудитории привлекается. Многие спортивные аналитические программы именно на этом и строятся.

Утечка. Подача информации как раскрытие секретной информации более интригующе, чем официальная статистика и анализ реального положения дел в сфере спорта или конкретных соревнований.

Просвещение. Любая информация поданная в интересном, увлекательном формате воспринимается как более значимая, легко запоминающаяся и производящая более сильное впечатление. В этом ключе просвещение о спортивных мероприятиях, сопровождаемое интересными историями, интригующими подробностями воспринимается как более значимая и важная информация.

Скандал. Скандал выступает средством привлечения внимания так как выводит общественность из рутины, из повседневной жизни, придает остроту, интерес и внимание к спортивным событиям. Особенно если в рамках профессиональной деятельности проявляются

особенности личной жизни, семейные тайны или «скелеты в шкафу».

Экстремальные события. Это то, что привлекает максимум внимания от любых социальных групп и сообществ. Поэтому, чем более необычное и выходящее из ряда вон событие, тем больше внимания к нему аудитории будет привлечено. Например, организаторы соревнований – отстраняющие целые команды от участия в состязаниях. Это достаточно близкие события скандалу, но имеющие более глобальные последствия – например на политических заявлений страны, от которой выступала отстранённая от соревнований команда.

Юмор и сатира. Возможность посмеяться над тем, что окружает становится инструментом снятия социального напряжения, одновременно в неагрессивной форме подчеркивает и выпячивает существующие правовые, моральные и любые иные проблемы нашего общества. Например, высмеивание поведения спортсменов той или иной страны или культуры, национальные особенности, которые проявляются в особых ритуалах перед состязаниями и проч.

В таблице 2 представлен сравнительный анализ публикаций о коррупции в спорте через различные способы подачи информации (процент высчитывался от общего количества сообщений о спорте по годам).

Таблица 2. Качественный анализ публикаций о коррупции в спорте (2022–2016 гг.) в%

СМИ и интернет-ресурсы	2022г	2021г	2020г	2019г	2018г	2017г	2016г
Интрига, состязание	9	10	10	14	12	11	11
Самосбывающийся прогноз	8	8	6	11	9	13	14
Формирующий (индуцирующий) опрос	9	10	15	12	7	8	9
Интервью	15	12	20	12	12	13	15
Утечка	14	15	4	10	13	12	10
Просвещение	11	14	22	13	15	14	12
Скандал	13	11	5	7	13	15	17
Экстремальные события	12	8	3	8	7	5	4
Юмор и сатира	9	12	15	13	12	9	8

Таким образом, общественное мнение наполняется через разные способы подачи информации о коррупции в спорте, конструирует собственные домыслы и легенды, продолжая, обосновывая и интерпретируя представленные в различных масс-медиа каналах информационные сообщения. Спорт и спортивные соревнования всегда тесно связаны со скандалами, коррупцией и интригами, поэтому обладали, обладают и будут обладать повышенным интересом аудитории к подобной информации. Чем более разнообразными способами она будет доноситься до аудитории, тем более глубоко останется в памяти и будет определять представления и установки, ценности и мировоззренческие особен-

ности интерпретации происходящих событий.

Литература

1. Ардашев Р.Г. Преступления в спорте: анализ общественного мнения // Теория и практика физической культуры. 2023. № 10. С. 24.
2. Ардашев Р.Г., Туркова В.Н. Отношение спортсменов к нарушению моральных и правовых норм на спортивных соревнованиях в аспекте социологического анализа // Теория и практика физической культуры. 2023. № 7. С. 65.
3. Ардашев Р.Г., Туркова В.Н. Проблема взяточничества на спортивных соревнованиях в аспекте социологического



- анализа // Теория и практика физической культуры. 2023. № 2. С. 106.
4. Ардашев Р.Г., Туркова В.Н. Антикрупционная культура среди спортсменов // Теория и практика физической культуры. 2023. № 4. С. 102.
 5. Ардашев Р.Г., Туркова В.Н. Особенности бессознательных стратегий спортивных достижений студентов // Теория и практика физической культуры. 2022. № 9. С. 38.
 6. Ардашев Р.Г., Туркова В.Н. Спортивные достижения студентов в структуре социального успеха // Теория и практика физической культуры. 2022. № 12. С. 90.
 7. Полюшкевич О.А. Мораль и социальная идентичность в просоциальных практиках // Социология. 2023. № 1. С. 79–85.
 8. Полюшкевич О.А. Угрозы и риски утраты социального доверия в современном обществе // Проблема соотношения естественного и социального в обществе и человеке. 2023. № 14. С. 101–106.
 9. Полюшкевич О.А. Социальное доверие как основа просоциальных практик: экспертный анализ // Экспертные институты в XXI веке: цивилизационные и цифровые концепции меняющегося мира. Сборник научных трудов Второй международной научно-практической конференции. Науч. редактор Т.И. Грабельных. Иркутск, ИГУ, 2023. С. 126–129.
 10. Полюшкевич О.А., Иванов Р.В. Просоциальные практики в спортивной деятельности // Теория и практика физической культуры. 2023. № 2. С. 50.
 11. Попов А.В. Механизмы и инструменты влияния средств массовой информации на формирование общественного мнения в России и в мире // Этносоциум 2018. № 9 (123). С. 62–69.
 12. Туркова В.Н. Взятка как социальное действие (на основе системной теории Т. Парсонса) // Социология. 2022. № 5. С. 65–71.
 13. Туркова В.Н. Коррупция как угроза социальной стабильности // Методология предотвращения угроз в XXI веке. Сборник научных трудов. Иркутск, 2022. С. 75–78.
 14. Туркова В.Н. Портрет государственного коррупционера // Социология. 2023. № 1. С. 97–105.
 15. Туркова В.Н. Социальные условия коррупции: истина где-то рядом // В поисках социальной истины. Материалы IV Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией О.А. Полюшкевич. Иркутск, ИГУ, 2022. С. 76–79.
 16. Туркова В.Н. Взятка на спортивных соревнованиях: анализ общественного мнения // Социальные институты в правовом измерении: теория и практика: материалы V Международной научно-практической конференции. Иркутск, 20 апреля 2023 г. / ФГБОУ ВО «ИГУ»; под общ. ред. М.Г. Тирских, Г.В. Дружинина. Иркутск: Издательство ИГУ, 2023. С. 153–156.
 17. Туркова В.Н. Коррупция на спортивных соревнованиях: анализ общественного мнения // Социология. 2023. № 3. С. 67–73.
 18. Туркова В.Н. Экспертный анализ коррупции в спорте // Социология. 2023. № 4. С. 146–155.

MECHANISMS FOR CONSTRUCTING PUBLIC OPINION ABOUT CORRUPTION IN SPORTS

Turkova V.N.

Irkutsk National Research Technical University

The article analyzes the mechanisms for constructing public opinion about corruption in sports. Social patterns used in the media space to attract attention to sporting events and corruption mechanisms are identified. Based on content analysis of the media environment, working patterns of influence on the formation of social ideas about corruption in sports are identified. Through survey methods and focus group interviews, the most effective strategies for forming public opinion about corruption in sports in the information space of Russia were clarified.

Keywords: public opinion, corruption, sports, social perceptions, social environment.



References

1. Ardashev R.G. Crimes in sports: analysis of public opinion // Theory and practice of physical culture. 2023. No. 10. P. 24.
2. Ardashev R.G., Turkova V.N. Attitude of athletes to violation of moral and legal norms at sports competitions in the aspect of sociological analysis // Theory and practice of physical culture. 2023. No. 7. P. 65.
3. Ardashev R.G., Turkova V.N. The problem of bribery at sports competitions in the aspect of sociological analysis // Theory and practice of physical culture. 2023. No. 2. P. 106.
4. Ardashev R.G., Turkova V.N. Anti-corruption culture among athletes // Theory and practice of physical culture. 2023. No. 4. P. 102.
5. Ardashev R.G., Turkova V.N. Features of unconscious strategies of sports achievements of students // Theory and practice of physical culture. 2022. No. 9. P. 38.
6. Ardashev R.G., Turkova V.N. Sports achievements of students in the structure of social success // Theory and practice of physical culture. 2022. No. 12. P. 90.
7. Polyushkevich O.A. Morality and social identity in prosocial practices // Sociology. 2023. No. 1. P. 79–85.
8. Polyushkevich O.A. Threats and risks of loss of social trust in modern society // The problem of the relationship between the natural and the social in society and man. 2023. No. 14. pp. 101–106.
9. Polyushkevich O.A. Social trust as the basis of prosocial practices: expert analysis // Expert institutions in the 21st century: civilizational and digital concepts of a changing world. Collection of scientific papers of the Second International Scientific and Practical Conference. Scientific editor T.I. Rake. Irkutsk, ISU, 2023. pp. 126–129.
10. Polyushkevich O.A., Ivanov R.V. Prosocial practices in sports activities // Theory and practice of physical culture. 2023. No. 2. P. 50.
11. Popov A.V. Mechanisms and tools of the influence of the media on the formation of public opinion in Russia and in the world // Ethnosocium 2018. No. 9 (123). pp. 62–69.
12. Turkova V.N. Bribe as a social action (based on the system theory of T. Parsons) // Sociology. 2022. No. 5. P. 65–71.
13. Turkova V.N. Corruption as a threat to social stability // Methodology for preventing threats in the 21st century. Collection of scientific papers. Irkutsk, 2022. pp. 75–78.
14. Turkova V.N. Portrait of a state corrupt official // Sociology. 2023. No. 1. P. 97–105.
15. Turkova V.N. Social conditions of corruption: the truth is somewhere nearby // In search of social truth. Materials of the IV International Scientific and Practical Conference. Under the general editorship of O.A. Polyushkevich. Irkutsk, ISU, 2022. pp. 76–79.
16. Turkova V.N. Bribe at sports competitions: analysis of public opinion // Social institutions in the legal dimension: theory and practice: materials of the V International Scientific and Practical Conference. Irkutsk, April 20, 2023 / Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "ISU"; under general ed. M.G. Tirsikh, G.V. Druzhinina. Irkutsk: ISU Publishing House, 2023. pp. 153–156.
17. Turkova V.N. Corruption at sports competitions: analysis of public opinion // Sociology. 2023. No. 3. P. 67–73.
18. Turkova V.N. Expert analysis of corruption in sports // Sociology. 2023. No. 4. pp. 146–155.



Коммуникативный потенциал мемо-техники в цифровом мире

Шипунова Ольга Дмитриевна,

доктор философских наук, профессор Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

E-mail: o_shipunova@mail.ru

Танова Анна Гераклитовна,

кандидат социологических наук, доцент Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

E-mail: tanova_ag@spbstu.ru

Поздеева Елена Геннадиевна,

кандидат социологических наук, доцент Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

E-mail: pozdeeva_eg@spbstu.ru

Евсеева Лидия Ивановна,

кандидат философских наук, доцент Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

E-mail: evseeva_li@spbstu.ru

Статья посвящена актуальной проблеме социальной коммуникации в условиях интенсивного развития интерактивных технологий. Авторы выделяют актуальность постановки вопроса о границах определения коммуникативного потенциала мемо-техники в цифровой культуре. Цель статьи – выявить отношение людей к распространению новых интерактивных форм на основе мемо-техники. Методология исследования опирается на системный подход в анализе коммуникативного потенциала мемов как невербальной формы интеракций в цифровом мире. Подчеркивается междисциплинарный характер потенциала мемо-техники в социальных взаимодействиях. Рассмотрена связь функций мемо-техники в контексте культурной и технологической эволюции. В качестве основания коммуникативного потенциала мемов выделена способность меметического контента стимулировать имплицитную память, вызывать в интеракции прайминг-эффекты. В социологическом исследовании отношения молодежи к использованию мемов в коммуникации применялся метод онлайн-опроса на платформе Telegram с основным контентом в виде различных мемов.

Ключевые слова: мемо-техника, коммуникативный потенциал, медиасреда, интерактивные технологии, невербальная коммуникация, трансляция смысла, имплицитные структуры, прайминг.

Введение

В современной науке коммуникации отводится центральная роль в формировании и функционировании социальных систем. В повседневной жизни социальная коммуникация представлена процессом передачи информации, идей, мыслей и эмоций между людьми. С коммуникативной рациональностью [1] связывают базовый механизм, с помощью которого общество и его члены взаимодействуют, передают информацию, создают и поддерживают социальные связи и конструируют смысловые структуры. При этом выделяют вербальную и невербальную форму взаимосвязи в процессах передачи информации и смысла сообщений.

Невербальные формы коммуникации в виде жестов, мимики, интонации голоса, взгляда, телодвижений опираются на скрытые неосознаваемые структуры инстинктивного поведения, воздействующие на эмоциональную подсистему личности. С другой стороны, основным коммуникативного потенциала невербальных форм общения служат механизмы и технологии социальной памяти в виде структур знания и деятельности человека.

Задачи данной статьи включают междисциплинарный анализ оснований коммуникативного потенциала мемо-техники в контексте культурной и технологической эволюции. Цель эмпирического исследования – выявить отношение молодежи к потенциалу мемов как невербальной формы интеракций в цифровом мире, объектом выступает молодежь 18–35 лет.

Междисциплинарный характер мемо-техники

С позиций социологии мемы рассматриваются как инструменты культурного самовыражения участников коммуникационного процесса, связанные с формированием социальных норм, ценно-



стей и убеждений. Мемы анализируются как инструмент для понимания того, как люди создают смысл внутри общества и делятся им, а также как культурные и социальные модели передаются от одного поколения к другому с помощью вербальных и невербальных форм коммуникации. Характеристики коммуникативного потенциала мемов определяются потребностями совместной деятельности. С этой точки зрения, существуют ограничения, вызванные спецификой менталитета, поведенческих шаблонов и социальных действий определенной группы [2].

Границы коммуникации в XXI веке значительно расширились за счет мультимедийных форматов интеракций. В цифровую эпоху динамичное развитие получили визуальные инструменты коммуникации, использование изображений, графики, диаграмм, рисунков для передачи сообщений.

В психологическом аспекте мемотехника в невербальной коммуникации опирается на структуры имплицитной памяти, позволяющие на неосознаваемом уровне ориентироваться в ситуации. Этот уровень системного влияния социума на личностное самоопределение образует скрытое основание коммуникативного потенциала личности, с одной стороны, и коммуникативного потенциала мемотехники как психосоциального механизма невербальной коммуникации и выражения групповой, коллективной идентичности, – с другой стороны.

Представление о мемах в контексте культурной и технологической эволюции

В социобиологических концепциях представление о мемах вводится по аналогии с единицей биогенетического механизма памяти. В своей книге «Машина мемов» (1999 г.) С. Блэкмор [3] утверждает, что мемы, как и гены, являются основными строительными блоками культурной эволюции, ответственными за формирование человеческого мышления и поведения. Механизмы передачи и тиражирования мемов, а также способы, с помощью которых мемы развиваются и адаптиру-

ются с течением времени, составляют содержание технологической эволюции средств общения, обуславливающих разнообразие социального взаимодействия.

Р. Докинз определяет мем, аналогично термину «ген», как «единицу культурной информации, передачи культурного наследия, способной к самокопированию (идеи, песни, стихи и т.д.)» [4]. Мем, так же, как и ген, утверждает Р. Докинз, способен к самовоспроизведению, т.е. репликации. В медиасфере, утверждает Д. Рашкофф, мем имеет характер сложного вируса, который воздействует на индивидуальное и массовое сознание [5]. Согласно Л. Шифман, мем представляет «блоки цифрового контента с общими характеристиками, создаваемые с учётом друг друга, которые распространяются, имитируются, и/или трансформируются пользователями в Интернете» [2, с. 7–8].

Значительный вклад в изучение роли мемов в цифровой культуре внес Лев Манович, анализируя «язык новых медиа» [6]. Развитие цифровых медиа создало новый визуальный язык, который характеризуется использованием алгоритмов, баз данных и сетей. Он утверждает, что этот визуальный язык является основой для большей части контента, создаваемого и распространяемого онлайн, включая мемы. Это определяет важность понимания взаимосвязи технологического и культурного контекста, в котором создаются и распространяются мемы, а также цифровые медиасреды, трансформирующие пространство общения и границы понимания мира.

В цифровом обществе потенциал мемотехники в социальной коммуникации определен совмещением процессов кодирования и движения смысла на уровне перцептивного восприятия мема, вызывающего настрой или эмоциональный отклик, и на рефлексивном уровне восприятия определенного содержания, скрытого в речевой форме, знаке, изображении, а также всплывающих или возникающих формах компьютерно-опосредованной коммуникации [7].

Параметры коммуникативного потенциала мемов определяются внутренни-



ми резервами социума, которые можно рассматривать с точки зрения трансляции смысла, генерации смысла, а также с точки зрения психоэмоционального воздействия, формирования стереотипа восприятия ситуаций, манипулирования общественным мнением, навязывания или формирования установок массового сознания. В цифровой культуре коммуникативный потенциал мема представляет матрицу условий, которая соединяет в единую функциональную систему психофизиологические структуры восприятия и памяти, а также когнитивные и семантические структуры социальной памяти с интерактивными средами и технологиями.

На фоне компьютерно-опосредованной коммуникации и смарт-технологий характеристикой коммуникативного потенциала мемо-техники выступает расширение прайминг-эффектов в восприятии мема, в частности, достраивание смысла, ситуации, образа, запуск психо-комплекса, мотивирующего эмоциональный ответ и неосознаваемую реакцию.

В общем определении содержание прайминга¹ соотносится с «процессом активации и актуализации уже существовавшей установки, которая может привести к искаженной интерпретации воспринимаемой ситуации» [8]. В основе прайминг-эффектов, с точки зрения психологов, лежит явление имплицитной памяти, которое может быть отчасти отнесено к неосознаваемой установке в иерархической теории установки [9]. В качестве специфической черты прайминга как проявления имплицитной памяти выступает снижение «порога опознания» повторно появляющегося объекта. К эффектам прайминга относят изменение скорости или точности решения задачи (перцептивной, мыслительной или мнемической) после предъявления информации, связанной с содержанием или с контекстом этой задачи, но не относящейся прямо к ее цели и требованиям, а также повышение вероятности спонтанного воспроизведения этой

¹ Англ. to prime – инструктировать заранее, настраивать, давать установку.

информации в подходящих условиях [10, с. 89].

Неосознаваемую основу прайминга предположительно составляет функционирование перцептивной системы, осуществляющей обработку информации до того, как будет оценен ее смысл. Выявлено два типа прайминга – перцептивный и концептуальный. Перцептивный прайминг проявляется в том, что испытуемые превращают трехбуквенные сочетания в слова, связанные со словами предыдущего задания внешними признаками, обнаруживаемыми в сходстве акустическом или зрительном, тогда как концептуальный прайминг связан с пониманием смысла, т.е. слова могут звучать и выглядеть непохожими на прежние, но выражать одно и то же содержание [11].

Использование инструментов мемо-техники российской молодежью

В социологическом исследовании, проведенном в 2023 г. методом онлайн-опроса и случайной выборки, приняло участие 726 человек. Анкетирование проводилось в Telegram-канале и содержало контент в виде различных мемов. В выборке было представлено почти равное распределение участников опроса по половому признаку: 44,6% – мужчины, 55,4% – женщины. Возрастной состав респондентов от 14 до 36 лет представлен в Табл. 1.

Таблица 1. Распределение респондентов по возрасту

Возраст	Количество (% от общего числа участников)
14–18	12
19–25	49
26–36	38

Большинство участников опроса – это лица, имеющие высшее образование, самая многочисленная категория представлена молодежью, имеющей степень бакалавра (38%), наряду с другими участниками, обучающимися в аспирантуре, имеющими степень магистра, квалификацию специалиста,



а также людей со средне-специальным и средним образованием.

Среди опрошенных оказалось, что 88,2% смотрят мемы каждый день, раз в несколько дней мемы просматривают 8,6% респондентов, и раз в неделю мемами интересуется 0,03% опрошенных. Это свидетельствует о достаточно высокой популярности мемов в повседневной жизни молодежи.

Опрос показал, что социальные сети и видеохостинги играют важную роль в распространении мемов. Ответы на вопрос с множественным выбором вариантов показали следующее распределение наиболее востребованных площадок:

- Telegram – 87%
- Instagram² – 38%
- Вконтакте – 27%
- YouTube – 30%
- TikTok – 27%
- Pinterest – 6%.

Также единичные выборы были сделаны в отношении Reddit, Twitter, Discord, 2ch.

Вопрос о форматах, в которых чаще всего респонденты просматривают мемы, выявил преимущество изображения – 95% и видеοформата – 83%. Наименее востребованным оказался аудиоформат – только 10% респондентов выбрали его. Это подтверждает практику обращения молодежи к визуальным инструментам общения (рис. 1).

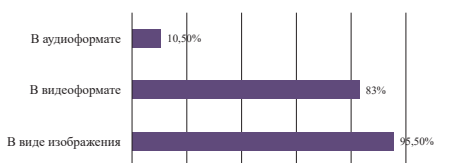


Рис. 1. Выбор респондентами формата представления мема.

Более половины респондентов (54,5%) считают, что используют мемы в коммуникации достаточно часто.

Несмотря на популярность мемов, иногда их использование затрудняет коммуникацию. Респондентом был предложен вопрос «Сталкивались ли вы с ситуацией, когда использованный

вами мем был неправильно истолкован получателем?», на который положительно ответили 66% участников анкетирования. Ответы молодых людей на уточняющий вопрос «Если использование мемов отрицательно повлияло на ваше социальное взаимодействие, в чем это проявляется?» выявили, что они попадали в ситуации, в которых общение было затруднительно из-за неправильной трактовки смысла предложенного мема. 33% респондентов ответили, что им «трудно найти собеседников, понимающих мои шутки», 28% указали, что «иногда не понимаю, о чем говорят другие люди», а 6% «чувствуют себя исключенными из группы» (рис. 2).

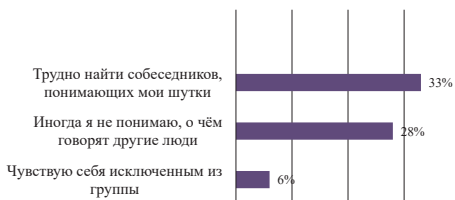


Рис. 2. Отрицательное влияние использования мемов на коммуникацию

В сравнении с исследованием [12], проводившимся с помощью фокусированного интервью среди молодежи, нельзя не отметить, что молодежь использует мемы в общении в основном для получения эмоций. В практиках общения мем как коммуникативная единица осуществляет связь слов в предложении. Для молодежи обращение к мемо-технике важно с точки зрения выявления «своих» и «чужих», при этом так называемые «локальные» мемы, применяемые в малых группах, придают общению большую эмоциональную окраску, при этом обращение к популярным (общераспространенным) мемам может вызвать раздражение, негативные эмоции [12, с. 421–422].

Согласно опросу, проведенному PR-агентством Mediacom.Expert [13], сегодня больше половины россиян (71%) используют мемы в общении, а 19% имеют собственный опыт их создания. Положительное отношение к мемам продемонстрировали как раз представители молодежи (18–30 лет), доля которых среди

² Признана экстремистской организацией на территории РФ



позитивно настроенных составила подавляющее большинство (70%) участников опроса. В числе важных позитивных характеристик мемов респонденты отметили, что мемы делают информацию более привлекательной и интересной, обладают глубоким смыслом, являются перспективным способом передачи информации, могут использоваться при общении в компаниях. К недостаткам мемов были отнесены их провокационность, подчас жестокость, надоедливость, несоответствие контента и смысла, доносящегося с помощью мема [13].

Популярность мемов поддерживается доступом к интерактивными технологиями, позволяющим совершать операции органичного включения образов, шуток, символов и текстовых элементов, которые обычно заимствуются и изменяются в рамках определенных сообществ или онлайн-культур. В системе компьютерно опосредованной коммуникации мемы являются результатом коллективного творчества, где участники вносят свой вклад в создание и распространение определенного контента. Под меметическим контентом мы предлагаем понимать любой контент, который способен быстро распространяться и приобретать популярность. Это могут быть изображения, фотографии, видеоролики, аудиозаписи, тексты или комбинации этих элементов.

В целом, результаты исследования указывают на разнообразие мнений относительно потенциала мемов как новой формы языка общения среди молодежи. Но большинство респондентов или склоняются к поддержке этой идеи, или не исключают возможности развития меметического контента в процессе интеракции.

Заключение

Коммуникативный потенциал мемов-техники в молодежных сообществах и социальной сети определен возможностью оперативного создания контента, содержащего информацию в компактной и узнаваемой форме, вызывающей эмоциональную реакцию широкой аудитории.

Междисциплинарный подход к исследованию коммуникативного потен-

циала мемов-техники в современной интерактивной среде выводит на первый план роль неявного знания и прайминг-эффектов в формировании горизонта медиа контента и функционировании социальных сетей.

Литература

1. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. Пер. с нем. / Юрген Хабермас; под ред. Д.В. Складнева. – Санкт-Петербург: Наука, 2000. – 377 с. С. 163, 197.
2. Shifman L. Memes in digital culture / Limor Shifman. – Cambridge, MA: MIT Press, 2014. – 200 p.
3. Blackmore, S. The Meme machine / Susan Blackmore; [With a forew. by Richard Dawkins]. – Oxford [etc.]: Oxford univ. press, 1999. – XX, 264, [2] с.; ISBN0–19–850365–2
4. Докинз Р. Эгоистичный ген. Москва: АСТ: CORPUS, 2013. – 509 с.
5. Рашкофф Д. Медиа Вирус! = Media virus!: Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание / Пер. с англ. Д. Борисов]. Москва: Ультракультура, 2003. – С. 363.
6. Манович Л. Язык новых медиа. Москва: Ад Маргинем Пресс, 2018. – 399 с.
7. Ягодкина М.В. Мем как коммуникативная единица // Пушкинские чтения-2022: материалы XXVII международной научной конференции 6–7 июня 2022 г., СПб.: ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2022. – С. 2014–2019.
8. Большой психологический словарь. Под ред. Б. Мещерякова, В. Зинченко. СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК; М.: ОЛМА-Пресс, 2003. – С. 404.
9. Узнадзе Д.Н. Общая психология / Пер. с грузинского Е.Ш. Чомахидзе; под ред. И.В. Имедадзе. М.: Смысл; СПб.: Питер, 2004. 413 с.
10. Фаликман М.В., Койфман А.Я. Виды прайминга в исследовании восприятия и перцептивного внимания. Часть I. Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2005. – № 3. – С. 86–97.
11. Schacter D.L. & Buckner, R.L. Priming and the brain. Neuron, 1998. –



Feb;20(2):185–95. doi: 10.1016/s0896–6273(00)80448–1.

12. Лысенко Е.Н. Интернет-мемы в коммуникации молодежи // Вестник СПбГУ. Социология. 2017. Т. 10. Вып. 4. С. 410–424.
13. Россияне рассказали, какие мемы им нравятся больше всего. URL: <https://www.gazeta.ru/social/news/2023/08/15/21072620.shtml> (дата обращения 7.11.2023)

THE COMMUNICATIVE POTENTIAL OF MEMO TECHNOLOGY IN THE DIGITAL WORLD

Shipunova O.D., Tanova A.G., Pozdeeva E.G., Evseeva L.I.
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

The article is devoted to the topical problem of social communication in the context of the intensive development of interactive technologies. The authors highlight the relevance of raising the question of the boundaries of determining the communicative potential of memo technology in digital culture. The purpose of the article is to identify people's attitudes to the spread of new interactive forms based on memo technology. The research methodology is based on a systematic approach to the analysis of the basis of the communicative potential of memes as a non-verbal form of interaction in the digital world. The interdisciplinary nature of the potential of memo technology in social interactions is emphasized. The relationship between the functions of memotechnology in the context of cultural and technological evolution is considered. As the basis for the communicative potential of memes, the ability of memetic content to stimulate implicit memory and cause priming effects in interaction is highlighted. In a sociological study of the propensity of young people to use memes in communication, the method of an online survey was used on the Telegram platform with the main content in the form of various memes.

Keywords: memo technique, communicative potential, media environment, interactive technologies, non-verbal communication, translation of meaning, implicit structures, priming.

References

1. Habermas Ju. Moral'noe soznanie i kommunikativnoe dejstvie. [Moral consciousness and communicative action]. Per. from German. Yurgen Habermas; pod red. D.V. Sklyadneva. St. Petersburg, "Science", 2000. 377p. P. 163, 197.

2. Shifman L. Memes in digital culture / Limor Shifman. – Cambridge, MA: MIT Press, 2014. – 200 p.
3. Blackmore S. The Meme machine / Susan Blackmore; [With a forew. by Richard Dawkins]. – Oxford [etc.]: Oxford univ. press, 1999. – XX, 264, [2] c.; ISBN0–19–850365–2
4. Dawkins R. Egoistichnyj gen. [The Selfish Gene]. Moscow: AST: CORPUS, 2013. 509p.
5. Rashkoff D. Media Virus! = Media virus!: Kak pop-kul'tura tajno vozdejsvuet na vashe soznanie. [Media Virus! = Media virus!: How pop culture secretly influences your consciousness] / Per. from English. D. Borisov. Moscow: Ultra-culture, 2003. P. 363
6. Manovich L. Yazyk novyh media. [The Language of New Media]. Moscow: Ad Marginem Press, 2018. 399p.
7. Yagodkina M.V. Mem kak kommunikativnaya edinica. [Meme as a communicative unit] // Pushkin readings-2022: Proceedings of XXVII International Scientific Conference 6–7 of June 2022., St. Petersburg: Pushkin Leningrad State University, 2022. – С. 2014–2019
8. Bol'shoj psihologicheskij slovar'. [Large Psychological Dictionary]. Ed. by B. Meshcheryakov, V. Zinchenko. St. Petersburg: Prime-EUROSIGN; M.: OLMA-Press, 2003. P. 404
9. Uznadze D.N. Obshchaya psihologiya. [General Psychology]. / Per. from Georgian E. Sh. Chomachidze; ed. By I.V. Imedafze. Moscow.: Sense; St. Petersburg.: Piter, 2004. 413 p.
10. Falikman M.V., Koifman A. Ya. Vidy priminga v issledovaniyah vospriyatiya i perceptivnogo vnimaniya. [Types of priming in perception and perceptual attention research]. Part I. Lomonosov Psychology Journal. Ser. 14. Psychology. – 2005. – No 3. – P. 86–97
11. Schacter D.L., Buckner, R.L. Priming and the brain. Neuron, 1998. – Feb;20(2):185–95. doi: 10.1016/s0896–6273(00)80448–1.
12. Lysenko E.N. Internet-memy v kommunikacii molodezhi [Internet memes in the communication of youth]. // Vestnik of Saint Petersburg University. Sociology. – 2017. – Vol. 10. No. 4. – P. 410–424
13. Rossiyanе rasskazali, kakie memy im nrvayatsya bol'she vsego. [Russians told which memes they like the most]. URL: <https://www.gazeta.ru/social/news/2023/08/15/21072620.shtml> (accessed 7.11. 2023)



Инновации в муниципальном управлении Китая: состояние и перспективы

Ян Чжэнь,
независимый исследователь

В процессе перехода от централизованной экономики к рыночной, модернизация Китая сопровождалась масштабными реформами и инновациями, которые определили дальнейшее развитие государственного и муниципального управления. Важно отметить, что этот процесс в Китае происходил по своему уникальному сценарию, который существенно отличается от западного, что обуславливает интерес к теме исследования. В рамках исследования актуализировано современное состояние развития местного самоуправления, также осуществляется анализ инновационного развития местного самоуправления, и предложена классификация инноваций в государственном и муниципальном секторе Китая.

Ключевые слова: КНР, инновации, местное самоуправление, проблемы, перспективы, развитие, управление.

Современный Китай занимает лидирующие позиции в мировой экономике. После образования Нового Китая, страна взяла курс на активное развитие и инновации, однако, несмотря на значительные успехи, государственное и муниципальное управление сталкивается с рядом трудностей. Инновационное развитие экономики страны должно опираться на муниципальный уровень, в котором заключен огромный потенциал, способный создать импульс для роста инновационного производства. Однако в современных условиях на муниципальном уровне наблюдается инновационное торможение, препятствующее ускорению процессов технологической модернизации в региональных и национальных масштабах.

На сегодняшний день в литературе по инновациям основное внимание уделялось в основном частному, а не государственному сектору, и инновациям, которые улучшают эффективность организации за счет инноваций в продуктах и процессах, а не инновациям в государственном секторе, которые направлены на улучшение социальных показателей за счет реорганизации межсекторальных систем принятия решений, финансирования и производства. С другой стороны, литература по управлению сосредоточена на социальной координации, но не опирается на литературу по инновациям. В существующей китайской литературе, авторами (Ян Сюэдун¹, Фу Дайю, Сун Дянь²) рассматриваются институциональные возможности, механизм стимулирования политических инноваций и факторы, которые препятству-

¹ Ян Сюэдун. Реформа местного самоуправления в Китае за последние 10 лет – на основе оценки Китайской премии за инновации в местном самоуправлении [J]. Журнал государственного управления, 2011, 8. С. 13.

² Фу Дайю, Сун дянь. Исследование движущего механизма инноваций в системе местного самоуправления [J]. Журнал Сучжоуского университета, 2004, (1).

ют или способствуют политическим инновациям. Эти исследования объясняют, почему местные органы власти инициируют политические инновации и что способствует их развитию. Например, Сунь Байин³ (孙柏英) рассматривает в своих статьях инновации в системе управления местными органами власти, отмечая, что они являются неизбежным требованием для повышения управленческого потенциала правительства и осуществления модернизации системы управления и управленческого потенциала. Также автор отмечает, что в настоящее время система управления местными органами власти постоянно совершенствуется, но существует также много проблем, которые влияют на системные инновации и развитие местного управления. Однако возможного решения проблем не предлагается. В российской научной литературе тема инноваций в местном самоуправлении Китая не изучена. Существующие исследования затрагивают лишь вопросы особенностей организации местного самоуправления, как публичного института.

Анализ литературы демонстрирует высокий интерес научного сообщества и практиков муниципального управления к проблеме развития местного самоуправления. Вместе с тем, отсутствуют комплексные междисциплинарные исследования, включающие в себя изучение способов и методов инновационного развития местного самоуправления, направлений оптимизации деятельности органов местного самоуправления на современном этапе муниципальной реформы, в условиях политической модернизации и политики инноваций во всех сферах публичного управления.

Термин «инновация» является распространенным понятием в современных средствах массовой информации и социальных взаимодействиях. Люди часто используют инновацию, чтобы выразить изменение. Основное значение термина относится к применению новых идей, новых методов и новых технологий.

³ Сунь Байин. Современное местное управление – вызовы, стоящие перед 21 веком [М]. Пекин: Издательство Университета Жэньминь, 2004.

Американский ученый Э. Роджерс долгое время был привержен изучению инноваций и законов их распространения. Он отметил, что инновация – это не создание чего-то, полностью отличающегося от прошлого. «Когда точка зрения, метод или объект считаются «новыми» определенным человеком или группой, это инновация»⁴. Можно видеть, что инновация не означает, что необходимо использовать новые знания, она не требует, чтобы знания создавались впервые.

Инновационная политика заключается в привлечении и получении социальной поддержки и повышении личной или организационной эффективности посредством обучения и инноваций. Это часто связано с системой отбора и оценки кадров и постоянным возникновением новых социальных проблем. Инновации в политике обычно проявляются как институциональные инновации и порождают их. В зависимости от характера объекта внедрения институциональные инновации делятся на два типа: институциональные инновации в государственном секторе, и институциональные инновации в частном секторе. Политические инновации относятся к первому типу институциональных инноваций, а именно к правительственным инновациям, которые фокусируются на новой политике, сформулированной правительственными ведомствами, и ее эффективности⁵.

Внедрение инноваций в систему государственного и муниципального управления в наши дни является концептуальным направлением парадигмы «Нового государственного управления» (New Public Management) и определяется как один из ведущих факторов повышения эффективности государственных и муниципальных услуг⁶.

⁴ Rogers E.M. Diffusion of Innovations, Fifth Edition. Free Press, New York, 2003.

⁵ Соколова Екатерина Владимировна Подходы к формированию государственной инновационной политики // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2010. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-formirovaniyu-gosudarstvennoy-innovatsionnoy-politiki-1> (дата обращения: 20.04.2023).

⁶ Никитина А.С. Инновации в системе местного самоуправления в китайской народной Респуб-



Все инновации в административной системе Китая можно охарактеризовать центральным принятием решений и локальными экспериментами. В эпоху социалистического режима инноваций не было, однако всё изменилось в период реформ, и для новаторов на уровне местных органов власти открылось «инновационное окно».

Рождение инноваций происходит на местном или региональном уровне, в случае, если опыт доказывает их эффективность и полезность для общества, они продвигаются на уровень общегосударственной политики. Именно это отражает особенность концепции «снизу-вверх». Таким образом, местное самоуправление является важным звеном в создании и развитии инноваций в государственном управлении Китая.

Бюрократическую систему Китая отличает от многих западных то, что отсутствует чёткое политико-административное разделение, следовательно, возникают трудности разграничения административных реформ с политическими изменениями. Из-за слияния и переплетения указанных отношений, инновации в государственном секторе, приобретают весьма специфический характер. Так, например, основные инициаторы инноваций на местном уровне – это влиятельные должностные лица.

Инновационному развитию местного самоуправления Китая способствовала реформа налоговой системы, проведенная в 1994 году. Из-за существенного сокращения бюджетных поступлений, из-за неравномерного перераспределения средств, местному самоуправлению приходилось находить возможность увеличить местный бюджет, получить дополнительный доход. Только так можно было добиться экономического развития, роста местного предпринимательства и улучшения уровня жизни жителей⁷.

блике // Муниципалитет: экономика и управление. 2017. № 3 (20). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-v-sisteme-mestnogo-samoupravleniya-v-kitayskoy-narodnoy-respublike> (дата обращения: 20.04.2023).

⁷ Ян Х. Реформа местного самоуправления в Китае за последнее десятилетие: оценка, ос-

Вышесказанное позволяет сделать вывод о том, что проведенная налоговая реформа стала катализатором к инновационному развитию местного самоуправления, с целью обеспечения экономической стабильности. Материальная мотивация муниципальных служащих стимулирует их к эффективной работе, проявлению инициативности и креативности, а также продвижению инновационных идей.

Суть любых инноваций заключается не просто в принятии нового, а в том, чтобы это новое было полезно и необходимо для общества. Инновации в государственном секторе существенно отличаются от инноваций в любом другом секторе, отсюда сложность их квалификации.

Предлагается следующая классификация инноваций в местном самоуправлении, которая, по нашему мнению, максимально учитывает особенности государственного и муниципального секторов:

1. Сервисные инновации. Как правило, данный вид инноваций больше известен в других областях, так как в своем классическом понимании, сервисные инновации нельзя применить к государственному и муниципальному сектору. Государство и муниципалитеты, не занимаются производством продукции, основная их работа заключается в предоставлении услуг гражданам. Применительно к анализируемой области, под сервисными инновациями подразумевается предоставление новых услуг гражданам, или же предоставление имеющихся услуг, новым категориям граждан. Сервисные инновации в свою очередь имеют несколько видов (общие, эволюционные, экспансивные). Ярким примером эволюционной инновации является проект «Заботливый супермаркет», созданный Управлением дорог и улиц города Сямынь. Суть проекта заключается в создании площадки, на которой

нованная на китайских наградах за инновации в местном управлении. Журнал государственного управления (на китайском языке). 2018. С. 81–93.



каждый может пожертвовать товары первой необходимости для граждан, которые в этом нуждаются. В городе Хайкоу был создан центр поддержки рабочих-мигрантов, который защищал их права. В данном случае, речь идет об экспансивной инновации.

2. Технологические инновации. Данный вид инноваций получил активное распространение с появлением и развитием информационных технологий (ИТ). Во всех органах власти Китая, в частности и в местном самоуправлении, активно внедряются новейшие технологии, которые позволяют улучшить коммуникацию с гражданами, а также наладить связи между государственными, муниципальными органами и различными ведомствами.

Благодаря рыночному подходу, на первый план вышла коммерциализация, что во многом ускорило распространение инновационных технологий во властных структурах. В качестве примера можно привести программу, которая была инициирована городом Чэнду, который называется «Онлайн-контроль бюджета». Не менее важным и полезным стал проект «Интернет-взаимодействие», посредством которого граждане могут решить ряд своих социальных проблем, не выходя из дома.

3. Еще один вид инноваций – управленческие, их сущность заключается в реструктуризации организационных процессов, методов управления. Несмотря на то, что такая реструктуризация во многом имеет сходство с инновационными процессами, их всё же отделяют от технологических инноваций. Технологические инновации позволяют обновлять механизмы оказания услуг, управленческие же касаются принятия новых элементов в системе управления⁸. Есть множество успешных примеров управленческих инноваций в государственной и муниципальной службе КНР, так, например:

- TQM – система комплексного управления качеством;
- SHRM – стратегическое управление человеческими ресурсами.

В 2018 году, одной из общин пекинского муниципалитета, был создан проект «Инновации в управлении уличными системами», а администрация шанхайского муниципалитета, разработала и создала «Центр посредничества в социальных конфликтах». Эти системы создаются по мере их необходимости, чтобы своевременно справляться с теми общественными проблемами и вызовами, которые возникают.

4. В современном государстве добиться высокого уровня жизни, как финансового, так и социального, можно только в случае развития в стране государственно-частного партнерства, где не только государство, но и частный бизнес принимает участие в развитии и процветании страны. Ввиду чего, отметим еще один важный вид инноваций – корпоративные инновации. Помимо органов власти и различных ведомств, в корпоративных инновациях также участвуют частный бизнес и некоммерческие организации.
5. Особое внимание ученого сообщества заслуживают правительственные инновации⁹. Данный тип инноваций подразумевает разработку новых подходов к управлению институтами гражданского общества, а также формирование новых действенных методов борьбы с коррупцией, инструментов стимулирования граждан к участию в общественной жизни и пр.¹⁰. Все эти действия, в конечном счете, положительно сказываются на результатах работы правительства и улучшении качества жизни населения, и достижения социальной гармонии в обществе.

⁹ Moore M., Hartley J. Innovations in Governance // *Public Management Review*. 2018. V. 10. № 1. P. 3–20.

¹⁰ Ngok K., Zhu G.B. Marketization, Globalization and Administrative Reform in China: A Zigzag Road to a Promising Future // *International Review of Administrative Sciences*. 2007. V. 73. № 2. P. 217–233.

⁸ Damanpour F., Walker R.M., Avellaneda C.N. Combinative Effects of Innovation Types and Organizational Performance: A Longitudinal Study of Service Organizations // *Journal of Management Studies*. 2019. V. 46. M 4. P. 650–675.



Проблемы инноваций в местном самоуправлении Китая

Столкнувшись с конкретными региональными проблемами социального развития, местные органы власти должны искать путь и направление для прорывов, когда центральное правительство не дало четких политических указаний. Во многих случаях из-за раздельной передачи информации центральное правительство скептически относится ко многим местным практикам и даже проводит политику подавления, что сдерживает инновации.

Одной из ключевых проблем реформирования местного самоуправления является кадровая проблема, которая заключается в нехватке квалифицированных молодых кадров, которые будут внедрять, осуществлять и продвигать новые идеи.

Еще одна важная проблема – большой местный долг. После реформ и открытости экономика Китая достигла значительных успехов развития, и такое развитие неотделимо от энергичного строительства инфраструктуры различными местными органами власти. Однако в ходе развития в последние годы, чтобы смягчить финансовый кризис, правительство приняло экспансионистскую экономическую политику для стимулирования развития экономики. Некоторые органы местного самоуправления все еще имеют проблемы с незаконными действиями и скрытое заимствование, способы заимствования становятся все более разнообразными и риски возрастают. Введение в действие нового закона о бюджете в 2014 году четко прояснило, что единственным легальным способом заимствования местными органами власти является выпуск ими облигаций. Местные органы власти на всех уровнях ускорили создание стандартизированного механизма долгового финансирования для предотвращения и урегулирования финансовых и финансовых проблем. Однако для получения большого количества средств, местные органы власти по-прежнему занимают большие суммы различными способами,

а долги становятся все больше и больше. По мере того, как долги местных органов власти продолжают накапливаться, долговые риски, с которыми они сталкиваются, постепенно увеличиваются, влияя на экономику и социальное развитие, нормальное функционирование местных финансов и, возможно, даже провоцируют фискальные и финансовые риски, а также социальные риски.

Построение демократического общества и вовлечение населения для участия в принятии общественно значимых решений является одним из основных признаков развитого местного самоуправления. Чем больше человек ознакомлен со своими правами, чем больше он принимает участие в жизни страны благодаря диалогу с государством, формируя себя как гражданина со значимой позицией, тем больше он доверяет принятым решениям, в процессе которого он принимал личное участие. К сожалению, на сегодняшний день общественность не принимает активного участия в общественно значимых мероприятиях и решениях.

Пути повышения способности местных органов власти к инновациям в политике

С точки зрения постепенных инноваций, процесс непрерывного совершенствования политики – это своего рода политический цикл. Долгосрочной целью местных органов власти является создание динамичного баланса. Поэтому при проведении инновационной политики в регионе она должна подвергаться углубленному рассмотрению и оценке, чтобы понять, есть ли у самого правительства возможности и достаточное время для того, чтобы противостоять изменениям, вызванным инновациями. Для того чтобы политические операции и изменения поддерживали динамичное и сбалансированное состояние развития, максимально эффективно использовали политические инновации и получали наилучшие результаты внедрения, необходимо расширить возможности местных органов власти в области политических

инноваций с помощью следующих способов.

(1) Обеспечить политические стимулы.

Теория политической мотивации подчеркивает внутреннее обучение между верхним и нижним уровнями правительства и административными ведомствами.

Правительство более высокого уровня (департамент) поощряет местные органы власти учиться друг у друга, что в определенной степени также способствует распространению передового опыта и влиянию на него. В этом отношении центральное правительство может умеренно ослабить ограничения на внедрение политических инноваций на местном уровне.

(2) Усилить финансовую поддержку

Экономические стимулы центрального правительства для местных районов проявляются в виде финансовой поддержки, такой как специальные трансфертные платежи для конкретных политических проектов и политических вопросов. Существенное влияние финансовой поддержки на инновационное поведение местных органов власти является еще более значительным. Вспомогательные фонды являются основной гарантией реализации политики и ее функционирования, а ожидаемые экономические выгоды оказывают стимулирующее воздействие на политические инновации, что может повысить уверенность правительства в преодолении рисков, связанных с инновациями. Если инновационная политика может увеличить налоговые льготы или получить дополнительные преференции, местные органы власти будут более мотивированы к инновациям и воплощению целей политики в реальные результаты.

Сфера государственного управления, затрагивающая вопросы обеспечения бюджетных средств, должна стать центром будущих политических инноваций. Когда местные органы власти внедряют инновации в этих областях политики, их политические предпочтения должны быть сосредоточены не только на экономических выгодах, но и на по-

вышении общественной ценности и социальной справедливости. Чтобы реализовать установленную ценностную ориентацию политики, необходимо играть роль “эстафетной палочки” финансовой поддержки: во-первых, увеличить финансовые вложения и финансовую безопасность в основные государственные услуги и направить средства на ключевые проекты поддержки; во-вторых, расширить каналы финансирования и усилить управление финансированием для постоянного повышения эффективности использования средств; в-третьих, с помощью модели ГЧП привлечь социальные фонды и улучшить финансирование и механизмы финансирования инновационных проектов.

(3) Представить внешних экспертов

Внешние эксперты включают официальные и неофициальные аналитические центры. Они могут участвовать в процессе внедрения инноваций в политику местных органов власти, предоставляя прямые рекомендации или отражая общественные потребности. Изучение политики должно опираться на опыт внешних экспертов, а местные органы власти должны полностью интегрировать знания различных экспертов в соответствии с целями политики. Прежде всего, проактивность и чувствительность к внешним источникам обучения зависят от ресурсов аналитических центров, которые могут быть использованы, включая институты, занимающиеся исследованиями внутренней политики, и ресурсы аналитических центров, которые независимы от государственной системы, полагаясь на экспертов в различных областях для демонстрации инноваций и разработки политики. Во-вторых, внешние эксперты могут предоставить общие знания, такие как предложение общей идеи и направления инновационной политики, чтобы лучше интерпретировать проблемы, возникающие в сфере инноваций, и найти ответы на них. Чем сложнее задача реформирования и развития, тем больше требуется интеллектуальной поддержки: с одной стороны, внешним экспертам и профессионалам, руководящим инновациями



в области политики в правительстве, необходимо поддерживать связь и обмена, чтобы восполнить недостаток понимания внешними экспертами компромиссов и корректировки конкретных политических инноваций во всех аспектах и предлагать планы реализации политики, которые легче реализовать; с другой стороны, местным органам власти также необходимо отказаться от пути самореформирования. Внешние эксперты могут стать независимыми оценщиками инноваций, обладающими профессиональными знаниями, а также могут стать «политическими предпринимателями», которые руководят разработкой политических инноваций.

(4) Усилить обмен кадрами

Привлечение к участию внешних экспертов означает интернализацию внешних талантов, и соответственно этому – эффективное использование существующих внутренних ресурсов правительства. Сторонники политических инноваций в местных органах власти – это «политические предприниматели», которые играют решающую роль в любой инновационной политике. Эти специалисты могут быть участниками политики вне государственной системы, но они в большей степени являются государственными должностными лицами в системе принятия решений. Они направляют участие других субъектов с помощью имеющейся у них информации и своих собственных полномочий. Чтобы обеспечить успех политических инноваций, важно обратить внимание на взаимное обучения сотрудников в правительстве и расширение обмена кадрами:

- во-первых, регулярное обучение персонала и внутренняя коммуникация для улучшения собственных управленческих возможностей, таких как проведение лекций и семинаров по вопросам политики, мозговой штурм по ключевым проблемам;
- во-вторых, совершенствование системы обмена кадрами. Перемещение между различными подразделениями населения в одном и том же месте, соответствующий персонал может быть направлен в районы с демон-

страционными эффектами политики для изучения, или таланты могут быть переданы в эти районы и внедрены из них.

Региональное сотрудничество и политическое взаимодействие, вызванные обменом кадрами, также будут способствовать формированию единой политики в регионе и дальнейшему внедрению новой политики в систему.

(5) Расширение участия в общественной жизни

Эффективное участие является решающим фактором в политических инновациях. Формы участия разнообразны и богаты по содержанию. «Премия за инновации в местных органах власти Китая» – типичный пример политических инноваций в КНР. В большинстве случаев речь идет о повышении легитимности политики посредством участия общественности. Само по себе участие делает процесс принятия решений более разумным и облегчает учет интересов и требований всех аспектов. Кроме того, важной стратегией для политических предпринимателей по продвижению инновационной политики является расширение участия общественности, и они будут создавать больше правозащитных альянсов для изучения и принятия новой политики. Это не является ни чисто внутренними, ни чисто внешними факторами, влияющими на инновации местных органов власти. В процессе внутреннего обучения и инноваций местным органам власти необходимо быть в курсе общественных потребностей при проведении внутреннего обучения, впитывать знания с рынка и общества и внедрять инновационные способы и каналы участия общественности. В процессе инноваций, основанных на внешних коммуникациях, необходимо не только учиться на успешных стратегиях из других мест, но и реагировать на предложения общественности, особенно экспертов. Широкое участие общественности может повысить научный характер и признание политики.

Только при упорядоченном участии многочисленных структур под руководством правительства синергия реформ

может по-настоящему реализовать политические инновации.

В процессе экономической и социальной трансформации Китая необходимо обратить внимание на создание механизмов стимулирования инноваций местными органами власти. Центральное правительство должно предоставить институциональное пространство для инноваций местного самоуправления сверху донизу, от уровня системы и политики, полностью уделить внимание способности решать проблемы, вызванные автономией инноваций местного самоуправления, и построить институционализированную децентрализацию сверху донизу, нижний механизм. В частности, необходимо постепенно трансформировать органы местного самоуправления из «институтов» центральной власти и органов власти более высокого уровня в «законников» местных общественных интересов, развивать и поддерживать местные общественные интересы, способствовать местному социально-экономическому развитию. Центральному правительству следует выстроить рациональный порядок взаимодействия между центральным и местными органами власти, сформировать механизм сдержек и противовесов на уровне органов государственной власти органов власти всех уровней, использовать законы и системы для защиты полномочий центрального правительства и автономии органов местного самоуправления всех уровней.

Литература

1. Ян Сюэдун. Реформа местного самоуправления в Китае за последние 10 лет – на основе оценки Китайской премии за инновации в местном самоуправлении [J]. Журнал государственного управления, 2011, 8. С. 13.
2. Фу Дайю, Сун дэнь. Исследование движущего механизма инноваций в системе местного самоуправления [J]. Журнал Сучжоуского университета, 2004, (1).
3. Сунь Байин. Современное местное управление – вызовы, стоящие перед 21 веком [M]. Пекин: Издательство Университета Жэньминь, 2004.

4. Rogers E.M. Diffusion of Innovations, Fifth Edition. Free Press, New York, 2003.
5. Соколова Екатерина Владимировна Подходы к формированию государственной инновационной политики // Вестник Санкт-Петербургского университета. Межджмент. 2010. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-formirovaniyu-gosudarstvennoy-innovatsionnoy-politiki-1> (дата обращения: 20.04.2023).
6. Никитина А.С. Инновации в системе местного самоуправления в китайской народной Республике // Муниципалитет: экономика и управление. 2017. № 3 (20). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-v-sisteme-mestnogo-samoupravleniya-v-kitayskoy-narodnoy-respublike> (дата обращения: 20.04.2023).
7. Ян Х. Реформа местного самоуправления в Китае за последнее десятилетие: оценка, основанная на китайских наградах за инновации в местном управлении. Журнал государственного управления (на китайском языке). 2018. С. 81–93.
8. Damanpour F., Walker R.M., Avellana C.N. Combinative Effects of Innovation Types and Organizational Performance: A Longitudinal Study of Service Organizations // Journal of Management Studies. 2019. V. 46. M 4. P. 650–675.
9. Moore M., Hartley J. Innovations in Governance // Public Management Review. 2018. V. 10. № 1. P. 3–20.
10. Ngok K., Zhu G.B. Marketization, Globalization and Administrative Reform in China: A Zigzag Road to a Promising Future // International Review of Administrative Sciences. 2007. V. 73. № 2. P. 217–233.

INNOVATIONS IN CHINA'S MUNICIPAL GOVERNANCE: STATUS AND PROSPECTS

Yang Zhen

In the process of transition from a centralized economy to a market economy, modernization of China was accompanied by large-scale reforms



and innovations that determined the further development of state and municipal government. It is important to note that this process in China took place according to its own unique scenario, which differs significantly from the Western one, which causes interest in the research topic. Within the framework of the study, the current state of development of local self-government is updated, an analysis of the innovative development of local self-government is also carried out, and a classification of innovations in the state and municipal sector of China is proposed.

Keywords: PRC, innovations, local self-government, problems, prospects, development, management.

References

1. Yang Xuedong. Local government reform in China over the past 10 years – based on evaluation of the China Local Government Innovation Prize[J]. *Journal of Public Administration*, 2011, 8, p. 13.
2. Fu Daiyu, Song Dian. Research on the driving mechanism of innovation in local government [J]. *Journal of Soochow University*, 2004, (1).
3. Sun Baiying. *Contemporary local governance – challenges facing the 21st century*[M]. Beijing: Renmin University Press, 2004.
4. Rogers E.M. *Diffusion of Innovations*, Fifth Edition. Free Press, New York, 2003.
5. Sokolova Ekaterina Vladimirovna. Approaches to the formation of state innovation policy // *Bulletin of St. Petersburg University. Management*. 2010. No. 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-formirovaniyu-gosudarstvennoy-innovatsionnoy-politiki-1> (date of access: 04/20/2023).
6. Nikitina A.S. Innovations in the system of local government in the People's Republic of China // *Municipality: economics and management*. 2017. No. 3 (20). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-v-sisteme-mestnogo-samoupravleniya-v-kitayskoy-narodnoy-respublike> (date of access: 04/20/2023).
7. Yang H. Local government reform in China over the past decade: an assessment based on China's Local Government Innovation Awards. *Journal of Public Administration (in Chinese)*. 2018. pp. 81–93.
8. Damanpour F., Walker R.M., Avellaneda C.N. Combinative Effects of Innovation Types and Organizational Performance: A Longitudinal Study of Service Organizations // *Journal of Management Studies*. 2019. V. 46. M 4. P. 650–675.
9. Moore M., Hartley J. Innovations in Governance // *Public Management Review*. 2018. V. 10. No. 1. P. 3–20.
10. Ngok K., Zhu G.B. Marketization, Globalization and Administrative Reform in China: A Zigzag Road to a Promising Future // *International Review of Administrative Sciences*. 2007. V. 73. No. 2. P. 217–233.

Идеология страха: анализ криминальных сообщений в СМИ и сети Интернет за 2019–2022 гг.

Ардашев Роман Георгиевич,

доктор философских наук, кандидат юридических наук, начальник кафедры философии и социально-гуманитарных дисциплин Восточно-Сибирского института МВД России
E-mail: ardachev.rg@bk.ru

В статье анализируется информационная подача сообщений о преступлениях в ведущих СМИ и сети Интернет с 2019 по 2022 годы. Также приводятся результаты эмпирического исследования студентов, позволяющие подтвердить полученные данные в результате контент-анализа и символического анализа данных исследования. Выявляется идеология страха как основная линия конструирования сообщений в исследуемых СМИ и сети Интернет, обозначаются проблемные зоны и перспективные направления изменения подачи информации о преступлениях в медиапространстве.

Ключевые слова: идеология страха, криминальные сообщения, СМИ, Интернет, общественное мнение, тревога, агрессия, апатия, депрессия

Информационные сообщения в медиапространстве транслируются достаточно регулярно. Эта информация, с одной стороны, востребована населением – так как острые ощущения через традиционное восприятие «хлеба и зрелищ» воспринимаются достаточно активно. Институты массмедиа используют это для повышения собственных рейтингов просмотров. С другой стороны, эта информация необходима чтобы контролировать население через страх. Это приводит к новым потребительским стратегиям (повышается интерес к товарам которые могут создать безопасное пространство вокруг себя и членов своей семьи или его иллюзию) и это может быть полезно для охранных предприятий, предприятий торгующих оружием и средствами самозащиты, спортивных секций и многих других секторов экономики, которые реализуют свои товары и услуги благодаря тому, что криминальная новостная лента постоянно пополняется новыми преступлениями.

Современным миром движут три эмоции: страх, надежда и унижение. По нашему мнению, информационные сообщения в СМИ о преступлениях достигают проживания этих эмоций у разных социальных групп. Надежда движет мигрантами пытающимися разными путями (в том числе и криминальными) адаптироваться в принимающем обществе. Совершаемые ими преступления чаще мотивированы желанием зацепиться в городе, регионе или стране. Унижение в криминальной ленте показывается через два вектора – протесты (массовые беспорядки, забастовки) и преступления против личности (сексуальное насилие, современное рабство). Страх достаточно массовая эмоция в отношении экономических преступлений (страх за свои деньги), грабежи и кражи (страх за потер своего имущества), убийства (страх за потерю жизни) и т.д.



Интерпретация любой новости, тем более криминального характера может иметь серьезные последствия. Предлагая зрителем вынести свое мнение, в большинстве случаев способ преподнесения информации – не оставляет им выбора, давая иллюзию собственного размышления и выводов. Зачастую происходит целенаправленное формирование мнения, оценки или позиции в отношении того или иного события (преступления). Это эффект социального конструирования социальных установок и важно – кто стоит за такой подачей информации (кто заказчик). В идеале – информация должна быть преподнесена нейтрально, но фактические – это невозможно осуществить, так как приведет к потере интереса зрителей и читателей. И мы находимся в замкнутом круге информационных потоков.

Зрители или читатели таким образом воспринимают информацию как «готовый продукт», как форму готового поведения, необходимого для усвоения зрителями. Это применяется не только через криминальную хронику, например и через различные социальные роли персонажей сериалов (об этом более подробно описано в работе О.А. Полюшкевич [9] и в ряде наших более ранних работ [4–6]). Далее эта информация преломляется через личный жизненный опыт человека, поступившую ранее к нему информацию, и картинка складывается воедино (т.к. предыдущие опыт сформировался точно также – через информационное пространство ТВ, сети Интернет и родственников, друзей, коллег, которые также в этом поле воспринимают информацию). Круг замкнулся. Информационный вакуум конструирует представления о преступлениях с пози-

ции идеологии страха, культу насилия и жестокости.

Особенности исследования

Мы провели контент-анализ криминальной хроники по ключевым телеканалам (ОРТ, 1 канал, НТВ), газеты Аргументы и факты, интернет-пространства за 2019–2022 гг. Всего в анализе участвовало 6897 сообщений о преступлениях. Мы анализировали контекст, интерпретацию, частоту, смысловую и эмоциональную нагрузку сообщений криминального характера.

Также мы провели опрос студентов города Красноярска о том, как они воспринимают сообщения о преступлениях, поступающие из СМИ и сети Интернет. В исследовании приняло участие 950 человек в возрасте от 18 до 25 лет, обучающихся на разных специальностях, 56% девушки и 44% юноши.

Анализ результатов исследования

В результате проведенного нами исследования мы можем говорить о трансляции идеологии страха в информационном пространстве России. Сам по себе страх – это не негативная эмоция, это защитная реакция на любое неизвестное воздействие. Но когда страха много – он может мешать объективному восприятию реальности, адекватным оценкам и реальному конструированию социального моделирования общественного поведения. Порой, страх перед преступлением значительно более серьезная проблема чем само преступление в любой сфере жизни. В таблице 1 представлена основная риторика страхов, а в таблице 2 объектов насилия, транслируемых в криминальной хронике за рассматриваемый период.

Таблица 1. Объекты страха в криминальной ленте с 2019 по 2022 гг. (в %)

Объекты страха	2022г	2021г	2020г	2019г
Экономические страхи (кражи, грабежи, мошенничество)	45,6	42,3	37,1	33,4
Страхи смерти (убийства)	23,4	24,7	25,9	22,6
Экологические страхи	6,4	6,9	7,6	5,3
Страх терроризма	10,5	8,8	9,3	14,4

Объекты страха	2022г	2021г	2020г	2019г
Страх смерти в результате болезней	4,7	5,9	12,4	17,7
Иные	9,4	11,4	7,7	6,6

Таблица 2. Объекты насилия в медиапространстве с 2019 по 2022 гг. (в %)

Объекты насилия	2022г	2021г	2020г	2019г
Физическое насилие	25,6	24,6	27,0	25,9
Сексуальное насилие	22,9	24,4	23,1	21,1
Психологическое насилие	20,4	22,1	20,9	22,5
Насилие в отношении животных	15,7	16,3	14,4	15,8
Самоубийства (психологическая агрессия)	9,8	6,2	8,7	8,5
Иные	5,6	6,4	5,9	6,2

Как видно из таблиц 1 и 2 за рассматриваемый период достаточно большое количество информации о разного рода страхах и насилии преподносится в том или ином виде. Это нагнетает общественное мнение в состояние тревожности, агрессии, беспокойства и постоянного ожидания подвоха – преступления, от любого окружения. Как результат этих процессов – полное недоверие ни миру, ни государству, ни правоохранительным органам, ни самим себе. Об этом изложено в ряде работ автора [1–3], О.А. Полюшкевич [10–15], А.В. Безрукова и О.М. Журавлева [7], Р.В. Иванова [8], В.А. Скуденкова [16–18] и других.

Опрошенные нами студенты указывали, что помимо социально-экономических и политических факторов развития преступности – информационная пропаганда страха и насилия, осуществляемая в СМИ и сети Интернет способствует процветанию преступности и преступлений (68%). При этом, молодые люди говорили о том, что со временем ситуация только ухудшается – информационная пропаганда насилия растет, что негативно влияет на социально-психологическое самочувствие населения и в общем делает социальную атмосферу более тревожной.

Каждый второй молодой человек говорил об общем чувстве тревоги и страха, которое ощущается после просмо-

тра криминальных новостей, а каждый третий указывал на то, что лично у него появляется страх и безысходность, ощущение того, что лично с ним обязательно произойдет то или иное преступление (а это эффект воздействия особой подачи криминальной информации, которую зритель или читатель воспринимает не опосредованно, а максимально включаясь в процесс проживания, соучастия и сочувствия жертвам или сам ассоциируя себя с жертвой, что в будущем его вполне может привести к участию в аналогичном преступлении в качестве жертвы).

В результате информационного коллапса, помогающего преподносить информацию о преступлениях особым образом – у рядовых граждан формируется стойкое убеждение, что преступления совершаются везде, искоренить их нельзя и чем дальше – тем более негативная картина вырисовывается. Состояние стресса усиливается у 53% молодых людей под влиянием работы журналистов – максимально ярко и подробно описывающие особенности совершения преступления. Это состояние повышает тревожность, мнительность и данные люди могут стать с большей долей вероятности жертвами преступлений. У другой группы молодежи формируется привыкание к преступлениям – 47%, т.е. они не воспринимают их как какое-то нега-



тивное явление, они безразличны к нему. Это состояние провоцирует равнодушие, обесценивание жизни (человеческой жизни, в частности), отсутствия эмпатии и сопереживания.

Эти процессы являются свидетельством изменения морально-этического облика наших современников и изменения мировоззренческих и ценностных условий жизни. Также они свидетельствуют о состоянии аномии, дезинтеграции и социальной апатии в ограниченных условиях общественного воспроизводства. Когда агрессия воспринимается как норма, тогда ценности общества обесцениваются, потому что они опираются на сострадание и поддержку, где преступления не место.

Более того, в СМИ и сети интернет показывается – что более убедительно и эффективно решение любых проблем и противоречий насильственными (преступными) методами. Фильмы, сериалы, новостные сюжеты именно это транслируют. Альтернатив иного восприятия реальности у молодых людей попросту нет. И опрошенные нами студенты говорят, что тот, кто сильнее, тот и прав – 65%, потому что прямая агрессия может изменить ситуацию более быстро и эффективно, нежели чем компромисс и переговоры. Идеология страха и политика быстрых результатов дает о себе знать – меняя социальные представления и установки молодого поколения.

Информация о преступлениях в СМИ и сети Интернет не только провоцирует на негативные эмоции (75%), но и побуждает к личным агрессивным действиям (42%). А это является опасным сигналом, потому что от внутренней готовности действовать – к реальным действиям по защите себя и своих близких, под влиянием информации о преступлениях может пройти менее минуты. И тогда уже обычный молодой человек – эмоционально подхлестнутый негативными переживаниями станет агрессивным действовать по отношению к тем, кого он считает реально виновным в тех или иных трудностях своей или общественной жизни (мигранты, бомжи, представители другой веры или нации и т.д.)

или к любым первым встречным (важен выплеск негативных эмоций). Таким образом, СМИ, а сегодня и Интернет, закладывают установку на агрессивное негативное поведение в реальной жизни – не показывая примеры альтернативных моделей поведения, приводящие к социально и лично позитивным результатам.

Все изученные материалы были преподнесены через социально-стрессовые триггеры, формы подачи материалы и т.д. – 100%. В более чем половине материалов (53%) были описаны детальные натуралистические сцены преступлений или мест преступлений, что усиливало эмоциональное подключение к данной информации у зрителей. Постоянное обращение к идеологии насилия через подчеркивание негативных аспектов социальной реальности приводит к социально-психологическому дискомфорту зрителей и читателей.

Первоначальное привлечение внимания зрителя или читателя осуществляется через броские и емкие криминальные названия: «Людоеды – ваши соседи», «Отношения за гранью», «Обычная профессия – киллер», «Расценки на заказные убийства» и т.д. Такие названия привлекают внимание, ситуации описанные в них – под другими названиями также могут встречаться и откладываться в подсознании и формировать устойчивые убеждения в том, что преступления прямо на каждом шагу совершаются.

Выводы

Информация о преступлениях выступает основой для формирования общественных настроений, социально-психологического самочувствия населения страны или отдельных социальных групп. Хотя и стоит признать, что эта информация вносит скорее негативные контексты и коннотации в общие социальные настроения. Она скорее разрушает чувство уверенности в себе и в завтрашнем дне, обнуляет усилия и обесценивает действия представителей различных социальных институтов по борьбе с преступностью. В этом смысле, информация о преступлениях скорее подрывает

ет социальное и психологическое благополучие общества. Но информирование само по себе необходимо. Поэтому встает вопрос о корректности подачи этой информации, способах встраивания коммуникации с зрителем или читателем, от качества которой зависит итог восприятия данных сообщений.

Важность информационного поля всех каналов массмедиа не вызывает сомнений, но принципиально значимо и важно обозначить инструменты, формы и особенности подачи информации. Не от самой информации, а от способов ее распространения зависит во многом то, какой эффект, какое воздействие на общественное сознание она будет иметь. Информация, изложенная в информационных сообщениях о преступлениях, формирует негативнее личные убеждения, а также отрицательные социальные установки. Это усиливает идеологию насилия в медиaprостранстве России. СМИ и сеть Интернет выступают проводником социального самочувствия современников и регулятором психоэмоциональной активности на уровне чувств и реальных действий обывателей, кто непосредственно воспринимает конструируемые сигналы особого восприятия преступлений – через особые формы триггерной подачи информации.

Страх, надежда, унижение – выступают точками опоры любого информационного канала, транслирующего информацию о преступлениях. По отдельности или все вместе они конструируют общую волну тревоги и угнетенности, способствующей раскрытию во всех нюансах идеологии страха.

Проблемы подачи информации в современном медиадискурсе выступают ключевыми в аспекте конструктивного понимания того – каким образом должна и может преподноситься информация о преступлениях, чтобы она информировала и помогала быть более осторожными и аккуратными, а не тревожными и потенциально накрученными, и готовыми самим совершить то или иное преступление.

Необходимо транслировать не идеологию насилия, а примеры повышен-

ной правовой культуры и грамотности, модели законопослушного поведения, уважения к закону и к человеку. Это верно для представителя любого возраста, пола и социального статуса, знающего и умеющего ценить любые ценностные ориентиры и духовные векторы личного и социального развития. Для реализации данной политики, безусловно, нужна воля органов власти и готовность быть открытыми в социальном межсекторном партнерстве. Это еще одна перспектива и одновременно ценность социального мониторинга информационных сообщений о преступлениях, а также форма его развития. Прямая или косвенная агрессия всегда выступает результатом фрустрации индивида или всего общества.

В непростые социальные периоды люди обращаются к СМИ с целью получить достоверную и обоснованную информацию о том или ином действии или ситуации. И важно, чтобы полученная информация полностью была принята на плечи участников опосредованного или непосредственного взаимодействия.

Литература

1. Ардашев Р.Г. Влияние СМИ на формирование общественного мнения о преступности // Социология. 2023. № 5. С. 90–97.
2. Ардашев Р.Г. Воздействие СМИ на иррациональность общественного сознания // Социология. 2021. № 3. С. 53–61.
3. Ардашев Р.Г. Креативность сознания как деструктивная стратегия формирования образа серийного убийцы в современных фильмах // Креативные стратегии и креативные индустрии в экономическом, социальном и культурном пространствах региона. Материалы V Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией Т.Ю. Фальковской. Иркутск, ИГУ, 2023. С. 25–29.
4. Ардашев Р.Г. Имидж сотрудников полиции в отечественных фильмах: по оценкам россиян // Актуальные проблемы психологии правоохранительной деятельности: концепции,



- подходы, технологии (Васильевские чтения – 2023). Материалы международной научно-практической конференции. Под редакцией Ю.А. Шаранова, В.Л. Ситникова. Санкт-Петербург, 2023. С. 52–56.
5. Ардашев Р.Г. Кино как источник формирования иррационального сознания россиян // Социальная реальность виртуального пространства. материалы IV Международной научной конференции. Иркутск, ИГУ, 2022. С. 197–201.
 6. Ардашев Р.Г. Проблемы воспитания патриотизма через формирование образа полицейского в отечественном кинематографе // Социальные институты в правовом измерении: теория и практика. материалы V Международной научно-практической конференции. Иркутский государственный университет. Иркутск, ИГУ, 2023. С. 204–208.
 7. Безруков А.В., Журавлев О.М. Проблемы воздействия СМИ на потенциальных и состоявшихся преступников // Вестник МГТУ. 2001, Т. 4. № 2. С. 339–344.
 8. Иванов Р.В. Влияние геополитических процессов на повседневность: капсулы времени в России // Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы, перспективы. Материалы IX Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией О.А. Полюшкевич. Иркутск, 2023. С. 102–104.
 9. Полюшкевич О.А. Солидарность зрителей сериалов: социальное моделирование жизненных сценариев // Солидарное общество как идеал и проект: история и современность. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Отв. редакторы Р.Х. Лукманова, И.В. Фролова. Уфа, 2023. С. 61–66.
 10. Полюшкевич О.А. Борьба между правосудием и справедливостью в общественном сознании россиян // Социальная несправедливость в социологическом измерении: вызовы современного мира. Сборник материалов. Иркутск, ИГУ, 2018. С. 702–704.
 11. Полюшкевич О.А. Доверие к институтам права // Социальные институты в правовом измерении: теория и практика. Материалы I Всероссийской научно-практической конференции. Иркутск, ИГУ, 2019. С. 96–103.
 12. Полюшкевич О.А. Нормы права в оценках общественности // Государство, гражданское общество и право: теоретико-прикладные вопросы соотношения и развития. материалы Международной научно-практической конференции. Иркутск, ИГУ, 2019. С. 84–89.
 13. Полюшкевич О.А. Социальное моделирование информационно-аналитическими данными: истина в потоке или результате? // В поисках социальной истины. Материалы IV Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией О.А. Полюшкевич. Иркутск, 2022. С. 343–345.
 14. Полюшкевич О.А. Стигматизация: анализ в рамках концепции И. Гофмана // Философия здоровья: интегральный подход. Межвузовский сборник научных трудов. Иркутск, 2019. С. 24–29.
 15. Полюшкевич О.А. Условия солидарности: правосудие или справедливость? // Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы, и перспективы. Материалы III Всероссийской научно-практической конференции. Иркутск, ИГУ, 2017. С. 41–51.
 16. Скуденков В.А. Медиаконструирование страхов в современном обществе // Социальная реальность виртуального пространства: материалы V Международной научно-практической конференции. Иркутск, 25 сентября 2023 г. / под общ. ред. О.А. Полюшкевич. Иркутск: Издательство ИГУ, 2023. С. 103–111.
 17. Скуденков В.А. Влияние фильмов на интеллектуальный потенциал социальной среды // Интеллектуальный капитал в XXI веке. Сборник научных



трудов. Иркутск, ИГУ, 2019. С. 120–122.

18. Скуденков В.А. Влияние экономического кризиса на готовность населения нарушать закон // Социальные институты в правовом измерении: теория и практика. Материалы II Всероссийской научно-практической конференции. ФГБОУ ВО «ИГУ»; под общей редакцией О.А. Полюшкевич, Г.В. Дружинина. Иркутск, ИГУ, 2020. С. 104–108.

IDEOLOGY OF FEAR: ANALYSIS OF CRIMINAL MESSAGES IN THE MEDIA AND THE INTERNET FOR 2019–2022

Ardashev R.G.

East Siberian Institute of the Ministry of Internal Affairs of Russia

The article analyzes the information submission of messages about crimes in leading media and the Internet from 2019 to 2022. The results of the empirical study of students are also given to confirm the data obtained as a result of content analysis and symbolic analysis of the research data. The ideology of fear is revealed as the main line of designing messages in the studied media and the Internet, the problem areas and promising directions of changing information about crimes in the media space are denoted.

Keywords: ideology of fear, criminal messages, media, Internet, public opinion, anxiety, aggression, apathy, depression

References

1. Ardashev R.G. The influence of the media on the formation of public opinion about crime // *Sociology*. 2023. No. 5. P. 90–97.
2. Ardashev R.G. The impact of the media on the irrationality of public consciousness // *Sociology*. 2021. No. 3. P. 53–61.
3. Ardashev R.G. Creativity of consciousness as a destructive strategy for forming the image of a serial killer in modern films // *Creative strategies and creative industries in the economic, social and cultural spaces of the region*. Materials of the V International Scientific and Practical Conference. Under the general editorship of T. Yu. Falkovskaya. Irkutsk, ISU, 2023. pp. 25–29.
4. Ardashev R.G. The image of police officers in domestic films: according to Russians // *Current problems in the psychology of law enforcement: concepts, approaches, technologies (Vasiliev Readings – 2023)*. Materials of the international scientific and practical conference. Edited by Yu.A. Sharanova, V.L. Sitnikova. St. Petersburg, 2023. pp. 52–56.
5. Ardashev R.G. Cinema as a source of formation of the irrational consciousness of Russians // *Social reality of virtual space. materials of the IV International Scientific Conference*. Irkutsk, ISU, 2022. pp. 197–201.
6. Ardashev R.G. Problems of instilling patriotism through the formation of the image of a police officer in domestic cinema // *Social institutions in the legal dimension: theory and practice. materials of the V International Scientific and Practical Conference*. Irkutsk State University. Irkutsk, ISU, 2023. pp. 204–208.
7. Bezrukov A.V., Zhuravlev O.M. Problems of the influence of the media on potential and established criminals // *Bulletin of MSTU*. 2001, T.4. No. 2. P. 339–344.
8. Ivanov R.V. The influence of geopolitical processes on everyday life: time capsules in Russia // *Social consolidation and social reproduction of modern Russian society: resources, problems, prospects*. Materials of the IX International Scientific and Practical Conference. Under the general editorship of O.A. Polyushkevich. Irkutsk, 2023. pp. 102–104.
9. Polyushkevich O.A. Solidarity of TV series viewers: social modeling of life scenarios // *Solidarity society as an ideal and project: history and modernity*. Materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference. Rep. editors R.H. Lukmanova, I.V. Frolova. Ufa, 2023. pp. 61–66.
10. Polyushkevich O.A. The struggle between justice and fairness in the public consciousness of Russians // *Social injustice in the sociological dimension: challenges of the modern world*. Collection of materials. Irkutsk, ISU, 2018. pp. 702–704.
11. Polyushkevich O.A. Trust in legal institutions // *Social institutions in the legal dimension: theory and practice*. Materials of the I All-Russian Scientific and Practical Conference. Irkutsk, ISU, 2019. pp. 96–103.
12. Polyushkevich O.A. Rules of law in public assessments // *State, civil society and law: theoretical and applied issues of correlation and development*. materials of the International Scientific and Practical Conference. Irkutsk, ISU, 2019. pp. 84–89.



13. Polyushkevich O.A. Social modeling with information and analytical data: is the truth in the flow or the result? // In search of social truth. Materials of the IV International Scientific and Practical Conference. Under the general editorship of O.A. Polyushkevich. Irkutsk, 2022. pp. 343–345.
14. Polyushkevich O.A. Stigmatization: analysis within the framework of I. Hoffman's concept // Philosophy of health: an integral approach. Interuniversity collection of scientific papers. Irkutsk, 2019. pp. 24–29.
15. Polyushkevich O.A. Conditions of solidarity: justice or fairness? // Social consolidation and social reproduction of modern Russian society: resources, problems, and prospects. Materials of the III All-Russian Scientific and Practical Conference. Irkutsk, ISU, 2017. pp. 41–51.
16. Skudencov V.A. Media construction of fears in modern society // Social reality of virtual space: materials of the V International Scientific and Practical Conference. Irkutsk, September 25, 2023 / under general. ed. O.A. Polyushkevich. Irkutsk: ISU Publishing House, 2023. pp. 103–111.
17. Skudencov V.A. The influence of films on the intellectual potential of the social environment // Intellectual capital in the XXI century. Collection of scientific papers. Irkutsk, ISU, 2019. pp. 120–122.
18. Skudencov V.A. The influence of the economic crisis on the population's willingness to break the law // Social institutions in the legal dimension: theory and practice. Materials of the II All-Russian Scientific and Practical Conference. FSBEI HE "ISU"; under the general editorship of O.A. Polyushkevich, G.V. Druzhinin. Irkutsk, ISU, 2020. pp. 104–108.

Жизнь в долг: моральные установки россиян

Баев Павел Анатольевич,

кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социологии и психологии, Байкальский государственный университет экономики и права
E-mail: bayev.pa@mail.ru

Хаустов Дмитрий Сергеевич,

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры социологии и психологии, Байкальский государственный университет экономики и права
E-mail: dmitry.khaustov1982@mail.ru

В статье рассматриваются моральные установки россиян, подталкивающие их брать кредиты, анализируются морально-этические установки и социальные притязания, культивируемые обществом массового потребления. На основе данных эмпирического исследования выделяются три типа людей, берущих кредиты, выделяются их моральные установки и последующие социальные нормы и действия, в соответствии с данными установками.

Ключевые слова: деньги, экономические притязания, кредит, экономика морали, моральная экономика, социология кредитования, общество потребления, массовая культура.

В России достаточно высокий уровень закредитованности. Более половины россиян среднего и низкого социально-экономического статуса тратят свободные деньги не на питание или необходимые продукты, а на выплату кредитов. А это может стать потенциальной угрозой социальных бунтов и протестов.

Такая ситуация стала реальной потому, что несмотря на большое количество товаров и услуг, у населения не хватает личных ресурсов на их приобретение. Более того, в современном обществе массовой культуры культивируется потребление как самоценность, как приоритетная, правильная и социально одобряемая стратегия поведения социально успешного человека. Без реального подтверждения данного социального статуса – из некоторых сообществ и социальных групп человека могут изгнать. Чтобы избежать этого – люди начинают прибегать к кредитам, для того чтобы удовлетворить свои экономические притязания и получить подтверждение и поддержку своих возможностей от социума.

С одной стороны кредиты позволяют решить материальные задачи человека или семьи, но с другой, кредиты накладывают большие социально-психологические ограничения на человека и не могут ему чувствовать в достаточной мере вкус к жизни, наполненность жизни и социальную активность в ней. Жизнь здесь и сейчас – без откладывания на потом – создает свои возможности (получение желаемого социального одобрения и подтверждения своего членства в том или ином социальном сообществе) и ограничения (необходимости выплаты своих социальных и экономических обязательств).

Кредиты берут и бедные и богатые представители нашего общества. Первые чаще берут на необходимые социальные условия – ипотека (чтобы было где жить), автомобиль (чтобы быть более мобильным и эффективным на работе), предметы бытовой техники (что-



бы более комфортно обустроить свою жизнь и быть более эффективным) и т.д. А вторые достаточно быстро могут с ними рассчитаться (так как они редко берутся на потребительские расходы, чаще как развитие бизнеса или возможность выгодного инвестирования) или знают, как быстро обернуть полученные деньги, закрывая обязательства и получая необходимые финансы для непосредственного развития предприятия или личных ресурсов.

Теоретические особенности исследования

В целом кредитная активность рассматривается через призму финансового поведения или социальной стратегии экономического поведения. Особенности экономического поведения, социальных норм и условий рассматривались в работах Э. Дюркгейма [8], М. Мосса [12], О.А. Полюшкевич [14–16]. Различные аспекты социального развития, влияющие на экономические условия жизни рассматривались в работах Р.Г. Ардашева [1,2], экономических притязаний в исследованиях В.А. Скуденкова [18–20]. Специфика поведения населения под влиянием морали и социальных трансформаций изучалась в работах П.А. Бавева [3], Д.С. Хаустова [4], Е.В. Зиминной [9,10]; Ю.Е. Мужичковой [13] и другими.

Вопросы кредитного поведения как такового рассматривали Н.С. Гаджигасанова и И.М. Дудина [5]; И.Г. Давыденко [6]; Н.В. Дулина, Д.В. Моисеева, В.В. Токарев [7]; О.Е. Кузиной [11] и иными.

Все рассмотренные нами авторы приходят к тому, что изменение социальных условий жизни, экономических притязаний и социальных предпосылок общественных трансформаций приводит к изменению экономической морали, норм и стандартов экономического поведения (социально одаряемого экономического поведения), что приводит к изменению социального настроения и реальных практик кредитного потребления среди населения. Эти процессы и выступают точками изменения экономической политики, реального повседневного потребления обывателя, социально ориен-

тированного на ответственное потребление гражданина нашего общества.

Особенности исследования

В исследовании приняло участие 1800 россиян, проживающих в разных точках нашей страны в возрасте от 18 до 65 лет, 56% женщины и 44% мужчины, работающие в разных социально-экономических отраслях. Из опрошенных 8% имеют среднее образование, 26% – средне-специальное, 46% – высшее и 20% два высших образования. Исследование осуществлялось в онлайн режиме на платформе опросов www.google.com.

Анализ результатов исследования

Обобщая данные результатов исследования, мы смогли выявить как очевидные закономерности развития экономического поведения, так и интересные парадоксы экономической морали, сложившиеся среди разных социальных групп. Эти данные позволяют еще более четко осознать неоднозначность экономических притязаний и социальных установок россиян. А также выделить инструменты внешнего манипулирования или управления их личным или социальным поведением, а также внутренние рычаги их поведения, осознанного жизненного выбора и социальных последствий этого выбора.

Из всех опрошенных, 89% когда-либо брали кредит. Среди 11% тех, кто не брал кредит – это молодые люди, которые по возрасту пока не могли взять кредит, но и они все планируют брать кредит в будущем. Из тех, кто брал кредиты, это был потребительский кредит (телефон, одежда, бытовая техника, реже отдых) – 41%, ипотека – 35%, автокредит – 15%, неожиданные трудности (лечение) – 5%, кредит с целью инвестирования брали – 4% респондентов. Интересный момент, что 56% тех, кто рал кредит – брали его для удовлетворения личных интересов и потребностей, а 44% брали для решения вопросов в том числе и других людей (членов семьи).

При этом, 32% респондентов считают, что кредиты лучше не брать, это зло; 44% полагают, что кредиты являются финансовым инструментом, позво-

ляющим решить актуальные вопросы не откладывая жизнь на потом; 24% полагают, что кредиты можно брать лишь в определенных условиях и не на повседневные нужды, а на значимые социально одобряемые траты.

Иными словами, кредитование обладает достаточно противоречивым ореолом в общественном сознании россиян. Мы попытались типологизировать людей, берущих кредиты и выделить их морально-этические и статусно-притязательные характеристики.

Типы тех, кто берет кредиты

В результате анализа полученных данных мы смогли выявить три базовых типа людей, берущих кредиты. Они обладают собственной системой мотивации, установок и морали, объясняющей причины и последствия взятия кредита.

Первый тип – халявщик. Человек надеющийся на чудо, что в силу нестабильной экономики, военной операции или чего-то еще – кредиты простят или власть их обнулит и в итоге – возвращать не придется. Как правило, такие люди берут в кредит и не особо рассчитывают его возвращать. Среди них много тех, кто скрывается от кредиторов. Влиять на данную группу достаточно сложно, так как рациональные аргументы они не принимают в расчет.

Второй – морально-ответственный гражданин, где вся ответственность за выплату кредита ложится на заемщика. И не может быть каких-либо вариантов невыплаты обязательств по кредиту. Вне зависимости от условий кредита или ситуации, подтолкнувшей этого человека к кредиту. Среди данной группы респондентов достаточно много тех, кто испытывает чувство вины, если не получается вернуть кредит или возникают какие-то иные трудности. И этой группой легче всего управлять через их чувство вины и социальной и личной ответственности.

Третий – живущие не по средствам, желающие *казаться, а не быть* более успешными, крутыми, состоятельными, а не являющимися такими на самом деле. Среди них большая часть тех, кто покупает самую последнюю модель теле-

фона, всеми функциями которой никогда пользоваться не будет, но сам факт обладания им позволяет зафиксировать их социальный статус – они это могут себе позволить.

Противоречия кредитной морали россиян

Для первого типа – халявщиков (35%), кредитная мораль строится из соображений долженствования государства конкретному человеку. Государство мне должно (дать достаточно денег, условий, качества жизни и т.д.), но не дает, поэтому я могу спокойно взять кредит и не возвращать его. Пусть моими вопросами по неуплате процентов занимается государство.

Для второго типа – морально-ответственных граждан (25%) существует позиция, что кредиты в принципе брать не надо (это зло), а если уж и взял – то неси полную ответственность за него (все трудности по его выплате – своего рода цена (не финансовая, а именно морально-этическая) за то, что не смог накопить денег в свое время или оказался в такой ситуации, что понадобилась крупная сумма, которой у тебя не было. Это в любом случае – ответственность индивида. Для этой группы важна социальная оценка и если его будут осуждать окружающие, то это будет сродни социальной смерти.

Для третьего типа – живущих не по средствам (40%), кредиты выступают иллюзорным моментом показать то, что они находятся в желанной социальной группе. Они не признают своего реального социального положения. Причина этому большое социальное неравенство, где кредиты выступают иллюзорной формой его стирания. Среди этой группы респондентов, много тех, кто считает существующее распределение социальных благ несправедливым и кредиты выступают одним из способов исправления этой несправедливости. Для этой группы людей – важно сохранить создаваемый образ в глазах окружения и своих собственных. Потеря этого образа – это также эквивалент социальной смерти.



Также чувство независимости, разорванных социальных связей (семейных в том числе) приводит к тому, что более одинокие люди чаще берут кредиты (независимые, самостоятельные, одинокие – 75%, зависимые, обремененные семьей и другими родственниками и друзьями – 25%). Тесные социальные связи помогают быстрее решить финансовые задачи через кооперацию и взаимопомощь, без кредитов или с их минимальным вложением и более быстрым погашением. Но стоит указать, что россияне боятся не деньги потерять, а независимость. Соответственно, это выступает одной из основных моральных ценностей современного общества.

Современным людям легче брать кредит в банке или микрокредитной организации, так как не надо объяснять, на что и зачем он тебе, а родне или друзьям – надо объяснять и потом выполнять обязательства по возврату займа, а кредит из банка можно отдавать частями, оплачивая каждый день его использования. Без лишних слов, только включаясь в экономические отношения. Это своего рода формализация отношений, которая убирает дополнительные социальные и моральные обязательства и взаимосвязи.

Несмотря на то, что родственники и друзья чаще могут дать без процентов в долг – это больше *напрягает* заемщиков, так как формирует моральную ответственность между ними или же оказали милость (а чувство гордыни не позволяет это принять) или подарок (который требует эквивалентной, а лучше более значимой отдачи). Об этом более подробно описано в работе о дарообмене М. Мосса [12] и современного исследователя данных отношений О.А. Полушкевич [16].

При этом, те кто имеет тесные социальные связи, состоит в сообществах или общинах более застрахованы при взятии кредита, даже не экономическими условиями и возможностями его возврата, а морально-психологической поддержкой и уверенностью в том, что с любыми вопросами и задачами он справится, его поддержат и ему помо-

гут. Не говоря о том, что сообщества могут помочь изначально с финансовыми вопросами. Поэтому, сама логика принятия решений у людей, состоящих в сообществах и более независимых – отличается. Первые – в меньшей мере рассчитывают на кредит из банка и больше опираются на поддержку других членов сообщества; а вторые – опираются только на себя и в результате могут оказаться в финансово катастрофической ситуации, в которой сложно выплатить кредит и вести в целом достойную жизнь.

Таким образом, проведенное исследование показало неутешительную картину социальных противоречий, строящихся на больших социальных разрывах, моральных установках, не помогающих, а наоборот усугубляющих положение граждан, взявших кредит. Мировоззренческие, морально-этические и социокультурные основания становятся негативным условием психологического подавления тех, кто взял кредиты. Данным положением вещей пользуются банки и микрокредитные организации, управляя финансовым поведением и жизненными сценариями тех, кто выплачивает кредит, регулируя их мотивы, формы социальных коммуникаций и обязательств, а также социальные возможности их реализации.

Для социального здоровья общества – кредиты выступают негативным фактором деконсолидации, атомизации и социальной разобщенности. Идентичность тех, кто платит кредиты трансформируется и в первую очередь под влиянием неэффективных морально-этических представлений и сложностей социально-стратификационного развития общества. И в целом, социальная среда становится более аморфной, наполненной тревожными установками, меняющимися социальными рамками и условиями жизни современников.

Выводы

Кредиты, особенно большие (например, ипотечные) делают человека послушным и зависимым. Поэтому, они нужны для контроля граждан. И отказаться от сис-

темы кредитования граждан государство не сможет.

Психология экономического поведения, моральная экономика могут выявить существующие проблемы и противоречия, но не решить их. Только реальные изменения в политике властей и трансформация ценностного поля обывателей, через когнитивное, аффективное и поведенческое изменение влияния массовой культуры и культуры потребления может изменить социальные условия жизни и определить новый формат качества жизни россиян.

Изменение ситуации по использованию кредитов, по более гармоничному и естественному развитию возможно только при развитии социальной ответственности и солидарности сообществ. Хотя и политика государства должна быть нацелена не на полный контроль, а на создание условий для реализации потенциала каждого своего члена, тогда их жизнь уйдет направлена не на отдавание кредитов и процентов по ним банкам, а на новые идеи и возможности, которые позволят качественно измениться всей стране.

Качество жизни, человеческий капитал конструируется не из громких лозунгов программ и проектов, а через моральные установки и реальное поведение отдельных граждан, способных изменить свою жизнь через приложенные усилия. А также через включение в практику социальных сообществ социальной ответственности и инициативы, где поддержка индивида и его социальная вовлеченность помогает решать возникающие трудности и задачи и идти дальше, не становясь рабом морально-экономических условий кредитов. Это стратегия видится нам наиболее перспективной и оправданной для развития социальной солидарности и общественного воспроизводства в новых условиях жизни современной страны.

Литература

1. Ардашев Р.Г. Безопасность личности в условиях виртуальности: иррациональность общественного сознания // Социальная безопасность

и социальная защита населения в современных условиях. Материалы международной научно-практической конференции. Ответственный редактор А.М. Бадонов. Улан-Удэ, 2023. С. 8–11.

2. Ардашев Р.Г. Конспирологическое мышление современных россиян // Социология. 2023. № 3. С. 225–233.
3. Баев П.А. Экспертный анализ моральных авторитетов современной молодежи // Экспертные институты в XXI веке: цивилизационные и цифровые концепции меняющегося мира. Сборник научных трудов Второй международной научно-практической конференции. Науч. редактор Т.И. Грабельных. Иркутск, 2023. С. 512–515.
4. Баев П.А., Хаустов Д.С. Материальные притязания и финансовые идолы современных студентов // Наука и высшее образование в XXI веке: системные и институциональные изменения. Сборник науч. Работ. Под ред. Т.И. Грабельных, Иркутск, ИГУ, 2023.
5. Гаджигасанова Н. С., Дудина И.М. Кредитное поведение потребителей: признаки, влияние социальных факторов // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки, 2016. № 2, С. 29–34.
6. Давыденко И.Г. Детерминанты кредитного поведения населения в условиях развития рынка потребительского кредитования // Общество: политика, экономика, право, 2014. № 3, С. 22–27
7. Дулина Н. В., Моисеева Д.В., Токарев В.В. Финансовое поведение населения: сберечь или взять взаймы? (на материалах социологического исследования «Волгоградский Омнибус») // Известия Волгоградского государственного технического университета, 2013. № 13, С. 47–53.
8. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда: Метод социологии. М.: Наука, 1991. 575 с.



9. Зимина Е.В., Хаустов Д.С. Соискание ренты и капитализм: инклюзия и справедливость в тени опыта разрешения социальных конфликтов // Миссия конфессий. 2022. Т. 11. № 8 (65). С. 134–139.
10. Зимина Е.В., Хаустов Д.С. Справедливость, наука и социология хозяйственных систем: трансформация откровения в догмат // Известия Байкальского государственного университета. 2022. Т. 32. № 4. С. 779–786.
11. Кузина О.Е. Анализ динамики пользования банковскими кредитами и долговой нагрузки россиян // Деньги и кредит, 2013. № 11, С. 30–36.
12. Мосс М. Обязательное выражение чувств (австралийские погребальные словесные ритуалы) // Общества. Обмен. Личность: Труды по социальной антропологии / Пер. с фр. А.Б. Гофмана. М.: Наука, 1996. С. 74–82.
13. Мужичкова Ю.Е. Психология быденных представлений о долгах и кредитах // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета, 2015. № 4(20), С. 37–44. DOI: 10.12737/17057
14. Полюшкевич О.А. Благодарность как социокультурное явление // Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы, и перспективы. сборник научных трудов. ФГБОУ ВО «ИГУ»; под общ. ред. В.А. Решетникова, О.А. Полюшкевич. Иркутск, 2019. С. 202–212.
15. Полюшкевич О.А. Место благодарности в социокультурном воспроизводстве общества // Социально-демографические процессы в XXI веке: кризис, вызовы, стратегии безопасности. сборник научных трудов. Иркутск, 2017. С. 241–245.
16. Полюшкевич О.А. Просоциальное поведение: интерпретация теории дарообмена М. Мосса // Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы и перспективы. Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. 2020. С. 125–128.
17. Родионова Л. А., Троч Т.М., Юсупова С.М. Эконометрические подходы к оцениванию кредитного поведения населения в России // Изв. Саратовского государственного университета. Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право, 2016. № 1(16), С. 39–48. DOI: 10.18500/1994–2540–2016–16–1–39–48
18. Скуденков В.А. Угрозы трансформации социально-экономических притязаний // Методология предотвращения угроз в XXI веке. Сборник научных трудов. Иркутск, 2022. С. 152–155.
19. Скуденков В.А. Экономические притязания молодежи в условиях перехода к виртуальному миру // Социальная реальность виртуального пространства. материалы II Международной научно-практической конференции. Иркутск, 2020. С. 214–218.
20. Скуденков В.А. Экономические притязания в условиях мобилизации // Социология. 2022. № 5. С. 80–87.

LIVING ON DEBT: MORAL ATTITUDES OF RUSSIANS

Baev P.A., Khaustov D.S.

Baikal State University of Economics and Law

The article examines the moral attitudes of Russians that push them to take out loans, analyzes the moral and ethical attitudes and social aspirations cultivated by a mass consumer society. Based on empirical research data, three types of people who take out loans are identified, their moral attitudes and subsequent social norms and actions are identified in accordance with these attitudes.

Keywords: money, economic claims, credit, moral economics, moral economics, sociology of lending, consumer society, mass culture.

References

1. Ardashev R.G. Personal security in conditions of virtuality: irrationality of public consciousness // Social security and social protection of the population in modern conditions. Materials of the international scientific and practical conference. Executive editor A.M. Badonov. Ulan-Ude, 2023. pp. 8–11.



2. Ardashev R.G. Conspiracy thinking of modern Russians // *Sociology*. 2023. No. 3. P. 225–233.
3. Baev P.A. Expert analysis of moral authorities of modern youth // *Expert institutions in the 21st century: civilizational and digital concepts of a changing world*. Collection of scientific papers of the Second International Scientific and Practical Conference. Scientific editor T.I. Rake. Irkutsk, 2023. pp. 512–515.
4. Baev P.A., Khaustov D.S. Material claims and financial idols of modern students // *Science and higher education in the 21st century: systemic and institutional changes*. Collection of scientific Work. Ed. T.I. Gabelnykh, Irkutsk, ISU, 2023.
5. Gadigasanova N. S., Dudina I.M. Credit behavior of consumers: signs, influence of social factors // *Bulletin of Kemerovo State University. Series: Political, sociological and economic sciences*, 2016. No. 2, pp. 29–34.
6. Davydenko I.G. Determinants of credit behavior of the population in the conditions of development of the consumer lending market // *Society: politics, economics, law*, 2014. No. 3, pp. 22–27
7. Dulina N.V., Moiseeva D.V., Tokarev V.V. Financial behavior of the population: save or borrow? (based on the materials of the sociological study “Volgograd Omnibus”) // *News of the Volgograd State Technical University*, 2013. No. 13, pp. 47–53.
8. Durkheim E. *On the division of social labor: The method of sociology*. M.: Nauka, 1991. 575 p.
9. Zimina E.V., Khaustov D.S. Rent-seeking and capitalism: inclusion and justice in the shadow of the experience of resolving social conflicts // *Mission of Confessions*. 2022. T. 11. No. 8 (65). pp. 134–139.
10. Zimina E.V., Khaustov D.S. Justice, science and sociology of economic systems: transformation of revelation into dogma // *News of the Baikal State University*. 2022. T. 32. No. 4. P. 779–786.
11. Kuzina O.E. Analysis of the dynamics of the use of bank loans and the debt burden of Russians // *Money and Credit*, 2013. No. 11, pp. 30–36.
12. Moss M. Obligatory expression of feelings (Australian funeral verbal rituals) // *Societies. Exchange. Personality: Proceedings on social anthropology / Transl. from fr. A.B. Hoffman*. M.: Nauka, 1996. pp. 74–82.
13. Muzhikova Yu.E. Psychology of everyday ideas about debts and loans // *Humanities. Bulletin of the Financial University*, 2015. No. 4(20), pp. 37–44. DOI: 10.12737/17057
14. Polyushkevich O.A. Gratitude as a socio-cultural phenomenon // *Social consolidation and social reproduction of modern Russian society: resources, problems, and prospects*. collection of scientific papers. FSBEI HE “ISU”; under general ed. V.A. Reshetnikov, O.A. Polyushkevich. Irkutsk, 2019. pp. 202–212.
15. Polyushkevich O.A. The place of gratitude in the sociocultural reproduction of society // *Socio-demographic processes in the 21st century: crisis, challenges, security strategies*. collection of scientific papers. Irkutsk, 2017. pp. 241–245.
16. Polyushkevich O.A. Prosocial behavior: interpretation of the theory of gift exchange by M. Moss // *Social consolidation and social reproduction of modern Russian society: resources, problems and prospects*. Materials of the VI All-Russian Scientific and Practical Conference. 2020. pp. 125–128.
17. Rodionova L. A., Trach T.M., Yusupova S.M. Econometric approaches to assessing the credit behavior of the population in Russia // *Izv. Sarat. un-ta. New ser. Ser. Economy. Control. Law*, 2016. No. 1(16), pp. 39–48. DOI: 10.18500/1994–2540–2016–16–1–39–48
18. Skudencov V.A. Threats of transformation of socio-economic claims // *Methodology of preventing threats in the 21st century*. Collection of scientific papers. Irkutsk, 2022. pp. 152–155.
19. Skudencov V.A. Economic claims of young people in the transition to the virtual world // *Social reality of virtual space*. materials of the II International Scientific and Practical Conference. Irkutsk, 2020. pp. 214–218.
20. Skudencov V.A. Economic claims in conditions of mobilization // *Sociology*. 2022. No. 5. P. 80–87.



Современные политические технологии, применяемыми на выборах мэра Москвы 2023

Ананишнев Владимир Максимович,

профессор, доктор социологических наук, доктор бизнес-администрирования (США), профессор, департамент философии и социальных наук, Московский городской педагогический университет
E-mail: AnanishnevV@yandex.ru

Пугачев Никита Максимович,

аспирант, департамент философии и социальных наук; Московский городской педагогический университет
E-mail: pugachevnm@mgpu.ru

Гаврилов Дмитрий Вячеславович,

аспирант, департамент философии и социальных наук, Московский городской педагогический университет
E-mail: GavrilovDV@mgpu.ru

Лагутина Евгения Ивановна,

аспирант, Московский городской педагогический университет
E-mail: lagutina.07@bk.ru

и инновационное использование политических технологий оказывают значительное влияние на исход избирательной кампании.

Ключевые слова: политические технологии, управление, агитация, выборы, кандидат, партия, избирательные кампании, мэр Москвы.

В статье проводится детальный анализ политических технологий, применяемых в ходе выборов мэра Москвы в 2023 году. Особое внимание уделяется индивидуальным стратегиям кандидатов, раскрывая, как они стремились заручиться поддержкой избирателей и выделиться на фоне своих оппонентов. В центре внимания находится кампания действующего мэра Сергея Собянина. Авторы статьи подробно рассматривают ключевые аспекты его подхода, включая способы взаимодействия с гражданами, использование медийных платформ, управление ходом избирательной кампании, а также стратегии по укреплению своего имиджа среди избирателей. Помимо анализа кампании Собянина, статья также освещает стратегии других кандидатов. Подчеркиваются различия в их подходах к избирательной кампании, включая разные методы привлечения избирателей, взаимодействие с общественными и политическими группами. Особое внимание в статье уделяется тому, как кандидаты использовали различные политические технологии во время избирательной кампании. Обсуждаются различные тактики, включая цифровой маркетинг, социальные медиа, а также прямые встречи с избирателями. В целом, статья предоставляет глубокий и всесторонний анализ политических стратегий, применяемых в ходе выборов, и демонстрирует, как разнообразие подходов

В сентябре 2023 года в городе Москва прошли очередные выборы Мэра города. Выборы мэра Москвы 2023 года проводились в течение трех дней, с 8 по 10 сентября, в рамках единого дня голосования. На этих выборах мэром Москвы был переизбран Сергей Собянин с результатом 76,39% голосов, став первым мэром Москвы, избранным на третий срок. На 1 января 2023 года в Москве было зарегистрировано 7596 125 избирателей.

Кандидаты на пост мэра могли быть выдвинуты политическими партиями или путем самовыдвижения. На выборы были зарегистрированы пять кандидатов: Дмитрий Гусев, Владислав Даванков, Леонид Зюганов, Сергей Собянин и Борис Чернышов. В процессе подготовки к выборам, по решению комиссии Мосгоризбиркома, некоторые кандидаты были исключены из списка из-за непредоставления необходимых документов в срок [15].

В июне 2023 года партия «Справедливая Россия – За правду» официально выдвинула Дмитрия Гусева в качестве кандидата на пост мэра Москвы. Это решение было принято на внеочередной партийной конференции московского отделения партии. Гусев, депутат Государственной Думы и глава московского отделения партии, известен своим опытом в политической арене, включая работу в правительстве Москвы и участие в более чем 200 политических кампаниях.

Основной акцент в его предвыборной программе сделан на безопасности Москвы. Гусев выдвигает цель сделать Москву «самым безопасным городом в мире». Для достижения этой цели он предлагает обучить граждан действиям в экстремальных ситуациях, значительно увеличить количество видеокamer в городе и ввести строгие квоты для мигрантов, ограничивая их пребывание и работу в Москве. По его мнению, городу необходимы только квалифицированные мигранты, работающие на временной основе [1].

С точки зрения анализа политических технологий, которые применялись на выборах мэра Москвы 2023 года не имеет

большого значение изучение деятельности кандидата от СРЗП Дмитрия Гусева. Агитация и управление избирательной кампанией почти не велось, выдвижение кандидата было обусловлено желанием отсрочить констатацию факта политической смерти партии СРЗП. Кандидат получил всего 128 701 голосов или 3,93% от числа избирателей, пришедших на выборы. По мнению политтехнологов, кампания Гусева была проведена очень слабо, что сказалось на конечных результатах [3].

Следующим кандидатом в мэры был Борис Чернышев от партии ЛДПР. Ситуация схожая с кандидатом от СРЗП. Реальных шансов на интересную и активную избирательную кампанию от Чернышева не было изначально. Управление избирательной кампанией было незначительным и ограничилось периодическими появлениями в заголовках СМИ, а также участием в дебатах между кандидатами, на которых Чернышев иногда был в гордом одиночестве, без участия других кандидатов [5]. Из интересного можно отметить попытку ЛДПР продолжать паразитировать на образе своего уже покойного лидера В.В. Жириновского. Перед выдвижением Чернышева была представлена нейросеть, основанная на оцифрованном наследии Жириновского – выступлениях, высказываниях, интервью политика [10]. Однако применение такой политической технологии также не принесло результатов. Чернышев получил 183 529 голосов или 5,61%.

Леонид Зюганов, представитель КПРФ, занял второе место на выборах мэра Москвы 2023 года с результатом 265 374 голосов, что составляет 8,11% от всех голосов. Он является внуком лидера КПРФ Геннадия Зюганова и главой комиссии Мосгордумы по науке и промышленности. Выдвижение Леонида Зюганова на пост мэра Москвы от КПРФ было проведено на предвыборной конференции московского отделения КПРФ [9].

Геннадий Зюганов, лидер КПРФ, высказался по поводу выборов, подчеркнув их важность в контексте предстоящей президентской избирательной



кампании и влияния на судьбу страны. Он указал на необходимость решения текущих проблем страны, включая выход из экономического тупика и преодоление нищеты, подчеркивая, что каждый второй гражданин в России живет на сумму менее 20 тысяч рублей. Зюганов также упомянул о программе КПРФ, которая была принята на III Международном Орловском экономическом форуме и распространена тиражом почти в 100 миллионов экземпляров. Эта программа была направлена на развитие социальной сферы, поддержку молодежи и ветеранов, а также на улучшение состояния народных предприятий, включая совхоз имени Ленина и СПК «Звениговский» в Марий Эл [4].

В контексте анализа политических и управленческих технологий, применяемых на выборах мэра Москвы, деятельность Леонида Зюганова и КПРФ характеризуется чуть более активной кампанией, что контрастирует с подходами других кандидатов, например, от СРЗП и ЛДПР, чьи кампании были менее активными и менее. Однако выделить какие-либо примечательные политические технологии, которые применялись Леонидом Зюгановым, не представляется возможным.

Второе место Леонида Зюганова на выборах мэра Москвы в 2023 году было в значительной степени обусловлено широкой поддержкой партии КПРФ, а не исключительно его личными заслугами. КПРФ традиционно занимает сильные позиции в Москве, и предполагается, что любой кандидат от этой партии мог бы достичь схожих результатов. Таким образом, второе место Леонида Зюганова отражает устойчивую базу поддержки КПРФ в столице, а не исключительно его индивидуальные достижения или популярность как политической фигуры [11].

Следующим кандидатом, анализ кампании которого вызывает интерес – это Владислав Даванков, выдвинутый партией «НОВЫЕ ЛЮДИ». Владислав Даванков, родившийся в 1984 году, является заместителем председателя Государственной Думы России и первым

заместителем руководителя фракции партии «Новые люди» в Госдуме. Он также известен как российский общественный и политический деятель, предприниматель. В мае 2023 года лидер партии Алексей Нечаев объявил о выдвижении Даванкова кандидатом на пост мэра Москвы. В конечном итоге Владислав Даванков занял четвертое место, набрав 136 573 голоса, что составляет 5,19% от общего числа голосов, что является хорошим показателем для молодой партии и кандидата, не имеющего за собой большого бэкграунда у избирателей. Несмотря на активную предвыборную кампанию и амбициозные планы, Даванков не смог получить значительную поддержку избирателей. Это может быть связано как с конкуренцией со стороны более устоявшихся политических сил, так и с ошибками в управлении агитационными процессами.

Владислав Даванков использовал уникальную политическую технологию тесного общения с избирателями в ходе своей избирательной кампании. Он обещал провести 100 встреч в разных районах Москвы до выборов, о чём постоянно публиковалась информация в его социальных сетях.

Команда Даванкова проводила по 12 встреч в неделю, и они были единственными среди кандидатов, кто мог похвастаться такой активностью. На этих встречах жители Москвы высказывали свои насущные проблемы, такие как уплотнительная застройка, реновация, неравномерное развитие города, проблемы с доступностью медицинских услуг и сохранение зеленых зон. Эти встречи давали возможность собрать важные данные и мнения, которые впоследствии были включены в предвыборную программу Даванкова. Кроме того, его команда предоставила возможность избирателям внести свои предложения в «План Даванкова» через регистрацию на сайте команды. Это усложнило управление агитационными процессами, что сразу же отразилось на избирательной кампании. К примеру, увеличилось количество встреч, которые не могли проводиться лично кандидатом, что стало ясно

не сразу. Первоначально предполагалось присутствие Даванкова на каждой встрече, но позже большее количество встреч проводилось командой.

Эта стратегия подчеркивает важность прямого общения с избирателями и сбора их отзывов для формирования эффективной и отзывчивой политической кампании.

Владислав Даванков и его команда использовали ряд политических технологий в ходе избирательной кампании на пост мэра Москвы:

1. Встречи с избирателями: в сумме команда провела 116 встреч по всей Москве, собрав множество районных проблем. Это позволило им иметь глубокое понимание городских проблем, превосходящее знания других кандидатов, не располагающих административным ресурсом.
2. Расширение команды: «Коллективный Влад Даванков» состоял из 107 доверенных лиц, которые ежедневно работали на улицах и в общественном штабе. Это позволило тысячам москвичей познакомиться с их программой.
3. Разработка программы: команда подготовила решения и собрала их в программу из 12 разделов, охватывающую все сферы жизни города. Программа, состоящая из 60 страниц, включала 1000 конкретных проблем из всех районов города [16].
4. Распространение информации: команда организовала 150 пикетов у станций метро и раздавала 130 тысяч газет ежедневно. Общий тираж их еженедельной газеты достиг 3,8 миллионов экземпляров, что стало рекордом в этой избирательной кампании.
5. Рост числа подписчиков и Актива: количество подписчиков в районных чатах выросло на 20%, достигнув 40 тысяч москвичей. Районный актив увеличился вдвое по сравнению с муниципальной кампанией 2022 года, привлекая 2546 человек [8].

Отдельно стоит выделить интересное позиционирование Владислава Даванкова в современной политической об-

становке. За образом простого любителя шаурмы скрывается настоящий политик. Его интервью на канале Ксении Собчак демонстрирует взгляды, которые в 2023 году кажутся вызовом для традиционной системы власти. Даванков, являющийся членом Государственной Думы, открыто заявляет о неготовности России к крупномасштабным военным действиям и критикует милитаристскую риторику, то есть происходит обращение к непредставленным ранее на выборах мэра Москвы группам населения.

Даванков привлекал внимание своими необычными акциями, такими как прыжки с 10-метровой вышки или погружения в Москва-реку. Он открыто критикует милитаризм, империалистические устремления, репрессии и поиски «врагов народа», показывая себя как единственного кандидата, кто способен открыто выражать здравые идеи. Даванков самоиронично называет себя «первым депутатом-иноагентом», подчеркивая риски своей позиции. Однако его курс может привлечь разнообразную аудиторию, включая сторонников Навального и Пригожина [7].

Обладая дополнительными агитационными, управленческими и организационными инструментами, а также большой группой изначально благожелательно настроенных избирателей, кандидат партии власти имеет самое большое исходное преимущество перед конкурентами.

Кандидат от партии власти имеет гарантированную поддержку политизированных избирателей партии власти, обращающих внимание исключительно на партийную принадлежность и не особо интересующихся личностью кандидата. В качестве дополнительного бонуса эти избиратели сконцентрированы среди регулярно участвующих в выборах групп женщин пожилого и старшего среднего возраста. Кроме того, имеется значительный объем дуального электората партии власти с исходным благоприятным отношением к кандидату. Его, впрочем, можно оттолкнуть непривлекательным личным имиджем, сложившимся как в результате собственных ошибок, так и действий конкурентов.



Статус кандидата партии власти практически гарантирует хорошее ресурсное обеспечение кампании. Наличие высоких шансов на победу и лояльная позиция благоприятны для сбора средств на избирательную кампанию среди представителей местного бизнеса. Афилированные с властью организации охотно жертвуют большие суммы в фонд таких кандидатов в надежде на будущее сотрудничество и поддержку. Не надо забывать, что партия власти сама является наиболее обеспеченной политической организацией в стране и может щедро финансировать кампанию своих кандидатов из партийного бюджета. Кампания кандидата партии власти несет гораздо меньшие юридические риски.

Не последнюю роль в преваливании кандидатов партии власти играет значительная информационно-аналитическая помощь партийных структур. Это могут быть консультации по проведению кампании вплоть до содействия в привлечении ведущих специалистов по отдельным направлениям, предоставление доступа к базам типовых агитационных материалов и текстов, помощь в интернет-агитации и доступе к СМИ федерального и регионального уровней, обучение сотрудников штаба

Надо отбросить необоснованную конкурентную успокоенность: кандидат и избирательный штаб должны раз и навсегда решить для себя, что итог кампании не ясен до подсчета бюллетеней и подписания протокола с результатами голосования. Имитация вместо нормальной избирательной кампании недопустима. При пассивном проведении кампании ее исход будет отдан на волю случая и действий конкурентов.

Анализ избирательной кампании Владислава Даванкова, кандидата от партии «НОВЫЕ ЛЮДИ», выявляет инновационные подходы к управлению политическими коммуникациями и стратегиями вовлечения избирателей. Даванков применил метод прямых встреч с избирателями, обещая провести 100 встреч в разных районах Москвы, что позволило собрать обширные данные

о местных проблемах и интегрировать их в предвыборную программу. Команда Даванкова расширила свою деятельность, включая ежедневные акции и распространение информационных материалов, что привело к значительному увеличению числа подписчиков и активистов. Несмотря на широкомасштабные усилия, Даванков занял четвертое место на выборах, что указывает на сложности конкуренции с более устоявшимися политическими силами. Его кампания, однако, отражает стремление к охвату разнообразной аудитории и представляет собой вызов традиционным властным структурам, благодаря чему он смог привлечь внимание различных социальных групп.

С.С. Собянин, действующий градоначальник смог получить 2499 114 голосов (76,39%). Его успех был обусловлен не только его деятельностью и политическим опытом, но и применением современных политических технологий.

Одним из аспектов, способствовавших победе Собянина, стала активная работа с электоратом. Это включало в себя не только традиционные методы, такие как распространение агитационных материалов, но и использование новых медиа-платформ для налаживания связи с избирателями. Социальные сети, онлайн-платформы и мобильные приложения стали эффективными инструментами для общения с гражданами и демонстрации достижений в управлении городом. Значительную роль в победе Собянина сыграла высокая степень медийной поддержки и грамотное управление агитацией и продвижением кандидата. Также, не маловажную роль в этом процессе сыграло дистанционное электронное голосование.

В 2023 году на выборах мэра Москвы использовалось дистанционное электронное голосование (ДЭГ), позволяющее избирателям голосовать без посещения избирательных участков. Голосование проводилось через портал mos.ru, важную часть жизни многих москвичей, на котором зарегистрировано более 15,7 миллионов пользователей. Преимущество ДЭГ заключается в его

скорости и удобстве: процесс занимает менее пяти минут и может осуществляться с любого электронного устройства. Также, оно позволяет снизить нагрузку на избирательные участки и облегчить электоральный менеджмент.

Процесс голосования упрощен: не требуется предварительная подача заявления для участия в электронных выборах. Для подтверждения личности избирателя используется учетная запись на портале mos.ru. Система была доступна с 8:00 8 сентября до 19:59 10 сентября, при этом избиратели получали уникальный цифровой код через СМС для доступа к электронному бюллетеню, обеспечивая дополнительную безопасность процесса [6].

Кроме технологических аспектов, важно отметить, что ДЭГ также является политической технологией, направленной на мобилизацию электората для участия в выборах и поддержки конкретных кандидатов. Хотя каждый кандидат может по-разному относиться к ДЭГ, кандидат от партии власти обычно находится в выигрыше от такой мобилизации через электронное голосование. Для мобилизации людей использовалась различная реклама, например, дверная агитация [14]. Это связано с возможностью более эффективного вовлечения избирателей и упрощения процесса голосования, что может способствовать повышению явки и поддержки конкретных кандидатов, в данном случае С.С. Собянина, как представителя партии власти и действующего градоначальника.

Политическая технология, используемая для укрепления имиджа и получения голосов избирателей, включает в себя привлечение поддержки уважаемых личностей и организаций. Уважение, авторитет и зачастую рейтинги известных лиц могут «переноситься» на кандидатов, что можно использовать в своих избирательных кампаниях. На выборах мэра Москвы в 2023 году Сергей Собянин, выдвинутый партией «Единая Россия», успешно использовал этот подход.

1. Поддержка от партии и общественного штаба: Собянин, действующий

мэр Москвы, был выдвинут партией «Единая Россия» и вновь победил на выборах, став первым мэром Москвы, избранным на третий срок. Был создан штаб общественной поддержки Собянина, который находился в «Цифровом деловом пространстве» на улице Покровка. Петр Толстой, секретарь московского отделения «Единой России» и вице-спикер Госдумы РФ, заявил, что задача штаба – сплотить все общественные силы и движения Москвы для поддержки Собянина, подчеркнув широкую поддержку его достижений в развитии города. Владимир Машков, художественный руководитель Театра Олега Табакова и доверенное лицо Собянина, выразил поддержку кандидату Собянина от имени творческого сообщества, подчеркивая важность его вклада в развитие культуры в Москве. Это показывает, что поддержка Собянина распространялась среди представителей культуры, науки, предпринимательства, образования и других сфер жизни [2].

2. Поддержка высшего руководства страны. Путин и Собянин в течение избирательной кампании неоднократно взаимодействовали друг с другом. В данном случае высокий рейтинг одобрения В.В. Путина у населения «переносился» на С.С. Собянина, особенно на фоне появляющихся информационных поводов, таких как открытие МЦД-3 [13], МЦД-4 [12].

В заключении успех Сергея Собянина на выборах мэра Москвы в 2023 году был результатом комплексного подхода, сочетающего современные политические технологии и традиционные методы взаимодействия с электоратом. Использование дистанционного электронного голосования, эффективное применение новых медиа-платформ, а также поддержка от партии «Единая Россия», общественного штаба и высшего руководства страны, включая Владимира Путина, играли ключевую роль в его переизбрании. Важным фактором стала и поддержка известных личностей и общественных организаций, что



способствовало формированию положительного имиджа кандидата и укреплению его позиций среди избирателей. Это показывает, как эффективное использование различных политических и технологических инструментов может способствовать успеху в современных выборах.

Литература

1. «Справедливая Россия» выдвинула Гусева в кандидаты в мэры Москвы // [электронный ресурс] URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/6491ae3f9a7947556ce4f3ca> (дата обращения: 16.11.2023).
2. В Москве открылся штаб общественной поддержки Собянина на выборах главы города // [электронный ресурс] URL: <https://iz.ru/1542309/2023-07-10/v-moskve-otkrylsia-shtab-obshchestvennoi-podderzhki-sobianina-na-vyborakh-glavy-goroda> (дата обращения: 16.11.2023).
3. Выборы Мэра мне напомнили паралимпийские игры // [электронный ресурс] URL: <https://t.me/mosvybory/623> (дата обращения: 16.11.2023).
4. Геннадий Зюганов: сегодня исключительно ответственный день // [электронный ресурс] URL: <https://www.rline.tv/news/2023-09-10-gennadiy-zyuganov-segodnya-isklyuchitelno-otvetstvennyy-den-/#:~:text=Хочу%20еще%20раз%20подчеркнуть%20что,надеюсь%20что%20избиратели%20насе%20услышат> (дата обращения: 16.11.2023).
5. Главное не победа, а участие // [электронный ресурс] URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6199850> (дата обращения: 16.11.2023).
6. Дистанционное электронное голосование // [электронный ресурс] URL: <https://www.mosgorizbirkom.ru/vybory/distancionnoe-golosovanie-na-vyborah-mera-moskvy-2023/> (дата обращения: 16.11.2023).
7. За маской любителя шаурмы скрывался политик с большой буквы. // [электронный ресурс] URL: <https://t.me/rusbrief/151732> (дата обращения: 16.11.2023).
8. Избирательная кампания подходит к концу. Завтра выборы. // [электронный ресурс] URL: https://t.me/app_trofimenko/533 (дата обращения: 16.11.2023).
9. КПРФ выдвинула Леонида Зюганова кандидатом на выборы мэра Москвы // [электронный ресурс] URL: <https://www.rline.tv/news/2023-06-26-kprf-vydvynula-leonida-zyuganova-kandidatom-na-vybory-mera-moskvy/#:~:text=КПРФ%20выдвинула%20Леонида%20Зюганова%20кандидатом,предвыборную%20конференцию%20по%20выдвижению> (дата обращения: 16.11.2023).
10. ЛДПР презентовала нейросеть «Жириновский» // [электронный ресурс] URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/news/2023/06/15/980462-ldpr-prezentovala-neiroset-zhirinovskii> (дата обращения: 16.11.2023).
11. Политолог объяснил, почему Зюганов занял второе место на выборах мэра // [электронный ресурс] URL: <https://news.ru/moskva/politolog-obyasnil-pochemu-zyuganov-zanyal-vtoroe-mesto-na-vyborah-mera/#:~:text=Политолог%20Минченко%20заявил%20второе%20место%20на,второе%20место%20на%20выборах%20заявил%20политолог%20Евгений%20Минченко.#:~:text=Политолог%20Минченко%20заявил%20политолог%20Евгений%20Минченко> (дата обращения: 16.11.2023).
12. Путин и Собянин запустили движение по МЦД-4 и проспекту Багратиона // [электронный ресурс] URL: <https://www.vedomosti.ru/society/news/2023/09/09/994288-putin-sobyanin-zapustili-dvizhenie> (дата обращения: 16.11.2023).
13. Путин и Собянин открыли движение по третьему Московскому центральному диаметру // [электронный ресурс] URL: <https://www.interfax.ru/moscow/916686> (дата обращения: 16.11.2023).



14. Реклама ДЭГ // [электронный ресурс] URL: <https://t.me/mosgorduma2024/3717> (дата обращения: 16.11.2023).
15. Собянин победил на выборах мэра Москвы с 76,39% // [электронный ресурс] URL: <https://www.rbc.ru/politics/11/09/2023/64fea8b99a794745973738e8> (дата обращения: 16.11.2023).
16. Честный план нового мэра! // [электронный ресурс] URL: <https://davankov2023.ru/programm/> (дата обращения: 16.11.2023).

MODERN POLITICAL TECHNOLOGIES USED IN THE MOSCOW MAYORAL ELECTION 2023

Ananishnev V.M., Pugachev N.M., Gavrilov D.V., Lagutina E.I.

Moscow City University

The article conducts a detailed analysis of the political technologies used during the Moscow mayoral election in 2023. Special attention is given to the individual strategies of the candidates, revealing how they sought to gain voter support and stand out from their opponents. The focus is on the campaign of the incumbent mayor, Sergey Sobyanin. The authors thoroughly examine the key aspects of his approach, including ways of interacting with citizens, the use of media platforms, managing the course of the election campaign and strategies to strengthen his image among voters. In addition to analyzing Sobyanin's campaign, the article also covers the strategies of other candidates. It highlights the differences in their approaches to the electoral campaign, including various methods of attracting voters and interacting with social and political groups. The article pays special attention to how candidates used different political technologies during the campaign. Various tactics are discussed, including digital marketing, social media, and direct meetings with voters. Overall, the article provides a deep and comprehensive analysis of the political strategies used during the election, demonstrating how the diversity of approaches and innovative use of political technologies significantly influence the outcome of the electoral campaign.

Keywords: political technologies, management, campaign, elections, candidate, party, electoral campaigns, Mayor of Moscow.

References

1. "Fair Russia" nominated Gusev as a candidate for mayor of Moscow // [electronic resource] URL: <https://www.rbc.ru/rbcfree-news/6491ae3f9a7947556ce4f3ca> (date of appeal: 11/16/2023).
2. The headquarters of public support for Sobyanin in the elections of the head of the city opened in Moscow // [electronic resource] URL: <https://iz.ru/1542309/2023-07-10/v-moskve-otkrylsia-shtab-obshchestvennoipodderzhki-sobianina-na-vyborakh-glavygoroda> (accessed: 11/16/2023).
3. The Mayoral elections reminded me of the Paralympic Games // [electronic resource] URL: <https://t.me/mosvybory/623> (accessed: 11/16/2023).
4. Gennady Zyuganov: Today is an exceptionally responsible day // [electronic resource] URL: <https://www.rline.tv/news/2023-09-10-gennadiy-zyuganov-segodnyaisklyuchitelno-otvetstvennyy-den-/#:~:text=I+want%20more%20times%20to+cross+out%2C%20that,+I+hope%2C%20that%20the+electors%20nas%20will+hear> (date of appeal: 11/16/2023).
5. The main thing is not victory, but participation // [electronic resource] URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6199850> (accessed: 11/16/2023).
6. Remote electronic voting // [electronic resource] URL: <https://www.mosgorizbirkom.ru/vybory/distancionnoe-golosovanie-navyborah-mera-moskvy-2023/> (date of appeal: 11/16/2023).
7. Behind the mask of a shawarma lover, a politician with a capital letter was hiding. // [electronic resource] URL: <https://t.me/rus-brief/151732> (date of appeal: 11/16/2023).
8. The election campaign is coming to an end. There's an election tomorrow. // [electronic resource] URL: https://t.me/ann_trofimenko/533 (accessed: 11/16/2023).
9. The Communist Party of the Russian Federation nominated Leonid Zyuganov as a candidate for the election of the mayor of Moscow // [electronic resource] URL: <https://www.rline.tv/news/2023-06-26-kprf-vydvinula-leonida-zyuganova-kandidatomna-vybory-mera-moskvy/#:~:text=The+Communist+Party%20has+moved%20Leonida%20zyuganova%20candidate,+election%20conference%20po%20vydvizhenie> (date of address: 11/16/2023).
10. LDPR presented the neural network "Zhirinovskiy" // [electronic resource] URL: <https://www.vedomosti.ru/tech>



- nology/news/2023/06/15/980462-ldpr-prezentovala-neiroset-zhirinovskii (accessed: 11/16/2023).
11. The political scientist explained why Zyuganov took second place in the mayoral elections // [electronic resource] URL: <https://news.ru/moskva/politolog-obyasnil-pochemu-zyuganov-zanyal-vtoroe-mestona-vyborah-mera/#:~:text=Политолог%20Минченко%20ЗА%20КПРФ%20традиционно%20заняла%20второе%20место%20на,второе%20место%20на%20выборах%20С%20заявил%20политолог%20Евгений%20Минченко.#:~:text=Political%20scientist%20minchenko%3A%20KPRF%20traditional%20zanyala, elections%20С%20zayavil%20politologist%20Evgeniy%20minchenko> (accessed: 11/16/2023).
 12. Putin and Sobyenin launched traffic on the MCD-4 and Bagration Avenue // [electronic resource] URL: <https://www.vedomosti.ru/society/news/2023/09/09/994288-putin-sobyenin-zapustili-dvizhenie> (accessed: 11/16/2023).
 13. Putin and Sobyenin opened traffic on the third Moscow central diameter // [electronic resource] URL: <https://www.interfax.ru/moscow/916686> (accessed: 11/16/2023).
 14. Advertising DEG // [electronic resource] URL: <https://t.me/mosgorduma2024/3717> (accessed: 11/16/2023).
 15. Sobyenin won the Moscow mayoral election with 76.39% // [electronic resource] URL: <https://www.rbc.ru/politics/11/09/2023/64fea8b99a794745973738e8> (date of appeal: 11/16/2023).
 16. Honest plan of the new mayor! // [electronic resource] URL: <https://davankov2023.ru/programm/> (accessed: 11/16/2023).

Пандемия COVID-19 как фактор изменения общественного сознания китайской молодежи

Ань Эньжуй,

аспирантка, кафедра социальных технологий
социологического факультета, МГУ
им. М.В. Ломоносова
E-mail: enrui8585@gmail.com

В статье основное внимание уделяется вопросу влияния пандемии COVID-19 на китайскую молодежь. На основе проведенного литературного анализа выдвигаются гипотезы о влиянии пандемии на взгляды китайских молодых людей и с помощью метода социологического опроса проводится их эмпирическое исследование. В результате исследования обнаружено, что влияние пандемии на общественное сознание китайской молодежи проявляется в росте патриотических идей, в повышении значимости социальной стабильности, ухудшении психического благополучия. На фоне пандемии в сознании китайской молодежи стало более значимым состояние собственного здоровья, а характер увлечений молодых людей (онлайн / офлайн) определил уровень обеспокоенности пандемией, в частности было обнаружено, что молодые люди, предпочитающие онлайн-развлечения, адаптировались к пандемии более легко и были менее обеспокоены. Результаты исследования вносят вклад в понимание проблемы влияния пандемии на социальную группу молодежи в Китае, а также могут быть использованы при разработке превентивных мер по социальной поддержке молодых людей во времена социальных кризисов эпидемиологического характера.

Ключевые слова: пандемия COVID-19, общественное сознание, молодежь, Китай.

В настоящей статье особое внимание уделяется актуальной проблеме трансформации общественного сознания молодого населения Китая под влиянием фактора пандемии COVID-19. Несмотря на то, что в настоящее время в соответствии с решением ВОЗ, официально объявленным 5 мая 2023 г., COVID-19 уже не имеет статуса пандемии, последствия этой общечеловеческой катастрофы настолько значительны, что все еще сохраняются в обществе, в том числе в Китае.

Возникновение и распространение нового вируса SARS-CoV-2 достигло пандемических масштабов и стало достаточно неожиданным для населения всего земного шара. Тем не менее, пандемия COVID-19 не первая в истории пандемия, которая привела к значительным изменениям в социальном сознании. В истории известны и другие пандемии, как грипп «испанка», эпидемии чумы и так далее, которые в результате приводили к изменениям в устройстве общества, переосмыслению отношения человека к социальным связям, к себе и собственному здоровью, что в конечном итоге привело к формированию современного общества, с его новейшей системой здравоохранения и социального обеспечения. Пандемия, в сущности, является эпидемией, но ее главное отличие заключается в большем масштабе социальных последствий. Развитие тревоги, обеспокоенности своим здоровьем, социальная паника и другие аспекты привели к изменениям общественного сознания китайской молодежи, что требует более глубокого изучения. Выбор темы статьи также обусловлен тем, что изучение отдельных социальных групп, особенно молодого возраста, представляется определенно актуальным по причине того, что молодежь и ее сознание определяет возможность будущего страны. Это единственная социальная группа, чьи характеристики с небольшим



временным периодом могут описывать характеристики страны [9]. От того, как молодежь определяет себя, какие у нее ценности и взгляды на жизнь зависит судьба как отдельных обществ, так и человечества в целом.

Цель статьи – изучить влияние пандемии COVID-19 на общественное сознание молодежи Китая. Для достижения цели исследования, в работе изучены труды и результаты предшественников, исследующих влияние пандемии на молодежь, сформированы и эмпирически проверены гипотезы исследования, и подведены основные его результаты.

Вопрос о влиянии пандемии на молодое население изучался многими социологами, психологами и философами. Российские авторы полагают, что пандемия оказала существенное влияние на ценностные ориентации молодых людей. По мнению В.С. Чагина, влияние пандемии на молодежь проявляется в ухудшении психологического благополучия, развитии депрессии и тревожных расстройств [11]. Е.Н. Каткова, С.М. Ситяева и О.А. Орлова указывают, что социальная изоляция привела к снижению уровня психологического благополучия молодежи, обострению их внутренних противоречий на ценностно-смысловом уровне [5]. Н.Г. Осипова указывает на развитие социального неравенства среди молодежи в связи с ее искусственным выпадением из русла полноценной социализации в период пандемии [8]. Е.Л. Андреянова указывает, что в условиях пандемии произошли изменения в отношении молодых людей к социальным проблемам, наиболее значимыми стали профилактика заболеваний, личная безопасность и вопрос трудоустройства [1]. Изучая влияния пандемии на школьную молодежь, А.А. и В.Н. Лавриковы обнаружили в целом положительное отношение данной социальной группы к новому заболеванию, помимо этого также были изучены трудности при дистанционном обучении, социализации, а также определенные потери, связанные со здоровьем [6].

В предыдущих работах мы уже отмечали, что влияние пандемии отмечается

в разных социальных сферах и на разных социальных уровнях. Одним из значимых аспектов ее влияния выступает трансформация ценностей студенческой молодежи [2, 3]. Изучая результаты исследований китайских авторов, можно обнаружить, что пандемия как фактор социальных изменений в группе китайской молодежи рассматривалась с точки зрения следующих аспектов. По мнению исследователей Чжан Цзе и Ли Сай, влияние пандемии выражается в улучшении понимания молодыми людьми концепции здоровья, более серьезном отношении к социальной устойчивости, снижению уверенности в состоянии собственного здоровья, нарастании тревожности и страха заражения коронавирусом. В то же время, молодые люди стали более осторожно относиться к собственному здоровью, уделять внимание спортивной составляющей своего привычного образа жизни и правильному питанию [7]. Высокая обеспокоенность молодежи пандемией отмечена также в работе Ван Цзин, которая в ходе эмпирического исследования также обнаружила нарастание патриотических ценностей среди студенческой молодежи [4]. Помимо этого, исследователями отмечается влияние пандемии на предпочтения молодых людей при выборе профессиональной деятельности и их трудоустройство [10].

Подводя итог теоретического обзора, можно обнаружить, что влияние пандемии на сознание молодого населения Китая проявляется в изменениях в ценностных ориентирах, повышении значимости собственного здоровья, нарастании тревожности и снижении уверенности в себе. Для молодых людей большую значимость приобрела социальная стабильность, а также устойчивость состояния физического здоровья, что проявляется в приверженности правильному питанию и занятиям спортом. Ряд исследователей также полагает, что пандемия оказала влияние на предпочтения молодых людей в отношении выбора профессии и трудовой деятельности.

Перечисленные выше положения легли в основу гипотез, изучаемых посредством эмпирического исследова-

ния с применением социологического онлайн-опроса среди молодых людей Китая. Опрос был проведен в период с 4 марта по 6 июня 2023 г. на платформе WJX (<https://www.wjx.cn/vm/h6i86bT.aspx>), результаты опроса были изучены с помощью инструментов программного обеспечения SPSS. Инструментом опроса выступила анкета, состоящая из двух частей, содержащих в общей совокупности 17 вопросов.

В опросе приняли участие 384 респондентов мужского и женского пола, граждан КНР, проживающих в Китае, в возрасте от 21 до 28 лет (случайная выборка). Значительная часть выборки является представителями студенческой молодежи (63,3%), 13,5% официально трудоустроены, остальные респонденты не имеют официального трудового статуса. Большинство из них являются жителями городов (79,1%), меньшая часть выборки проживает в поселках (11,3%) и деревнях (9,6%). Далее представлены результаты опроса.

В ходе опроса было обнаружено, что значительная часть опрошенных была

очень обеспокоенной в условиях пандемии. При этом оценивая связь между увлечениями молодых людей и степенью обеспокоенности пандемией, можно обнаружить, что у респондентов, которые выделили просмотр сериалов и компьютерные игры в качестве одного из основных занятий в свободное время, степень обеспокоенности пандемией была существенно ниже, чем у тех, кто в свободное время предпочитает посещать родственников и друзей (см. рисунок 1). Данный факт на наш взгляд может быть обусловлен тем, что молодые люди, которые рассматривают общение с друзьями и родственниками и посещение их как одно из жизненных развлечений, в период пандемии столкнулись с ограничениями социализации. В этих условиях, они ощущали большую степень обеспокоенности, чем те, кто в пандемию смог продолжить заниматься любимыми увлечениями. Относительно высокая обеспокоенность также была отмечена у тех молодых людей, которые готовятся к вступительным и квалификационным экзаменам.



Рис. 1. Оценка связи обеспокоенности пандемией и доступности привычных увлечений молодых людей Китая, 2023 г., %

Также стоит отметить, что молодые люди, которые отдают предпочтение современным видам развлечений, в том числе компьютерным / мобильным играм и просмотру сериалов, оценили свое состояние как более позитивное, что косвенно свидетельствует о более лучшей адаптации молодых людей с ИТ-интересами к постпандемической социальной среде.

Для оценки влияния пандемии на конкретные аспекты жизни молодых людей, были заданы соответствующие вопросы и получены следующие результаты (см. рисунок 2).

Было обнаружено, что влияние пандемии на сознание респонденты оценили наиболее высоко (ср. балл. 4,3), далее следует эмоциональное состояние и физическое здоровье (по 3,8 и 3,9 бал-



лов соответственно). В целом, на указанные выше аспекты жизни молодых людей пандемия оказала достаточно

значимое влияние, поскольку в общем средний балл оценки достаточно высокий (3,74 балла).

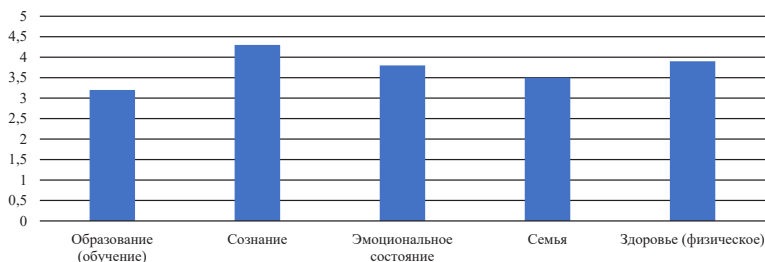


Рис. 2. Оценка влияния пандемии на разные аспекты жизни молодых людей Китая, 2023 г., баллы

Как известно, наиболее существенной стороной пандемии, повлиявшей на жизнь китайских молодых людей, стало отсутствие возможности выхода на улицу в связи с карантинными ограничениями. При этом, респонденты отметили, что данный аспект наиболее сильно повлиял на невозможность посещать общественные мероприятия (29,6%), на встречи с друзьями и семьей (28,0%), на занятия спортом на улице (26,0%), на путешествия (16,4%).

В ходе опроса также было выявлено, что во время пандемии 64,3% молодых

людей испытывали панику часто и 21,1% иногда. При этом, среди молодых людей, не испытывающих панику, значительная часть имеет регулярный распорядок дня и ведет планирование дел. Это позволяет сделать вывод о том, что планирование дня в определенной степени позволило молодым людям избежать паники во время пандемии.

Также респондентам были заданы вопросы, уточняющие их отношение к собственному здоровью и социализации, в ходе которых были получены следующие средние оценки (см. рисунок 3).



Рис. 3. Оценка влияние пандемии на физическое здоровье и социализацию молодых людей, 2023 г., баллы

Было обнаружено, что пандемия хоть и заставила молодых людей уделять больше внимания питанию, здоровому образу жизни, но в то же время повыси-

ла их обеспокоенность состоянием здоровья, увеличила значимость социальной стабильности и сделала их более патриотичными.

В результате опроса, проведенного среди молодых людей Китая, можно сделать вывод о том, что пандемия COVID-19 оказала существенное влияние на формирование и изменения в сознании молодежи, что конкретно проявилось, во-первых, в их уязвимости к ограничению социализации и недоступности живого общения. Молодые люди, которые в обычное время предпочитают посещать друзей и близких в свободное время, были вынуждены отложить визиты на неопределенный срок, что повысило их обеспокоенность и тревожность. Во-вторых, молодые люди, которые привыкли в свободное время увлекаться онлайн-развлечениями, в пандемию более быстро адаптировались к новым условиям. В-третьих, в сознании молодежи хоть и повысилось внимание к своему здоровью, в то же время, не многие из молодых людей стали уделять внимание своему питанию и занятиям спортом. В-четвертых, в условиях пандемии для китайской молодежи осознание социальной стабильности стало еще более важным, она нуждалась в поддержке со стороны общества и государства, что также связано с ростом патриотичных настроений среди молодых людей.

В заключении отметим, что пандемия как фактор оказала влияние на общественное сознание китайской молодежи, что прежде всего выразилось в росте заинтересованности состоянием своего здоровья, увеличением интенсивности патриотических настроений, общим ухудшением психического благосостояния (ростом тревожности среди молодых людей). Полученные результаты могут быть использованы при сравнительных межнациональных исследованиях влияния пандемии на молодое население страны и его сознание, а также при разработке мер по борьбе с негативными социальными последствиями пандемий у населения молодого возраста.

Литература

1. Андреева Е.Л. Особенности восприятия и механизма адаптации молодежи к условиям пандемии // Саяпинские чтения: Материалы IV

Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. Отв. редактор А.А. Бурмистрова [и др.]. – Тамбов, 2021. – С. 145–158.

2. Ань Э. Влияние пандемии COVID-2019 на социальное потребление в Китае // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 2023. – № 29 (3). – С. 197–208. <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2023-29-3-197-208>
3. Ань Эньжуй. Социальные последствия COVID-2019 в Китае // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 2022. – № 2. – С. 174–194.
4. Ван Цзин. Качественное исследование влияния пандемии на социальный менталитет студентов колледжей на ранней стадии // Журнал Северо-Китайского технологического университета. – 2020. – № 32 (6). – С. 97–100.
5. Каткова Е.Н. Изменения в системе жизненных ценностей студенческой молодежи дальнего востока в условиях пандемии COVID-19 / Е.Н. Каткова, С.М. Ситяева, О.А. Орлова // Известия БГУ. – 2021. – № 4. – С. 524–533.
6. Лавриков А.А. COVID-19 в сознании и жизни школьной молодежи // Забайкальские социологические чтения. Социальные процессы: вызовы и пути решения. – Чита: Забайкальский государственный университет, 2020. – С. 128–137.
7. Ли Сай. Анализ эволюции и влияния пандемии на концепцию здоровья студентов колледжа: на примере Уханьского технологического университета / Чжан Цзе, Ли Сай // Журнал Уханьского технологического университета. – 2021. – № 34 (6). – С. 75–80.
8. Осипова Н.Г. Российское общество после пандемии COVID-19: взгляд в будущее // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 2021. – № 4. – С. 7–32.
9. Сидяков Д.Ю. Социальные последствия пандемии новой коронавирусной инфекции в контексте качественного развития современного российского общества / Д.Ю. Си-



дяков, Т.В. Ярлова // Евразийский Союз Ученых. – 2020. – № 7–6 (76). – С. 56–64.

10. Хао Баоцян. Статус занятости и контрмеры студентов колледжей в провинции Ляонин под влиянием пандемии // Журнал Ляодунского университета (издание социальных наук). – 2021. – № 23 (6). – С. 122–126.
11. Чагин В.С. Молодежный суицид в период пандемической самоизоляции // Социология. – 2022. – № 5. – С. 148155.

COVID-19 PANDEMIC AS A FACTOR OF THE SOCIAL CONSCIOUSNESS CHANGE OF YOUNG CHINESE PEOPLE

An Enrui

Lomonosov Moscow State University

The article focuses on the impact of the COVID-19 pandemic on Chinese youth. Based on the literature analysis, hypotheses are put forward about the impact of the pandemic on the views of Chinese young people and their empirical research is carried out using the method of sociological survey. The study found that the impact of the pandemic on the social consciousness of Chinese youth is manifested in the growth of patriotic ideas, the increased importance of social stability, and the deterioration of mental well-being. Against the backdrop of the pandemic, the state of their own health has become more important in the minds of Chinese youth, and the nature of young people's hobbies (online / offline) determined the level of concern about the pandemic, in particular, it was found that young people who prefer online entertainment adapted to the pandemic more easily and were less concerned. The results of the study contribute to understanding the problem of the impact of the pandemic on the social group of young people in China, and can also be used in the development of preventive measures for social support of young people during times of social crises of an epidemiological nature.

Keywords: COVID-19 pandemic, public consciousness, youth, China.

References

1. Andreyanova E.L. Peculiarities of perception and mechanism of adaptation of young people to the conditions of a pandemic //

Sayapinsky readings: Materials of the IV All-Russian (national) scientific and practical conference. Rep. editor A.A. Burmistrova [and others]. – Tambov, 2021. – pp. 145–158.

2. An E. The impact of the COVID-2019 pandemic on social consumption in China // Bulletin of Moscow University. Series 18. Sociology and political science. – 2023. – No. 29 (3). – pp. 197–208. <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2023-29-3-197-208>
3. An Enrui. Social consequences of COVID-2019 in China // Bulletin of Moscow University. Series 18. Sociology and political science. – 2022. – No. 2. – pp. 174–194.
4. Wang Jing. A qualitative study of the impact of the pandemic on the social mentality of college students at an early stage // Journal of North China University of Technology. – 2020. – No. 32 (6). – pp. 97–100.
5. Katkova E.N. Changes in the system of life values of student youth in the Far East in the context of the COVID-19 pandemic / E.N. Katkova, S.M. Sityaeva, O.A. Orlova // News of BSU. – 2021. – No. 4. – pp. 524–533.
6. Lavrikov A.A. COVID-19 in the consciousness and life of school youth // Transbaikalian sociological readings. Social processes: challenges and solutions. – Chita: Transbaikalian State University, 2020. – pp. 128–137.
7. Lee Sai. Analysis of the evolution and impact of the pandemic on the concept of health of college students: the example of Wuhan University of Technology / Zhang Jie, Li Sai // Journal of Wuhan University of Technology. – 2021. – No. 34 (6). – pp. 75–80.
8. Osipova N.G. Russian society after the COVID-19 pandemic: a look into the future // Bulletin of Moscow University. Series 18. Sociology and political science. – 2021. – No. 4. – pp. 7–32.
9. Sidiyakov D. Yu. Social consequences of the new coronavirus infection pandemic in the context of the qualitative development of modern Russian society / D. Yu. Sidiyakov, T.V. Yarovova // Eurasian Union of Scientists. – 2020. – No. 7–6 (76). – pp. 56–64.
10. Hao Baoqiang. Employment status and countermeasures of college students in Liaoning province under the influence of the pandemic // Journal of Liaodong University (social science publication). – 2021. – No. 23 (6). – pp. 122–126.
11. Chagin V.S. Youth suicide during the period of pandemic self-isolation // Sociology. – 2022. – No. 5. – pp. 148155.

Агентность искусственных автономных систем как фактор трансформации социума

Сафонова Юлия Анатольевна,

кандидат философских наук, доцент кафедры «Социология и культурология» МГТУ им. Н.Э. Баумана
E-mail: safonova@bmstu.ru

Субочева Оксана Николаевна,

доктор социологических наук, профессор кафедры «Социология и культурология» МГТУ им. Н.Э. Баумана
E-mail: subohevaon@bmstu.ru

Коршкова Анастасия Сергеевна,

бакалавр кафедры «Социология и культурология» МГТУ им. Н.Э. Баумана
E-mail: askorshkova@gmail.com

Актуальность исследования обусловлена интенсивным развитием искусственных интеллектуальных автономных систем (ИИАС) и их влиянием на социум. Важнейшая характеристика этих систем – агентность, понимаемая как способность к действию в изменяющихся условиях для достижения поставленных целей. Целью исследования является анализ рисков, связанных с появлением ИИАС в различных сферах общества. Методологией исследования послужила акторно-сетевая концепция Б. Латура, согласно которой социум представляет собой ассоциацию человеческих и не-человеческих актантов. Показано, что появление нового социального актанта (ИИАС) влияет на социум на макро- и микроуровнях. На макроуровне – запускает процессы трансформации социальных институтов и становление новых норм. Изменения на микроуровне происходят посредством влияния на идентичность и регуляцию поведения людей (ИИАС как «Другой», «Обобщенный другой»). Выделено две группы рисков: связанные с нестабильностью общества и трансформацией социальных институтов на макроуровне; на микроуровне – обусловленные появлением нового агента социализации.

Ключевые слова: искусственный интеллект, трансформация норм, социальные риски, цифровой мир, нейросети, социализация, идентичность.

Актуальность исследования

Искусственные интеллектуальные и автономные системы (ИИАС) – это компьютерные системы, отличительная особенность которых способность автономно принимать решения и выполнять действия без постоянного контроля со стороны человека. В основе этих систем – алгоритмы, позволяющие им обучаться на основе опыта (так называемый «искусственный интеллект»). Примером таких систем являются такие технологические инновации как «умный» дом, беспилотные автомобили и летающие аппараты, а также программы, анализирующие нашу активность в разных областях жизни, основанные на технологиях big data и др. Эти системы повышают эффективность производственных процессов, дают возможность анализа больших объемов данных за короткий интервал времени, помогают людям в обработке информации и принятии решений в медицине, образовании, банковской образовании, транспорте и других областях.

Интенсивное внедрение этих технологий практически во все сферы жизни приводит к трансформации социальных структур, влияет на социальные ценности и нормы, поведение людей. ИИАС становятся участниками-агентами социального взаимодействия. Осознание конфликтов и рисков, связанных с внедрением новых технологий и их развитием, позволит координировать становление новых норм взаимодействия в оптимальном для социума направлении. В этой связи представляется целесообразным анализ потенциала и рисков использования ИИАС на основе искусственного интеллекта.

Методология и методы

Методологические основы исследования составила акторно-сетевая теория Бруно Латура. В качестве методов исследования использовался вторичный анализ данных: мнений экспертного со-



общества; новостных лент (на предмет кейсов, иллюстрирующих появление нового агента ИИАС в разных сферах деятельности человека, проблем и противоречий, возникающих в связи с этим). Отметим, что в новостных лентах чаще встречается обозначение ИИАС в качестве «искусственного интеллекта».

Содержание исследования

Понятие «агентность» в социальных науках применяется по отношению к человеку как субъекту социальных отношений и означает его способность действовать в соответствии со своей ценностно-нормативной системой, ставить цели и выбирать способы их достижения. Фокус внимания при этом сосредоточен на деятельности человека именно в системе социальных связей. Агентность определяет способность индивида действовать и влиять на окружающую среду, изменять и создавать новые нормы и ценности, трансформировать социальную структуру общества [1–3]. Индивиды и группы не только реагируют на социальную действительность, но и активно создают ее. Данное понятие также связано с идеей социальной ответственности, поскольку оно подразумевает, что люди и группы несут ответственность за свои действия и их последствия.

В технических науках понятие агентность ИИАС рассматривается как способность этих систем к действию в сложных, изменяющихся условиях для достижения поставленных целей. Эти действия связаны с возможностью самостоятельно принимать решения [4]. Для реализации этих задач интеллектуальная система должна обладать способностью к обучению, адаптации и коммуникации. Обучение позволяет агенту улучшать свои знания и навыки на основе опыта, адаптация – изменять свое поведение в зависимости от изменяющихся условий окружающей среды. Коммуникация дает возможность агенту обмениваться информацией с другими искусственными агентами или людьми для достижения общих целей [5].

Одним из примеров использования агентности в ИИАС являются нейронные

сети. Они могут быть рассмотрены как агенты, которые принимают решения на основе входных данных и обучаются на основе полученного опыта. Это позволяет им достигать высокой точности в распознавании образов, классификации данных и других задачах.

Таким образом, в ИИАС заложен потенциал целеполагания: самостоятельного принятия решения и действий согласно принятому решению. Примечательно, что большая часть опасений, рисков, озвучиваемых крупнейшими экспертами в сфере технаук в связи с развитием ИИАС, связаны в основном с функцией целеполагания ИИАС и его потенциальным самостоятельным принятием решения без участия человека [6–8].

Социологический анализ искусственных автономных интеллектуальных систем требует учета их влияния на социальную структуру и взаимодействие людей. ИИАС может стать инструментом управления и контроля, а также привести к изменению социальных норм и ценностей.

Для того, чтобы более полно разобраться в сущности понятия агентность ИИАС обратимся к акторно-сетевой теории Бруно Латура. С точки зрения этой концепции, социальные явления определяются множеством разнородных компонентов – людей, материальных и технических объектов. Эти компоненты складываются в социальные цепочки, вовлекаются в социальные действия и влияют на социальный порядок. И люди, и вещи могут действовать и вступать в отношения, т.е. быть акторами (актантами). Вещи могут направлять, ограничивать, заменять человеческое действие. Сломанный компьютер может повлиять на эффективность нашей работы; наличие или отсутствие необходимого оборудования – на успех лабораторных испытаний; инфраструктура города может предрасполагать или не предрасполагать к определенной активности и пр. Социум в этой связи представляет ассоциацию человеческих и нечеловеческих акторов – актантов [9].

Охарактеризуем агентность ИИАС сквозь призму этого подхода.

На макроуровне ИИАС выступает как актор социальной сети, взаимодействующей с другими акторами: людьми, устройствами, другими ИИАС. Машина, под воздействием команд человека, превращается в носителя социального действия. Появление нового социального актанта запускает процессы трансфор-

мации социальных институтов и становление новых норм. Период становления этих норм сопровождается аномией, отсутствием ясных ориентиров поведения для большинства, что само по себе является риском. На основе анализа новостных кейсов, отражающих становление реальных социальных практик перечислим основные противоречия, нерешенные вопросы, риски (см. таблица 1).

Таблица 1. Противоречия, отражающие трансформацию социальных институтов под влиянием нового социального актанта – ИИАС (ИИ)

Область	Противоречия, нерешенные вопросы, риски	Примеры кейсов (заголовки, ключевые слова новостей)
Право	<p>Возможно ли использовать алгоритмы ИИАС как инструмент правосудия? (проблема воспроизводства существующих социальных стереотипов; не учет «гуманного» компонента).</p> <p>Как оценивать ущерб, причиненный роботом? Преступления против антропоморфного робота, в случае их безнаказанности, не приведут ли к моральной трансформации самого человека (человечества)?</p> <p>Кто обладает правом на цифровую личность (создание, хранение, уничтожение)?</p> <p>Можно ли рассматривать ИИАС в качестве нового субъекта (квази-субъекта) права?</p>	<p>«Comras предсказывает риск совершения повторного преступления»; «Компьютерная программа для оценки возможности выпуска заключенного под залог оказалась расистской».</p> <p>«Робот-путешественник был уничтожен в США», «Американские солдаты с почестями похоронили робота Wooper»; «Исследование Р. ванн Баарена: человеку сложно причинить вред антропоморфному роботу».</p> <p>«Death tech: как технологии «оживляют» умерших»</p> <p>«Робот София получила гражданство Саудовской Аравии»; «В Японии принят закон, признающий роботов «электронными лицами», имеющими права и обязанности».</p>
Мораль	<p>ИИАС – новый носитель нравственности? Можно ли алгоритмизировать нравственность? Какой алгоритм принятия решений следует заложить в беспилотный транспорт? Следует ли учитывать культурные (региональные) аспекты?</p> <p>Кто ответственен за катастрофу беспилотника, повлекшего смерть пассажира/ пешехода?</p>	<p>«Моральная машина: платформа для сбора мнений о нравственном выборе»; «Культурные различия повлияли на решение проблемы вагонетки».</p> <p>«Кто ответит за аварию автомобиля-беспилотника»; «Оператора беспилотного такси Uber обвинили в убийстве по неосторожности»</p>
Межличностные отношения	<p>Новый субъект межличностных отношений: как это повлияет на нашу идентичность? Кем и как будет программироваться виртуальный собеседник? Как повлияет на социализационные навыки?</p> <p>Новый субъект семейных отношений?</p> <p>Проблема утечки конфиденциальной информации при использовании ИИАС (типично для всех соц.сфер)</p>	<p>«ELIZA: человек начал откровенничать с машиной»; «Death tech: как технологии «оживляют» умерших»; «Общение с социальными роботами может улучшить самочувствие человека».</p> <p>«Replica AI: новый друг или замена реальных отношений»; «Кодер создал виртуальную «жену» с помощью ChatGPT»; «В Нидерландах готовится свадьба женщины и ИИ».</p> <p>«Конференция «Love and Sex»: имеет ли право робот отказаться выполнять требование человека?». «Voxie-робот, похожий на ребенка, способен убеждать людей отвечать на личные вопросы»; «Правительство Италии запретило Chat-bot за незаконный сбор личных данных».</p>



Область	Противоречия, нерешенные вопросы, риски	Примеры кейсов (заголовки, ключевые слова новостей)
Профессиональная сфера	<p>Новый субъект в профессиональной сфере. В каких сферах допустимо применять ИИАС? Допустимо ли применение в профессиях, связанных с эмпатией? Насколько качественной будет работа ИИАС и кто будет нести ответственность за незапланированные ошибки?</p> <p>Устранением человека из ряда операций, риск массовой безработицы (по крайней мере, в момент «перехода» к новой модели занятости).</p> <p>Необходимость корпоративных правил использования ИИАС. Риск утечки информации и корпоративной тайны.</p> <p>Проблема воспроизводства стереотипов и предубеждений во многих областях использования.</p>	<p>«Роботы-курьеры начали помогать врачам в трех столичных больницах»; «Врач послал робота сообщить пациенту о том, что тот умрет»; «Платформа «Все свои» помогает родителям и детям найти друг друга»; «На выставке-форуме «Россия» искусственный интеллект провел свадьбу».</p> <p>«Goldman Sachs допустил замену 300 млн рабочих искусственным интеллектом»; «Медиаконцерн Axel Springer сокращает сотни сотрудников и заменяет их на ИИ»; «IBM приостановит приём сотрудников, планируя заместить 7,8 тыс. вакансий системами ИИ».</p> <p>«Amazon призвал сотрудников не делиться с чат-ботом конфиденциальной корпоративной информацией»; «Использование ChatGPT для работников ограничено в большем количестве банков, включая Goldman и Citigroup»; «Почти половина фирм разрабатывают политику использования ChatGPT».</p> <p>«Amazon разработала ИИ для поиска сотрудников и отказалась от него из-за дискриминации женщин»; «Программа Geolitics отправляет больше полицейских патрулей в кварталы, где преобладают чернокожие жители»</p>
Образование и наука	<p>Допустимость использования ИИАС в образовании. ИИАС как образовательный инструмент – границы использования?</p> <p>Появление нового актанта в учебном процессе. Изменение парадигмы образования. Чему учить и как учить?</p> <p>Вопрос о статусе и роли учителя (модель «Учитель + ИИ-инструмент +ученик» vs «ИИ-преподаватель + учитель-ассистент +ученик».</p> <p>ИИ – личный профессиональный наставник? Курирование учебного процесса на основе big date: объективность, надежность конфиденциальность данных.</p>	<p>«Нейросеть написала диплом»; «Ученый совет МГПУ разрешил студентам использовать GhatGPT при написании диплома»; «Ученый из НИУ ВШЭ написал статью с помощью ChatGPT».</p> <p>«Создана программа, способная проверять эссе на английском языке эффективнее учителя»; «Jill Watson Assistant – чат-бот – помощник преподавателя»; «Агент Vera ассистирует студентам-биологам».</p> <p>Проект «Betty's Brain», США «Проект 01 Математика – российская онлайн обучающая система» (так же см. системы: «OUAnalyse, Великобритания; «ALP», «Cognii» США и пр.)</p>
Искусство	<p>Что является искусством? Кто обладает авторскими правами на произведение, созданное с помощью ИИАС? Как защитить авторские права? ИИАС – инструмент творца или творец?</p>	<p>«Проект «Next Rembrandt»; «Картина нейросети выиграла конкурс»; «Meta представила инструмент для создания музыки и аудио по текстовому заданию»; «Портрет Эдмунда де Белами»; «Художники против нейросети».</p>
Лингвистика, язык	<p>Влияют ли тексты, написанные искусственным интеллектом на наш человеческий язык?</p>	<p>«Исследователи выявили различия между человеческим и машинным языком».</p>
Медицина, здоровье	<p>Новый актант в отношениях «врач-пациент». Проблема «объяснимости» прогнозов ИИАС (не всегда понятно, как ИИАС пришел к выводу). Кто несет ответственность за неверный диагноз?</p>	<p>«ChatGPT сдал экзамен на врача и в считанные секунды поставил правильный диагноз пациенту»; «Сервис Deep Patient»; «Первое лекарство, созданное ИИ, прошло клинические испытания на людях».</p>
Государство, управление	<p>Новые формы социального контроля. Конфликт между конфиденциальностью, приватностью и безопасностью общества.</p>	<p>«Система социального кредита в Китае»; «Учёные из Гарварда разрабатывают нейросеть для анализа постов в соцсетях и поиска в них хейтспича»; «Минцифры РФ предложило создать национальную платформу для обработки и хранения данных от камер видеонаблюдения».</p>

Область	Противоречия, нерешенные вопросы, риски	Примеры кейсов (заголовки, ключевые слова новостей)
	<p>Кто будет контролировать ИИАС?</p> <p>Цена ошибки при использовании этих форм контроля, учитывая параллельно развивающиеся технологии «Deep Fake».</p> <p>Манипуляция и влияние на общественное мнение, злоупотребления.</p>	<p>«Страна-датацентр Del Complex – плавучая платформа в международных водах».</p> <p>«Гугл представил нейросеть Imagen Video, которая на основе текста генерирует видео»</p> <p>«Семья Шумахера подает в суд на фейковое интервью, сгенерированное чат-ботом», «Клонирование голоса с помощью ИИ использовано в крупном ограблении».</p>

Таким образом, появление нового актанта во многих социальных сферах ведет к состоянию аномии: новые нормы еще не сформировались, старые уже не работают), и к нестабильности социальных институтов. Влияние ИИАС на разные сферы жизни требует дальнейшего изучения социологов и культурологов. Результаты аналитики должны помочь лицам, принимающим решения, в разработке регламентов использования ИИАС. Представляется также целесообразным включение этой тематики в программы обучения инженеров – потенциальных создателей ИИАС.

На микроуровне ИИАС может влиять на идентичность и регулировать поведение человека, выступая для него в роли «Другого». Получая от алгоритмов разнообразную информацию о мире, человек формирует на этой основе образ «обобщенного Другого», «значимого Другого» [10]. ИИАС становится новым актантом в семейной и образовательной сферах (см. таблицу 1: «Межличностные отношения», «Образовательная сфера»). Реальные кейсы показывают, что ИИАС нередко воспринимается людьми как собеседник, партнер, наставник. Исследования [11, 12] подтверждают «неразличимость» в процессе взаимодействия цифровых объектов для человека, особенно если они атропоморфны и/или выполняют функцию человека (чат-боты).

Вмешательство ИИАС в формирование идентичности человека происходит за счет:

- получения информации о других людях, подбираемой и предоставляемой алгоритмами ИИАС;
- взаимодействия с ИИ, которого человек воспринимает не как техническое устройство, но как субъекта – «Другого»;
- на основе осознания человеком постоянного контроля за своим поведением и того, что информация о нем собирается – эффект постоянного присутствия «обобщенного другого».

Заключение

Таким образом, ИИАС становятся важным агентом социализации. Использование ИИАС имеет потенциал для улучшения качества жизни людей, оптимизации работы организаций и решения сложных проблем.

Агентность ИИАС характеризует эти системы как автономные, способен принимать решения в соответствии с заданными целями и условиями, становится субъектом социальных отношений и влиять на построение идентичности человека.

Технологический подход к пониманию агентности ИИАС фокусируется на рисках в связи с потенциальным развитием у этих систем функции целеполагания и принятия решений без участия человека (риск неуправляемости ИИАС).

Социологический подход к пониманию агентности ИИАС позволяет рассмотреть эти системы как нового социального актанта, влияющего на трансформацию норм взаимодействия внутри практически всех основных социальных институтов. Новые нормы будут скла-



дываться как под влиянием стихийно возникающих практик, так и законодательства разных стран (влияние культурных особенностей прослеживается в эксперименте «Моральная машина»). Момент становления новых норм вызывает аномию и

нестабильность общества в целом. Эта ситуация неизбежна, но минимизировать связанные с этим риски возможно за счет их идентификации и координации. Отдельно следует выделить риски, связанные с появлением нового агента социализации – ИИАС. Отсутствие регламентов в ряде областей социального взаимодействия человек – ИИАС может привести к формированию двойной системы норм в одних и тех же областях жизнедеятельности: по отношению к человеку и по отношению к ИИАС.

Литература

1. Сен А. Идея справедливости. М.: Изд-во Института Гайдара, 2016. 520 с.
2. Ребрей С.В. Концепция агентности как новый подход к измерению гендерного неравенства. Женщина в российском обществе. 2022, № 3, С. 109–117.
3. Кимелев Ю.А. Философия и социологическая теория. Сферы взаимодействия: аналитический обзор. РАН. ИНИОН. М., 2016. 96 с.
4. Wooldridge M, Jennings NR. Intelligent agents: theory and practice. *The Knowledge Engineering Review*. 1995;10(2):115–152. doi:10.1017/S0269888900008122
5. R. Arkin. *Intelligent Robotic Systems*. IEEE Intelligent Systems, vol. 10, no. 02, pp. 6–8, 1995. doi: 10.1109/MIS.1995.10008
6. Times: британский ученый Рассел предупредил о риске гибели человечества из-за развития ИИ / Газета. ру. URL: <https://www.gazeta.ru/science/news/2023/05/14/20427446.shtml>
7. Stephen Hawking: Transcendence looks at the implications of artificial intelligence – but are we taking AI seriously enough? / Independent. URL: <https://www.independent.co.uk/news/science/stephen-hawking-transcendence-looks-at-the-implications-of-artificial-intelligence-but-are-we-taking-ai-seriously-enough-9313474.html>
8. И. Маск считает, что развитие ИИ может грозить уничтожением человечества / Тасс URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/17546421> (дата обращения 23.11.2023)
9. Латур Бруно. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию. М.: Ид-во ВШЭ, 2014, 384 с.
10. Игнатъев В.И. Агентность и интеракции в цифровом пространстве с искусственным интеллектом / В.И. Игнатъев. – Текст: непосредственный // 16 Ковалевские чтения. Социология в постглобальном мире: материалы Всерос. науч. конф., Санкт-Петербург, 17–19 нояб. 2022 г. – Санкт-Петербург: Скифия-принт, 2022. – С. 391–393.
11. Кловайт Н. Рефлексивный антропоморфизм: неведение онтологии или невежественная онтология? / Социологический журнал. 2018. № 1. С. 8–33. DOI: 10.19181/socjour.2018.24.1.5711 (дата обращения 11.11.2023)
12. Гаврилина Е.А. Агентность нечеловеков: взаимодействие людей и социальных роботов / Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2023. № 3. С. 41–55. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2023.3.2318> (дата обращения 10.10.2023)

AGENCY OF ARTIFICIAL AUTONOMOUS SYSTEMS AS A FACTOR IN THE TRANSFORMATION OF SOCIETY

Safonova Yu.A., Subocheva O.N., Korshkova A.S.
Moscow State Technical University named after N.E. Bauman.

The relevance of the study is due to the intensive development of artificial intelligent autonomous systems (AIAS) and their impact on society. The most important characteristic of these systems is agency, understood as the ability to act in changing conditions to achieve set goals.



Purpose of the study: analysis of the risks associated with the implementation of information technology in various social spheres. The research methodology was the actor-network concept of B. Latour, according to which society is an association of human and non-human actants. It is shown that the emergence of a new social actant (AIAS) affects society at the macro-and micro levels. At the macro level, it launches processes of transformation of social institutions and the formation of new norms. Changes at the micro level occur through influencing the identity and regulation of people's behavior (AIAS as "Other", "Generalized Other"). Two groups of risks have been identified: those associated with the instability of society and the transformation of social institutions at the macro level; at the micro level – due to the emergence of a new agent of socialization.

Keywords: artificial intelligence, transformation of norms, social risks, digital world, neural networks, socialization, identity.

References

1. Sen A. The idea of justice. M.: Gaidar Institute Publishing House, 2016. 520 p.
2. Rebrey S.V. The concept of agency as a new approach to measuring gender inequality. *Woman in Russian society*. 2022, No. 3, pp. 109–117.
3. Kimelev Yu.A. Philosophy and sociological theory. Areas of interaction: analytical review. RAS. INION. M., 2016. 96 p.
4. Wooldridge M, Jennings NR. Intelligent agents: theory and practice. *The Knowledge Engineering Review*. 1995;10(2):115–152. doi:10.1017/S0269888900008122
5. R. Arkin. *Intelligent Robotic Systems*. IEEE Intelligent Systems, vol. 10, no. 02, pp. 6–8, 1995. doi: 10.1109/MIS.1995.10008
6. Times: British scientist Russell warned of the risk of the death of humanity due to the development of AI / *Gazeta.ru*. URL: <https://www.gazeta.ru/science/news/2023/05/14/20427446.shtml>
7. Stephen Hawking: Transcendence looks at the implications of artificial intelligence – but are we taking AI seriously enough? / *Independent*. URL: <https://www.independent.co.uk/news/science/stephen-hawking-transcendence-looks-at-the-implications-of-artificial-intelligence-but-are-we-taking-ai-seriously-enough-9313474.html>
8. I. Musk believes that the development of AI could threaten the destruction of humanity / *Tass* URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/17546421> (accessed November 23, 2023)
9. Latour Bruno. *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network Theory*. M.: HSE Publishing House, 2014, 384 p.
10. Ignatiev V.I. Agency and interaction in digital space with artificial intelligence / V.I. Ignatiev. – Text: immediate // 16 Kovalev readings. *Sociology in the post-global world: materials of Vseros. scientific Conf.*, St. Petersburg, November 17–19. 2022 – St. Petersburg: Skifia-print, 2022. – pp. 391–393.
11. Klovait N. Reflexive anthropomorphism: ignorance of ontology or ignorant ontology? / *Sociological journal*. 2018. No. 1. P. 8–33. DOI: 10.19181/socjour.2018.24.1.5711 (accessed November 11, 2023)
12. Gavrilina E.A. Agency of non-humans: interaction between people and social robots / *Monitoring of public opinion: economic and social changes*. 2023. No. 3. P. 41–55. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2023.3.2318> (accessed 10.10.2023)



Бюджеты времени населения малых городов Литвы в 70–80-е годы XX века: опыт ретроспективной социологической реконструкции

Марков Александр Анатольевич,

доктор социологических наук, доцент, заведующий кафедрой международных отношений и политологии Санкт-Петербургского государственного экономического университета
E-mail: mark08@list.ru

Бразевич Святослав Станиславович,

доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры международных отношений и политологии Санкт-Петербургского государственного экономического университета
E-mail: brazevichss@bk.ru

В статье представлены основные результаты исследований бюджетов времени населения малых городов Литвы, проведенных в 70–80-е годы XX века сотрудниками Института философии, социологии и права Академии наук. Одной из целей этих исследований было раскрытие тенденций использования бюджетов времени жителями малых литовских городов. Изучение бюджета времени той или иной социальной группы позволяет судить о ее быте, стиле жизни, мировоззрении. В данной статье предпринята попытка на основе вторичного анализа результатов социологических исследований выстроить модель бюджета времени населения малых городов Литвы в 70–80-е годы XX столетия.

Ключевые слова: бюджет времени, рабочее время, внерабочее время, свободное время, занятия в свободное время, домашний труд.

Введение

Изучение повседневной деятельности больших социально-профессиональных групп населения и отслеживание происходящих изменений позволяют получить представление о реальном поведении людей в различных сферах жизни [7, с. 72]. Начиная с 1969 г. в Литве был проведен ряд обследований бюджетов времени различных социальных групп [4, 5, 9, 10, 11, 17, 19, 20].

Бюджет времени – это распределение затрат времени (суток, недели, месяца, года) по видам его использования работником (рабочим, инженерно-техническим работником, служащим, членами его семьи или определенной группы населения). Бюджет времени включает: *рабочее время* – это время фактической работы на производстве, приема и сдачи смены, простоя и непроизводительных перерывов в работе; *вне-рабочее время* – передвижение на работу и обратно; труд в домашнем хозяйстве; удовлетворение физиологических потребностей (сон, еда, личная гигиена); свободное время и прочие затраты времени [18].

Поведение людей обусловлено профессиональными, семейно-бытовыми, образовательно-культурными и другими потребностями, а также условиями, в которых осуществляется их реализация. Все это находит отражение в присущей каждой из них совокупности видов деятельности, их продолжительности, частоте. В результате всего этого и складывается определенная структура и способ использования бюджета времени. Ведь в бюджете времени отражаются многие стороны образа жизни людей: трудовая деятельность, культура, быт, досуг. С помощью бюджета времени можно глубже изучить те стороны жизни людей, которые нельзя измерить

с помощью стоимостных и натуральных показателей.

Изучение фактической динамики и структуры использования бюджета времени в различные годы и в разных социальных группах населения дают возможность определить темпы роста культурно-бытовых и других потребностей [1, 2, 8].

Изучение фактических затрат времени, изменений использования фонда времени в зависимости от различных факторов, таких как социальная принадлежность, образование, семейное положение, условия и место проживания, доходы семьи, сезон года, позволяет определить основные направления рационализации использования внебюджетного и свободного времени [12, 13, 16].

Методология и источники

Исследования бюджетов времени – оригинальное научно-прикладное направление социолого-статистических исследований. Время – природно-социальный ресурс деятельности людей, оно необходимо для удовлетворения их общественных и личных потребностей. Все виды деятельности различных социальных групп населения, их продолжительность определяются преимущественно социально-экономическими потребностями индивидов, семей, формирующимися при определенном уровне развития экономики, социальной структуры, отношений, при определенных условиях труда, быта и отдыха. Система потребностей удовлетворяется системой деятельности. Поэтому при изучении того или иного элемента жизнедеятельности социальной группы необходимо определить его место в общей системе повседневной деятельности [15]. Это важнейший методологический принцип, применяемый в исследованиях бюджетов времени, поскольку с помощью показателей распределения времени на занятия мы получаем возможность фиксировать и анализировать действия людей в сферах труда, быта, образования и досуга. Эти действия отражаются в их наборе, продолжительности, частоте, периодичности, локализации в пространстве и дру-

гих характеристиках. Такой временной подход есть и предпосылка «рационализации» повседневной деятельности или ее отдельных видов. Но для более полного понимания реального поведения людей требуются изучение и учет ценностных ориентаций, мотивации, отношения к тем или иным видам деятельности, удовлетворенности условиями и результатом осуществления разных видов занятий. Взаимосвязана также деятельность социальных, профессиональных, демографических групп территориальной общности (города, страны), представляющая собой систему. Это предполагает построение, расчет и анализ балансов совокупного фонда времени всего населения тех или иных территорий [6, 13, 14, 15].

Эмпирической базой проведенных исследований стали данные анкетного опроса жителей малых городов: Варены, Кайшядориса, Купишкиса, Пасваллиса, Пренай, Расейняй, Швенченис, проведенные в 1972 г. (летом и зимой) и Варены, Кайшядориса, Плунге, Расейняй – в 1980 г. (летом) и 1981 г. (зимой). Летом 1972 г. было обследовано 797 (399 мужчин и 398 женщин) и зимой того же года 1018 (518 мужчин и 500 женщин) респондентов. Летом 1980 г. были обследованы 983 (461 мужчина и 522 женщины) и зимой 1981 г. – 1006 (454 мужчины и 522 женщины) недельных бюджетов времени занятого населения малых городов.

Результаты исследования

Результаты обследования бюджетов малых городов показали, что использование фактического недельного фонда времени складывается различным образом [3].

Рабочее время. Для занятого мужского населения малых городов летом 1980 г. и зимой 1981 г. характерна несколько большая недельная фактическая продолжительность рабочего времени на производстве в сравнении с этими же периодами 1972 г. У всех опрошенных мужчин рабочее время летом увеличилось на 2,8 час. в неделю, а зимой сократилось на 0,5 час. У женщин



рабочее время увеличилось в летний период 1980 г. в сравнении с этим же периодом 1972 г. на 3,1 час. в неделю, а зимой 1981 г. на 0,7 час. (см. табл. 1).

Таблица 1. Фактическая величина рабочего времени населения, занятого на производстве (на человека в часах за неделю)

	Мужчины						Женщины					
	лето		изме- нение +/-	зима		изме- нение +/-	лето		изме- нение +/-	зима		изме- нение +/-
	1972	1980		1972	1980		1972	1980		1972	1980	
Все опро- шенные, в том числе:	39,2	42,0	+2,8	42,5	42,0	-0,5	34,9	38,0	+3,1	39,1	39,8	+0,7
Рабочие	40,6	43,1	+2,5	43,2	42,1	-1,1	34,5	40,7	+6,2	37,9	40,1	+2,2
Служащие	37,7	40,8	+3,1	41,5	42,0	+0,5	35,7	37,2	+1,5	39,9	39,8	-0,1

Несмотря на то, что за 1972–1981 гг. не было изменений в законодательстве о труде (увеличение либо уменьшение недельного рабочего времени), характерна также несколько большая установленной законодательством фактическая недельная продолжительность рабочего времени мужчин. Эта тенденция обусловлена рядом причин: во-первых, стремлением выполнить плановые за-

дания иногда прибегая к сверхурочным работам (в конце месяца, квартала, года); во-вторых, желанием дополнительно заработать денег (труд по совместительству); в-третьих, часть работающих не справляясь с заданиями на рабочем месте, поэтому наблюдается тенденция к продолжению труда на производстве (рабочего времени) в домашних условиях (см. табл. 2).

Таблица 2. Использование рабочего времени на производстве (на человека в часах за неделю, лето 1980 г.)

	Рабочее время		В том числе							
	муж.	жен.	труд на произ- водстве		продолжение производ- ственного труда дома		сверхурочная работа		работа по совмести- тельству	
			муж.	жен.	муж.	жен.	муж.	жен.	муж.	жен.
Все обследо- ванные	42,0	38,0	41,5	37,6	0,1	0,2	0,1	–	0,3	0,2
Рабочие	43,1	40,7	42,7	40,2	0,1	0,3	0,1	–	0,2	0,2
Служащие	40,8	37,2	40,0	36,8	0,3	0,2	0,1	–	0,3	0,2
В городах:										
Варена	39,8	37,2	39,7	36,8	–	0,2	0,1	–	–	0,2
Купишкис	41,3	37,5	40,8	37,2	0,1	0,2	–	–	0,4	0,1
Плунге	42,0	36,8	41,4	36,6	0,2	–	0,2	0,1	0,2	0,1
Расейняй	42,7	37,6	42,0	36,3	0,4	0,7	0,1	0,1	0,2	0,5
Швенченис	43,1	37,9	42,6	37,9	0,1	–	0,2	–	0,2	–

Удлинение рабочего времени по тем или иным причинам отрицательно сказывается на непроизводственной деятельно-

сти работников: сокращает время на удовлетворение их семейно-бытовых, политических, культурных и других потребностей.

Внерабочее время. Важными структурными элементами бюджета времени являются виды деятельности, связанные с работой на производстве (передвижения на работу и обратно, прием и передача смены до и после регламентированного рабочего дня, уход за собой до и после смены). Их продолжительность у работающего населения за сравниваемый период уменьшилось. Это результат развития и улучшения работы городского и пригородного транспорта, поскольку в затратах на эту группу видов деятельности преобладающее место занимает время передвижения от дома до работы и обратно.

О способах и средствах передвижения можно судить по следующим данным (% от общего числа ответивших) (см. табл. 3).

Как видно из таблицы 3, большинство опрошенных ходит на работу пешком. Второе место занимает городской транспорт. Другие виды транспорта применяются слабо. Однако следует отметить, что затраты на дорогу еще значительны, и с учетом того, что территория

малого города небольшая (см. табл. 4), они нуждаются в дальнейшем сокращении.

Таблица 3. Способы и средства передвижения на работу (% от общего числа ответивших)

	Мужчины	Женщины
1. Пешком	62,9	82,5
2. Общественным транспортом	21,7	13,9
3. Велосипедом	3,7	1,1
4. Мотоциклом	1,7	0,4
5. Собственным автомобилем	5,0	1,3
6. Другими средствами	5,0	0,8

Затраты времени в домашнем хозяйстве. Этот вид деятельности – одна из существенных характеристик уровня жизни людей и в то же время неотъемлемое условие воспроизводства рабочей силы, происходит посредством потребления материальных вещественных благ и услуг, которые создаются в общественном и домашнем хозяйстве.

Таблица 4. Структура времени, связанного с работой, по городам (на человека в часах за неделю, лето 1980 г.)

	Мужчины					Женщины				
	Варена	Купишкис	Плунге	Расейняй	Швенченис	Варена	Купишкис	Плунге	Расейняй	Швенченис
1. Ходьба на работу	2,1	2,3	2,8	2,4	2,6	1,5	1,8	2,6	2,0	2,1
2. Ожидание транспорта и езда	0,6	1,5	0,9	1,5	1,2	0,3	0,9	0,7	0,4	0,4
3. Прием и сдача смены	0,2	0,2	0,3	0,1	0,5	0,1	0,1	0,4	0,1	0,2
4. Уход за собой до и после смены	0,1	0,2	0,3	0,2	–	–	0,1	0,2	0,2	0,1
Всего:	3,0	4,2	4,3	4,2	4,3	1,9	2,9	4,1	2,7	2,8

В домашнем хозяйстве на основе индивидуальных затрат труда и времени организуется вся система производства и потребления. Она предусматривает организацию питания, стирку, уход за квартирой, одеждой, обувью, уход за детьми. Эти виды домашнего труда необходимы для удовлетворения материально-

бытовых потребностей, а личное подсобное хозяйство (ЛПХ) как разновидность домашнего труда, представляет собой еще и важный источник продуктов питания и денежных средств для некоторой части жителей малых городов.

Труд в домашнем хозяйстве и удовлетворение бытовых потребностей



во многом зависят от тех материальных условий, в которых они протекают. Количество людей, проживающих в благоустроенных жилищах с 1970 г. по 1980 г. выросло больше, чем в 2 раза (в то же время уменьшилась доля квартир без удобств), значительно выросла обеспеченность населения холодильником, стиральными и швейными машинами, пылесосами. Эта бытовая база значительно облегчает домашний труд, делает его более привлекательным, экономит время.

Однако, с другой стороны, рост благосостояния городского населения, повышение его общеобразовательного и культурного уровня увеличивают требования, предъявляемые к культуре быта и в малых городах. Повышение запросов горожан в отношении качества и разнообразия потребляемой пищи, одежды, обуви, комфорта и гигиены жилища является важным фактором, за-

медляющим процесс сокращения труда и времени в домашнем хозяйстве, а нередко приводящим и к возрастанию доли его отдельных элементов.

Если мы обратимся к данным бюджета времени, то увидим, что затраты времени на труд в домашнем хозяйстве у мужчин летом с 1972 г. по 1981 г. увеличились в среднем на 1,2 часа в неделю (см. табл. 5), а зимой с 1972 г. по 1981 г. – на 2,1 часа, а у женщин эти затраты времени сократились летом – на 1,0 часа, зимой – 3,2 часа (см. табл. 6).

У мужчин увеличение произошло за счет работ по дому, ухода за детьми и прочих видов домашнего труда (в небольшой степени за счет ухода за бытовой техникой). У мужчин также несколько уменьшились затраты времени на труд в ЛПХ, на покупки товаров и пользование услугами сферы быта как в летнем, так и в зимнем периоде (см. табл. 6, 7).

Таблица 5. Затраты времени в домашнем хозяйстве (на человека в часах за неделю летом)

Виды деятельности	Мужчины			Женщины		
	1972 г.	1980 г.	Изменение +/-	1972 г.	1980 г.	Изменение +/-
1. Работа по дому	3,5	4,6	+1,1	15,0	14,5	-0,5
2. Приобретение товаров и пользование услугами	1,9	1,7	-0,2	3,6	3,9	+0,3
3. Уход за детьми	0,8	1,1	+0,3	2,2	2,8	+0,6
4. Труд в ЛПХ	8,1	5,9	-2,2	5,5	4,8	-0,7
5. Прочие виды домашнего труда	0,9	3,1	+2,2	2,5	1,8	-0,7
Всего:	15,2	16,4	+1,2	28,8	27,8	-1,0

Таблица 6. Затраты времени в домашнем хозяйстве (на человека в часах за неделю зимой)

Виды деятельности	Мужчины			Женщины		
	1972 г.	1981 г.	изменение +/-	1972 г.	1981 г.	изменение +/-
1. Работа по дому	3,3	4,8	+1,5	16,2	16,4	+0,2
2. Приобретение товаров и пользование услугами	2,3	2,0	-0,3	4,1	4,3	+0,2
3. Уход за детьми	1,3	1,4	+0,1	3,0	2,9	-0,1
4. Труд в ЛПХ	3,4	2,1	-1,3	1,5	0,7	-0,8
5. Прочие виды домашнего труда	1,3	3,4	+2,1	3,2	0,5	-2,7
Всего:	11,6	13,7	+2,1	18,0	24,8	-3,2

У женщин в основном уменьшение происходило за счет расхода времени на труд в ЛПХ и прочих видов домашнего труда. Но за этот же период несколько увеличились затраты времени на покупку товаров и пользование услугами сферы быта (см. табл. 5, 6).

Таким образом, в общем итоге прослеживается тенденция к постепенному выравниванию объема затрат времени в домашнем хозяйстве женщин и мужчин, хотя нагрузка женщин в домашнем

хозяйстве по-прежнему еще велика (она почти вдвое превышает нагрузку мужчин).

Одной из значительных статей затрат труда у женщин по ведению домашнего хозяйства является время, расходуемое на работу по дому (приготовление пищи, уход за квартирой, одеждой, обувью, стирка, глажение белья и т.д.). Особенно много времени они тратят на приготовление пищи в домашних условиях (см. табл. 7).

Таблица 7. Использование времени на работы по дому летом 1980 г. (на человека в часах и% за неделю)

Виды деятельности	Мужчины		Женщины	
	час.	%	час.	%
1. Приготовление пищи	1,7	36,9	6,4	44,1
2. Накрытие и уборка стола, мытье посуды	0,3	6,5	1,1	7,6
3. Стирка и глажение белья	0,5	10,9	3,0	20,7
4. Уход за одеждой, обувью и т.д.	0,1	2,2	0,2	1,4
5. Уход за квартирой	1,6	34,8	3,5	24,1
6. Другие виды работ (топка печей и т.д.)	0,4	8,7	0,3	2,1
Итого:	4,6	100,0	14,5	100,0

Без приготовления пищи в домашних условиях в малых городах невозможно удовлетворение потребностей в еде. Этот вывод, вытекающий из анализа бюджетов времени, подтверждается анкетным опросом. Так, в будние дни жители малых городов пользуются услугами общественного питания следующим образом: женщины завтракают – 2,6%, обедают – 39,7%, ужинают – 2,4% (ответивших во время анкетного опроса); мужчины соответственно – 1,9%, 50,2% и 1,1%.

Значительная часть материально-вещественных благ и услуг, необходимых для удовлетворения семейно-бытовых потребностей населения, создается в общественном хозяйстве. В нем почти полностью сосредоточено производство и основных продуктов питания. Поэтому удовлетворение потребности в пище невозможно для многих семей без покупки продуктов питания. Если приготовление пищи –

самая продолжительная деятельность среди работ по дому, то покупка продуктов питания имеет наибольший вес деятельности, осуществляемой жителями за пределами квартиры. Согласно данным бюджета времени (см. табл. 8) работающие мужчины на покупку продуктов питания тратят в неделю 76,5%, а женщины – 84,3% времени, расходуемого на покупки и услуги. Поскольку продукты питания имеют ограниченный срок хранения, то спрос на них является повседневным и поэтому приходится ежедневно посещать продовольственные магазины. Как видно из табл. 8, это – и преимущественно женский вид деятельности (женщины на этот вид деятельности тратят в 2,5 раза больше времени, чем мужчины).

В структуре услуг затраты времени населения малых городов на виды деятельности, связанные с посещением предприятий бытового обслуживания пока самые скромные (см. табл. 8). Напри-

мер, в прачечной все белье стирает только 6,9% и меньшую его часть – 49,9%,

как в то же время стирающих дома составляет 43,2% опрошенных.

Таблица 8. Использование времени на покупки товаров и пользование услугами летом 1980 г. (на человека в часах и% за неделю)

	Мужчины		Женщины	
	час.	%	час.	%
1. Покупки продуктов питания	1,3	76,5	3,2	84,3
2. Покупки промышленных товаров	0,2	11,7	0,3	7,9
3. Посещение предприятий быта	0,1	5,9	0,1	2,6
4. Получение услуг у частных лиц	-	-	0,1	2,6
5. Посещение административных и других учреждений	0,1	5,9	0,1	2,6
Всего:	1,7	100,0	3,8	100,0

Важным элементом труда в домашнем хозяйстве является уход за детьми. На этот вид деятельности мужчины в среднем в неделю тратят 1,1 час., женщины почти в 3 раза больше. За последнее десятилетие в этой статье бюджета времени произошли некоторые изменения. Мужчины стали больше времени расходовать на уход за детьми.

Рассмотрим труд в домашнем хозяйстве в зависимости от возраста, образования и семейного положения. Итак, работающее население малых городов существенно различается долей домашнего труда в зависимости от возраста. Если принять затраты времени занятых на производстве мужчин 20–24 лет за 100%, то у мужчин в возрасте 25–29 лет они увеличиваются более чем на 24%; 30–39 лет – 50%; 40–49 лет – 61%; 50–59 лет – 78%; также и у женщин, если принять затраты времени женщин 20–24 лет за 100%, то получит-

ся – соответственно – 18%; 34%; 22%; 29%.

С повышением общеобразовательного уровня людей затраты времени на труд в домашнем хозяйстве уменьшаются. Если принять за 100% затраты времени лиц (мужчин) с начальным образованием, то затраты времени у лиц с неполным средним образованием уменьшаются на 9,6%, со средним – на 21,2%, с высшим и незаконченным высшим – на 22,2%; у женщин – соответственно – 8,4%; 15,8%; 17,3%.

Подобная картина прослеживается и при анализе затрат времени на труд в домашнем хозяйстве и семейно-возрастных групп жителей малых городов: молодежь значительно меньше тратит времени на этот вид деятельности, чем родители с несовершеннолетними детьми или пожилые люди.

Как влияет месячный душевой доход в семье на труд в домашнем хозяйстве, можно судить по данным таблицы 9.

Таблица 9. Влияние месячного душевого дохода в семье на труд в домашнем хозяйстве (затраты времени в часах в неделю)

Размер месячного душевого дохода в семье в руб.							
30–60 руб.		61–80 руб.		81–100 руб.		101 и больше	
муж.	жен.	муж.	жен.	муж.	жен.	муж.	жен.
15,2	32,1	17,7	28,0	16,2	27,7	15,4	25,5

Как видно из таблицы 9, размер месячного душевого дохода мужчин меньше влияет на труд в домашнем хозяйстве, чем у женщин. С повышением среднемесячного душевого дохода постепенно уменьшаются и затраты женщин на домашний труд. Уровень доходов определяет также возможность приобретения бытовой техники, а также ту или иную степень пользования разными формами общественного обслуживания.

Физиологические потребности – (уход за собой, питание, лечение, сон). Затраты времени на них обусловлены, прежде всего, физиологическими потребностями, однако они испытывают влияние социально-экономических факторов труда и жизни. Под воздействием этих факторов продолжительность времени, затрачиваемого на удовлетворение физиологических потребностей,

может в определенных пределах либо уменьшаться, либо увеличиваться. К примеру, большая трудовая нагрузка у женщин, работающих на производстве и дома, обуславливает меньшую в сравнении с мужчинами величину затрат времени на удовлетворение физиологических потребностей.

Изменение и структура свободного времени. Свободное время – это та часть вне рабочего времени, которая остается в распоряжении человека после исполнения различного рода непреложных обязанностей, удовлетворения физиологических потребностей и используется для учебы и повышения квалификации, творческой деятельности, воспитания подрастающего поколения, повышения своего культурного уровня, общения, занятий физкультурой, спортом и другого времяпрепровождения.

Таблица 10. Изменение свободного времени в зависимости от возраста, образования и социальной принадлежности (за 1972–1981 гг.)

Группы занятого населения	Изменение свободного времени (в час.)		Удельный вес свободного времени во вне-рабочем времени (в %)	
	мужчины	женщины	мужчины	женщины
Период года:				
лето (1972–1980 гг.)	–2,0	–	26,0	21,5
зима (1972–1981 гг.)	–0,9	+3,1	26,3	21,6
Возраст (лет):				
20–24	–0,5	+4,0	29,4	25,3
25–29	+4,0	+4,3	29,1	22,3
30–39	+0,2	+2,8	27,0	20,6
40–49	–3,8	+3,1	24,5	20,6
50–59	–2,5	+0,2	25,5	19,9
Образование:				
начальное	–2,0	+0,1	23,9	19,9
неполное среднее	–2,8	–2,1	24,2	18,2
среднее	–0,7	+3,0	27,8	21,5
высшее и незаконченное высшее	–4,3	+2,8	28,0	23,9
Социальная принадлежность:				
рабочие	–0,4	+2,2	25,7	20,2
служащие	–1,0	+3,2	27,6	22,2

Различные изменения общей трудовой нагрузки (особенно затрат времени в домашнем хозяйстве) мужчин и женщин обусловили в основном и изменения величины их свободного времени. Как видно из представленных данных табл. 10, свободное время женщин за рассматриваемый период выросло, а мужчин даже несколько сократилось. Эти изменения величины свободного времени произошли под воздействием ряда факторов. Эти факторы (или определенные их совокупности) с неодинаковой силой повлияли на формирование величины свободного времени мужчин и женщин и внутри каждой из анализируемых групп.

Как следует из представленных данных в табл. 10, свободное время значительно уменьшилось только у мужчин более старшего возраста (40–49 и 50–59 лет). Произошли изменения в объеме свободного времени и у молодых мужчин. Выросло свободное время мужчин возрастной группы 25–29 лет (в 1972 г. они имели свободного времени меньше других групп) и уменьшилось в группе до 25 лет (в 1972 г. они имели свободного времени больше всех). Таким образом, произошло некоторое выравнивание свободного времени между возрастными группами мужчин, но все-таки работающая молодежь имеет больше свободного времени (в среднем на 3–4 час. в неделю), чем работающие мужчины более старшего возраста.

У женщин увеличение свободного времени произошло во всех их возрастных группах (незначительно только в группе 50–59 лет).

В зависимости от уровня образования также имеются некоторые особенности изменения величины свободного времени. В среде мужчин во всех группах по образованию свободное время сократилось: значительно всего в группе с высшим и незаконченным высшим образованием и незначительно в группе со средним образованием.

Свободное время у женщин увеличилось в основном в группах со средним, высшим и незаконченным высшим образованием, а в группе с неполным

средним образованием оно даже уменьшилось (эта группа женщин имеет самый низкий удельный вес свободного времени во всем бюджете времени и самую большую трудовую нагрузку).

На изменение величины свободного времени (особенно на его структуру и использование) значительное воздействие оказало постоянное расширение материальной базы проведения свободного времени. Например, с 1970 по 1980 гг. в группе опрошенных мужчин количество телевизоров увеличилось в 1,7 раза, а у женщин – 1,9 раза. Такое увеличение материальной базы свободного времени потребовало от населения определенного времени для ее пользования, что привело к изменению структуры проведения свободного времени.

Эти и другие факторы сильно повлияли на времяпрепровождение населения малых городов. В имевших место в последнее десятилетие изменениях структуры свободного времени выявляются некоторые сдвиги различного характера. Из числа позитивных сдвигов в структуре свободного времени работающего населения можно указать на увеличение затрат времени на физкультуру и спорт, общение с природой и др. Кроме того, значительно выросло время на просмотр телепрограмм (в среднем на человека за неделю в летнее время у мужчин на 2 час., у женщин – 1,9 час., а в зимнее время – соответственно – 2,6 и 1,6 час.). Время, проводимое людьми перед экраном телевизора, летом у мужчин составляет 28,7%, женщин – 25,3% недельного фонда свободного времени, а зимой – соответственно – 34% и 26,7%.

Сдвиги в структуре свободного времени имеют также некоторые особенности в среде определенных групп населения. В группе молодежи физкультурой и спортом стали больше заниматься мужчины до 25 лет и женщины всех возрастных групп молодежи. Общение с природой увеличилось в возрастной группе 25–29 лет (мужчин и женщин).

У молодежи до 25 лет прослеживается тенденция увеличения домашнего времяпрепровождения. Она подтверждается уменьшением общения вне дома

(в среднем за неделю на 2 час. у мужчин и на 2,6 час. у женщин), а у мужчин и посещения учреждений культуры и зрелищ и значительным увеличением просмотра телепередач (5,2 час. у мужчин, 1,9 час. у женщин). Затраты времени на просмотр телепередач в группе молодежи до 25 лет увеличились больше, чем в других группах занятого населения.

Свободное время молодых женщин до 25 лет в основном возросло за счет увеличения таких видов деятельности как непрофессиональное творчество и лю-

бительские занятия, просмотр телепрограмм, чтение, а более старших – общения с природой, просмотр телепередач.

Итак, изменения в структуре свободного времени зависят также от уровня образования. Анализ времени, отведенного на просмотр телепередач, выявил противоположные тенденции у мужчин и женщин в зависимости от уровня образования: оно больше всего увеличилось у мужчин с более низким уровнем образования, у женщин, наоборот – с более высоким (см. табл. 11).

Таблица 11. Изменение свободного времени занятого населения в зависимости от образования (на человека в часах = увеличение +, уменьшение -, за неделю зимой 1972–1981 гг.)

Виды деятельности	Мужчины				Женщины			
	с высш. и незак. высш. образ.	со сред. образ.	с неп. сред. образ.	с нач. образ.	с высш. и незак. высш. образ.	со сред. образ.	с неп. сред. образ.	с нач. образ.
1. Учеба и повышение квалификации	-3,4	-0,9	-0,7	-0,6	-2,8	-0,4	-0,1	-0,3
2. Общественная деятельность	+1,8	+0,4	+0,1	+0,7	+1,4	+0,5	+0,1	+0,1
3. Непрофессиональное творчество и любительские занятия	-0,2	-0,4	-0,8	+0,6	+1,9	+2,2	+2,5	+3,8
4. Пользование средствами массовой информации	-1,3	-	+0,4	-1,3	+0,8	-	-2,2	-1,5
- просмотр телепередач	+1,9	+2,9	+3,5	+2,9	+1,9	+1,9	+0,2	+0,7
- слушание радио	-1,1	-0,9	-1,1	-1,8	-0,3	-0,8	-0,7	-1,5
- чтение газет	-0,5	-0,4	-0,2	-0,8	-0,4	-0,6	-0,4	-0,4
- чтение книг и журналов	-1,5	-1,6	-1,8	-1,6	-0,4	-0,5	-1,3	-0,3
5. Посещение учреждений культуры и зрелищ	-0,4	-0,6	-0,8	-0,1	-0,2	-0,2	-0,9	-0,7
- посещение кино	-0,7	-0,9	-0,9	-0,4	-0,6	-0,7	-1,3	-0,4
6. Физкультура и спорт	+0,2	+0,3	-0,6	-0,1	+0,4	+0,1	-	-
7. Отдых на природе	+1,6	+2,2	+2,0	+0,5	+3,2	+2,8	+0,7	+2,8
8. Воспитание детей	-0,8	-1,5	-1,6	-1,1	-1,5	-1,2	-1,3	-1,7
9. Внесемейное общение	-1,4	-0,3	-1,3	-1,5	+0,1	-0,6	-0,2	-1,5
10. Прочие виды деятельности	-0,5	+0,2	+0,5	+0,8	-0,4	-0,2	-0,8	-1,1
Всего:	-4,3	-0,7	-2,8	-2,0	+2,8	+3,0	-2,1	+0,1

Различия в структуре свободного времени в городах различного типа выражаются, прежде всего, в том,

что в больших городах больше времени уделяется на учебу и повышение квалификации, посещение учреждений куль-



туры и зрелищ, физкультуру и спорт, более активные занятия. В малых городах больше времени затрачивается на домашние виды деятельности, преимущественно индивидуальные по форме: любительские занятия, чтение художественной литературы и журналов, слушание радио, воспитание детей. Различия состоят также и в объеме свободного времени: в больших городах у населения больше свободного времени, чем в малых. Как видно из приведенных данных в таблице 12, затраты свободного времени населения малых городов на общественно и самостоятельно организованные формы отдыха

сильно различаются. Вклад в освоение свободного времени учреждений культуры, спорта, туризма и системы массовых зрелищ еще довольно скромный, т.е. усваивает около 10% недельного фонда свободного времени. В указанный в исследовании период времени резко возросли некоторые домашние формы времяпрепровождения. Особенно много времени поглощает телевидение (в среднем за неделю у мужчин – более 28% всего свободного времени, у женщин – 25%), отдых на открытом воздухе (25,5% и 24,6%), внесемейное общение (12,5% и 13,9%), чтение (12,5% и 12,2%).

Таблица 12. Распределение недельного фонда свободного времени населения малых городов на общественно организованные и индивидуально (самостоятельно) организованные формы (на человека в часах и% за неделю летом 1980 г.)

	Мужчины				Женщины			
	в часах		в%		в часах		в%	
	общест. орг.	индив. орг.	общест. орг.	индив. орг.	общест. орг.	индив. орг.	общест. орг.	индив. орг.
Во всех городах	3,4	29,4	10,4	90,2	2,9	25,1	10,4	89,6
Варена	2,9	35,6	7,5	92,5	3,5	26,4	11,7	88,3
Кулишкис	2,8	29,1	8,8	91,2	2,5	26,2	8,7	91,3
Расейняй	3,4	29,4	10,4	89,6	2,7	25,2	9,7	90,3
Плунге	2,4	29,2	7,6	92,4	3,2	24,1	11,7	88,3
Швенченис	4,7	28,6	14,1	85,9	2,8	25,4	9,9	90,1

Характерной чертой структуры свободного времени является то, что среди видов досуга главное место занимает время, проводимое дома в семейном кругу. Причем этот вид использования свободного времени мало зависит от социального положения, он характерен почти для всех категорий работающего населения малого города. Правда, молодежь до 30 лет (особенно, несемейная) в домашней обстановке проводит меньше времени. Сравнительно несколько ниже расходы времени в домашней обстановке у мужчин по сравнению с женщинами.

Среди внесемейного проведения свободного времени, форм досуга, связанных с общественными учреждениями,

первое место по распространенности занимает посещение кино, второе – концерты (см. табл. 13).

Характерной чертой свободного времени занятого населения малого города является перевес видов деятельности, не требующих подготовки, над видами, ее требующими (приобретение билетов, сборы, поездки). Данное обстоятельство еще больше повышает популярность телевидения, чтения и уменьшает число занимающихся спортом, туризмом и другими видами активного отдыха, требующими определенной предварительной подготовки. Во-вторых, в свободное время главное место занимают виды деятельности, осуществляемые дома в семейном кругу.

Таблица 13. Посещение учреждений культуры и зрелищ в свободное время (в % от числа ответивших во время опроса)

Посещаемый объект	В течение 3-х месяцев							
	1 раз		2-3 раза		4 и более		не был	
	муж.	жен.	муж.	жен.	муж.	жен.	муж.	жен.
В малом городе								
Кино	16,2	14,8	38,4	30,2	31,4	34,7	19,0	20,3
Библиотека	11,7	13,1	20,1	19,4	13,7	18,4	54,5	49,1
Дом культуры (клуб)	7,9	4,1	6,0	2,7	5,7	5,2	80,4	88,0
Вечера отдыха	13,4	11,3	5,3	9,2	4,1	6,2	77,2	73,3
Ресторан (кафе)	26,1	22,2	15,2	13,6	7,9	4,0	50,8	60,2
В малом городе и за его пределами								
Концерты	38,8	35,4	20,0	20,9	2,7	5,8	38,5	37,9
Лекции	18,3	20,8	16,5	18,9	5,5	6,1	59,7	54,2
Спортивные соревнования	19,9	11,1	11,9	5,4	11,6	1,6	56,6	81,9
За пределами малого города								
Театр	27,9	28,5	8,9	15,7	1,0	2,4	62,2	53,4
Выставки	17,2	26,1	7,4	5,7	3,0	2,6	72,4	65,6

Рассматривая в целом характер изменения структуры свободного времени в малых городах, следует отметить своеобразную поляризацию направлений его использования. С одной стороны, расширяется хотя и медленно, время общественно-организационного потребления рекреационных услуг в рамках осуществления активных развивающих личность видов времяпрепровождения. С другой, довольно значительна общая величина свободного времени, проводимого в домашних условиях (в семейном кругу). Для домашнего времяпрепровождения характерен стереотип свободного поведения, отличающийся однообразием видов деятельности, склонностью к более легким, доступным, часто не требующим предварительной подготовки, формам участия в культурной жизни и потребления информации развлекательной направленности.

Указанный способ проведения свободного времени уже не удовлетворял население малого города. Удовлетворены проведением своего свободного времени 38,2% мужчин и 30% женщин; хотели бы проводить свободное время

иначе – 51,7% мужчин и 60,4% женщин; совсем иначе – 10,1% мужчин и 9,7% женщин. Такими «наиболее желательными» видами свободного времени у мужчин оказались:

- «более возвышенная деятельность» – повышение квалификации (45,6%), чтение научной литературы (31,9%);
- активный досуг: туризм (42%), рыбная ловля (49,1%), спорт (39,9%), любительские занятия (37,8%);
- индивидуально-домашнее потребление культуры: чтение художественной литературы (47,6%), газет и журналов (42,5%), просмотр телепередач (45,2%);
- публичные зрелища (общественно-организованные виды досуга): посещение спектаклей, концертов (62,4%), кино (56,5%), музеев (47,1%), спортивных соревнований (40,8%).

У женщин наиболее желательными видами, которым они хотели бы выделять больше и значительно больше свободного времени, оказались:

- «более возвышенная деятельность» – повышение квалификации (51,5%), чтение научной литературы (30%);

- активный досуг: туризм (68,2%), любительские занятия (51,8%), прогулки (45,2%);
- индивидуально-домашнее потребление культуры: чтение художественной литературы (68,3%), газет и журналов (49%), просмотр телепередач (44,5%);
- публичные зрелища (общественно-организованные виды досуга): посещение спектаклей, концертов (77,5%), кино (65%), музеев (61,7%), спортивных соревнований (40,8%).

Совместный анализ времяпрепровождения занятого населения малых городов Литвы в 1972 г. и 1980/1981 гг. позволяет сделать некоторые выводы. Главным в изменении бюджета времени является следующее:

- уменьшение общей трудовой нагрузки у женщин и увеличение их свободного времени;
- затраты времени на домашний труд у женщин и у мужчин начинают постепенно выравниваться (однако разница пока остается еще значительной);
- в свободное время у всех занятых на производстве значительно выросли затраты времени на просмотр телепередач (пассивный, домашний вид потребления культуры);
- несколько повысились затраты времени на активные виды досуга – занятия спортом, отдых в природной среде;
- уменьшились затраты времени на слушание радиопередач, чтение, внесемейное общение;
- имеет место тенденция роста самостоятельно организованного досуга в домашних условиях;
- остается большой разрыв между общественно и самостоятельно (индивидуально) организованным досугом, их соотношение составляет 1:9.

Заключение

Таким образом, анализ обследований бюджета времени занятого населения малых городов подтверждает мнение, что у молодежи, мужчин, женщин, не имеющих несовершеннолетних детей, актуальными являются не столько проблема увеличения свободного времени,

сколько рациональное его использование. Критерием рационализации свободного времени служит такое времяпрепровождение, когда оно направлено на пополнение общих и специальных знаний, повышение квалификации и развитие творческих способностей личности, добровольное активное участие в жизни города, развитие эстетических вкусов, нравственное и физическое совершенствование, разумные развлечения и активный отдых.

Литература

1. Артемов В.А. К истории возникновения исследований бюджетов времени // Социологические исследования. 2003. № 5. С. 141–149.
2. Артемов В.А., Балыкова Н.А., Калугина З.И. Время населения города: планирование и использование. – Новосибирск: Наука, Сибирское отд., 1982. – 200 с.
3. Бюджет времени населения малых городов Литовской ССР: [Справка] / Ин-т философии, социологии и права АН Лит. ССР. – Вильнюс: Б. и., 1985. – 60 с.
4. Бюджет времени преподавателей и студентов, его социальная обусловленность: [Материалы Межресп. конф. исследователей пробл. высш. образования]. [10–13 июня 1974 г. Каунас] / [Редкол.: Ю. Леонавичюс (отв. ред.) [и др.]; Каунас. политехн. ин-т. – Каунас: Б. и., 1975. – 548 с.
5. Бюджеты времени преподавателей Каунасского политехнического института, Литовской сельскохозяйственной академии и Литовской ветеринарной академии Леонавичюс: Ч. 1 - / М-во высш. и сред. спец. образ. ЛитССР. Каунас. политехн. ин-т им. Антанаса Снечкуса. Лаб. социол. исследований; Юозас Ионо. Ч. 2. – 1974. – IV, 615 с.
6. Зиманас Г.О. Советский образ жизни. – Вильнюс: Минтис, 1980. – 192 с.
7. Караханова Т.М., Большакова О.А. Бюджет времени рабочих как отражение их реального поведения в повседневной жизни (1965–

- 2014 г.) // Вестник Института социологии. 2016. № 3 (18). С. 70–96.
8. Кечина Е.А. Социолого-статистические исследования в отечественной науке (60–80-е гг. XX века): специфические черты и методические особенности // Философия и социальные науки. 2010. № 2. С. 54–60.
 9. Леонавичюс Ю.И. Бюджеты времени преподавателей Каунасского политехнического института, Литовской сельскохозяйственной академии и Литовской ветеринарной академии: Каунас. политехн. ин-т. Лаб. социол. исследований. – Каунас: Б. и.: Ч. 1. – 1974. – 633 с.; Ч. 2. – 1974. – 615 с.; Ч. 3. – 1974. – 547 с.
 10. Методологические проблемы исследования бюджета времени: Материалы межресп. науч. конф. «Бюджет времени преподавателей и студентов, его социальная обусловленность» / Подгот. Ю.И. Леонавичюс. – Каунас: Каунас. политехн. ин-т, 1975. – 221 с.
 11. Неценко А.В. К вопросу о рабочем и внерабочем времени студентов // Эффективность подготовки специалистов: Материалы межресп. симпозиума. Каунас, 28–31 янв. 1969 г. / [Ред. коллегия: Ю. Леонавичюс (отв. ред.) и др.]. Каунасский политехн. ин-т. Каунасский мед. ин-т. Литов.с.-х. акад. Литов. вет. акад. – Каунас: Б. и., 1969. С. 263–266.
 12. Патрушев В.Д. Динамика бюджетов времени горожан (1965–1997) // Социологические исследования. 1999. № 11. С. 28–35.
 13. Патрушев В.Д. Общие черты и особенности использования бюджета времени жителями различных национальностей // Повседневная жизнедеятельность и трудовое поведение работающего населения / Институт социологии РАН. – М.: Изд-во Института социологии РАН, 1998. С. 123–140.
 14. Патрушев В.Д. Труд и досуг рабочих (бюджет времени, ценности и мотивы). – М.: Институт социологии РАН, 2006. – 164 с.
 15. Патрушев В.Д., Артемов В.А., Новохацкая О.В. Изучение бюджетов времени в России в XX в. // Социологические исследования. 2001. № 6. С. 112–121.
 16. Патрушев В.Д., Бессокирная Г.П. Труд, быт и отдых (вопросник для рабочих) // Ценности повседневной деятельности горожан / Институт социологии РАН. – М., 2004. С. 117–134.
 17. Проблемы исследования потребностей специалистов с высшим образованием: [Сб. статей] / М-во высш. и сред. спец. образования ЛитССР, Каунас. политехн. ин-т им. Антанаса Снечкуса; [Редкол.: Ю. Леонавичюс (отв. ред.) и др.]. – Каунас: КПИ, 1981. – 83 с.
 18. Ротова Р.С. Бюджет времени // Демографический энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1985. – 607 с.
 19. Социологические проблемы взаимодействия личности и социальных групп в условиях развитого социалистического общества: Материалы к науч. конф., Паланга, 1977: [В 5 ч.] / [Редколлегия: Р. Григас, к. экон. наук, пред., отв. ред. [и др.]]; Прибалт. отд-ние Сов. социол. ассоциации. АН ЛитССР. Отд. философии, права и социологии при Институте истории. – Вильнюс: Отд. философии, права и социологии при Институте истории, 1977.
 20. Станайтис А.К., Станайтис С.А. Население Литвы во второй половине XX – начале XXI вв. // Псковский регионологический журнал. 2012. № 14. С. 75–84.

TIME BUDGETS OF THE POPULATION OF SMALL TOWNS IN LITHUANIA IN THE 70–80S OF THE TWENTIETH CENTURY: THE EXPERIENCE OF RETROSPECTIVE SOCIOLOGICAL RECONSTRUCTION

Markov A.A., Brazevich S.S.
St. Petersburg State University of Economics

The article presents the main results of studies of the time budgets of the population of small



towns in Lithuania, conducted in the 70–80s of the twentieth century by employees of the Institute of Philosophy, Sociologists and Law of the Academy of Sciences. One of the goals of these studies was to reveal trends in the use of time budgets by residents of small Lithuanian towns. Studying the time budget of a particular social group allows us to judge its way of life, lifestyle, and worldview. This article makes an attempt, based on a secondary analysis of the results of sociological research, to build a model of the time budget of the population of small towns in Lithuania in the 70–80s of the twentieth century.

Keywords: time budget, working time, non-working time, free time, leisure activities, household work.

References

1. Artemov V.A. On the history of the emergence of time budget research // *Sociological Research*. 2003. No. 5. P. 141–149.
2. Artemov V.A., Balykova N.A., Kalugin Z.I. City population time: planning and use. – Novosibirsk: Science, Siberian department, 1982. – 200 p.
3. Time budget of the population of small towns of the Lithuanian SSR: [Reference] / Institute of Philosophy, Sociology and Law of the Academy of Sciences Lit. SSR. – Vilnius: B. i., 1985. – 60 p.
4. Time budget of teachers and students, its social conditionality: [Materials of the Interresp. conf. problem researchers higher education]. [June 10–13, 1974 Kaunas] / [Editorial team: Y. Leonavichyus (chief editor)] [etc.]; Kaunas. Polytechnic int. – Kaunas: B. i., 1975. – 548 p.
5. Time budgets for teachers of the Kaunas Polytechnic Institute, the Lithuanian Agricultural Academy and the Lithuanian Veterinary Academy Leonavičius: Part 1- / Higher Institute. and Wednesday specialist. image. LitSSR. Kaunas. Polytechnic Institute named after Antanas Sneckus. Lab. sociol. research; Juozas Iono. Part 2. – 1974. – IV, 615 p.
6. Zimas G.O. Soviet way of life. – Vilnius: Mintis, 1980. – 192 p.
7. Karakhanova T.M., Bolshakova O.A. Workers' time budget as a reflection of their real behavior in everyday life (1965–2014) // *Bulletin of the Institute of Sociology*. 2016. No. 3 (18). pp. 70–96.
8. Kechina E.A. Sociological and statistical research in domestic science (60–80s of the twentieth century): specific features and methodological features // *Philosophy and social sciences*. 2010. No. 2. P. 54–60.
9. Leonavichyus Yu.I. Time budgets for teachers of Kaunas Polytechnic Institute, Lithuanian Agricultural Academy and Lithuanian Veterinary Academy: Kaunas. Polytechnic int. Lab. sociol. research. – Kaunas: B. and.: Part 1. – 1974. – 633 p.; Part 2. – 1974. – 615 pp.; Part 3. – 1974. – 547 p.
10. Methodological problems of time budget research: Materials of interrep. scientific conf. "Time budget of teachers and students, its social conditionality" / Prepared by. Yu.I. Leonavičius. – Kaunas: Kaunas. Polytechnic Institute, 1975. – 221 p.
11. Netsenko A.V. On the issue of working and non-working time for students // Efficiency of training of specialists: Materials of interrep. symposium. Kaunas, January 28–31 1969 / [Ed. board: Y. Leonavichyus (chief editor), etc.]. Kaunas Polytechnic int. Kaunas honey int. Lithuania agricultural acad. Lithuania vet. acad. – Kaunas: B. i., 1969. P. 263–266.
12. Patrushev V.D. Dynamics of city residents' time budgets (1965–1997) // *Sociological Research*. 1999. No. 11. P. 28–35.
13. Patrushev V.D. General features and features of the use of time budget by residents of different nationalities // *Everyday life activity and labor behavior of the working population / Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences*. – M.: Publishing house of the Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences, 1998. P. 123–140.
14. Patrushev V.D. Work and leisure of workers (time budget, values and motives). – M.: Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences, 2006. – 164 p.
15. Patrushev V.D., Artemov V.A., Novokhat-skaya O.V. Study of time budgets in Russia in the twentieth century. // *Sociological research*. 2001. No. 6. P. 112–121.
16. Patrushev V.D., Bessokirnaya G.P. Work, life and rest (questionnaire for workers) // *Values of everyday activities of citizens / Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences*. – M., 2004. P. 117–134.
17. Problems of researching the needs of specialists with higher education: [Collected articles. articles] / Institute of higher education. and Wednesday specialist. Education of the Lithuanian SSR, Kaunas. Polytechnic Institute named after Antanas Sneckus; [Editorial team: Y. Leonavichyus (chief editor) and others]. – Kaunas: KPI, 1981. – 83 p.



18. Rotova R.S. Time budget // Demographic encyclopedic dictionary. – M.: Soviet Encyclopedia, 1985. – 607 p.
19. Sociological problems of interaction between individuals and social groups in a developed socialist society: Materials for scientific research. conf., Palanga, 1977: [At 5 o'clock] / [Editorial Board: R. Grigas, Ph.D. Sciences, prev., resp. ed. [and etc.]]; Baltic Sov department sociol. associations. Academy of Sciences of the Lithuanian SSR. Dept. philosophy, law and sociology at the Institute of History. – Vilnius: Dept. philosophy, law and sociology at the Institute of History, 1977.
20. Stanaitis A.K., Stanaitis S.A. Population of Lithuania in the second half of the 20th – early 21st centuries. // Pskov regional journal. 2012. No. 14. P. 75–84.



Развитие социальных качеств человека как условие общественных трансформаций

Потемкин Валерий Константинович,

доктор экономических наук, профессор, ЗДН РФ, заведующий кафедрой социологии и управления персоналом Санкт-Петербургского государственного экономического университета
E-mail: valpot49@gmail.com

Вельмисова Дарья Владимировна,

кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и управления персоналом Санкт-Петербургского государственного экономического университета
E-mail: daria-babiy@yandex.ru

В статье проводится теоретический и эмпирический анализ проблемы развития и использования социальных качеств человека, в т.ч. особое внимание уделяется анализу ограничений, факторов, сдерживающих активное включение работников в реализацию задач функционирования предприятий. Рассмотренные факторы, такие как качество принимаемых управленческих решений, эффективность использования ресурсов, приоритеты экономических акторов, взаимодействие хозяйствующих субъектов в рыночной экономике и другие, доказывают зависимость реализации социальных качеств человека работника не только от системы организации управления внутрипроизводственной деятельности, но и динамики общественных отношений. На основе проведенных интервью (n37) и опроса (N824) предлагается научная интерпретация источников созидательной активности человека в системе социально-экономических взаимосвязей и отношений в контексте социальных ценностей, социального престижа, социального сознания, вне которого не могут быть реализованы общественно-экономические трансформации.

Ключевые слова: социальные качества, работники предприятий и организаций, социальное управление, общественно-экономические трансформации.

Разнообразие общественных трансформаций последних трех десятилетий обуславливает повышенное внимание к развитию социальных качеств человека. На каждом из этапов ранних общественных трансформаций человек рассматривался с позиций личного сознания, коллективного сознания, личного бессознательного и коллективного бессознательного (К. Юнг, 1875–1961); в контексте реализации собственных желаний и безопасности жизнедеятельности (Э. Фромм, 1900–1980); включенности в непосредственные социальные и профессиональные контакты между индивидами и группами, выражающиеся в элементарном социальном поведении и социальных действиях (Дж. Хоманс, 1910–1989); социокультурного развития, в котором отражаются культурные образы, культурная принадлежность к общественным практикам, выраженная в конкретной деятельности и сопутствующих ей нормам правилах, ценностях и социальных реакциях (Г. Терборн, род. 1941). В свое время Г.В. Плеханов подчеркивал, что социальные действия являются одним из важнейших факторов общественного развития, положивших основу материалистической теории понимания деятельности людей, в которой видели, прежде всего, процесс производства и сопутствующие ему общественные отношения и вырастающие на этой почве групповые и коллективные интересы, профессиональные и социокультурные связи и различные формы социального и экономического поведения людей и зоны их интересов [10, с. 243].

М. Вебер, проводя анализ феномена западноевропейского капитализма, обосновал соотнесение социально-профессиональных качеств человека с новым образом жизни, имеющим свою нравственную ценность, образ мышления, особую логику поведения, дающих толчок к возникновению и процветанию общества [1]. Развивая идеи включен-

ности человека в развитие общественных отношений, В.А. Ядов обосновал три основных положения: в простейших ситуациях, в которых ролевые требования не фиксированы четко, человек руководствуется элементарными установками; в более сложных ситуациях, где действуют определенные нормы и ролевые требования, поведение индивида строится на основе базовых установок (ценностных ориентаций); в больших социальных группах поведение человека регулируется высшими диспозициями, составляющими важнейшие ценностные стандарты общества [13, с. 89–105].

Э. Дюркгейм, размышляя о роли общества, системе преобладающих ценностей, подчеркивал ведущее значение смысловой компоненты деятельности человека [3]. Не вызывает сомнений, что развитие социальных качеств человека во многом зависит от производственно-экономической деятельности и формируемых в обществе новых общественных отношений. Но дело здесь не только в постулате «Производство производит человека» [9, с. 101], но и в самой действительности, а именно в развитии общественных трансформаций по пути формирования открытой социальной системы.

Организация открытой социальной системы по Г. Кану скроена из элементов человеческого поведения, основанных на совокупности социальных ролей, норм, ценностей, ожиданий, культуре взаимодействия и мотивации [6]. Человек в открытой социальной системе, являющийся участником развития общественных отношений: проходит через различные состояния, связанные с социальными бифуркациями – выбором какой-то формы поведения и социальных реакций на возникающие противоречия, конфликты, направленность в среде социально-трудовых отношений и управлении. Заметим, что жизненный цикл современного человека в системе общественных отношений превращается в «перманентную бифуркацию», когда большинство решений, связанных с его жизнедеятельностью, от него и не зависит, само общество «просто не даёт

человеку вести инерционное существование» [7]. Как следствие, всё положительное в общественном отношении и отрицательное, обусловлены кризисом, социальным напряжением, техногенными катастрофами – всё это становится неотъемлемой частью жизненного цикла человека.

Бифуркация как точка фиксации поведения человека может служить дезорганизации взаимодействия между различными социальными группами, повышенной напряженности в отношениях, например, между работодателями и наёмными работниками, конфликтом с самой общественной системой [14, р. 23–24, 32–34, 54–56; 15, р. 78–83]. Если обратить внимание на то, что воспроизвела экономическая система, начиная с конца 80-х годов прошлого века, то мы сталкиваемся не только с инновациями, информатизацией и цифровизацией в различных сферах деятельности человека, а и низкой трудовой и социальной активностью, пассивностью и равнодушием, ростом агрессивного поведения, отвлеченным взглядом на изменение в системе общественных отношений. Важным для современной России было бы введение социальных стандартов жизнедеятельности и жизнеобеспечения работников предприятий [11]. За невниманием развития социальных качеств человека кроется технологическое отставание от крупных зарубежных корпораций, несоответствие материального обеспечения работников их трудовому вкладу в результаты деятельности предприятий, отсутствие человекоориентированного управления, приводящее к устранению работников не только от процессов стратегического управления, но выработки конкретных инновационных методов преобразования потенциала развития предприятия даже в различного рода кризисных ситуациях. В частности, исследования, проведённые нами в последние годы, свидетельствуют, что на большинстве предприятий полного технологического цикла (N19) в числе приоритетных являются следующие направления деятельности: стратегического развития – 90,0% и пла-



нирования работы – 70,0%; инноваций в технологической сфере – 50,0%; организационное проектирование и распределение полномочий в системе управления – 20,0%; дисциплина труда, в т.ч. производственная и технологическая дисциплина – 20,0%.

Важным в этих направлениях работы предприятий является активное, профессиональное и осознанное включение работников в решение общественных задач. Однако, многие социальные вопросы, такие как инициативность, предприимчивость, инновационность, лояльность и т.п. в более чем 1500 организационно-распорядительных документах либо не рассматриваются, либо им придается второстепенное значение [5]. Вместе с тем, именно нормы социального взаимодействия, нравственные и этические ценности, поведенческие модели работников, смыслы их деятельности становятся фактором успеха в высококонкурентной среде, который не связан с технологическими и цифровыми составляющими. Несоответствие социальных качеств работников характеру общественно-экономического развития на практике проявляется в проблеме квалификационного дисбаланса, который, помимо формального уровня квалификации персонала, может выражаться в социально-психологической неготовности работников адаптироваться к современным требованиям. Социально-психологические установки работников выражаются в личностных диспозициях, составляющих мотивацию трудовой деятельности: потребностях, ценностях, смыслах деятельности и др.

Существенным ограничением в развитии и использовании социальных качеств работников в деятельности предприятий являются управленческие решения, которые, по оценкам самих руководителей, выполняются на 15–20% в связи с тем, что принимаются с запозданием (76,0%); без адреса исполнителя (62,0%); без адреса исполнителя (46,0%); решение отменено другим решением (45,0%); решение не нашло своего подтверждения и поддержки в коллективе предприятия (27,0%) [12].

Отвлечённость работников от созидательной деятельности предприятий может привести к социальной амбивалентности, суть которой состоит в атрофии социальных производственных практик, разнонаправленности социальных ожиданий и настроений, надлому в функционировании социальной солидарности между различными категориями персонала и внимании на достижении лишь собственных, во многом, эгоистических интересов. Т.И. Заславская, исследовавшая трансформации российского общества, отмечала, что социальная трансформация будет такой, какой способны двигать её сами люди [4, с. 8]. В ответах на открытые вопросы респонденты (N824) обращали внимание на факторы, сдерживающие активное включение в реализацию задач функционирования предприятий: смещение приоритетов экономических акторов в направлении краткосрочных; существенный разрыв в доходах руководителей и рядовых работников на предприятиях и в организациях; противоречие между целями трудовых коллективов и личными целями руководителей и конфликтный характер преодоления этого противоречия; низкая эффективность использования ресурсов организации; коррупция в управленческой подструктуре; криминализация экономических отношений между хозяйствующими субъектами; ограничение рыночной конкуренции.

В этих ответах обозначается зависимость реализации социальных качеств человека работника не только от системы организации управления внутрипроизводственной деятельности, но и трансформационного процесса в системе общественных отношений.

Участие человека в развитии общественных отношений должно предполагать обретение неких социальных ценностей, социального престижа, экономических преимуществ к сфере производственной деятельности, социального сознания, ориентированного не на личные, а коллективные успехи и достижения. М. Вебер утверждал, что такие понятия, как государство, коллектив, класс не могут существовать независимо от нашего

(индивидуального) мышления [2]. Мышление, как активный процесс отражения в сознании объективного мира может носить коллективно сосредоточенный характер в решении общественно значимых задач, но может быть разнонаправленным по интересам, по участию в различных видах производственной, экономической, социальной и политической деятельности.

В контексте сказанного представляется возможным определить ряд значимых, сущностных аспектов, прежде всего, определить источник творческой энергии и созидательных сил личности, а также выявить социальное назначение человека, воплощаемое в его социальных качествах.

Проведенный теоретический анализ убедительно доказывает, что в основе

проявления созидательности в поведении человека, его активной деятельной позиции в труде лежат побудительные силы, возникающие в социальных взаимодействиях, которые создают производственно-экономический контекст жизнедеятельности. Данный контекст способен как препятствовать, так и способствовать формированию социальных качеств личности работника, благоприятно воздействуя на него в случае естественного развития производственно-экономических отношений, а не их искусственного конструирования.

Препятствия в реализации социальных качеств человека на предприятиях, по оценкам респондентов, приведены на Рисунке 1.

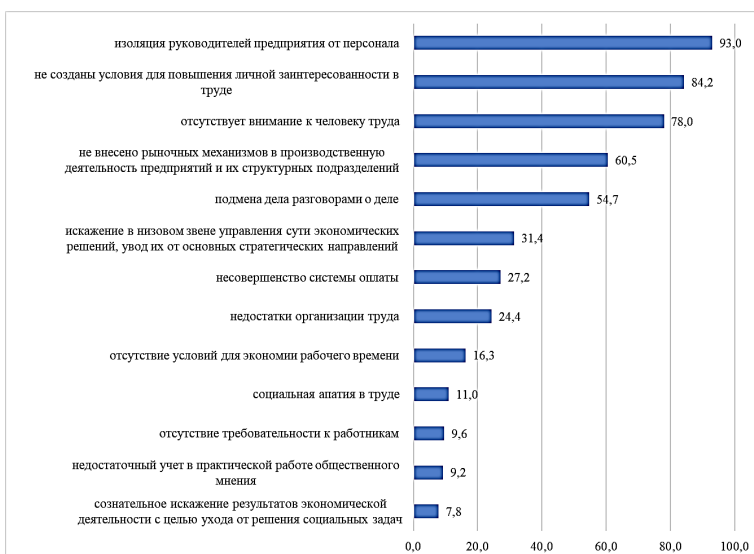


Рис. 1. Препятствия в реализации социальных качеств человека на предприятиях (% положительных ответов)

Представленные эмпирические данные характеризуют степень общественной полезности деятельности человека на предприятиях, не зависящей от него самого.

К. Маркс писал: «Человек сам является основой своего материального, как и всякого иного осуществляемого им производства. Поэтому все те обстоятель-

ства, которые воздействуют на человека, этого субъекта производства, модифицируют в большей или меньшей степени все его функции и виды деятельности, которые он выполняет как создатель материального богатства, товаров. В этом смысле можно действительно доказать, что все человеческие отношения... в какой бы форме и в чем бы они не про-



являлись, влияют на материальное производство и более или менее определяющим образом воздействуют на него» [8].

Социальные цели по мнению большинства респондентов (66,7%) могут

быть достигнуты посредством реализации системы последовательных действий, наиболее приоритетные из которых представлены на Рисунке 2.

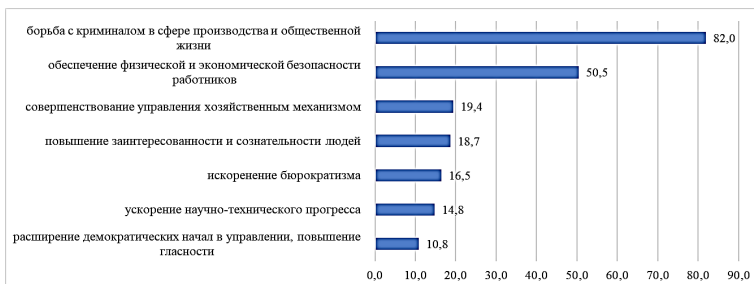


Рис. 2. Меры по достижению социальных целей развития (% положительных ответов)

В нашем исследовании мы отмечаем следующие характеристики самовоспроизводства социальных качеств человека в сфере производственной деятельности (см. рис. 3).

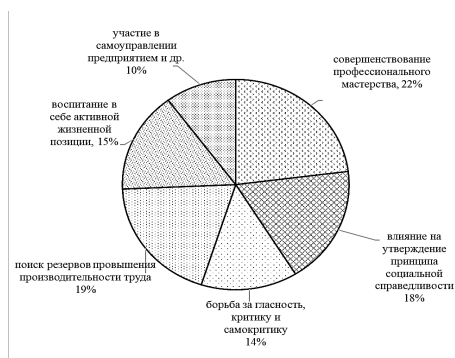


Рис. 3. Оценка самовоспроизводства социальных качеств человека в сфере производственной деятельности

Нами использовался метод интервью, в котором была поставлена задача определения значимости общественных трансформаций в использовании социальных качеств работников (n37). И если респонденты в закрытых вопросах считали приоритетными меры, приведенные на Рис. 2, то по результатам проведенного интервью были зафиксированы следующие основные направления развития и использования социальных качеств работников: дея-

тельность; материальные условия жизни; производственные отношения; сознание; национально-исторические особенности; социально-демографические условия; естественно-географические условия и др. Немаловажно, что одним из основных направлений является развитие сознания человека, которое включает в себя такие элементы как ценностно-смысловые ориентации, степень удовлетворенности качеством и уровнем жизни, социальное самочувствие, структура мотивации и др. В «материальных условиях жизни» находит практическое выражение уровень развития производительных сил общества, культурно-образовательный уровень населения, включая профессионально-квалификационную структуру рабочей силы. Понятие деятельность рассматривается в широком смысле – как трудовая, общественно-политическая, культурная, бытовая и другие виды деятельности человека, в которых реализуются его социальные качества. Существенно влияние на социальные качества работников национально-исторических особенностей, таких как обычаи, традиции, менталитет, а также естественно-географических и социально-демографических условий, к которым относятся протяженность территории, структура расселения, климат, плотность населения, уровень развития инфраструктуры.

Из представленных теоретических обобщений и эмпирического материала складывается утверждение, что посредством формирования и использования социальных качеств человек становится личностью – активным и сознательным субъектом общественных трансформаций, что дает основание полагать, что, познавая действительные практики производственной, экономической и общественной деятельности, он человек – личность – работник, становится не субъектом отвлеченного взгляда на общественную событийность, но и создателем новых общественных отношений.

Литература

1. Вебер М. Избранные произв.: пер.с нем./ сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова; предисловие П.П. Гайденоко. – М.: Прогресс, 1990.
2. Вебер М. Избранное. Образ общества. М., 1994.
3. Дюркгейм Э. Социология: ее предмет, метод, предназначение / Э. Дюркгейм; пер. А.Б. Гофман. – М.: Канон, 1995. – 300 с.
4. Заславская Т.И. Социетальная трансформация российского общества. – М., 2003.
5. Информационные и цифровые технологии в деятельности предприятий и организаций / под ред. В.К. Потемкина. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2023. – 213 с.
6. Кан Г. Грядущий подъем: экономический, политический, социальный // Новая технологическая война на Западе. М.: Прогресс, 1986.
7. Кульпин Э.С. Бифуркация Запад-Восток. М., 1996.
8. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. Т. 26.
9. Маркс К., Энгельс Ф. Соч., Т. 42.
10. Плеханов Г.В. Избр. филос. произвед. Т. 5, М.: 1956.
11. Потемкин В.К. Социальные стандарты жизнедеятельности и жизнеобеспечения работников предприятий. Стандарты и качество. 2018. № 7 (973). С. 32–55.
12. Потемкин В.К. Человекоориентированное управление предприятиями:

от эмпирических оценок к системной работе // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. – 2023. – № 2. – С. 6–11.

13. Ядов В.А. Диспозиционная регуляция социального поведения личности: методологические проблемы социальной психологии. Москва: Наука, 1975.
14. Coombs T.W. Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc., 2007.
15. Lerbinger O. The Crisis Manager: Facing Disaster, Conflicts and Failures. N.Y.: Routledge Communication Series, 2012.

DEVELOPMENT OF HUMAN SOCIAL QUALITIES AS A CONDITION FOR SOCIAL TRANSFORMATIONS

Potemkin V.K., Velmisova D.V.

St. Petersburg State Economic University

The article provides a theoretical and empirical analysis of the problem of the development and use of human social qualities, particular attention is paid to the analysis of limitations and factors hindering the active involvement of employees in the implementation of the tasks of the functioning of enterprises. The considered factors, such as the quality of management decisions made, the efficiency of resource use, the priorities of economic actors, the interaction of economic entities in a market economy and others, prove the dependence of the implementation of employees social qualities not only on the system of organizing the management of intra-production activities, but also on the dynamics of social relations. Based on interviews (n 37) and a polling (N824), the authors propose a scientific interpretation of the sources of human creative activity in the system of socio-economic interconnections and relationships in the context of social values, social prestige, social consciousness, without which socio-economic transformations cannot be realized.

Keywords: social qualities, employees of enterprises and organizations, social management, socio-economic transformations.

References

1. Weber M. Selected works: translation from German/composition, total. ed. Yu.N. Davy-



- dova; foreword by P.P. Gaidenko. – M.: Progress, 1990.
2. Weber M. Favorites. The image of society. M., 1994.
 3. Durkheim E. Sociology: its subject, method, purpose / E. Durkheim; translation A.B. Hoffman. – M.: Kanon, 1995. – 300 p.
 4. Zaslavskaya T.I. Societal transformation of Russian society. – M., 2003.
 5. Information and digital technologies in the activities of enterprises and organizations / ed. V.K. Potemkina. St. Petersburg: Publishing house of St. Petersburg State Economic University, 2023.
 6. Kan G. Coming rise: economic, political, social // New technological war in the West. M.: Progress, 1986.
 7. Kulpin E.S. West-East bifurcation. M., 1996.
 8. Marx K., Engels F. Soch. T.26.
 9. Marx K., Engels F. Soch., T. 4.
 10. Plekhanov G.V. Selected Philosopher works. T. 5, M.: 1956.
 11. Potemkin V.K. Social standards of life and livelihood of enterprise employees. Standards and quality. 2018. No. 7 (973). pp. 32–55.
 12. Potemkin V.K. Human-oriented enterprise management: from empirical assessments to systemic work // Telescope: journal of sociological and marketing research. – 2023. – No. 2. – P. 6–11.
 13. Yadov V.A. Dispositional regulation of personal social behavior: methodological problems of social psychology. Moscow: Nauka, 1975.
 14. Coombs T.W. Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc., 2007.
 15. Lerbinger O. The Crisis Manager: Facing Disaster, Conflicts and Failures. N.Y.: Routledge Communication Series, 2012.

Социальный капитал как ресурс управления организацией: ретроспектива концептуальных подходов с целью формирования парадигмы

Игумнов Олег Александрович,

кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры экономической теории и менеджмента, ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет»
E-mail: oleg_igumnov@mail.ru

Платонова Елена Дмитриевна,

д.э.н., профессор, зав. кафедрой экономической теории и менеджмента, ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет»
E-mail: platonova.e@mail.ru

В статье представлен обзор основных теоретических подходах классиков социологической науки по проблеме концептуализации социального капитала, который позволил авторам выявить ряд неоднозначных позиций исследователей, носящих дискуссионный характер. Авторы выделяют фрагментарность различных исследовательских позиций, что осложняет использование социального капитала как концепта в социально-научных исследованиях, и как ресурса управления – в практике управления. В статье отмечен амбивалентный характер концепта «социальный капитал» как междисциплинарного концепта (в экономической и социологической коннотациях), что, по мнению авторов, подчёркивает его междисциплинарный характер.

На основании данных ретроспективного анализа предложен авторский подход к концептуализации и формированию парадигмы социального капитала как социального ресурса и фиксируемого элемента организационной среды современных организаций. Авторы отмечают, что формируемая парадигма в современных условиях будет носить частнонаучный характер. Её формирование позволит «вывести» дискурс о социальном капитале из идеологической и политической повестки и ограничить расширение коннотации концепта «социальный капитал», предостеречь от появления проблем снижения его интерпретативного потенциала в отношении того, что он может содержательно, а не риторически, объяснить.

Ключевые слова: социальный капитал, источники социального капитала, концептуальная метафора, социальные отношения, социальный ресурс управления, социальные сети, формы социального капитала, парадигма социального капитала.

Под социальным капиталом в общем смысле понимаются социальные отношения, которые потенциально могут стать источником полезности и выгоды для людей, что и определяет их значение. Однако не существует общепринятого представления о социальном капитале, как не сложилось и общепринятого его определения. Множественность предложенных исследователями концепций социального капитала характеризуется как расхождениями в понимании его сущности, так и различием в подходах к его операционализации. Цель статьи состоит в представлении результатов обзора позиций авторов по вопросу о способах концептуализации социального капитала с учётом дискуссий, обуславливающих определённую фрагментарность различных подходов, и выявить проблемные аспекты, которые отражаются в социально-научных исследованиях.

Общетеоретические источники социального капитала

Понятие социального капитала не является новым понятием в социологии и в социальных науках в целом. Истоки понятия социального капитала отмечены в работах классиков социологии. Так, ещё А. де Токвиль предлагал развивать «искусство» сотрудничества между гражданами, которое привело бы к восстановлению социальных связей, разрушенных индивидуализмом, и, в этом смысле, к формированию коллективов различных и множественных форм.

Рассматривая категорию «капитал», К. Маркс уделял значительное внимание его экономическому измерению и функциям, которые он систематически анализирует в работах «Капитал» и «Основания критики политической экономии». Анализируя уровень организации производства, К. Маркс недвусмысленно



обозначил капитал как социальное отношение. Общественные отношения, в понимании К. Маркса, являются неременным условием возникновения капитала. Средства производства и средства к существованию, оставаясь собственностью непосредственного производителя, не являются капиталом. Они становятся капиталом только при обстоятельствах, при которых они одновременно служат средством эксплуатации и подчинения наёмного рабочего, иными словами, вовлекаются в социальные отношения.

Исходя из указанной формулировки, термин «социальный капитал» может показаться избыточным, поскольку его социальная сущность «поглощается» содержанием понятия «капитал» в трактовке К. Маркса. Действительно, формулировка К. Маркса объективно устанавливает рамки, в которых интерпретация социального капитала может рассматриваться в качестве гиперболы, концептуальной метафоры или, по мнению Р. Гоцци, оксюмороном [6, р. 434–435]. Тем не менее, зафиксирован факт использования К. Марксом термина «социальный капитал».

Под социальным капиталом К. Маркс понимает совокупный капитал, который состоит из совокупности разнородных индивидуальных капиталов. Сумма капиталов характеризуется им как социальный капитал, поскольку все члены общества прямо или косвенно участвуют в его создании посредством разделения труда.

Отметим, что наша позиция по данному вопросу отличается от подхода К. Маркса, поскольку мы исходим из социологического содержания понятия «социальный капитал» организации, не редуцирующего его к сумме социальных капиталов индивидов. В основе нашей позиции – результаты анализа исследований разных учёных, в которых аддитивный подход в исследовании социального капитала не находит поддержки, поскольку социальный капитал – понятие иного уровня, для трактовки которого упрощённый подход не приемлем в силу сложности и многозначности денотата в социологической коннотации.

Подобное различие в подходах определяется, как нам представляется, и различиями в уровне анализа: у К. Маркса – в широком, социетально-философском смысле; наш подход основан на анализе социального капитала как ресурса управления, актива организации, то есть на мезоуровне.

В работах Э. Дюркгейма социальный капитал явно не упоминается; тем не менее, им обоснована важность для общества промежуточной ассоциации, пересекающейся с гражданским обществом и индивидами. Данные группы, поскольку они непосредственно близки к отдельным людям, вовлекают их в сферу своей активности и, таким образом, вовлекая их в общее течение социальной жизни.

Влияние работ М. Вебера на проблематику социального капитала представляется нам весьма опосредованным, косвенным. Указанное обстоятельство оказало влияние на версию социального капитала Р. Патнэма, который определяет его, выделяя прямую связь с доверием. В работах М. Вебера показано, что доверие развивается не только на добровольной основе, но и может быть навязано организациями своим членам в форме так называемого «принудительного» доверия (о чём писал также и М. Вуллок [14, р. 161]). В исследованиях Г. Зиммеля приведено понятие «социального круга», которое, в известной степени, может рассматриваться как предвестник концепта «социальный капитал» [2, р. 375]. Иными словами, интерес к изучению природы вовлечённости акторов в потенциально выгодные социальные отношения, в которые они вступают, не носит характера мало изученного явления.

Первое явное, представляющее социологический интерес определение понятия «социальный капитал» отмечено более 100 лет назад, в 1916 году в статье Л. Дж. Ханифана. Оно было использовано автором без строгих требований к концептуальной согласованности (что логично в отсутствие систематизированных результатов исследований), чтобы подчеркнуть важность социальных отношений в целом, а также участия и со-

трудничества по общим темам, в частности. По сути, это первое использование понятия «социальный капитал» в качестве метафоры без какой-либо дополнительной аргументации [5, р. 130].

Вместе с тем Дж. Фарр в своём исследовании эволюции концептуальной истории социального капитала отмечал идейно-концептуальную преемственность и общие ментально-мировоззренческие предпосылки идеи Л. ж. Ханифана с критическим прагматизмом Дж. Дьюи, который впервые прямо упомянул социальный капитал в 1900 году [5, р. 17].

Со времени первого упоминания понятие «социальный капитал» претерпело ряд модернизаций и переинтерпретаций. В настоящее время это – наиболее дискуссионная, но, одновременно, и наиболее востребованная концепция, прежде всего, в контексте поиска новых форм социальных ресурсов управления.

Использование понятия «социальный капитал» экономистом Г. Лури [10] имеет более непосредственное отношение к его современному обсуждению, поскольку Г. Лури использует данный термин в попытке определить его истоки и влияние на структурирование социального неравенства этнических и расовых групп меньшинств. По мнению Г. Лури, социальный контекст, в который человек оказывается вовлеченным, в значительной степени определяет его достижения. С учётом данного контекста Г. Лури описывает социальный капитал как влияние собственного социального положения человека, которое способствует или препятствует приобретению человеческого капитала (оцениваемого на рынке активов образования и навыков) [10, р. 175–176].

Пьер Бурдьё: обоснование идеи социального капитала

Первым, кто в явной социологической коннотации осмыслил социальный капитал, считается П. Бурдьё. Фактически социальный капитал в его работах стал одним из немногих понятий, характеризующих раздел экономической социологии, поскольку он рассматривался в тес-

ной связи с другими формами капитала, то есть как характеристика и концепция, которые дают социологическое объяснение социально-экономическим явлениям. Первое упоминание о социальном капитале в работах П. Бурдьё была зарегистрировано в 1980 году. Позднее, в 1985 году, он вступил в глубокую теоретическую дискуссию о различных формах капитала.

Очевидно, что П. Бурдьё, в целом, придерживается марксистской концепции капитала, но он также трактует капитал в контексте власти и ресурсов. В своих исследованиях П. Бурдьё рассматривает капитал в трёх формах: экономической, культурной и социальной. К этим формам может быть добавлена символическая форма капитала, хотя она, по-видимому, является лишь подклассом культурной формы.

Исследуя различия между конкретными формами капитала, П. Бурдьё в общих чертах отмечает в качестве особенности социального капитала включённость в него социальной ответственности, «связей», как их определяет П. Бурдьё; при определённых обстоятельствах социальный капитал он конвертируется в экономический капитал [3]. При этом социальный капитал формируется преимущественно сознательно путем интеграции в сети и, в отличие от экономического капитала, не имеет конкретной материальной формы и не проявляется в явной форме. Он характеризуется неопределённостью обязательств и в некотором смысле «подвешен», поскольку он присущ социальным отношениям. Это, в подходе П. Бурдьё, является неизбежным аспектом социального капитала.

По мнению П. Бурдьё, социальный капитал – это сумма активных или потенциальных ресурсов, которые связаны посредством обладания сетью постоянных отношений взаимного знакомства и взаимного признания, которые являются более или менее институционализованными. Иными словами, посредством включения в группу как сумму агентов [индивидуального действия], которые не только наделены общими атрибутами (поддающимися восприятию наблюдате-



лем, другими или ими самими), но и связаны полезными и постоянными узами.

В более поздних работах П. Бурдьё приводит более компактное определение социального капитала как совокупности «фактических или потенциальных ресурсов, которые связаны с обладанием прочной сетью более или менее институализированных отношений взаимного знакомства и признания» [3, р. 102–103]. Как следствие, преимущества, получаемые от членства в группе, являются основой солидарности, которая делает их [преимущества] возможными, хотя сам П. Бурдьё признаёт, что нет необходимости стремиться к этому сознательно.

Кроме того, П. Бурдьё утверждает, что воспроизводство социального капитала требует постоянных усилий по взаимодействию, постоянных, повторяющихся контактов, в ходе которых подтверждается взаимное признание членами группы и поддерживается групповая сплочённость.

Дж. Коулман: социальный капитал как ресурс и возможность

Через два года после публикации работ П. Бурдьё, в 1987–1988 гг., Дж. Коулман также предложил своё определение понятия «социальный капитал» [4]. В работах Дж. Коулмана понятие социального капитала используется в связи с другими формами капитала, такими как экономический и финансовый капитал, природный капитал (инструменты, машины, земля и другие конкретные элементы) и человеческий капитал (навыки и знания людей) [4, р. 98, 118]. Кроме того, социальный капитал представлен как результат изменений отношений между индивидами, которые облегчают социальное взаимодействие. Далее социальный капитал рассматривается наряду с другими формами капитала как производительный фактор, поскольку он позволяет достигать определённые цели.

Обобщающее определение социального капитала, данное Дж. Коулманом, основано на его понимании как функции и набора сущностей с двумя общими атрибутами: во-первых, все они опреде-

ляются аспектами социальной структуры; во-вторых, они облегчают определённые действия акторов внутри этих структур, независимо от того, являются ли эти акторы индивидуальными или коллективными агентами [4, р. 98].

Более того, социальный капитал определяется и как результат, поскольку «делает возможным достижение определённых целей», без которых, как уже отмечалось, эти результаты были бы недостижимы [4, р. 98]. Согласно данному подходу, социальный капитал может принимать три формы: «обязательства и ожидания, которые зависят от надёжности социальной среды, способности социальной структуры передавать информацию и норм, сопровождаемых санкциями» [4, р. 98]. Кроме того, Дж. Коулман, как и П. Бурдьё, подчеркивает нематериальный характер социального капитала в отличие от других форм капитала.

Отмечая, что социальный капитал является общественным благом (это одновременно является его характеристикой и отличает от других форм капитала), Дж. Коулман отмечает, что указанные особенности определяются спецификой «генерации» социального капитала. В частности, по его мнению, «субъект генерации социального капитала пользуется лишь ограниченной частью его преимуществ» [4, р. 116–118]. Иными словами, социальный капитал является не только «собственностью» индивидуального агента, который его генерирует, но и всего сообщества, что расширяет представление о содержании социального капитала в части его «принадлежности» и характера как преимущественно коллективного блага.

Социальный капитал «встроен» в социальный контекст, поэтому определённые характеристики социальных отношений могут способствовать его появлению, а их отсутствие может затруднить его формирование. Такими характеристиками выступают доверие и взаимность в отношениях членов внутренней группы, а также эффективное нормативное регулирование. Их наличие благоприятствует удовлетворительному

функционированию социальных групп, внутри которых развивается социальный капитал [4, р. 102–105].

Другим фактором развития социального капитала, по мнению Дж. Коулмана, является тип социальной структуры, в частности, её закрытость или открытость [4, р. 106]. В данном случае Дж. Коулман лаконичен: чем больше используется социальный капитал в «закрытых» структурах, тем больше он развивается и тем выше эффект его благотворного воздействия.

Вместе с тем, как отмечает Дж. Коулман, с точки зрения получателя, ресурсы, привлеченные с помощью социального капитала, являются «подарками». Следовательно, важно отличать ресурсы от способности приобретать их посредством участия в сетях или, в более широком смысле, включённости в социальные структуры. Это различие явно выражено в подходе П. Бурдьё, но довольно расплывчато обозначено Дж. Коулманом.

Проблема заключается в том, что, отождествляя социальный капитал с ресурсами, приобретёнными с его помощью, можно получить тавтологическое утверждение. В этом смысле концептуализация Дж. Коулмана «размывается» и в конечном итоге теряет большую часть своей ценности. Данная проблема повлияла впоследствии и на концептуализацию социального капитала Р. Патнэмом.

А. Портес: источники и эффекты социального капитала

Содержание понятия «социальный капитал» и его использование в научном обороте вызывали обоснованную критику. Попытки его деконструкции, а также критического переосмысления были предприняты рядом ученых, в ряду которых выделяются работ А. Портеса и его соратников [11].

Очевидно, что для обладания социальным капиталом человек должен вступить в отношения с другими людьми, которые являются источником привилегий, способных предоставить возможности его формирования. Вместе с тем, дан-

ное утверждение способствовало возникновению теоретической путаницы, поскольку источник формирования социального капитала стал рассматриваться в качестве результата его действия.

В исследованиях А. Портеса и Дж. Сенсенбреннера предлагалось провести чёткую дифференциацию источников социального капитала и результатов его действия. Так, ими определены четыре источника социального капитала: 1) интернализация ценностей, 2) транзакции взаимного характера, 3) формы коллективной солидарности и 4) доверие, закрепляемое негативными или позитивными санкциями. Кроме того, авторы отмечают, что источники социального капитала заложены в мотивах, которыми руководствуются члены сети, или группы, для предоставления ресурсов.

Различные источники происхождения социального капитала позволяют определить социальный капитал как «способность обеспечивать выгоды... [посредством] участия в ... сети и других социальных структурах» [11, р. 6].

Социальный капитал характеризуется разнообразием своего воздействия. Идея о взаимосвязях, способствующих индивидуальной мобильности, встречается в работах, авторы которых, подобно М. Грановеттеру, избегают употребления термина «социальный капитал», заменяя его понятием «сила слабых связей» [7].

Отвергая исключительно позитивный подход к социальному капиталу и его эффектам как одномерный, А. Портес, Дж. Путцель, К. Тригилия и Дж. Харрис обеспокоились проблемой проявления его негативных аспектов.

В частности, А. Портес утверждает, что социальный капитал характеризуется рядом негативных аспектов: (а) исключением «не членов сети» (т.е. не членов группы), посредством процедуры «закрытия» (М. Вебер, а позже Ф. Паркин определили данный процесс как процедуру «закрытия» социальной группы и её закрепления); (б) чрезмерными требованиями к членам сети (или группы) в отношении соблюдения, принятия без



цензуры и т.д.; (в) ограничением личной свободы, которое может быть навязано членам сети; (г) наличие уравнилельных правил, препятствующих индивидуальному различию, которые вместо этого «подавляют» более активных членов внутренней группы, поскольку им не разрешается «выделяться»; (д) появлением и ростом числа «безбилетников» внутри относительно больших групп.

В целом, исследования А. Портеса дают более сбалансированное понимание социального капитала и его потенциала. Это понятие не отвергается, а конкретизируется и рационализируется на необходимость систематического изучения воздействия социального капитала для исключения приписывания ему несущественных, случайных или ложных эффектов. Подобная интерпретация способствовала концептуализации социального капитала, более близкой к микроуровню, которая фокусируется на взаимоотношениях индивида с его сетями социальных связей, а также преимуществами и ресурсами, которыми индивид может воспользоваться.

Р. Патнэм: социальный капитал как особенность сообществ и наций

Параллельно с сохраняющимся интересом социологии к социальному капиталу, это понятие было воспринято и другими дисциплинами. Это произошло в основном благодаря работам Р. Патнэма «Как заставить демократию работать» (1993) и «Боулинг в одиночку» (2000). Согласно представлениям Р. Патнэма, социальный капитал образуют «... особенности социальных организаций, такие, как доверие, нормы и сети, которые могут повысить эффективность общества за счёт содействия скоординированным действиям» [12, р. 167].

В работах Р. Патнэма отмечается, что людям легче работать вместе в сообществе, «благословлённом» значительным количеством социального капитала. Два года спустя, в 1995 году, Р. Патнэм дал аналогичное, но не идентичное определение понятия социального капитала как особенностей социальной жизни, т.е. се-

тей, норм и доверия, которые позволяют участникам действовать сообща, более эффективно добиваясь общих целей.

По существу, указанным обстоятельством объясняется расширение диапазона содержания социального капитала: от уровня организаций (мезоуровня) до уровня социума в целом (макроуровень). Взгляды Р. Патнэма позволили расширить радиус применения понятия «социальный капитал»: с уровня действующих акторов до уровня организаций и сообществ, включающих города, регионы и целые страны.

Аналогичный трансфер смысла уже пытался осуществить и Дж. Коулман. Однако его подход к определению социального капитала был оценён как проблемный с социологической точки зрения, поскольку утверждал нейтральный характер горизонтальных связей. В концептуальном переносе Р. Патнэма подобное утверждение уже не присутствует: в неоплюралистическом контексте, учитываемом Р. Патнэмом, любые различия в экономических, социальных факторах, а также другие формы власти не рассматриваются как проблема; важны преобладание участия как такового и степень, в которой оно проявляется.

Признание важности отношения к фактору участия в контексте социальных сетей создаёт теоретический базис для идеи о возможности дополнительных форм проявления социального капитала. Так, было разработано несколько классификаций, которые были поддержаны Р. Патнэмом. Данные классификации получили метафорические наименования «склеивающей», «соединяющей» и «связывающей» форм социального капитала. Принципиально важным полагаем отметить, что речь идёт именно о *формах* проявления социального капитала, а не о каких-либо его новых *типах*, часто упоминающихся в работах ряда современных исследователей, подменяющих формы типами, и, что вызывает сожаление, описывающих их развитие как новеллу теории социального капитала организации.

Современные исследователи склонны видеть в социальном капитале (в под-



ходе Р. Патнэма) лишь концептуальную метафору. Однако они отвергают его как форму капитала, а также его полезность, указывая на то, что он по своей сути не способен увеличить экономическую ценность или производительность (о чём писал К. Эрроу). Кроме того, капитал, в данном подходе, рассматривается как запас произведённых или природных факторов производства, которые, как ожидается, будут приносить продуктивные услуги в течение некоторого времени (в интерпретации Р. Солоу).

Другая группа учёных пришла к признанию социального капитала как формы капитала, показательно безоговорочно принимая версию Р. Патнэма в качестве своей предпосылки (Е. Глейзер, Дж. Стиглиц). Несмотря на попытки преодолеть разрыв между указанными позициями, предпринятые, например, П. Дасгуптой, различия полностью преодолеть не удалось.

Известно, что пролиферация любой научной концепции является приемлемой при условии, что она сопровождается аналогичным теоретическим подкреплением. Однако в случае с подходом Р. Патнэма этого не произошло. В то время как у Дж. Коулмана связи сообщества представляют интерес, поскольку они предоставляют отдельным индивидам преимущества, Р. Патнэм исходит из того, что социальный капитал является собственностью организаций, а затем и сообществ, а не сетей отдельных лиц или коллективных агентов действия.

Другой, связанный с этим вопрос, касается недостаточной содержательной определённости в отношении уровня, на котором проявляется социальный капитал. Наиболее глубоко, как показал проведённый нами анализ, социальный капитал изучен на микро- и макроуровнях, однако мезоуровень представлен в публикации в меньшей степени.

Кроме того, в концептуальном подходе Р. Патнэма причинно-следственные связи расплывчаты. Считается, что социальный капитал, измеряемый как ресурс, оказывает положительное влияние на сообщество, в то время как его суще-

ствование подтверждается результатами его функционирования.

Общепризнанным фактом является то, что плотность отношений между членами сети является хорошим показателем общего уровня связей между ними. Однако в патнэмианском подходе плотность связей между членами сети считается важным критерием, который подтверждает существование социального капитала. В частности, Р. Патнэм считает, что чем плотнее отношения, тем выше уровень социального капитала, так что высокая степень социального взаимодействия и взаимной поддержки среди членов группы отождествляется с обладанием высокой степенью социального капитала.

Другим аспектом, требующим внимания, является отождествление доверия с социальным капиталом, неоднократно подвергавшееся критике. В отдельных случаях доверие трактуется в качестве посредника процессе формирования социального капитала. Данное обстоятельство объясняется, по нашему мнению, тем, что для изучения социального капитала используется информация из результатов исследований, не направленных на исследование именно социального капитала. Примерами подобных исследований могут служить, в частности, «Евробарометр» или «Всемирное исследование ценностей» (WVS). Указанное несоответствие актуализирует проблему формирования концептуальной рамки для исследования социального капитала и анализа его результатов.

В представленном обзоре на основе ретроспекции различных концепций социального капитала представлен процесс модернизации представлений о социальном капитале как социальном феномене с позиций разных уровней анализа – от индивидуального (микроуровень) до социетального (макроуровень). Значительное внимание подходам П. Бурдьё, Дж. Коулмана и Р. Патнэма обусловлено их вкладом в процесс развития представлений о социальном капитале, отражающем полипарадигмальный характер социологической науки.



Критический анализ представлений о социальном капитале касается, прежде всего, его содержания, форм проявления, недостаточно определённой дифференциации факторов его формирования и эффектов, им продуцируемых.

Проведённый анализ дал основание для вывода о необходимости разработки системной концепции социального капитала организации как социального ресурса управления нематериальной природы, обладающего значительным социально-управленческим потенциалом. Актуальность разработки подобной концепции обусловлена сложностью использования традиционных ресурсов управления в современных социально-политических условиях.

Кроме того, разработка систематизированной концепции социального капитала мезоуровня способствовала бы формированию теоретически обоснованного базиса исследования социального капитала с использованием социологического инструментария. В свою очередь, общепризнанная концепция социального капитала организации предполагает и общую схему его операционализации, которая позволила бы решить проблему «измерения неизмеримого», то есть измерения социального капитала на основе выявления переменных и компонент (или их групп), корреляции между ними и направленности взаимосвязи. Полученные в результате данного процесса результаты могут стать основанием для принятия управленческих решений, направленных на повышение эффективности и результативности социального управления на мезоуровне.

В теоретическом отношении формирование систематизированной, стройной концепции социального капитала организации означает практическую реализацию тенденции к снижению уровня полипарадигмальности социологической науки и формированию стержневых теорий её отдельных разделов. Для социологии управления решение подобной задачи можно было бы расценивать как существенное продвижение в формировании социоресурсного подхода в управлении, с одной стороны, и, с другой сто-

роны, как закрепление за социальным капиталом статуса наблюдаемой и измеряемой характеристики организационной среды.

Возможность измерения социального капитала как характеристики (переменной) позволяет, по нашему мнению, снять, хотя бы и частично, проблему непризнания отдельными представителями научного сообщества социального капитала формой капитала, а также определения его (с учётом указанного обстоятельства) в качестве «концептуальной метафоры», что позволяет говорить о конвенционализации понятия «социальный капитал».

Следующим теоретически важным шагом могла бы стать работа по парадигматизации социального капитала как ресурса управления организациями. Основные направления подобной работы описаны одним из авторов статьи в публикации по данной проблеме [1].

По нашему мнению, парадигма социального капитала организации на данном этапе будет носить частнонаучный характер. Её формирование означало бы «выведение» дискурса о социальном капитале из идеологической и политической повестки, значимость чего отмечалась достаточно давно, в частности, в работах С.М. Кониордоса [9]. Полагаем, что расширение коннотации концепта, как правило, может привести к проблеме снижения его интерпретативного потенциала в отношении того, что он может содержать, а не риторически, объяснить.

В нашем представлении сближение теоретических позиций до парадигмального уровня не исключает междисциплинарного характера исследований социального капитала и критических оценок *ex hypothesi* различных позиций исследователей, работающих в рамках одной парадигмы, и не позволит перейти к состоянию, которое М. Вуллок определил как «научный провинциализм» [14].

Значительный научный интерес представляет и проблема ведущей отрасли науки, в рамках которой будет формироваться парадигма. По мнению С. Кониордоса, «это может быть задачей эконо-

мических социологов, поскольку, в конце концов, понятие социального капитала уходит своими корнями в экономическую социологию» [9]. Данное утверждение представляется нам спорным, поскольку в нашем подходе социальный капитал, с достаточной степенью определённости, может быть отнесён к категориальному аппарату, скорее, социологической, а не экономической науки.

Основания для подобного вывода получены нами в процессе исследования теоретических проблем содержания, структуры и формирования социального капитала, а также в процессе эмпирических исследований. Кроме того, принадлежность указанного концепта к социологической науке в значительной мере определяется его атрибутивной характеристикой «социальный», его принципиальным базисом, представленным социальными отношениями и социальными интересами. Данные характеристики позволяют рассматривать социальный капитал как социальный конструкт и специфический социальный механизм балансирования социально значимых интересов субъектов управления в конкретном социальном контексте.

Однако и понятие «капитал» в предлагаемой коннотации логично трактовать и в широком экономическом смысле, и с позиций социологии управления – как ресурс управления, обладающий нематериальной природой. Указанные особенности понятия «социальный капитал» не находятся в антагонистическом противоречии; они, скорее, позволяют напомнить о тонкой грани междисциплинарных исследований сложных теоретических концептов, в ходе которых появляется возможность определить как социальное в экономическом, так и экономическое в социальном для осознания глубины сущности их взаимодействия.

Литература

1. Игумнов О.А. Направления парадигматизации социального капитала как ресурса управления организациями // Инновационное развитие: ключевые проблемы и направления их решения: Сборник статей по итогам Всероссий-

ской научно-практической конференции с международным участием (Омск, 6 ноября 2023 г.). – Стерлитамак: АМИ, 2023. – 156 с. – С. 61–69.

2. Bagnasco A. Social capital in changing capitalism // *Social epistemology*. – 2003. – № 17. – p. 359–380.
3. Bourdieu P. Forms of capital // M. Granovetter and R. Swedberg, eds. *The sociology of economic life*. 2nd edn. – Boulder: Westview, 2001. – p. 96–111.
4. Coleman J.S. Social capital in the creation of human capital // *American journal of sociology*. – 1988. – № 94. – p. 95–120.
5. Farr J. Social capital: a conceptual history // *Political theory*. – 2004. – № 32. – p. 6–33.
6. Gozzi R. Social capital: metaphor or oxymoron // *ETC: A review of general semantics*. – 2003. – p. 434–435.
7. Granovetter, M. The strength of weak ties. *American journal of sociology*. – 1973. – № 78. – p. 1360–1380.
8. Hanifan L.J. The rural school community center. *Annals of the American Academy of Political and Social Sciences*. – 1916. – № 67. – p. 130–138.
9. Koniordos S.M. Social capital contested // *International Review of Sociology*. – 2008. – № 18(2). – P. 317–337.
10. Loury G.C. A dynamic theory of racial income differences // P.A. Wallace and A. LaMond, eds. *Women, minorities, and employment discrimination*. – Lexington, MA: D.C. Heath, 1977. – p. 153–188.
11. Portes A. Social capital: its origins and applications in modern sociology // *Annual review of sociology*. – 1998. – № 24. – p. 1–24.
12. Putnam R.D. The prosperous community: social capital and public life // *The American prospect*. – 1993. – № 4(13). – p. 35–42.
13. Svendsen G.L.H. Studying social capital in situ: a qualitative approach // *Theory and society*. 2006. – № 35. – p. 39–70.
14. Woolcock M. Social capital and economic development: towards a theoretical synthesis and policy framework // *Theory and society*, – 1998. – № 27. – p. 151–208.



SOCIAL CAPITAL AS A RESOURCE FOR MANAGING AN ORGANIZATION: A RETROSPECTIVE OF CONCEPTUAL APPROACHES WITH THE AIM OF FORMING A PARADIGM

Igumnov O.A., Platonova E.D.

Moscow Pedagogical State University

The article presents social capital conceptualization processes and methods the main theoretical approaches in sociological science an overview which allowed the author to identify an ambiguous and, in some cases, debatable nature. The author highlights the of various approaches fragmentation which determines social capital meaningful use as a concept in socio-scientific research complexity and as a management resource – in management practice. Based on the retrospective analysis data the author proposes the social capital paradigm development as a framework for its analysis as a social phenomenon and the organizational environment element.

Keywords: social capital, social capital origins, conceptual metaphor, social relations, social management resource, social networks, social capital forms, social capital paradigm.

References

1. Igumnov O.A. Napravleniya paradigma-tizacii social'nogo kapitala kak resursa upravleniya organizacijami // Innovacionnoe razvitie: klyuchevye problemy i napravleniya ih resheniya: Sbornik statej po itogam Vse-rossijskoj nauchno–prakticheskoj konferencii s mezhdunarodnym uchastiem (Omsk, 6 noyabrya 2023 g.). – Sterlitamak: AMI, 2023. – 156 s. – S. 61–69.
2. Bagnasco A. Social capital in changing capitalism // *Social epistemology*. – 2003. – № 17. – p. 359–380.
3. Bourdieu P. Forms of capital // M. Granovetter and R. Swedberg, eds. *The sociology of economic life*. 2nd edn. – Boulder: Westview, 2001. – p. 96–111.
4. Coleman J.S. Social capital in the creation of human capital // *American journal of sociology*. – 1988. – № 94. – p. 95–120
5. Farr J. Social capital: a conceptual history // *Political theory*. – 2004. – № 32. – p. 6–33.
6. Gozzi R. Social capital: metaphor or oxymoron // *ETC: A review of general semantics*. – 2003. – p. 434–435.
7. Granovetter, M. The strength of weak ties. *American journal of sociology*. – 1973. – № 78. – p. 1360–1380.
8. Hanifan L.J. The rural school community center. *Annals of the American Academy of Political and Social Sciences*. – 1916. – № 67. – p. 130–138.
9. Koniordos S.M. Social capital contested // *International Review of Sociology*. – 2008. – № 18(2). – P. 317–337.
10. Loury G.C. A dynamic theory of racial income differences // P.A. Wallace and A. LaMond, eds. *Women, minorities, and employment discrimination*. – Lexington, MA: D.C. Heath, 1977. – p. 153–188.
11. Portes A. Social capital: its origins and applications in modern sociology // *Annual review of sociology*. – 1998. – № 24. – p. 1–24.
12. Putnam R.D. The prosperous community: social capital and public life // *The American prospect*. – 1993. – № 4(13). – p. 35–42.
13. Svendsen G.L.H. Studying social capital in situ: a qualitative approach // *Theory and society*. 2006. – № 35. – p. 39–70.
14. Woolcock M. Social capital and economic development: towards a theoretical synthesis and policy framework // *Theory and society*. – 1998. – № 27. – p. 151–208.

Подходы к изучению института высвобождения работников и практика их применения на предприятии

Гильдингерш Марина Григорьевна,

доктор экономических наук, профессор кафедры бизнес-информатики и менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета аэрокосмического приборостроения
E-mail: mgild@mail.ru

Бразевич Святослав Станиславович,

доктор социологических наук, профессор кафедры международных отношений и политологии Санкт-Петербургского государственного экономического университета
E-mail: brazevichss@bk.ru

Маргулян Яков Аронович.

доктор социологических наук, профессор кафедры социологии и управления персоналом Санкт-Петербургского государственного экономического университета
E-mail: Ymargulyn@yandex.ru

В статье рассматриваются различные подходы к изучению феномена высвобождения работников в системе управления организацией, его реализация, а также анализ управления процессом высвобождения на примере конкретной организации (ООО «Коллегия юристов «Финансист»), проведенный авторами статьи. Теоретическую и информационную основу исследования составили труды О.Н. Мироненко (базовое комплексное исследование «Высвобождение работников в системе управления персоналом современной организации» [5]), Карташовой Л.В. [3], Герасимова Б.Н. [2], а также публикации Интернет-ресурсов. В статье обосновывается тезис о возрастании роли исследования процессов высвобождения работников в условиях нарастания кризисных явлений в экономике в целях проведения мероприятий по его осуществлению с минимальными издержками, но с максимальной выгодой и эффективностью для организации.

Ключевые слова: высвобождение персонала, реструктуризации, методы высвобождения, даунсайзинг, реинжиниринг, увольнение.

Существующее состояние учения о высвобождении работников позволяет выделить четыре основных направления. Сразу отметим, что, на наш взгляд, нецелесообразно рассматривать эти подходы как существующие автономно. Для эффективного процесса высвобождения следует комбинировать и синтезировать *экономический, институциональный, организационно-управленческий и социально-психологический подходы.*

Эклективное применение методов обусловлено также и тем обстоятельством, что уменьшение количества сотрудников может являться лишь одним из мероприятий или последствий реструктуризации компаний и регулирования численности и структуры персонала, проблемы, с ним связанные, часто анализируются в рамках работ по реструктуризации, даунсайзингу, стратегиям регулирования численности и т.д.

Основные теоретические подходы представлены на рисунке 1.

Каждый из названных подходов призван по-своему понимать и объяснять специфику принятия управленческих решений, проведения тех или иных мероприятий, выбор того или иного способа реализации программы высвобождения. Кроме того, по-своему происходит также оценка проводимых мероприятий. Анализ данных позволяет учитывать различные факторы и условия как внутри организации (внутренние), так и за ее пределами (внешние), тем самым способствуя принятию правильных и эффективных управленческих решений. Таким образом, высвобождение работников представляет собой управляемый процесс и для достижения поставленных целей и задач необходимо учитывать теоретические и практические наработки российских и зарубежных специалистов во всех названных четырех направлениях. Не следует также забывать о том, что



процедура увольнений регламентирована законодательством, игнорирование

правил может привести к негативным последствиям.



Рис. 1. Основные теоретические подходы к анализу высвобождения персонала

В условиях кризиса компании сталкиваются с необходимостью снижать свои расходы, оставаясь при этом конкурентоспособным и сохраняя производительность. И происходит это, к сожалению, в большинстве случаев за счет уменьшения числа сотрудников. Такое уменьшение происходит не только за счет увольнений, но и кадровой перестановки, административный отпуск и другими способами.

Крупные компании нередко обнародуют в СМИ свои намерения о сокращении персонала на определенный процент, объясняя это, например, изменениями в организационной структуре предприятия либо изменением технологического процесса, или изменением структуры рабочих (на окладе и сдельной оплате).

Однако для российского рынка понятия высвобождение работников воспри-

нимается весьма болезненно. Это происходит, во-первых, в связи с отождествлением с понятием «сокращение» или «увольнение», а также тем, что многие предприятия являются градообразующими либо не имеющих конкурентов на территории района или города (чтобы высвобожденные рабочие смогли найти аналогичную работу). Проводимые мероприятия по высвобождению могут привести к локальным социальным кризисам.

Понятие «высвобождение работников» является наиболее подходящим термином для определения увольнения сотрудников «на благо» деятельности самого предприятия[6]. Высвобождение связано именно с активной ролью руководства, которое проявляется в функциях управления персоналом, и не связано с «естественным» течением работников. Характерной чертой проведения высво-

бождения является тот факт, что кроме увольнения работников на предприятии в целях повышения эффективности его производительности больше никаких мероприятий не проводится.

Тем не менее, в литературе встречается множественность определений названного термина [1,7,8]. В основном можно выделить три направления понимания высвобождения работников:

- аналогия с основанием увольнения без учета итоговой цели мероприятий по увольнению,
- всеобъемлющий характер трактовки, выходящий за рамки предмета и фактическое отождествление с понятиями «реинжиниринг», «реорганизация» [9],
- любое увольнение работника, в том числе и по собственной инициативе [8].

В зарубежной литературе для обозначения высвобождения работников используют термин «downsizing», который также понимается как в широком, так и в узком смысле.

В широком смысле «downsizing» понимается как такая линия деятельности предприятия, направленная на повышение его эффективности, связанной как

с процессом производства, механизмами взаимодействия между сотрудниками и численностью самих работников. При этом главной характеристикой понятия является именно цель мероприятий – повышение эффективности и конкурентоспособности предприятия, побочным следствием которого является ликвидация некоторых рабочих мест. В узком смысле при трактовке «downsizing» цель и средство меняются местами. То есть «downsizing» – есть сокращение количества сотрудников, осуществляемое для достижения конкретных задач предприятия. Понимая «downsizing» как политику предприятия по финансовому оздоровлению посредством уменьшения количества сотрудников, мы видим, что такое понятие является более близким к отечественному аналогу «высвобождение работников».

Высвобождение работников не связано с тем, что работники недолжным образом исполняют свои трудовые функции; причины высвобождения кроются в вопросе о перспективности должности или трудовой функции в контексте эффективности предприятия. Возможные причины высвобождения указаны на рисунке 2.



Рис. 2. Возможные причины высвобождения работников



Характер взаимодействия работника и работодателя, а также условия экзосреды, элементы экономики, которые воздействуют на эти взаимоотношения, интересуют, прежде всего, самих участников. Начало XXI века в нашей стране, и в мировом сообществе в целом, ознаменовано чередой глобальных политических, экономических, морально-ценностных и социальных явлений, детерминирующих глубинные изменения в общественных отношениях, и, в частности, в трудовых отношениях [10].

Концепция высвобождения персонала понимается как вид управленческой деятельности, предусматривающий комплекс мер по соблюдению правовых норм и организационную и психологическую поддержку со стороны руководства при одновременном сокращении численности персонала.

Руководитель должен понимать серьезность и важность факта увольнения с производственных, социальных и личных должностей как сотрудника, так и руководителя и даже организации. Узвимым для предприятия является уход по инициативе сотрудника, т.е. такой вид увольнения, который практически не прогнозируется администрацией и, как правило, является неожиданным явлением.

Тем не менее, с позиции сотрудника, это самый «мягкий» вид освобождения: у сотрудника возникает психологическая перегрузка.

Представляется верным утверждение, что понятие высвобождения персонала кроме прекращения трудовой деятельности в определенной компании также включает в себя и иные составляющие, представленные на рисунке 3.

Процесс управления – это систематический и разнообразный вид человеческой деятельности. Для качественного, эффективного управления чрезвычайно важно выстроить рациональную, гибкую, надежную структуру системы управления, а также определить конкретный объем функций, прав и обязанностей между органами управления, проработать технологическую составляющую и возможность внесения коррективов с учетом новой информации (рис. 3).

Элементы высвобождения персонала

Ротация персонала – процесс, когда для улучшения показателей деятельности какой-либо штатной структуры 2 или более сотрудника с примерно одинаковыми обязанностями и навыками меняются местами. Этот метод часто практикуется при морально-эмоциональной несовместимости индивида и коллектива, где он работает

Движение по карьерной лестнице – имеется ввиду как продвижение по службе, так и обратный процесс. Причем движение вниз может быть обусловлено не только неспособностью сотрудника выполнять работу данной сложности, но и его нежелание брать на себя данный объем ответственности

Увольнение работника по какой-либо причине

Перевод в другой офис – возможно при открытии компанией нового представительства в другом городе или государстве

Рис. 3. Элементы высвобождения персонала

К сожалению, высвобождение работников – это реалии текущей экономической ситуации в России. Люди вынуждены искать новые способы зарабатывания денег, переподготавливаться и искать новые возможности. Пандемия в связи с коронавирусом также повлияла на ситуацию с управлением высвобождения работников. Так, например, во втором квартале 2021 года российские крупные и средние предприятия покинули 2,66 млн работников. Несмотря на законодательный запрет увольнять работников в этот период все же увольнения имели место быть, в связи с чем, количество обращений в трудовые инспекции увеличилось почти в два раза. Так, лишь в июне 2020 года поступило более 7000 обращений [4].

Отметим, что высвобождение работников не является распространённой процедурой в рамках управления организацией.

В качестве примера исследования управления высвобождением работников нами избрано Общество с ограни-

ченной ответственностью «Коллегия Юристов «Финансист». В 2021 году организация столкнулась с кризисом в своей деятельности, что отразилось на ее экономических показателях. В 2022 году была проведена процедура высвобождения персонала.

ООО «Коллегия Юристов «Финансист» по структурной организации состояла из следующих подразделений, указанных в таблице 1.

Таблица 1. Численность сотрудников ООО «Коллегия Юристов «Финансист» по состоянию на 01.01.2021

Структурное подразделение	Численность
Руководство	1
Бухгалтерия	4
Отдел кадров	3
Вспомогательный персонал (администраторы, охрана, уборщики помещений)	10
Отдел первичного приема	15
Экспертно-правовой отдел	12
Отдел представителей	51
Всего	96

В связи с обозначенными экономическими причинами руководством организации было принято решение о высвобождении работников. Итак, план мероприятий по высвобождению работников ООО «Коллегия Юристов «Финансист» состоял из следующего:

- сокращение численности персонала на 15 человек,
- ликвидация экспертно-правового отдела и передачи его функций в отдел представителей,
- сокращение отдела кадров и передача его функций менеджеру по персоналу.

За три месяца (с августа по октябрь 2022 года) план мероприятий по высвобождению сотрудников в ООО «Коллегия Юристов «Финансист» был выполнен. По состоянию на 1 ноября 2022 года численность персонала выглядела следующим образом (табл. 2).

Таблица 2. Численность сотрудников ООО «Коллегия Юристов «Финансист» по состоянию на 01.11.2022

Структурное подразделение	Численность
Руководство	1
Бухгалтерия	3
Менеджер по кадрам	1
Вспомогательный персонал (администраторы, охрана, уборщики помещений)	9
Отдел первичного приема	17
Отдел представителей	50
Всего	81

В результате проведенных мероприятий ежемесячные траты организации сократились более чем на 400 000 рублей.

Отметим, что в целях сокращения затрат также были приняты и альтернативные приемы, такие как запрет на выдачу ежеквартальных премий руководящему составу высшего и среднего звена сроком на 1 год, сокращение сверхурочных работ.

В плане руководства было обозначено также, что сокращение персонала не должно носить случайного характера, а срок реализации мероприятий не должен превышать трех месяцев.

Представляется, что руководство организации достаточно полно провело процедуру планирования высвобождения работников. Однако таких мероприятий, как содействие сокращенных сотрудников в поиске новой работы, анализ реакции сотрудников, сокращенных и оставшихся, предусмотрено не было. В заключение отметим, что планирование мероприятий по высвобождению имеют большое значение для четкой реализации этого механизма без нанесения ущерба и принятия скоропалительных решений «на месте». В то же время опыт показал, что сокращение материального обеспечения сотрудников может оказать негативное влияние на социально-психологический климат в компании, что подтверждается данными проведенного нами социологического исследования в ООО «Коллегия



Юристов «Финансист» осенью 2022 года в форме интервью. Цель исследования было выявление уровня влияния процессов высвобождения на ухудшения социально-психологического климата в организации, возрастания числа конфликтных ситуаций и снижение уверенности работников в завтрашнем дне. Выборочная совокупность составила 35 человек (рис. 4).

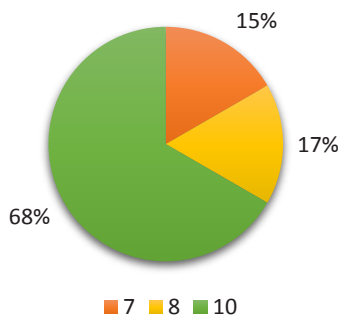


Рис. 4. Насколько в целом вы оцениваете влияние процедур высвобождения персонала на ухудшение социально-психологического климата в коллективе, росте количества конфликтов, социальной нестабильности (где 1 – незначительно, 10 – сильное, превышает ожидания)

Так, большинство респондентов (68%) отметили, что сокращение работников по инициативе администрации оказывает негативное влияние на социально-психологический климат в компании, увеличивает число конфликтных ситуаций и ведет к социальной дестабилизации в коллективе.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что высвобождение работников представляет собой систему мер, реализуемых в организации в связи с экономическими, организационными, технологическими или институциональными причинами, приводящие к расторжению трудовых договоров с работниками организации и направленные на повышение эффективности деятельности самой организации, ее конкурентоспособности. Но процесс высвобождения работников должен осуществляться «мягкими» методами, которые включают оказание не только консультативной, но и практической помощи в трудоу-

стройстве высвобожденных работников, например, помощь в создании резюме, выдача характеристик или рекомендательных писем и т.п.

Литература

1. Бельчик Т.А. Тенденции институциональной трансформации экономики России и их влияние на качество рабочей силы с позиции производительности труда // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2021. № 3 (21). С. 374–381
2. Герасимов Б.Н. Реформирование подпроцесса управления движением персонала организации // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. № 12–1. С. 40–48
3. Карташова Л.В. Минимизация социально-экономических потерь высвобождения персонала в условиях экономического кризиса и преодоления последствий распространения новой коронавирусной инфекции // Вестник РЭА им. Г.В. Плеханова. 2020. № 4 (112). С. 61–77
4. Кожокару М.Г., Гладышева И.В. Актуальные проблемы трансформации процесса высвобождения персонала в условиях// Гуманитарный научный журнал. 2022. № 2. С. 52–59
5. Мироненко О.Н. Высвобождение работников в системе управления персоналом современной организации дис. ... канд. экономич. наук: 08.00.05. – Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, 2007–239 с.
6. Свистунова В.В. Сущность проблемы высвобождения персонала // Вестник науки. 2022. № 8 (53). С. 4–7.
7. Седова Ж.И. Новые правовые подходы к обеспечению достойной жизни без труда в современных экономических условиях // Пермский юридический альманах. 2020. № 3. С. 47–55
8. Скавитин А.В. Управление высвобождением персонала в новых экономических условиях России: автореферат дис. ... кандидата экономических наук

- наук: 08.00.05 / Байкал. гос. ун-т экон. и права. – Иркутск, 2003. – 22 с.
- Управление персоналом организации: современные технологии: учебник – 2-е изд., перераб. и доп. / С.И. Сотникова и др.; под науч. ред. С.И. Сотниковой. – М., 2018. – 321 с.
 - Человек и его роль в современной организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://abc.vvsu.ru/Books> (Дата обращения: 06.04.2023)

APPROACHES TO THE STUDY OF THE INSTITUTION OF EMPLOYEE RELEASE AND THE PRACTICE OF THEIR APPLICATION AT THE ENTERPRISE

Gldingersh M.G., Brazevich S.S., Margulyan Ya.A.

Saint Petersburg State University of Aerospace Instrumentation; St. Petersburg State University of Economics

The article discusses various approaches to studying the phenomenon of employee release in the organization's management system, its implementation, as well as an analysis of the release management using the example of a specific organization (LLC "College of Lawyers" Financier"), carried out by the authors of the article. The theoretical and informational basis of the study was the works of O.N. Mironenko (basic comprehensive study "Release of employees in the personnel management system of a modern organization" [5]), Kartashova L.V.[3], Gerasimova B.N.[2], as well as publications of Internet resources. The article substantiates the thesis about the increasing role of research into the processes of releasing workers in the context of increasing crisis phenomena in the economy in order to carry out measures for its implementation with minimal costs, but with maximum benefit and efficiency for the organization.

Keywords: personnel release, restructuring, release methods, downsizing, reengineering, dismissal.

References

- Belchik T.A. Trends in the institutional transformation of the Russian economy and their

- impact on the quality of the workforce from the perspective of labor productivity // Bulletin of Kemerovo State University. Series: Political, sociological and economic sciences. 2021. No. 3 (21). pp. 374–381
- Gerasimov B.N. Reforming the subprocess of managing the movement of personnel in an organization // Economics and business: theory and practice. 2022. No. 12–1. pp. 40–48
- Kartashova L.V. Minimizing socio-economic losses of personnel release in the conditions of the economic crisis and overcoming the consequences of the spread of the new coronavirus infection // Bulletin of the Russian Academy of Economics named after. G.V. Plekhanov. 2020. No. 4 (112). pp. 61–77
- Kozhokaru M.G., Gladysheva I.V. Current problems of transformation of the process of releasing personnel in conditions // Humanitarian scientific journal. 2022. No. 2. P. 52–59
- Mironenko O.N. Release of workers in the personnel management system of a modern organization dis. ...cand. economical Sciences: 08.00.05. – Moscow State University named after. M.V. Lomonosov, Moscow, 2007–239 p.
- Svistunova V.V. The essence of the problem of staff release // Bulletin of Science. 2022. No. 8 (53). pp. 4–7.
- Sedova Zh.I. New legal approaches to ensuring a decent life without work in modern economic conditions // Perm Legal Almanac. 2020. No. 3. pp. 47–55
- Skavitin A.V. Managing the release of personnel in the new economic conditions of Russia: abstract of thesis. ... Candidate of Economic Sciences: 08.00.05 / Baikal. state University of Economics and rights. – Irkutsk, 2003. – 22 p.
- Organizational personnel management: modern technologies: textbook – 2nd ed., revised. and additional / S.I. Sotnikova and others; under scientific ed. S.I. Sotnikova. – М., 2018. – 321 p.
- Man and his role in a modern organization [Electronic resource]. – Access mode: <http://abc.vvsu.ru/Books> (Date of access: 04/06/2023)



Коммуникативные стили собственников жилья многоквартирных домов при взаимодействии с управляющими компаниями

Кемайкин Николай Константинович,

канд. экон. наук, доцент кафедры «Экономики»
Дзержинского филиала ФГБОУ ВО «РАНХиГС»
E-mail: kemaykin.gms@yandex.ru

Пикалов Олег Анатольевич,

директор ООО «Мой дом»
E-mail: pikalov.oa@my-dom.pro

Авторы данного исследования на основании собственного многолетнего опыта работы в домоуправляющих компаниях и анализа научных публикаций предложили описание ведущих коммуникативных стилей собственников многоквартирных домов. На основе проведенных социологических исследований были описаны содержательные и процессуальные компоненты коммуникативных стилей собственников жилья в пяти районах города Нижнего Новгорода и города Кстово Нижегородской области. При описании каждого коммуникативного стиля указывались личностные и процессуальные элементы стиля, оказывающие главное влияние на поведение собственника многоквартирного дома во время переговоров с представителем домоуправляющей компании. В результате авторами были даны точные характеристики каждого из выделенных стилей. В исследовании даны рекомендации для сотрудников управляющей компании, позволяющие повысить эффективность переговоров по вопросам жилищно-коммунального хозяйства с носителями того или иного коммуникативного стиля. Результаты исследования имеют большую теоретическую и практическую значимость для дальнейшей выработки рекомендации по эффективному проведению общих собраний собственников многоквартирных домов.

Ключевые слова: домоуправляющая компания; жилищно-коммунальное хозяйство; коммуникативный стиль; коммуникация; общее собрание собственников; управляющая компания.

Введение

Одним из аспектов взаимодействия домоуправляющей компаний (ДУК) с собственниками многоквартирных домов (МКД) является коммуникация. Коммуникации осуществляются в нескольких формах: устная; письменная. Особый интерес представляет устная коммуникация представителей управляющих компаний и собственников многоквартирных домов.

Часто при проведении очной части общего собрания собственников происходит нарушение коммуникаций, каждая сторона пытается доказать свою правоту, превращая собрание в деструктивное взаимодействие. Стороны переговоров расходятся, не достигнув целей. Поэтому повышение эффективности проведения переговоров собственников МКД с представителями управляющей компании является актуальной задачей.

Для того чтобы определить и наметить пути повышения эффективности переговоров необходимо определить коммуникативный стиль собственников МКД.

Исследование проводилось на территории г. Нижнего Новгорода и г. Кстово в период с 01 по 20 июня 2023 года. Объектом исследования являлось общественное мнение потребителей услуг домоуправляющих компаний г. Нижнего Новгорода и г. Кстово. Предметом исследования являлись ответы потребителей жилищно-коммунальных услуг на вопросы анкеты.

Цель исследования: определить коммуникативный стиль собственников МКД.

Для поставленной цели исследования необходимо решить следующие задачи: провести социологический опрос; на основе анализа собранной информации определить встречающиеся коммуникативные стили.

Методология

В рамках исследования был проведен социологический опрос потребителей. Для этого была применена маршрутная квотная пропорциональная выборка. Также использовались графические и табличные методы представления данных. Степень влияния каждого из элементов коммуникативного стиля на поведение субъекта в переговорах высчитывалась посредством факторного анализа методом главных компонент с последующим вращением варимакс.

Параметры выборки. Генеральная совокупность:

- жители Канавинского, Московского, Советского, Нижегородского, Приокского района г. Нижнего Новгорода, постоянно проживающие на территории района в многоквартирных домах, обслуживаемых управляющими компаниями.
- жители г. Кстово, постоянно проживающие на территории района в многоквартирных домах, обслуживаемых ООО «Кстовская домоуправляющая компания».

Выборка построена на основе домохозяйств, не включая институциональные образования – военные части, больницы, тюрьмы, дома отдыха и т.д. Все участники выборки в возрасте от 18 до 85 лет. Выборочная совокупность исследования составила 1495 респондентов.

Характеристика коммуникативных стилей

Под коммуникативным стилем понимают уникальный способ реализации в процессе переговоров целей и мотивов личности.

Конкретные особенности коммуникативного стиля объясняются доминирующими чертами содержательного и процессуального компонентов коммуникации.

В ходе проведенного социологического исследования было выделено четыре разных коммуникативных стиля: интегративный стиль, ориентированный на ситуацию; интегративный стиль, ори-

ентированный на отношения с партнером; дистрибутивный стиль, ориентированный на ситуацию; дистрибутивный стиль, ориентированный на отношения с партнером.

Коммуникативные стили у одних людей могут проявляться повседневно в любых условиях общения. В таких случаях считается, что коммуникативные стили приобрели устойчивые черты характера человека. Поскольку эти люди, повседневно демонстрируя свой стиль общения, неосознанно «учат» других собственным манерам поведения, мы условно называем их «учителями».

Другие люди проявляют черты конкретного коммуникативного стиля только в переговорах по отдельным социальным вопросам. Причем демонстрируемый ими коммуникативный стиль является копией поведения, заимствованного ими у других, авторитетных для них личностей. Поэтому мы условно называем представителей этой группы «учениками».

Точное определение коммуникативного стиля возможно только посредством специальных методов исследования. Отечественными и зарубежными учеными предложено несколько таких методов [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9]. Однако все они обладают недостатками, затрудняющими их применение для оценки коммуникативных стилей участников деловых переговоров предметом, которых являются такие социально определенные и личностно значимые ценности как коммунальные услуги. Этот пробел восполнен в комплексной методике определения коммуникативных стилей личности (КМОКСЛ) [10].

Проведя по этой методике опрос собственников жилья, мы обнаружили, что в разных районах Нижнего Новгорода и города Кстово Нижегородской области наблюдается различное распределение собственников жилья по коммуникативным стилям (Таблица 1). Причем даже один и тот же коммуникативный стиль может различаться нюансами содержательных и процессуальных компонентов у жителей разных районов.



Таблица 1. Распределение собственников по коммуникативным стилям

Показатели	Канавинский район	Московский район	Советский район	Нижегородский район	Приокский район	Кстово
Доля опрошенных с устойчивыми показателями коммуникативного стиля («учитель»),%	73,49	74,66	74,4	75,82	74,25	72,23
Доля опрошенных с неустойчивыми показателями коммуникативного стиля («ученик»),%	26,51	25,34	25,6	24,18	25,75	27,77
Интегративный стиль, ориентированный на ситуацию,%	29,52	30,3	34,63	31,31	30,77	29,19
Интегративный стиль, ориентированный на партнера,%	20,16	19,33	14,66	17,97	11,34	17,99
Дистрибутивный стиль, ориентированный на партнера,%	12,89	13,38	11,51	14,73	13,07	13,11
Дистрибутивный стиль, ориентированный на ситуацию,%	10,92	11,65	13,6	11,81	19,07	11,94

Ниже приводится описание коммуникативных стилей собственников жилья разных районов города Нижнего Новгорода и города Кстово.

При описании каждого коммуникативного стиля указываются личностные и процессуальные характеристики (элементы стиля), оказывающие главное влияние на поведение субъекта (носителя этого коммуникативного стиля) во время переговоров. Степень влияния каждого из элементов коммуникативного стиля на поведение субъекта в переговорах вычислялась посредством факторного анализа методом главных компонент с последующим вращением варимакс. Такая математическая процедура позволяет представить степень влияния каждого элемента в цифре (весовом коэффициенте). Весовой коэффициент каждого элемента находится в диапазоне от нуля до единицы. Значения от 0,4 и меньше говорят об отсутствии влияния данного элемента на поведение субъекта в переговорах. Значения в диапазоне «больше чем 0,4, но меньше чем 0,5» означают малое влияние на поведение субъекта в переговорах. Наконец, значения в диапазоне от 0,5 до единицы означают выраженное влияние элемента на поведение субъекта в переговорах.

Характеристика коммуникативных стилей собственников жилья, прожи-

вающих в Канавинском районе города Нижнего Новгорода.

Первое место среди «учителей» занимают собственники жилья с *интегративным стилем, ориентированным на ситуацию*. У этих лиц среди элементов, определяющих стиль делового общения нет ни одной черты личности из числа тех, что входят в состав *содержательного* компонента стиля. Зато все пять типов поведения, составляющих процессуальный компонент стиля, оказывают существенное влияние на характер делового общения. Наибольшее позитивное влияние оказывают *сотрудничество* (+0,933); *приспособление* (+0,910) и *компромисс* (+0,621). Меньшее влияние оказывают *соперничество* (-0,680) и *избегание* (-0,435).

Собственники мотивированы стремлением к продуктивному диалогу с сотрудниками ДУКа. При этом, собственники жилья не пытаются навязывать собственное решение и не уклоняются от открытого рассмотрения острых вопросов (отрицательный коэффициент *избегания*). Они будут стараться адаптировать предложения сотрудника ДУКа к пониманию комфортного проживания, насколько это возможно при всех факторах (экономических, социальных, политических), ограничивающих возможности социальной среды. Об этом свидетельствуют положительные весовые

коэффициенты *приспособления и компромисса*.

Отсутствие влияния черт личности на поведение лиц с данным коммуникативным стилем говорит о том, что эти люди во главу угла при выработке решения ставят факторы глобальной социальной среды. Поэтому в переговорах с ними сотрудник ДУКа должен апеллировать не к личным потребностям, задачам и способностям, а к актуальным запросам глобальной социальной среды.

Второе место среди «учителей» занимают собственники жилья с *интегративным стилем, ориентированным на партнера*. Коммуникативный стиль этих граждан, в отличие от коммуникативного стиля описанной выше первой группы лиц, характеризуется значимым влиянием содержательных компонентов стиля и отсутствием влияния процессуальных компонентов. Наибольшим положительным влиянием обладают такие черты личности как, *направленность на задачу* (+0,770) и *направленность на взаимодействие* (+0,657). Обратное воздействие на поведение в переговорах оказывает *направленность на себя* (-0,829).

Это говорит о том, что такие граждане стремятся в переговорах убедить сотрудника ДУКа в принятии решения, объективно способствующего улучшению качества обслуживающего коммунального хозяйства. Причем они готовы пожертвовать сиюминутной личной выгодой (отрицательный показатель *направленности на себя*) в интересах перспективного улучшения качества.

Эти люди учитывают в качестве факторов при выработке решения только объективно существующие характеристики коммунальных услуг. Сотрудник ДУКа, ведущий переговоры, должен знать все аспекты реального положения и перспективных возможностей эксплуатируемого коммунального хозяйства.

Третье место среди «учителей» занимают собственники жилья с *дистрибутивным стилем, ориентированным на партнера*. Их стиль определяется сочетанием такой содержательной характеристики, как *потребность в общении* (+0,656) и такой процессуальной ха-

рактеристики, как *избегание* (-0,751). Субъекты с подобным сочетанием черты личности и типа поведения склонны возлагать ответственность за решение проблемы на партнеров по общению, уклоняясь от самостоятельного деятельного участия в решении проблемы. При этом они не только готовы к общению с сотрудником ДУКа, но даже ищут этого общения. Однако они избегают конкретного обсуждения положений договора, а вместо этого заполняют время общения высказыванием жалоб на качество предоставленных коммунальных услуг и выдвиганием разных (чаще всего неподтвержденных фактами) обвинений в адрес домоуправляющей компании. Другими словами, общение с сотрудником ДУКа выполняет для них функцию эмоциональной разрядки. Поэтому позитивным результатом завершения делового общения с такими гражданами является высказывание сотрудником ДУКа благодарности за «важные сведения о прошлой работе некоторых сотрудников ДУКа». Это, наряду с полученной эмоциональной разрядкой, создаст у собственника жилья позитивный образ ДУКа, что мотивирует его на пропаганду ДУКа среди других собственников жилья. Конечно, данная мотивация не будет сохраняться долго, как и сам позитивный образ ДУКа, но она выведет субъекта из числа активных критиков работы ДУКа на продолжительное время.

Четвертое место среди «учителей» занимают собственники жилья с *дистрибутивным стилем, ориентированным на ситуацию*. Единственным фактором, определяющим поведение таких граждан является черта личности, отрицающая *потребность в достижениях* (ПД = -0,975). Такой человек не выказывает какого-либо интереса к обсуждению положений договора с ДУКом. В зависимости от разных ситуативных обстоятельств, он может полностью выполнять положения договора, принятые общим собранием собственников жилья, в котором он, как правило, не участвовал. Может выполнять частично положения принятого договора. Может длительное время игнорировать выполнение этих



положений. С изменением ситуации меняется и его отношение к договорным обязательствам.

При ведении переговоров с такими людьми сотрудник ДУКа должен выглядеть педантичным и сухим переговорщиком, якобы лишь озвучивающим правила, имеющие объективные корни. Ведь, если субъект с дистрибутивным стилем общения и примет услышанные условия договора, то будет их выполнять недолго. Надежда даже на непродолжительное сотрудничество может реализоваться лишь в том случае, если сотрудник ДУКа не станет затягивать разговор. Т.е. здесь как раз тот редкий случай, когда притворство: «Что хорошего? Ничего хорошего? Ну, тогда всего хорошего», – имеет положительную окраску.

Характеристика коммуникативных стилей собственников жилья, проживающих в Московском районе города Нижнего Новгорода.

Первое место занимают собственники жилья с *интегративным стилем, ориентированным на ситуацию*. Наибольшее позитивное влияние оказывают процессуальные показатели коммуникативного стиля личности: *сотрудничество* (+0,972); *приспособление* (+0,973) и *соперничество* (–0,698).

Отсутствие влияния черт личности на поведение лиц с данным коммуникативным стилем говорит о том, что эти люди во главу угла при выработке решения ставят факторы глобальной социальной среды. Поэтому в переговорах с ними сотрудник ДУКа должен апеллировать не к личным потребностям, заткам и способностям, а к актуальным запросам глобальной социальной среды.

Второе место среди «учителей» занимают собственники жилья с *интегративным стилем, ориентированным на партнера*. Наибольшим положительным влиянием обладают такие черты личности как, *направленность на задачу* (+0,806) и *направленность на взаимодействие* (+0,736). Обратное воздействие на поведение в переговорах оказывает *направленность на себя* (–0,705).

Эти люди не склонны принимать в расчет нюансы развития глобальной

социальной среды. Сотрудник ДУКа, ведущий переговоры, должен знать все аспекты реального положения и перспективных возможностей эксплуатируемого коммунального хозяйства.

Третье место среди «учителей» занимают собственники жилья с *дистрибутивным стилем, ориентированным на партнера*. Их стиль определяется сочетанием таких содержательных характеристик, как *потребность в общении* (+0,895) и *потребность в достижении* (–0,724). Субъекты с подобным сочетанием черты личности и типа поведения склонны возлагать ответственность за решение проблемы на партнеров по общению, уклоняясь от самостоятельного деятельного участия в решении проблемы. Как и у жителей Канавинского района, общение жителей Московского района с сотрудником ДУКа выполняет преимущественно функцию эмоциональной разрядки.

Четвертое место среди «учителей» занимают собственники жилья с *дистрибутивным стилем, ориентированным на ситуацию*. Факторами, определяющими коммуникативный стиль этих граждан, являются черта личности, отрицающая *потребность в достижениях* (ПД = – 0,363), черта личности *направленность на себя* (+0,389) и процессуальная характеристика склонности к *компромиссу* (0,841). Такие граждане озабочены только проблемой собственного благополучия и ради этого готовы идти на договорной компромисс с сотрудником ДУКа. Однако, при этом, они не способны доказывать «свою правоту», выдвигая собственные варианты оптимизации работы ДУКа и ждут от сотрудника ДУКа «приятных» предложений по улучшению коммунальных услуг. Поэтому при ведении переговоров с такими гражданами сотрудник ДУКа может намекать на возможные плюсы нового договора с собственниками жилья, которые могут сложиться в будущем, но прямо не утверждать того, что новый договор реализует ожидания жильцов «здесь и сейчас».

Характеристика коммуникативных стилей собственников жилья, прожива-

ющих в Приокском районе города Нижнего Новгорода.

Первое место среди «учителей» занимают собственники жилья с *интегративным стилем, ориентированным на ситуацию*. Эта группа лиц не имеет элементов *содержательного* компонента стиля. Наибольшее позитивное влияние оказывают *сотрудничество* (+0,969) и *приспособление* (+0,969). Меньшее влияние оказывают *соперничество* (–0,820) и *избегание* (–0,691).

Как было показано выше, такие показатели свидетельствуют о стремлении граждан к продуктивному диалогу с сотрудниками ДУКа. При этом, собственники жилья не пытаются навязывать собственное решение (отрицательный весовой коэффициент *соперничества*) и не уклоняются от открытого рассмотрения острых вопросов (отрицательный коэффициент *избегания*). Сотрудник ДУКа должен апеллировать не к личным потребностям, задаткам и способностям, а к актуальным запросам глобальной социальной среды.

Второе место среди «учителей» занимают собственники жилья с *дистрибутивным стилем, ориентированным на ситуацию*. Их стиль определяется сочетанием трех элементов содержательного компонента коммуникативного стиля личности: *направленности на себя* (+0,867); *направленности на задачу* (–0,703); *направленности на взаимодействие* (–0,468). Такие показатели говорят о том, что данные граждане возводят в абсолют собственное благополучие, не желая при этом, не только принимать какое-либо личное участие в улучшении быта, но и игнорируя взаимодействие с представителями ДУКа. В таких случаях прямое формирующее воздействие на них со стороны ДУКа имеет контрпродуктивный эффект. Лучший результат может быть получен при избегании непосредственного общения с такими людьми. Переформирующее воздействие на них можно оказать опосредованно через формирование общественного мнения посредством привлечения активистов из числа лиц с *интегративным стилем, ориентированным на ситуацию*.

Третье место среди «учителей» занимают собственники жилья с *дистрибутивным стилем, ориентированным на партнера*. Стиль делового общения таких граждан определяется отрицанием *потребности в достижении* (–0,817) и одновременным стремлением к *компромиссу* (+0,617). Столь противоречивое сочетание приводит к поведению, о котором говорят: «он сам не знает, чего желает». Действительно, такие люди могут быть недовольны любыми действиями ДУКа по оказанию коммунальных услуг. Однако, встречая неколебимую позицию представителя ДУКа, они «прогибаются» для достижения формального согласия. Конечно, надо понимать, что получение такого согласия всегда будет носить только ситуативный характер. Но большего в переговорах с такими людьми добиться нельзя. Для пролонгирования компромисса будет необходимо повторно встречаться с этими людьми один раз в три-четыре месяца.

Лишь четвертое место среди «учителей» занимают собственники жилья с *интегративным стилем, ориентированным на партнера*. Коммуникативный стиль этих граждан определяется сочетанием позитивной готовности к *взаимодействию* (+0, 527) с отрицательной *готовностью к общению* (–0, 959). Такие люди стремятся к взаимодействию с сотрудником ДУКа, но не умеют строить общение. Поэтому сотрудник ДУКа обязан брать на себя инициативу в переговорах, но при этом использовать обобщающее местоимение «Мы».

Характеристика коммуникативных стилей собственников жилья, проживающих в Советском районе города Нижнего Новгорода.

Первое место среди «учителей» занимают собственники жилья с *интегративным стилем, ориентированным на ситуацию*. Наибольшее позитивное влияние оказывают процессуальные показатели коммуникативного стиля личности: *сотрудничество* (+0,944); *приспособление* (+0,944), *соперничество* (–0,819), *избегание* (–0,818).

Второе место среди «учителей» занимают собственники жилья с *интегратив-*



ным стилем, ориентированным на партнера. Они составляют 14,66% от всех опрошенных. Коммуникативный стиль этих граждан характеризуется доминирующим влиянием показателей на *взаимодействие* (+0,716) и *направленности на задачу* (+0,464) и отрицательным весовым коэффициентом *направленности на себя* (-0,824). Это говорит о том, что такие граждане стремятся в переговорах убедить сотрудника ДУКа в принятии решения, объективно способствующего улучшению качества обслуживания коммунального хозяйства. Причем они готовы жертвовать личной выгодой ради перспективного улучшения качества работы ДУКа.

Третье место среди «учителей» занимают собственники жилья с *дистрибутивным стилем, ориентированным на ситуацию*. Факторами, определяющими коммуникативный стиль этих граждан, являются тяготение к *компромиссу* (+0,928) при отсутствии *вовлеченности в деятельность* (-0,490).

Четвертое место среди «учителей» занимают собственники жилья с *дистрибутивным стилем, ориентированным на партнера*. Они составляют 11,51% от всех опрошенных. Их стиль определяется сочетанием таких содержательных характеристик, как *потребность в общении* (+0,895) и *потребность в достижении* (-0,724). Субъекты с подобным сочетанием черты личности и типа поведения склонны возлагать ответственность за решение проблемы на партнеров по общению, уклоняясь от самостоятельного деятельного участия в решении проблемы. Как и у жителей Канавинского района, общение этой категории жителей Советского района с сотрудником ДУКа выполняет преимущественно функцию эмоциональной разрядки.

Характеристика коммуникативных стилей собственников жилья, проживающих в Нижегородском районе города Нижнего Новгорода.

Первое место среди «учителей» занимают собственники жилья с *интегративным стилем, ориентированным на ситуацию*. Наибольшее позитивное влияние оказывают процессуальные показа-

тели коммуникативного стиля личности: *сотрудничество* (+0,986); *приспособление* (+0,986); *соперничество* (-0,739); *избегание* (-0,556).

Такие показатели означают, что данная категория граждан мотивирована стремлением к продуктивному диалогу с сотрудниками ДУКа в целях оптимизации положений договора об оказании коммунальных услуг. Об этом свидетельствуют высокие положительные коэффициенты *сотрудничества* и высокие отрицательные коэффициенты *избегания*. При этом, собственники жилья не пытаются навязывать своё решение (отрицательный весовой коэффициент *соперничества*).

Второе место среди «учителей» занимают собственники жилья с *интегративным стилем, ориентированным на партнера*. Коммуникативный стиль этих граждан, в отличие от коммуникативного стиля описанной выше первой группы лиц, характеризуется значимым влиянием содержательных компонентов стиля и отсутствием влияния процессуальных компонентов. Наибольшим положительным влиянием обладают такие черты личности как, *направленность на задачу* (+0,737) и *направленность на взаимодействие* (+0,719). Обратное воздействие на поведение в переговорах оказывает *направленность на себя* (-0,844).

Третье место среди «учителей» занимают собственники жилья с *дистрибутивным стилем, ориентированным на партнера*. Их стиль определяется сочетанием таких содержательных характеристик, как *потребность в общении* (+0,823) и *потребность в достижении* (-0,893). Субъекты с подобным сочетанием черты личности и типа поведения склонны возлагать ответственность за решение проблемы на партнеров по общению, уклоняясь от самостоятельного деятельного участия в решении проблемы. Как и у жителей Канавинского района, общение жителей Нижегородского района с сотрудником ДУКа выполняет преимущественно функцию эмоциональной разрядки.

Четвертое место среди «учителей» занимают собственники жилья с *дис-*

трибутивным стилем, ориентированным на ситуацию. Коммуникативный стиль этих граждан обусловлен противоречивой направленностью элементов процессуального компонента стиля. С одной стороны, эти собственники жилья стремятся к компромиссу с сотрудниками ДУКа, но с другой стороны пытаются избегать общения с ними. Поэтому положительное воздействие на таких граждан можно оказывать опосредованно через своих сторонников в группе лиц с интегративным стилем, ориентированным на ситуацию. Для этого необходимо стимулировать активистов из числа этой группы граждан.

Характеристика коммуникативных стилей собственников жилья, проживающих в городе Кстово Нижегородской области.

Первое место среди «учителей» занимают собственники жилья с *интегративным стилем, ориентированным на ситуацию*. Наибольшее позитивное влияние оказывают процессуальные показатели коммуникативного стиля личности: *сотрудничество* (+0,976); *приспособление* (+0,976), *компромисс* (+0,503), *соперничество* (–0,405).

Такие показатели означают, что данная категория граждан мотивирована стремлением к продуктивному диалогу с сотрудниками ДУКа.

Отсутствие влияния черт личности на поведение лиц с данным коммуникативным стилем говорит о том, что эти люди во главу угла при выработке решения ставят факторы глобальной социальной среды.

Второе место среди «учителей» занимают собственники жилья с *интегративным стилем, ориентированным на партнера*. Коммуникативный стиль этих граждан характеризуется доминирующим влиянием *направленности на взаимодействие* (+0,735). Для них также характерны отрицательное влияние *потребности в достижениях* (–0,855) и *направленности на соперничество* (–0,551). Иными словами, такие люди целиком и полностью готовы соглашаться с мнением и предложениями сотрудника ДУКа. Единственное, что потребует от со-

трудника ДУКа в переговорах с такими гражданами – это демонстрация уверенности в реальной достижимости тех положений договора, которые он предлагает.

Третье место среди «учителей» занимают собственники жилья с *дистрибутивным стилем, ориентированным на партнера*. Их стиль определяется сочетанием таких содержательных характеристик, как *потребность в общении* (–0,876) и *направленность на задачу* (+0,590). Люди с подобными характеристиками коммуникативного стиля желают, чтобы сотрудник ДУКа предлагал «манну небесную». Сам же такой «партнер по обсуждению» тяготится процессом делового общения. Поэтому лучший вариант поведения сотрудника ДУКа будет заключаться в том, чтобы выступить в роли «почтальона» с предложениями. Большинство граждан этого коммуникативного стиля не будут звонить или использовать для продолжения общения адрес электронной почты. Они на бессознательном уровне испытают позитивные эмоции, связанные с тем, что процедура делового общения быстро завершилась. Что же касается их отношения к положениям договора, то они не будут вчитываться и вдумываться в их содержание, поскольку заранее уверены в том, что ДУК все равно все сделает по-своему.

Четвертое место среди «учителей» занимают собственники жилья с *дистрибутивным стилем, ориентированным на ситуацию*. Они составляют 11,94% от всех опрошенных. Факторами, определяющими коммуникативный стиль этих граждан, являются *направленность на себя* (+0,908) и *направленность на задачу* (–0,502). Такие граждане озабочены только проблемой собственного благополучия и считают, что ДУК обязан принести им это благополучие на «блюдечке с голубой каёмочкой». Воздействие на таких граждан может быть только опосредованным: навязывать общественное мнение через активистов с *интегративным стилем, ориентированным на среду*.



Выводы

В результате исследования выделили у собственников многоквартирных домов четыре коммуникативных стиля, используемых в переговорах с управляющими компаниями: интегративный стиль, ориентированный на ситуацию; интегративный стиль, ориентированный на партнера; дистрибутивный стиль, ориентированный на партнера; дистрибутивный стиль, ориентированный на ситуацию. Удалось выделить для каждого коммуникативного стиля личностные и процессуальные характеристики, оказывающие существенное влияние на поведение носителя стиля во время переговоров с управляющей компанией.

В исследовании даны рекомендации для сотрудников управляющей компании, позволяющие повысить эффективность переговоров с носителями того или иного коммуникативного стиля.

Литература

1. Болотова А.К., Жуков Ю.М., Петровская Л.А. Социальные коммуникации. Психология общения. Учебник и практикум: 2-е изд., пер. и доп – М.: Юрайт, 2020–272 с.
2. Бороздина Г.В. Психология делового общения: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 224 с.
3. Бэбьюли Ф. Переговоры. Мастер-класс – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2005–224 с.
4. Латынов В.В. Стили речевого коммуникативного поведения: структура и детерминанты // Психологический журнал. – 1995. – № 6. – с. 90–100.
5. Лебедева М.М. Технология ведения переговоров: Учеб. пособие для студентов вузов / М.М. Лебедева. – М.: Аспект Пресс, 2010. –192 с.
6. Мастенбрук В. Переговоры. – Калуга: Калужский Институт социологии, 1993. – 175 с.
7. Мокшанцев Р.И. Психология переговоров. Учеб. пособие. -М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002. – 352 с.
8. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М.: Рефл-бук, 2001. – 651 с.

9. Фишер Р., Юри У. Путь к согласию, или переговоры без поражения / Пер. с англ. А. Гореловой; Предисл. В.А. Кременюка. – М.: Наука, 1992.-158с.
10. Пикалов О.А., Кемайкин Н.К., Жмыриков А.Н. Комплексная методика определения коммуникативных стилей личности // Свидетельство № 843 о принятии на учет и депонировании объекта авторских прав. – Нижний Новгород: АНО «Центр экспертиз ТПП НО», 2023.

COMMUNICATION STYLES OF APARTMENT BUILDING OWNERS WHEN INTERACTING WITH MANAGEMENT COMPANIES

Kemaykin N.K., Pikalov O.A.

Dzerzhinsk branch of RANEPА, LLC "My House"

The authors of this study, based on their own long-term experience in home management companies and the analysis of scientific publications, proposed a description of the leading communicative styles of apartment building owners. Based on the conducted sociological research, the content and procedural components of the communicative styles of homeowners in five districts of the city of Nizhny Novgorod and the city of Kstovo of the Nizhny Novgorod region were described. When describing each communicative style, personal and procedural elements of the style were indicated, which have the main influence on the behavior of the owner of an apartment building during negotiations with a representative of a house management company. As a result, the authors gave the exact characteristics of each of the selected styles. The study provides recommendations for employees of the management company to improve the effectiveness of negotiations on housing and communal services with carriers of a particular communicative style

Keywords: communication; communicative style; general meeting of owners; housing and communal services; house management company; management company.

References

1. Bolotova A.K., Zhukov Yu.M., Petrovskaya L.A. Social communications. Psychology of communication. Textbook and

- workshop: 2nd ed., trans. and dop – M.: Yurayt, 2020–272 p.
2. Borozdina G.V. Psychology of business communication: Textbook. – M.: INFRA-M, 2006. – 224 p.
 3. Baguley F. Conversation. Master class – Moscow: FAIR PRESS, 2005–224 p.
 4. Latynov V.V. Styles of speech communicative behavior: structure and determinants // Psychological Journal. – 1995. – No. 6. – pp. 90–100.
 5. Lebedeva M.M. Negotiation technology: Textbook for university students / M.M. Lebedeva. – M.: Aspect Press, 2010. –192 p.
 6. Mastenbrook V. Negotiations. – Kaluga: Kaluga Institute of Sociology, 1993. – 175 p.
 7. Mokshantsev R.I. Psychology of negotiations. Textbook. -Moscow: INFRA-M; Novosibirsk: Siberian Agreement, 2002. – 352 p.
 8. Pocheptsov G.G. Theory of communication. M.: Refl-buk, 2001. – 651 p.
 9. Fischer R., Yuri U. The path to agreement, or negotiations without defeat / Translated from English by A. Gorelova; Preface by V.A. Kremenyuk. – M.: Nauka, 1992.-158s.
 10. Pikalov O.A., Kemaykin N.K., Zhmyrikov A.N. Complex methodology for determining communicative styles of personality // Certificate No. 843 on registration and deposit of the copyright object. – Nizhny Novgorod: ANO “Center of Expertise of CCI NO”, 2023.



Институционализация волонтерства и его вклад в консолидацию общества в ситуациях глобальных кризисов: пандемии COVID-19 и военно-политических конфликтов

Иркутмова Ирина Владимировна,

доктор социологических наук, профессор кафедры политического анализа и социально-психологических процессов, ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»
E-mail: imkrumova@yandex.ru

В сложные времена глобальных кризисов – пандемии COVID 19, СВО – волонтерская помощь становится не только выражением сочувствия и моральной поддержки, но и важным фактором, способствующим укреплению социальной сплоченности и духовной силы нации. За последние четыре года два масштабных события – пандемия COVID-19, самоизоляция населения в 2020–2021 гг., и сложная геополитическая ситуация 2022–2023 гг., связанная с СВО — способствовали динамическому «взрывному» росту добровольческого движения. Сегодня волонтерская деятельность в поддержку семей, чьи родные в СВО, укрепляет национальные ценности патриотизма и единства, солидарность и взаимопомощь в обществе. В статье представлен анализ динамики добровольчества, осуществленный на основе результатов социологического исследования волонтерского движения, проведенного осенью 2020 года в столице в начале пандемии COVID-19 с участием автора, а также вторичный анализ исследований роли добровольчества в нынешней ситуации. Результаты исследований позволяют утверждать, что волонтерская деятельность, масштабированная в период пандемии COVID-19, и в условиях СВО, приобрела институциональный характер. Волонтерство стало одним из значимых элементов кризисного социального управления, его системный вклад в консолидацию общества стал базой социального единения и важным фактором, формирующим социальную устойчивость общества и укрепляющим национальную безопасность.

Ключевые слова: волонтеры, волонтерская деятельность, добровольчество, социальная сплоченность, самоизоляция в пандемию, помощь семьям военнослужащих, социальное управление.

Введение

Волонтерские организации и добровольцы выполняют важную роль в развертывании экстренной помощи в кризисных ситуациях, таких как пандемия коронавируса COVID-19, техногенные и природные бедствия, а также в нынешней ситуации СВО. Они дополняют деятельность государственных структур, обеспечивают важные социальные услуги и оказывают помощь социально уязвимым категориям населения. Эффективность помощи волонтерских организаций часто обеспечивается их активностью, самоотверженностью, «неформализованностью», отсутствием бюрократизма и заорганизованности, гибкостью, способностью быстро мобилизовать необходимые ресурсы и включать в помощь людям широкие слои общественности, налаживать широкий спектр социальных и партнерских связей и оперативно адаптировать содержание помощи к меняющимся ситуациям.

Кроме того, волонтеры и волонтерские организации играют центральную роль в процессе наращивания социального капитала, укрепления общественного доверия, взаимопомощи и активизации локальных сообществ. Их деятельность способствует формированию более сплоченного и устойчивого сообщества, что особенно актуально в период сложной геополитической ситуации.

Лучшие качества молодежи проявились в период динамичного развития волонтерского движения в период пандемии COVID-19. Добровольчество стало массовым явлением. Так, на 26.11.2023 число зарегистрированных волонтеров в стране составляет 5 725 309 чел., в Москве – 322 404 волонтеров. Они сделали 538 255 добрых дел, осуществили 96 201



проектов и 1639 мер поддержки. Такие данные размещены на портале #МЫВМЕСТЕ [1] и они постоянно актуализируются.

Волонтерская активность важна и сегодня, когда государство продолжает принимать меры по социальной поддержке участников СВО. Президент России призвал объединить усилия для поддержки семей всех без исключения участников СВО. Одна из основ поддержки – составление социальных паспортов семей участников СВО на базе которого строится вся работа государственного сектора поддержки [2]. Также в России создали социальный стандарт региональных мер поддержки участника СВО, включающий более 130 федеральных мер помощи, включая жилищные, медицинские, налоговые, транспортные преференции, право на кредитные каникулы и многое другое.

Сегодня волонтерские организации играют важную роль в оказании всесторонней поддержки семьям, родные которых защищают интересы страны в условиях СВО, а также помощи защитникам на переднем крае. Добровольцы оказывают не только моральную поддержку и психологическую помощь, но и организуют сборы необходимых средств, одежды и продовольствия. Они становятся инициаторами социальных акций, нацеленных на поддержание связи между семьями и мобилизованными защитниками, а также помогают в решении бытовых и организационных вопросов, которые возникают в их отсутствие.

В сложные времена – пандемии COVID 19, СВО – волонтерская помощь становится не только выражением сочувствия и моральной поддержки, но и важным фактором, способствующим укреплению национальной безопасности, социальной сплоченности и духовной силы нации. Волонтерская деятельность в поддержку семей, чьи родные в СВО, укрепляет национальные ценности патриотизма и единства, солидарность и взаимопомощь в обществе. Волонтеры вносят важный вклад в укрепление социальной сплоченности социума.

Методология и методика исследования

В контексте социологического подхода деятельность волонтеров, направленная на поддержку семей, члены семей которых были мобилизованы для участия в СВО, а также в период пандемии коронавируса, может быть оценена как манифестация коллективных ценностей и патриотического самосознания. Этот феномен исследуется с позиций социологии, социальной психологии [3; 5; 6; 7, 329–348; 9] как механизм социализации индивидов в рамках реализации национальных интересов и поддержания социокультурного гомеостаза, как способности открытой системы сохранять постоянство своего внутреннего состояния.

Патриотизм, в данном контексте, рассматривается как многоуровневый конструкт, интегрирующий личностные и коллективные идентичности, который активизируется в периоды социально-политической напряженности и трансформируется в социальные действия [4; 7, 329–348]. Волонтерство, направленное на поддержку семей мобилизованных, сегодня функционирует как институализированный канал социальной поддержки, направленной на практическую помощь и оптимизацию психоэмоционального состояния семей военнослужащих СВО. Волонтерская деятельность также может быть интерпретирована как элемент социального капитала, который способствует снижению социальной напряженности и усилению социальной сплоченности социума. Это, в свою очередь, способствует укреплению национального единства и демонстрирует готовность гражданских институтов общества мобилизовать ресурсы для решения сложных задач. Междисциплинарный анализ явления позволяет утверждать, что волонтерская деятельность и в периоды кризисов пандемии COVID-19 [4], и в условиях СВО способствует не только социальной сплоченности, но и психосоциальной резилентности [9] населения, активизируя механизмы морально-психологической поддержки социально уязвленных групп населения, значимые



для устойчивости социума, в т.ч. сегодня, в условиях сложной геополитической ситуации.

Анализ социальных групп населения, вовлеченных в волонтерскую помощь, показывает, что в основном участвует молодежь (78% до 34 лет, 20% – 35–54 гг., 3,6% – свыше 55 лет) [1], но есть добровольцы и среди серебряных волонтеров. Некоторые исследователи (Парфенов О.А., 2020) считают феномен вовлечения пожилых в волонтерскую и гражданскую активность «инструментом преодоления социального исключения». Это показало в т.ч. исследование О.А. Парфенова о мотивации вовлеченности пожилых в волонтерскую и гражданскую активность. Подобная активность повышают социальную включенность не только пожилых «активистов», но и тех, кому они помогают [10, 119–135].

Практика

Развитие волонтерского движения. Готовность россиян оказывать помощь в условиях кризисных ситуаций

Пандемия COVID 19 стала своеобразным драйвером развития добровольческого движения в России. Так, если в период 2016–2019 гг. число волонтеров в стране росло постепенно, за 3 года увеличилось с 1,61 млн до 1,83 млн чел. [13], то в 2020 году число волонтеров возросло сразу практически на миллион добровольцев и составляло 2,7 млн россиян (старше 15 лет), а к 2023 году произошел более чем двукратный рост и число волонтеров составило уже 5,7 млн человек [1].

Добровольчество стало массовым явлением, оно институционализировано и структурировано [12]. Новая модель волонтерской деятельности в столице была сформирована в 2020 г. как общественный ответ на пандемию COVID-19, когда понадобилось объединение усилий государства и социума в консолидации всех ресурсов и возможностей для населения, особенно людей пожилого возраста и семей с детьми. Институционализация волонтерского движения в столице была связана с созданием

в 2014 году ресурсного центра «Мосволонтер», команда которого с того времени занимается развитием и поддержкой добровольческого движения, активизируясь в сложных ситуациях. Общероссийский проект «#МЫВМЕСТЕ», как инструмент самоорганизации и социального самоуправления добровольческого движения помощи гражданам во время кризисных ситуаций, был начат во время пандемии коронавируса в 2020 году. Организатором движения была Ассоциация волонтерских центров (<https://dobro.ru/project/10060264>).

19 октября 2022 года Президент России призвал глав регионов совместно с ОНФ, движением #МЫВМЕСТЕ, волонтерами оказывать всестороннюю поддержку семьям, чьи родные призваны на военную службу по мобилизации.

В 2022 году Центр исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ провел исследование о вовлеченности россиян в помощь военным и их семьям. Больше половины россиян помогали военным или их семьям с начала СВО, об этом рассказали 45% респондентов их числа опрошенных в ходе исследования [12].

Эти данные НИУ ВШЭ можно сопоставить с более ранними результатами исследований ВЦИОМ. Данные исследований ВЦИОМ от мая 2020 г. о восприятии респондентами пандемической ситуации и помощи волонтеров при самоизоляции показали, что волонтерская помощь играет большую роль в поддержке населения в сложный период [14]. Три четверти россиян (75%) считали волонтерскую деятельность существенной в условиях пандемии. Обратного мнения придерживались 12%. Лично готовы были оказать помощь людям, которые находились на карантине, в том числе одиноким, две трети россиян (64%). Треть россиян не были готовы оказать такую помощь (34%).

Россияне лично были готовы оказывать помощь людям и в ситуации самоизоляции (2020 г.), помощь готовы оказать военным и членам их семьям и сегодня.

Проблемы пожилых людей в период самоизоляции 2020 г.

По данным исследования, проведенного осенью 2020 г. с участием автора [4], посвященного анализу работы неформальных волонтерских структур столицы по помощи социально уязвленным категориям населения в условиях самоизоляции (N=1000), были выявлены особенности организационного оформления волонтерского движения и описана новая модель работы добровольческих организации в Москве. Были определены основные направления волонтерской помощи, риски и особенности ее организации и проблемы москвичей, находящихся в стрессовой ситуации пандемии COVID-19. В период самоизоляции пожилые люди и члены их семей указали на несколько проблем и причин стресса, анализ которых позволил определить, что наиболее остро воспринимались именно проблемы социально-психологического характера, испытываемые страхи и стресс; материально-бытовые неудобства москвичи ощущали менее остро. Так, пожилые москвичи в наибольшей степени страдали от изоляции и разлуки с родными и друзьями, от отсутствия общения – дефицит коммуникаций испытывали 32,1% респондентов, треть опрошенных. Они указали на «изоляцию от общества», «отсутствие общения на необходимом для меня уровне». Второй, по значимости причиной стресса на самоизоляции 28% респондентов из числа москвичей преклонного возраста назвали наличие психологических проблем.

Материально-бытовые проблемы, как причина стресса на самоизоляции, были актуальны для 21,3% опрошенных пожилых людей, одной пятой из общего числа респондентов; проблемы со здоровьем и лекарственным обеспечением волновали 15,9% москвичей. Еще 3% респондентов назвали причиной стресса на самоизоляции круглосуточное нахождение в замкнутом пространстве квартиры, ограничения возможностей выходить на улицу, недоступность для посещения некоторых нужных организа-

ций и учреждений. Но часть опрошенных указали, что не имели проблем.

Случаи нарушения прав пожилых людей, мошенничества и эйджизма во время самоизоляции 2020 г.

Добровольческая активность во время вынужденной самоизоляции, являлась важной составляющей системы защиты прав пожилых москвичей.

В этот период пожилые люди во многих странах мира сталкивались с такими проявлениями эйджизма, как стигматизация, возрастная дискриминация и отказы в предоставлении врачебной помощи при заражениях; пренебрежительное отношение и злоупотребления в больницах; стрессы, пагубное влияние самоизоляции на психическое здоровье [4, 38–39].

По мнению москвичей, высказанному в 2020 году, в период самоизоляции не было дискриминации пожилых людей по возрастному признаку, об этом заявили 21,3% респондентов из числа опрошенных. Практически столько же респондентов сообщили о существовании фактов дискриминации пожилых людей по возрастному признаку (21,2%). Треть пожилых москвичей не стали отвечать на этот вопрос. Пожилые люди не часто сообщают об обидях и случаях жестокого обращения в их семьях, они не хотят «выносить сор из избы». Предметом отдельного исследования является вопрос о том, какая часть из вышеуказанных 39,2% респондентов, не ответивших на вопрос, сталкивались со случаями эйджизма, домашнего насилия или жестокости во время самоизоляции.

На уточняющий вопрос исследования о том, была ли характерной дискриминация по возрастному признаку в период самоизоляции, ответ «да» дали 21,3% респондентов из числа пожилых москвичей. Треть опрошенных – 39,5% отрицали это. Причем 51,1% пожилых москвичей заявили, что им ранее никогда не приходилось сталкиваться с нарушением их прав на рабочих местах, при трудоустройстве или в других областях жизни, «нет, лично мне не приходилось». Признали нарушения 17,6% опрошенных



и затруднились ответить 19,9% опрошенных из числа пожилых москвичей.

Был задан вопрос о случаях мошенничества в период самоизоляции. 78,7% пожилых людей не сталкивались со случаями мошенничества, и 8,1% из числа опрошенных ответил положительно – «да, сталкивались». Затруднились ответить 13,9%.

Решать проблемы пожилых москвичей на самоизоляции помогли волонтеры. Большинство москвичей 86,5% получали помощь от волонтеров. Так, три четверти пожилых москвичей – 74,3% из числа респондентов указали, что получали такую помощь в период самоизоляции часто и регулярно, и еще 12,2% указали, что такую помощь они получали, но редко. 13,5% пожилых москвичей заявили, что они не получали волонтерской поддержки. Многим пожилым москвичам помогли социальные работники. Каждый одиннадцатый из числа опрошенных (8,8%) указал, что он никуда не обращался за помощью, в т.ч. к волонтерам.

Необходимо отметить, что в Москве, в период пандемии, за каждым ветераном Великой Отечественной войны были персонально закреплены социальные работники и волонтеры для оказания адресной помощи.

Судя по ответам пожилых москвичей наиболее часто волонтеры привозили им продукты питания, об этом заявили почти половина опрошенных (48,6%), каждый четвертый из числа респондентов указал, что добровольцы привозили из аптек по рецептам или из благотворительных фондов лекарственные препараты и медицинские изделия и средства индивидуальной защиты (25,3%). Добровольцы регулярно выгуливали собак и помогали москвичам в уходе за домашними питомцами (20,9%); еще 13,5% пожилых москвичей, рассказали о том, что волонтеры оказывали им психологическую помощь и поддержку, успокаивали и помогали связываться с родными по скайпу или видеосвязи по телефону.

Оценки пожилых москвичей, как получателей волонтерской помощи, соппадают во многом с оценками самих

добровольцев. По оценке волонтеров, их помощь пожилым москвичам весной 2020 года заключалась в основном в доставке продуктов питания, об этом сказали две трети опрошенных из числа волонтеров и добровольцев (67,6%). Каждый десятый волонтер указал на покупку в аптеке или получение в виде бесплатной помощи и доставку на дом средств индивидуальной защиты и лекарственных препаратов (10,2%). Каждый одиннадцатый доброволец (8,2%) рассказал, что он оказывал пожилым москвичам психологическую помощь и поддержку, как лично, так и по телефону, Скайпу. Помогали выгуливать собак на улице и ухаживать за домашними питомцами 5,9% волонтеров.

Волонтеры также занимались расширением сообщества добровольцев, привлечением друзей и знакомых. Так, 6,7% опрошенных указали, что обзванивали потенциальных волонтеров и работали с новыми волонтерами.

Помогая пожилым на самоизоляции волонтеры сами находились в зоне рисков. На вопрос исследования о рисках заражения и опасениях, добровольцы отвечали, что их работа была четко спланированной и предсказуемой, они не вызвала особых трудностей и сложностей, об этом рассказали 46,6% респондентов из числа волонтеров. Тем не менее, треть волонтеров, 33,5% из числа опрошенных, осознавали риски и указали, что им было достаточно трудно работать с пожилыми людьми в период самоизоляции. При этом они подчеркивали, что справлялись с такой работой, об этом также рассказали 33,5% добровольцев.

Каждый десятый из числа волонтеров 10,5% из числа респондентов, высказали свои страхи и рассказали, что главная трудность заключалась в опасности заразиться. Еще более 4% опрошенных волонтеров указали на сверхтрудный и непредсказуемый (4,8%) характер их работы.

Среди проблемных вопросы волонтеры отметили организационные проблемы, сложности межведомственного взаимодействия с поликлиниками – иногда там не понимали, кто такие волонтеры

и на какие действия в медицинской организации они имеют право; добровольцам также было сложно отказываться принимать благодарность от пожилых москвичей (конфеты, шоколадки и т.д.), которые не понимали причин отказа и обижались; проблемой были и платные парковки.

В Москве в 2019 году были созданы и активно стали координировать всю волонтерскую работу окружные штабы во всех округах столицы. На их базе создавались мобильные бригады волонтеров, готовых помогать пенсионерам и одиноким людям в решении бытовых проблем в условиях самоизоляции. Подобные организационные структуры, окружные центры «Доброе место», «Моссволонтер», #МЫВМЕСТЕ и другие продолжают добровольческую деятельность по помощи людям и сегодня, в ситуации СВО.

Выводы

Эпидемия новой коронавирусной инфекции COVID-19 изменила условия жизни и в целом жизненный уклад всех категорий населения города Москвы. Новая модель волонтерской деятельности в столице сформировалась как реакция на пандемию COVID-19, когда понадобилось объединение усилий государства и социума в консолидации всех ресурсов и возможностей для поддержки уязвимых групп населения, семей с детьми и пожилых москвичей.

Среди отличительных черт новой модели по предоставлению разнообразной поддержки пожилым гражданам в период самоизоляции волонтеры в 2020 году выделили, прежде всего – создание государственных и московских сетевых ресурсов организации волонтерской помощи (25,1%) и повышенный уровень социальной солидарности жителей Москвы перед новым угрожающим фактором и повышенной готовностью оказывать помощь соседям, близким и малознакомым людям (25,1%). Также значительное число добровольцев указали на экстремальные условия предоставления волонтерской поддержки и соответствующие меры безопасности (18,2%), организа-

ционную поддержку и координацию волонтерской помощи специальными региональными штабами (14,2%). Они были созданы в 2019 году и стали активно осуществлять управленческую деятельность и координировать всю волонтерскую работу в период пандемии во всех округах столицы, такую же работу они осуществляют и в настоящее время, сейчас они называются – окружные центры «Доброе место». Особенностью новой модели стало формирование новых благотворительных и добровольческих организаций, ориентированных на специфические виды поддержки в период самоизоляции (11,9% – доставка медикаментов и защитных средств, продуктов питания, выгул домашних питомцев, общение по телефону, скайпу и т.п.). Изучение опыта Москвы позволило сделать заключение о том, что новая модель волонтерства создана, и она имеет особые структурно-функциональные особенности.

Проведенный анализ позволяет утверждать, что волонтерская деятельность в периоды кризисов пандемии COVID-19, и в условиях СВО стала не только выражением сочувствия и моральной поддержки, она получила институциональное оформление и явилась важным фактором, способствующим укреплению национальной безопасности, социальной сплоченности и духовной силы нации.

Литература

1. Портал #МЫВМЕСТЕ, раздел «Аналитика волонтерства. Открытые данные по развитию волонтерского движения в стране». [Электронный ресурс] Сайт Проекта #МЫВМЕСТЕ. URL: https://dobro.ru/analytics?utm_source=dobroru&utm_medium=organic&utm_campaign=promo&utm_content=headerservices (дата обращения: 26.11.2023).
2. В России создали социальный паспорт участника СВО. АНДРЕЙ ТУРЧАК. Телеграмм канал [Электронный ресурс] URL: https://t.me/turchak_andrey/1272 May 16 at 13:02 2023 (дата обращения: 26.11.2023).



3. Вызовы пандемии и стратегическая повестка дня для общества и государства: политическое положение и демографическая ситуация в 2021 году: [монография] / В.К. Левашов [и др.]; отв. ред. В.К. Левашов, Г.В. Осипов, С.В. Рязанцев, Т.К. Ростовская; ФНИСЦ РАН. М.: ФНИСЦ РАН, 2021. 558 с. URL: <https://www.fnisc.ru/publ.html?id=10225>
4. Мкртумова И.В., Сикорская Л.Е. и др. Новая модель работы неформальных волонтерских структур: от стратегии социальной изоляции к социальному дружелюбию. Коллективная монография. Научный отчет подготовлен в рамках государственного контракта № 0у3/05 от 15.09.2020 г. / Под ред. Т.А. Потяевой. М.: ИП Кузнецов Н.В., 2020, 280 с.
5. Mkrumova I., Firsov M., Chernikova A. Domestic clinical social work formation in the context of the social protection system encapsulation processes // Economic and Social Development. Book of Proceedings. Editors: Aleksander Maloletko, Natasa Rupcic, Zoltan Baracskaï. 2018:823–830. // 34th International Scientific Conference on Economic and Social Development / 18th International Social Congress (ISC) OCT 18–19, 2018: Moscow, RUS-SIA/- Russian State Social Univ; Univ Warsaw, Fac Management; Mohammed V Univ, Fac Law, Econ & Social Sci Sale; Esd; Univ N; Varazdin Dev & Entrepreneurship Agcy ECONOMIC AND SOCIAL DEVELOPMENT. Серия книг: International Scientific Conference on Economic and Social Development. 2018. С. 823–830
6. Маликова, Т.В., Новикова, Т.О., Пирогов, Д.Г., Мурза-Дер, Г.А. Отчет по результатам опроса «Социокультурные представления о коронавирусной инфекции (COVID-19)» // Психология человека в образовании, т. 2, № 1, с. 119–122. DOI: 10.33910/2686–9527–2020–2–1–119–122
7. Осипов Г. В., Кареева С.Г., Костоломова М.В., Некрасов С.В., Пинчук А.Н. Феномен постпандемийной социальной реальности // Вызовы пандемии и стратегическая повестка дня для общества и государства: социально-политическое положение и демографическая ситуация в 2021 году: [монография] / В.К. Левашов [и др.]; отв. ред. В.К. Левашов, Г.В. Осипов, С.В. Рязанцев, Т.К. Ростовская; ФНИСЦ РАН. М.: ФНИСЦ РАН, 2021. С. 329–348.
8. Силласте Г.Г. Общество как социогендерная система и социальные риски ее развития. М., 2016, 269 с.
9. Селиванова О.А., Быстрова Н.В., Дереча И.И., Мамонтова Т.С., Панфилова О.В. Изучение феномена резильентности: проблемы и перспективы // Мир науки. Педагогика и психология, 2020 № 3, <https://mir-nauki.com/PDF/04PSMN320.pdf> (доступ свободный).
10. Парфенов О.А. Вовлечение пожилых в волонтерскую и гражданскую активность как инструмент преодоления социального исключения // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. N 4. С. 119–135. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.4.1580>.
11. Аналитика волонтерства – Открытые данные по развитию волонтерского движения в стране [Электронный ресурс] Сайт URL: https://dobro.ru/analytics?utm_source=dobroru&utm_medium=organic&utm_campaign=promo&utm_content=headerservices (дата обращения: 26.11.2023).
12. Центр исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ [Электронный ресурс]. Сайт. URL: <https://grans.hse.ru/> (дата обращения: 26.11.2023).
13. Аналитический Центр при Правительстве РФ. Информационно-аналитический материал Развитие добровольческого движения в России: статистический анализ. Информационно-аналитический материал, декабрь 2020 [Электронный ресурс]. Сайт. URL: <https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/analitika/volunteers.pdf> (дата обращения: 30.11.2023).

14. ВЦИОМ. Исследование восприятия респондентами текущей пандемической ситуации и помощи волонтеров. От мая 2020 г. [Электронный ресурс]. Сайт ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=10282> (дата обращения: 26.11.2023).

INSTITUTIONALIZATION OF VOLUNTEERING AND ITS CONTRIBUTION TO THE CONSOLIDATION OF SOCIETY IN SITUATIONS OF GLOBAL CRISES: COVID-19 PANDEMIC AND MILITARY-POLITICAL CONFLICTS

Mkrtumova I.V.

Plekhanov Russian University of Economics

In difficult times of global crises – COVID 19 pandemic, SWO – volunteer help becomes not only an expression of sympathy and moral support, but also an important factor to strengthen the social cohesion and spiritual strength of the nation. Two global geopolitical events in the last four years: the COVID-19 pandemic and population self-isolation in 2020–2021 and the complex geopolitical situation in 2022–2023 associated with the NWO – have contributed to the dynamic “explosive” growth of volunteerism. Today, volunteering activities in support of families whose relatives are in the NWO strengthen the national values of patriotism and unity, solidarity and mutual assistance in society. The article presents an analysis of the dynamics of volunteerism, carried out on the basis of the results of a sociological study of volunteerism conducted in autumn 2020 in the capital at the beginning of the COVID-19 pandemic with the author’s participation, as well as a secondary analysis of research on the role of volunteerism in the current complex geopolitical situation. The findings suggest that volunteerism scaled during the COVID-19 pandemic, and in the context of the SWO, has become institutionalized. Volunteering has become one of the significant elements of crisis social management, its systemic contribution to the consolidation of society has become the basis of social cohesion and an important factor that forms the social stability of society and strengthens national security.

Keywords: volunteers, volunteering, volunteerism, social cohesion, self-isolation in a pandemic, helping military families, social governance.

Reference

1. Portal #MYVMESTE, section “Volunteerism analytics. Open data on the development of volunteer movement in the country”. [Электронный ресурс] Website of the Project #MYVMESTE. URL: https://dobro.ru/analytics?utm_source=dobroru&utm_medium=organic&utm_campaign=promo&utm_content=headerservices (date of access: 26.11.2023). (In Russian).
2. Russia has created a social passport of the NWO participant. ANDREI TURCHAK. [Электронный ресурс] Telegram channel. URL: https://t.me/turchak_andrey/1272 May 16 at 13:02 2023 (accessed 26.11.2023). (In Russian).
3. Pandemic challenges and strategic agenda for society and the state: political situation and demographics in 2021: [monograph] / V.K. Levashov [et al]; ed. by V.K. Levashov, G.K. Levashov [et al]. K. Levashov, G.V. Osipov, S.V. Ryazantsev, T.K. Rostovskaya; FNISC RAS. M: FNISTS RAN, 2021. 558 с. URL: <https://www.fnisc.ru/publ.html?id=10225> (In Russian).
4. Mkrtumova I.V., Sikorskaya L.E. et al. A new model of work of informal volunteer structures: from the strategy of social isolation to social friendliness. Collective monograph. Scientific report prepared under the state contract № 0u3/05 from 15.09.2020 / Edited by T.A. Potyayeva. Moscow: IP Kuznetsov N.V., 2020, 280 p. (In Russian).
5. Mkrtumova I., Firsov M., Chernikova A. Domestic clinical social work formation in the context of the social protection system encapsulation processes // Economic and Social Development. Book of Proceedings. Editors: Aleksander Maloletko, Natasa Rupcic, Zoltan Baracska. 2018:823–830. // 34th International Scientific Conference on Economic and Social Development / 18th International Social Congress (ISC) OCT 18–19, 2018: Moscow, RUSSIA/- Russian State Social Univ; Univ Warsaw, Fac Management; Mohammed V Univ, Fac Law, Econ & Social Sci Sale; Esd; Univ N; Varazdin Dev & Entrepreneurship Agcy ECONOMIC AND SOCIAL DEVELOPMENT. International Scientific Conference on Economic and Social Development. 2018. 823–830 p.
6. Malikova, T.V., Novikova, T.O., Pirogov, D.G., Murza-Der, G.A. Report on the results of the survey “Sociocultural perceptions of coronavirus infection (COVID-19)” // Human Psychology in Education, Vol. 2, No. 1,



- pp. 119–122. DOI: 10.33910/2686–9527–2020–2–1–119–122 (In Russian).
7. Osipov G. V., Karepova S.G., Kostolomova M.V., Nekrasov S.V., Pinchuk A.N. Phenomenon of postpandemic social reality // Pandemic challenges and strategic agenda for society and the state: socio-political situation and demographic situation in 2021: [monograph] / V.K. Levashov [et al.]; ed. by V.K. Levashov, G.G. Levashov. K. Levashov, G.V. Osipov, S.V. Ryazantsev, T.K. Rostovskaya; FNISC RAS. M.: FNISTS RAN, 2021. 329–348 p. (In Russian).
 8. Sillaste G.G. Obshchestvo as a sociogen-der system and social risks of its develop-ment. Moscow, 2016, 269 p. (In Russian).
 9. Selivanova O.A., Bystrova N.V., Derecha I.I., Mamontova T.S., Panfilova O.V. Studying the phenomenon of resistance: problems and prospects // Mir nauki. Pedagogy and Psychology, 2020 № 3, <https://mir-nauki.com/PDF/04PSMN320.pdf> (free access). (In Russian).
 10. Parfenov O.A. Involvement of the elderly in volunteer and civic activity as a tool to overcome social exclusion // Monitoring of public opinion: economic and social changes. 2020. No 4. 119–135 p. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.4.1580>. (In Russian).
 11. Volunteering Analytics – Open data on the development of volunteer movement in the country [Электронный ресурс] Website URL: https://dobro.ru/analytics?utm_source=dobroru&utm_medium=organic&utm_campaign=promo&utm_content=headerservices (date of reference: 26.11.2023). (In Russian).
 12. Centre for Civil Society and Nonprofit Sector Research, National Research University Higher School of Economics [Электронный ресурс]. Website. URL: <https://grans.hse.ru/> (date of access: 26.11.2023). (In Russian).
 13. Analytical Center under the Government of the Russian Federation. Information and analytical material Development of volunteer movement in Russia: statistical analysis. Informational and analytical material, December 2020 [Electronic resource]. Website. URL: <https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/analitika/volunteers.pdf> (date of reference: 30.11.2023). (In Russian).
 14. VCIOM. Study of respondents' perception of the current pandemic situation and volunteer assistance. From May 2020. [Электронный ресурс]. VCIOM website. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=10282> (date of reference: 26.11.2023). (In Russian).

Развитие исследовательского потенциала студентов магистратуры: социологический анализ

Гильдингерш Марина Григорьевна,

доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры бизнес-информатики и менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета аэрокосмического приборостроения
E-mail: mgild@mail.ru

Маргулян Яков Аронович,

доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры социологии и управления персоналом Санкт-Петербургского государственного экономического университета
E-mail: Ymargulyn@yandex.ru

Петров Максим Александрович,

кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социологии и управления персоналом Санкт-Петербургского государственного экономического университета
E-mail: petrov_maxim@rambler.ru

Статья посвящена рассмотрению проблем развития исследовательского потенциала магистрантов. Раскрываются основные подходы к изучению исследовательского потенциала, определяются содержательные характеристики и структурные компоненты данного понятия, обосновывается системный характер подготовки магистрантов в рамках субъектно-ориентированной среды обучения. Статья основана на материалах исследования, проведённого в 2023 году. Анализировался исследовательский потенциал выпускников бакалавриата, поступивших на обучение по программам магистратуры в СПбГЭУ. Исследование выявило проблемы, снижающие потенциальную готовность студента к исследовательской деятельности в различные периоды обучения в магистратуре. Обосновывается необходимость развития исследовательского потенциала обучаемых в рамках моделирования субъектно-ориентированной образовательной среды магистратуры университета.

Ключевые слова: исследовательский потенциал, обучение в магистратуре, субъектно-ориентированная образовательная среда, научно-исследовательская работа.

Крупномасштабные изменения, происходящие во всех сферах жизнедеятельности российского общества, актуализируют необходимость трансформации российской модели образовательного пространства, отвечающей требованиям цифровой экономики и направленной на подготовку инициативных, творческих, профессионально подготовленных и лично мотивированных специалистов новой формации в соответствии с потребностями динамично развивающегося рынка труда.

Одним из ведущих компонентов данной модели становится исследовательский потенциал студентов, обучающихся в магистратуре. В процессе обучения стимулируется применение технологий и механизмов научной и научно-методической деятельности студенческой молодежи, активизируется применение проектных и творческих методов обучения в условиях функционирования инновационной субъектно-ориентированной образовательной среды [3]. Субъектно-ориентированная образовательная среда стимулирует развитие исследовательского потенциала магистрантов, способствует формированию у выпускников аналитического стиля и гибкости мышления, навыков и умений исследовательской деятельности, позволяющих выпускникам анализировать и объективно оценивать возникающие проблемы, эффективно их решать в процессе производственной деятельности [9].

Цель данной статьи состоит в анализе исследовательского потенциала студентов магистратуры и определении направлений его дальнейшего развития в рамках моделирования субъектно-ориентированной образовательной среды магистратуры университета. Для реализации поставленной цели сформулированы следующие основные задачи: рассмотрение основных подходов к понятию «исследовательский потен-



циал», анализ исследовательского потенциала выпускников бакалавриата, поступивших на обучение по программам магистратуры, разработка направлений развития исследовательского потенциала обучаемых в субъектно-ориентированной образовательной среде.

Методологической основой осуществлённого анализа является интеграция системно-целевого, субъективно-ориентированного и средового подходов, позволяющих ориентировать обучающихся на системный характер подготовки магистрантов в рамках субъектно-ориентированной среды обучения, рассматривать условия, обеспечивающие формирование их творческой активности, саморазвития, адаптации, креативности как субъектов научно-педагогической деятельности. Методами выступили: теоретический анализ источников; опрос студентов магистерского уровня подготовки, обучающихся в магистратуре Санкт-Петербургского государственного экономического университета. Онлайн-опрос проводился по заранее подготовленной анкете. Анкета заполнялась респондентами самостоятельно, без участия интервьюеров, при помощи сервиса anketolog.ru. Объём выборки составил 473 человека. Параметры выборки исследования: в исследовании принимали участие магистранты СПбГЭУ. Репрезентативность выборки обеспечивалась квотированием по половозрастным признакам в соответствии с существующей структурой обучающихся в институте магистратуры СПбГЭУ. Сроки проведения исследования: с 01.03.2023 г. по 27.03.2023 г.

Теоретические рамки исследования

За последние годы появились научные работы, посвящённые рассмотрению различных направлений, связанных с анализом исследовательской деятельности студентов. Так, проблемы профессиональной направленности исследовательской деятельности студентов раскрываются в трудах Е.В. Бережновой, М.Т. Громковой и др., [2, 5], исследовательские компетенции как

комплекс характеристик личности рассматриваются в работах З.Н. Апазаловой, Д.В. Качалова, С.И. Осиповой [1, 8, 13], применение инновационных технологий формирования у студентов навыков исследовательской деятельности в субъектно-ориентированном пространстве образования посвящены исследованию С.И. Дворецкого, Н.М. Мельника, Е.И. Муратовой и др. [7, 10, 11]

Проблемы исследовательского потенциала студентов, его формирование, содержательные характеристики и структурные компоненты рассматриваются в работах Е.В. Берестнёвой, Н.В. Бордовской, Ф.Г. Мухамедзянова, О.Л. Панченко, Р.Р. Хайрутдинова [2, 4, 12]. В настоящее время общепринятое определение данного понятия отсутствует. Так, по мнению Н.В. Бордовской исследовательский потенциал студента представляет собой совокупность психологических качеств (мотивационной, когнитивной и поведенческой сферы), а также их личностную аранжировку, обеспечивающую эффективное решение исследовательских задач [4]. Ф.Г. Мухамедзянов, Р.Р. Хайрутдинов и О.Л. Панченко понимают под исследовательским потенциалом интегративное личностное образование, включающее в себя совокупность способностей личности к производству научного знания путём активизации собственного субъектного начала в научных исследованиях [12]. Е.В. Берестнёва подчёркивает необходимость рассмотрения студента как субъекта исследовательской деятельности в процессе динамики изменения его потенциальной и реальной готовности к этой деятельности [2].

По нашему мнению, исследовательский потенциал представляет собой систему качественных индивидуальных социально-психологических характеристик, обеспечивающих способность личности к исследовательской деятельности и производству научного знания. Данная система формируется и функционирует в процессе обучения как совокупность мотивационных, когнитивных и поведенческих компонентов исследовательского потенциала магистранта как субъекта

профессионально-образовательной деятельности [4]. Учебно-воспитательная и научно-исследовательская деятельность направлены на развитие творческой, преобразовательной активности личности и рефлексии отношений и взаимоотношений с окружающим миром, людьми, самим собой. Субъектность в данном контексте понимается как качественная характеристика осознанной личностной активности в процессе познания и преобразования действительности [12].

Характеристика опрошенной аудитории

Всего в опросе, направленном на изучение исследовательского потенциала магистрантов СПбГЭУ, участвовало 473 человека. Среди опрошенных – 33,6% мужчин и 66,4% женщин. Большинству участников исследования 22 (34,5%) или 23 (29%) года. При этом среди опрошенных магистрантов 17,8% – в возрасте 24–27 лет, 8,9% – в возрасте 28–35 лет, и 8,2% – старше 35 лет.

В ходе опроса было установлено, что 83,3% учащихся в магистратуре СПбГЭУ работают в настоящий момент. По специальности работают 43,1%, в смежной сфере – 20,5%, в сфере, не связанной со специальностью – 19,7%. Обучаются на очной форме 71,9% респондентов, на заочной – 28,1%. Также среди опрошенных 69,1% обучаются за счёт государственного федерального бюджета, 30,9% оплачивают обучение за счёт собственных средств. На первом курсе магистратуры в настоящий момент обучаются 62,6%, на втором – 37,4%. Аналогично, 62,6% поступили в магистратуру в 2021 году, 37,4% – в 2022 году.

Если говорить о получении первой ступени высшего образования (бакалавриата или специалитета), то 48,6% обучались в СПбГЭУ, ещё 51,4% – в других вузах. Среди участников опроса больше всего студентов, обучающихся по направлениям «Менеджмент» (21,4%) и «Финансы и кредит» (21,1%). Также по направлению «Экономика» проходят обучение 10,4%, «Управление персоналом» – 7,2%, «Прикладная информати-

ка» – 6,1%, «Юриспруденция» – 5,9%, «Лингвистика» – 5,3%. Остальные направления набрали менее 5% от общего количества опрошенных. Среди опрошенных студентов магистерской программы СПбГЭУ 1,5% имеют гражданство других государств.

Результаты и их обсуждение

Проведённое исследование показало, что имеют интерес к научно-исследовательской работе в рамках обучения в магистратуре, 43,3% опрошенных студентов (рис. 1). При этом 22,5% респондентов определённо хотели бы принимать участие в различных проектах, а 20,8% скорее хотели бы принимать участие в исследованиях, но не знают, как это сделать. Для 43,5% студентов в приоритете другая деятельность, также 13,1% не имеют интереса к научно-исследовательской работе.



Рис. 1. Интерес к научно-исследовательской работе в рамках обучения в магистратуре

% от общего кол-ва опрошенных

Следует отметить достаточно высокий уровень участия студентов в различных видах и формах научно-исследовательской работы. Так, исследование показало, что 74,4% студентов имеют какой-либо опыт участия в научных проектах/исследованиях. Участвовали в научных конференциях 54,8% студентов, публиковали статьи в научных сборниках и журналах 41,4%. Четверть студентов участвовала в олимпиадах (24,3%) или в конкурсах (23,9%). Только 3,2% опрошенных студентов получали грант. Вместе с тем следует отметить, что большинство опрошенных выпускников бакалавриата участвовали в исследовательской работе лишь эпизодически. Как правило, опыт уча-

ствия в научных исследованиях сводится к разовому участию в работе научных конференций или публикации научной статьи. При поступлении в магистратуру исследовательский потенциал выпускников обычно оценивается недостаточно объективно, поскольку учитывается лишь «знаниевая» сторона подготовки и участие в публикации научных статей. Более половины опрошенных решили продолжить обучение

в магистратуре из-за престижности «полного» (бакалавриат+магистратура) образования (53,7%) (рис. 2). Второй по значимости фактор – желание разобраться в себе и своих профессиональных интересах (39,7%). На третьем месте – интерес к процессу обучения (36,9%). Меньшее влияние на респондентов оказало желание попробовать свои силы (28,8%), мнение семьи и друзей (21,3%).



Рис. 2. Факторы, оказавшие влияние на решение поступления в магистратуру

% от общего кол-ва опрошенных

Интерес к научно-исследовательской работе повлиял на решение обучаться в магистратуре лишь у 15,4% опрошенных. Важной причиной низкого интереса обучаемых к научно-исследовательской деятельности является отсутствие в ряде вузов системной работы по развитию исследовательского потенциала обучаемых. К числу основных показателей такого положения относятся: локализация

деятельности студенческих научных сообществ, отсутствие при кафедрах научных школ, незаинтересованность в грантовой деятельности, эпизодичность привлечения студенческой молодёжи к научной и изобретательской работе, реализации финансируемых исследовательских проектов, формализация работы Совета молодых учёных и др. (рис. 3).



Рис. 3. Критерии для выбора магистерской программы

% от общего кол-ва опрошенных

Анализ показал, что среди критериев для выбора магистерских программ преобладают: наличие интересных/необходимых дисциплин (49,1%), близость к первому образованию (42,3%), перспективы работы в прибыльной, престижной компании (38,7%). Перспективы построения научной карьеры интересуют только 8,3% обучающихся.

В ходе исследования выяснилось, что 26,6% опрошенных учащихся в магистратуре СПбГЭУ имеют планы по поступлению в аспирантуру (рис. 4). Планируют поступить в аспирантуру именно СПбГЭУ 20,3%, в аспирантуру других вузов – 5,3%. Подавляющее большинство магистрантов отмечают отсутствие планов поступления в аспирантуру (74,4%).

Что касается причин, по которым студенты не хотят поступать в аспирантуру, большинство из них не имеют планов

по построению научной карьеры (73,5%). Считают, что не смогут совмещать обучение и карьеру 32,9% студентов. Также 12,2% указали, что не планируют поступать в аспирантуру по личным причинам, 7,3% – по финансовым причинам (рис. 5).

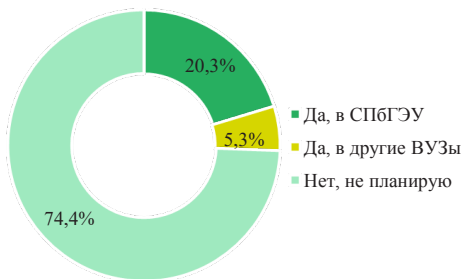


Рис. 4. Планы по поступлению в аспирантуру % от общего кол-ва опрошенных



Рис. 5. Причины отсутствия планов обучения в аспирантуре

% от кол-ва опрошенных, не планирующих поступать в аспирантуру (352 человека)

Опрошенные студенты готовы рассмотреть обучение в аспирантуре, если будет возможность совмещать обучение и работу (49,3%). Также студентов может мотивировать перспектива высокооплачиваемой работы (40,2%), стипендии, позволяющие покрывать текущие расходы (35,5%). Возможность обучения за рубежом могла бы стать стимулом для 23,5%, участие в интересных проектах и исследованиях – 20,3%, перспективы построения карьеры в науке – 14,2%, заинтересованность университета в проектах изучаемого направления – 12,7%. Льготные жилищные программы могли бы заинтересовать 9,5% опрошенных студентов.

Результаты анализа исследовательского потенциала студентов магистратуры показали необходимость совершенствования подготовки будущих специалистов на всех уровнях обучения через систему преемственности между бакалавриатом, магистратурой и аспирантурой, формирования научно-исследовательских компетенций магистрантов на основе организации субъектно-ориентированной образовательной среды университета, ориентированной на участие обучающихся в научно-ориентированной деятельности.

Такое участие предполагает необходимость повышения мотивации магистрантов в научном поиске, разработ-



ке научных проектов (грантов) в рамках функционирования научных школ, организации научного наставничества не только при написании выпускных квалификационных работ, но и на всех этапах обучения магистрантов, участия студентов в работе научных конференций, форумов, конкурсов и семинаров, активизации их публикационной активности, коллаборации и научного партнёрства магистрантов различных ВУЗов и направлений подготовки при организации научно-исследовательской деятельности.

Литература

1. Апазалова З.Н. Формирование исследовательских умений и навыков у будущих учителей технологии методом проектов // Вестник Адыгейского государственного университета. – 2009. – № 1. – С. 13–16.
2. Бережнова Е.В. Основы учебно-исследовательской деятельности студентов: учебник / Е.В. Бережнова, В.В. Краевский. М.: ИЦ «Академия», 2005. – 128 с.
3. Берестнева Е.В. Проблемы оценки исследовательского потенциала // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 2–19. – С. 4151–4153.
4. Бордовская Н.В. Исследовательский потенциал студента. Монография. – М.: КноРус, 2015. – 259 с.
5. Громкова М.Т. Психология и педагогика профессиональной деятельности / М.Т. Громкова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 415 с.
6. Горшенин, А.Ю. Магистратура как инновационно-ориентированная образовательная среда / А.Ю. Горшенин // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные и психолого-педагогические науки. – 2014. – № 4. – С. 155–160.
7. Дворецкий С.И., Муратова Е.И., Осина С.В. Разработка и реализация модели подготовки магистров техники и технологии к инновационной деятельности // Машиностроение и компьютерные технологии. – 2006. – № 10. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-i-realizatsiya-modeli-podgotovki-magistrov-tehniki-i-tehnologii-k-innovatsionnoy-deyatelnosti> (дата обращения: 15.12.2023).
8. Качалов Д.В. Формирование исследовательской компетенции магистрантов технического вуза // Russian Journal of Education and Psychology. – 2015. – № 2(46). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-issledovatel'skoy-kompetentsii-magistrantov-tehnicheskogo-vuza> (дата обращения: 15.12.2023). – С. 26–36.
9. Лотарева Т.Ю. Научно-исследовательская деятельность студентов в учебном процессе: проблемы научно-творческого интереса и его отсутствия // Мир науки. Педагогика и психология. – 2016. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nauchno-issledovatel'skaya-deyatelnost-studentov-v-uchebnom-protseesse-problemy-nauchno-tvorcheskogo-interesa-i-ego-otsutstviya> (дата обращения: 15.12.2023).
10. Мельник Н.М. Технологии управления учебной-познавательной деятельностью // Специалист. – 2000. – № 10. – С. 35–37.
11. Муратова Е.И. Дидактические условия повышения эффективности подготовки магистров к инновационной деятельности в условиях регионального технического вуза // Инновации. – 2006. – № 9. – С. 82–83.
12. Мухамедзянова Ф.Г., Хайрутдинов Р.Р., Панченко О.Л. Метод факультации в поддержке субъектности и одарённости студентов магистерского уровня подготовки // Управление устойчивым развитием. – 2017. – № 2(09). – С. 81–85.
13. Осипова С.И. Становление исследовательской компетентности учащихся в образовании: Монография / С.И. Осипова, Е.В. Феськова. – LAP: Germany. – 2011. – 203 с.
14. Хайрутдинов Р.Р., Панченко О.Л., Мухамедзянова Ф.Г. Развитие наукотворческого потенциала студентов в магистерском образовании //

Человек и образование. – 2019. – № 1(58). – С. 10–15.

DEVELOPMENT OF RESEARCH POTENTIAL OF MASTER'S STUDENTS: SOCIOLOGICAL ANALYSIS

Gildingersh M.G., Margulyan Ya.A., Petrov M.A.

St. Petersburg State University of Economics

The article is devoted to considering the problems of developing the research potential of undergraduates. The main approaches to the study of research potential are revealed, the substantive characteristics and structural components of this concept are determined, and the systematic nature of the preparation of undergraduates within the framework of a subject-oriented learning environment is substantiated. The article is based on a study conducted in 2023. The research potential of bachelor's degree graduates enrolled in master's programs at St. Petersburg State Economic University was analyzed. The study revealed problems that reduce a student's potential readiness for research activities during various periods of master's studies. The necessity of developing the research potential of students within the framework of modeling a subject-oriented educational environment for a university master's degree is substantiated.

Keywords. Research potential, master's studies, subject-oriented educational environment, research work.

References

1. Apazalova Z.N. Formation of research skills in future technology teachers using the project method // Bulletin of the Adygei State University. – 2009. – No. 1. – P. 13–16.
2. Berezhnova E.V. Fundamentals of educational and research activities of students: textbook / E.V. Berezhnova, V.V. Kraevsky. M.: IC "Academy", 2005. – 128 p.
3. Berestneva E.V. Problems of assessing research potential // Fundamental Research. – 2015. – No. 2–19. – pp. 4151–4153.
4. Bordovskaya N.V. Student research potential. Monograph. – M.: KnoRus, 2015. – 259 p.
5. Gromkova M.T. Psychology and pedagogy of professional activity / M.T. Gromkova. – M.: UNITY-DANA, 2003. – 415 p.
6. Gorshenin, A. Yu. Master's degree as an innovation-oriented educational environment / A. Yu. Gorshenin // Bulletin of Pskov State University. Series: Social-humanitarian and psychological-pedagogical sciences. – 2014. – No. 4. – P. 155–160.
7. Dvoretzky S.I., Muratova E.I., Osina S.V. Development and implementation of a model for training masters of engineering and technology for innovative activities // Mechanical engineering and computer technologies. – 2006. – No. 10. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-i-realizatsiya-modeli-podgotovki-magistrov-tehniki-i-tehnologii-k-innovatsionnoy-deyatelnosti> (access date: 12/15/2023).
8. Kachalov D.V. Formation of research competence of master's students of a technical university // Russian Journal of Education and Psychology. – 2015. – No. 2(46). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-issledovatel'skoy-kompetentsii-magistrantov-tehnicheskogo-vuza> (date of access: 12/15/2023). – pp. 26–36.
9. Lotareva T. Yu. Research activities of students in the educational process: problems of scientific and creative interest and its absence // World of Science. Pedagogy and psychology. – 2016. – No. 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nauchno-issledovatel'skaya-deyatelnost-studentov-v-uchebnom-protsesse-problemy-nauchnotvorcheskogo-interesa-i-ego-otsutstvuya> (date of access: 12/15/2023).
10. Melnik N.M. Technologies for managing educational and cognitive activities // Specialist. – 2000. – No. 10. – pp. 35–37.
11. Muratova E.I. Didactic conditions for increasing the efficiency of training masters for innovative activities in the conditions of a regional technical university // Innovations. – 2006. – No. 9. – pp. 82–83.
12. Mukhamedzyanova F.G., Khairutdinov R.R., Panchenko O.L. Method of facilitation in supporting subjectivity and giftedness of master's level students // Sustainable Development Management. – 2017. – No. 2(09). – pp. 81–85.
13. Osipova S.I. Formation of research competence of students in education: Monograph / S.I. Osipova, E.V. Feskova. – LAP.: Germany. – 2011. – 203 p.
14. Khairutdinov R.R., Panchenko O.L., Mukhamedzyanova F.G. Development of scientific creative potential of students in master's education // Person and education. – 2019. – No. 1(58). – pp. 10–15.



О повышении эффективности управленческой деятельности с учетом практики трудоустройства российской молодежи в современных условиях

Савенкова Анастасия Сергеевна,

к. соц.н., ассистент кафедры социологии факультета гуманитарных и социальных наук, ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»
E-mail: savenkova-ansr@rudn.ru

Сломянский Павел Витальевич,

аспирант кафедры социологии факультета гуманитарных и социальных наук, ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»
E-mail: pslomyanskiy@mail.ru

В статье рассматриваются основные проблемы трудоустройства молодежи в Российской Федерации и причины, которые не позволяют молодым специалистам трудоустроиться. В статье представлен анализ данных Росстата о трудоустройстве молодежи после окончания высших учебных заведений. Освещена роль государства и общественных организаций в повышении занятости молодежи. Сформулированы основные направления решения данной проблемы с учетом проведения научных исследований. По результатам анализа сделан вывод о том, что требуется проработка вопроса трансформации практик трудоустройства российской молодежи с учетом изменившейся ситуации на рынке труда, необходимости содействия занятости обучающихся и выпускников, чьи направления подготовки (специальности) будут находиться в зоне рисков, связанных с незанятостью. Авторы отмечают, что сформулированная теоретико-методологическая база и полученные практические результаты послужат методической основой совершенствования государственного управления на рынке труда в РФ.

Ключевые слова: молодежь, трудоустройство, занятость, общественные организации, профориентация, научные исследования, методические рекомендации.

В настоящее время весьма актуально стоит вопрос трудоустройства российской молодежи.

По данным Росстата в 2022 году число занятых молодых людей в различных сферах экономике увеличилось в 11 регионах России. Так, например, в Чукотском автономном округе прирост составил 12,4%, в Архангельской области – 8,1%, в Карачаево-Черкесии – 7,2%, в Чечне – 6,9%, в Туве – 6,3%.

Это показывает, что численность трудоустроенных молодежи 35 лет уменьшилось более чем на 1 миллион человек. Вызывает беспокойство отток молодых людей с рынка труда до 30 лет.

В 2022 году количество занятой в экономике молодежи в возрасте от 25 до 29 лет уменьшилось на 700 тысяч. Этот показатель чрезвычайно важен для российской экономики, поскольку специалисты в этом возрасте уже имеют соответствующее образование и опыт работы.

Среди выпускников вузов около 70% связали свою работу с полученной профессией, а 30% выпускников «нашли себя» в других отраслях экономики. С выпускниками средних специальных учебных заведений (колледжи, техникумы, училища и др.) все в разы сложнее: только около 58% нашли работу по специальности.

На данную ситуацию повлияли изменения, которые происходят в модели социально-экономического развития Российской Федерации, в том числе наличие противоречий между профессиональными навыками молодежи и потребностями работодателей, недостаточно выработанный механизм социальных отношений в процессе содействия трудоустройству молодежи, мероприятиями направленными на импорт замещение товаров и услуг, повышение пенсионного возраста, пандемия Covid-19, отток

части молодежи за пределы Российской Федерации и др.

Кроме того, у молодых людей отсутствуют требуемые работодателями соответствующие практические знания, навыки трудоустройства (например, подготовка резюме, проведение собеседования и др.) или, напротив, повышенные требования к оплате своего труда.

В то же время по данным Минтруда, в предстоящее десятилетие число возрастной группы от 15 до 29 лет будет расти. Если в 2020 году количество молодых людей от общей структуры населения составляло 14,3% (это 22,6 млн человек), то к 2030 году (по прогнозу Минтруда) возрастет до 17,1%, что соответствует 25,4 млн человек.

В этих условиях повышается роль государства в обеспечении занятости молодежи.

Президент Российской Федерации В.В. Путин в своем докладе на заседании Государственного Совета в декабре 2022 года, посвященного молодежной политике, подчеркнул, что тема работы с молодежью является стратегически важной: «Молодых людей в нашей стране порядка 40 миллионов человек. Они по природе своей призваны идти вперед, совершать прорывы, которые прежде казались невозможными молодым свойственно не повторять что-то или даже не улучшать что-то, а искать новое и идти по этому новому пути. Нам нужно всемерно помогать им на этом пути, формировать условия для максимального раскрытия их потенциала, чтобы они могли проявить себя, найти дело, которое позволит реализоваться, быть востребованным» [8].

В целях содействия занятости молодежи на период до 2030 года была разработана и утверждена распоряжением Правительства РФ от 14 декабря 2021 г. № 3581-р долгосрочная программа содействия занятости молодежи на период до 2030 года (далее Программа). Финансовое обеспечение мероприятий Программы осуществляется федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органи-

зациями, являющимися исполнителями и соисполнителями Программы в пределах бюджетных ассигнований, предусмотренных им в бюджете соответствующего уровня на соответствующий финансовый год.

Распоряжением Правительства РФ рекомендовано органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации разработать и утвердить региональные долгосрочные программы содействия занятости молодежи на период до 2030 года.

Результаты анализа разработанных в субъектах РФ региональных программ поддержки молодых специалистов и работающей молодежи показывает, что основными задачами являются, в том числе:

- содействие развитию молодежи посредством студенческих отрядов;
- содействие профессиональному развитию студентов и выпускников профессиональных образовательных организаций и образовательных организаций высшего образования;
- обеспечение развития инновационной активности молодежи;
- формирование карьерных стратегий молодежи.

К реализации мероприятий Программы привлечены ряд российских общественных организаций.

В частности, Федерация независимых профсоюзов России (далее ФНПР) является соисполнителем пункта 20 Долгосрочной программы содействия занятости молодежи на период до 2030 года «Взаимодействие органов службы занятости субъектов Российской Федерации и центров карьеры (центров содействия трудоустройству выпускников) организаций высшего образования профессиональных образовательных организаций с социальными партнерами в целях информирования обучающихся об основах социально-трудового законодательства».

В приложении № 2 к постановлению Исполкома ФНПР от 15.02.2023 № 2–4 ФНПР обращает внимание на то, что:

- в отдельных субъектах РФ в производственной сфере низкая зарплата,



поэтому в условиях старения и сокращения кадрового состава высококвалифицированных рабочих снижается мотивация молодежи к обучению рабочим профессиям;

- отсутствие актуальной и достоверной информации о правах и потребностях молодежи в трудоустройстве приводит к невозможности принятия обоснованных управленческих решений, необходимых и востребованных молодежью;
- низкий спрос на региональном рынке труда на многие профессии приводит к тому, что большая часть молодых людей не может трудоустроиться по специальности, тем самым увеличивая группу молодежи, которая нигде не работает и не учится;
- система образования недостаточно адаптирована к требованиям рынка труда, особенно в части учета перспектив спроса на рабочую силу в профессионально-квалификационном разрезе и др.

К лучшим практикам трудоустройства молодежи по мнению ФНПР можно отнести следующие субъекты РФ: Алтайский край, Архангельская и Вологодская области, Красноярский край, г. Санкт-Петербург и ряд других субъектов Российской Федерации.

Так, в Санкт-Петербурге психологами Службы занятости проводятся профориентационные мероприятия, направленные на создание позитивного отношения к профессиональному выбору, обучению и трудовой занятости.

Кроме того, заключаются соглашения о взаимодействии в области профориентационной работы, в том числе, с образовательными организациями, подростковыми клубами, домами молодежи, центрами для несовершеннолетних и др.

При работе с молодежью и выпускниками образовательных учреждений используются ресурсы сети Интернет, например, петербургский портал по профессиональной ориентации граждан (pkr.r21.spb.ru), различные сайты (smartia.me, proektoria.online), «Атлас новых профессий 3.0» и др.

Для молодежи реализуются следующие проекты: «Рынок труда Санкт-Петербурга. Тренды и новые вызовы», «MY skills», «Ты и твоя профессия», «Диплом – это только начало» и другие.

Можно констатировать, что в рамках реализации распоряжения Правительства от 14 декабря 2021 г. № 3581-р во всех субъектах РФ разработаны и утверждены соответствующие региональные Программы. Сформулированы соответствующие цели и задачи с привязкой к конкретным регионам. Определены объемы и источники финансирования.

Современное общество проявляет повышенный интерес не только к содержанию образования, но и к способам его получения. В тоже время работодатель заинтересован в узкопрофильности и профессионализме специалистов. Молодые люди хотят получать разностороннее образование, которое не ограничивается рамками конкретно выбранной специальности. Именно поэтому студенты ищут возможности для получения второго образования по своей специальности. Наличие еще одного образования дает молодежи перспективы трудоустройства, высокой заработной платы и дальнейшего карьерного роста.

По мнению исследователей, именно дуальное образование дает такие возможности в подготовке специалистов. Например, Chemnitz University of Technology (Германия) готовит специалистов, которые получают диплом и степень магистра. Выпускники получают магистерскую степень после изучения гуманитарных наук, а диплом вручают обладателям инженерного образования [11].

Еще одним ярким примером интеграции образования являются университеты Сингапура и Франции, которые разработали совместную дуальную программу. В соответствии с программой студенты первый год учатся в Сингапуре, второй год во Франции, а дальше – или в Сингапуре, или во Франции. При этом чем успешнее студенты овладевают программой обучения, тем выше возможность получить сразу две магистерские степени [12]. Таким образом, каждый выпускник этих учебных заведе-

ний может получить сразу два диплома о высшем образовании с присвоением степени по специальности.

В России студенты также обучаются по дуальным программам, которые основываются на базовых, обязательных и курсах по выбору. Базовые курсы обеспечивают студентов общей теоретической подготовкой. На обязательных курсах будущие специалисты изучают инвариантную часть программы, а на курсах по выбору знакомятся со специализацией, получают возможность углублять и оттачивать свои знания. В результате такого обучения студент получает два диплома с присвоенными степенями.

По мнению исследователей, дуальные образовательные программы оказывают содействие в привлечении потенциальных работодателей к подготовке будущих специалистов бакалавриата, специалитета, магистратуры, аспирантуры. Это расширяет перечень преподаваемых дисциплин, способствует освоению смежных или несмежных специальностей, предоставляет молодым людям возможность получить второе образование одновременно с первым. Молодежь «готова тратить время и деньги на получение еще одной специальности, а это значит, что подходы к организации второго образования могут быть рассмотрены как основа для организации работы по дуальным программам» [2].

В рамках продолжения законопроектной деятельности в области трудоустройства молодежи в Госдуму внесен законопроект, позволяющий обеспечить выпускников работой на период не менее трех лет по окончании обучения, что в свою очередь будет способствовать значительному притоку кадрового потенциала в критические отрасли российской экономики, в том числе, на предприятия оборонно-промышленного комплекса.

В проекте закона сказано, что при поступлении абитуриента на бюджетное отделение, он будет подписывать договор, обязывающий его отработать три года на назначенном предприятии или компании.

В документе также указывается, что работу по месту жительства смогут по-

лучить лишь инвалиды, родственники инвалидов, выпускники с детьми и беременные женщины. Всех остальных, в случае принятия закона, будут отправлять на работу только в другие регионы.

Таким образом, в законопроекте предлагается лишить выпускников (кроме вышеперечисленных категорий) права на самостоятельное трудоустройство. Его получают лишь те, кому вуз не сможет найти подходящую вакансию в течение двух месяцев.

В случае, если молодой специалист откажется от принудительного трудоустройства, или же уволится, не проработав трех лет, закон обяжет его компенсировать стоимость своего обучения.

По мнению специалистов, такая инициатива дает и положительные, и отрицательные результаты. Во-первых, государственное регулирование рынка труда позволяет каждому студенту решить вопрос с трудоустройством. Это, в свою очередь, способствует сокращению безработицы и помогает работодателям в поиске квалифицированных специалистов.

Во-вторых, появляется проблема, когда студент после нескольких лет обучения понимает, что выбрал не ту специальность. Но оставить обучение он не сможет, потому что нет средств, которые нужно вернуть государству. А это приведет к тому, что молодые специалисты, получив ненужную профессию, будут иметь низкую социальную активность.

Законопроект, который позволит обеспечить выпускников работой на период не менее трех лет по окончании обучения, вызывает беспокойство у многих студентов, поскольку будет влиять на мировоззрение молодых людей, ограничивая свободу выбора профессии.

При реализации государственной политики в области трудоустройства российской молодежи необходимо учитывать результаты научных исследований, которые позволяют на основе многофакторного статистического анализа рынка трудоустройства российской молодежи, разработать научно обоснованные предложения и рекомендации по повышению



эффективности данной работы в современных условиях.

Актуальность таких исследований состоит в том, что сформулированная теоретико-методологическая база и полученные практические результаты послужат методической основой совершенствования государственного управления на рынке труда в РФ.

Данные исследования позволяют адаптировать Программу с учетом трансформации практик трудоустройства российской молодежи в современных условиях и имеют возможность быть использованными в деятельности органов государственной власти, госкорпораций, руководителей предпринимательского сообщества.

Результаты анализа выполненных по данной проблематике исследований показывают, что часть работ посвящена проблеме социально-трудового потенциала молодежи, а также рассматриваются весьма актуальные проблемы недостаточного регулирования рынка труда.

Проблемы социальной мобильности в период трансформации российского общества освещены в исследованиях, проводимых в ФНИСЦ РАН.

Задачами данных исследований являлись: систематизация теоретико-методологических подходов и анализ проблем государственного регулирования рынка труда в условиях глобализации экономических процессов, создание цифровой экономики; выявление несоответствий спроса и предложения рабочей силы на современном российском рынке труда и др.

Результаты анализа выполненных работ показывают, что требуется проработка вопроса трансформации практик трудоустройства российской молодежи с учетом изменившейся ситуации на рынке труда, необходимости содействия занятости обучающихся и выпускников, чьи направления подготовки (специальности) будут находиться в зоне рисков, связанных с безработицей.

Необходимо рассмотреть вопросы управления молодежной занятостью; определить критические проблемы на рынке труда и перспективы в совер-

шенствовании управленческой деятельности в данной области; обосновать ключевые направления и организационные механизмы государственного управления, основы взаимодействия между образовательными учреждениями и трудоустройством молодежи в условиях требования рынка труда к квалифицированным специалистам и др.

В этой связи для обоснования необходимого количества выпускников образовательных учреждений по тем или иным специальностям в зависимости от потребностей Российской экономики может применяться теория массового обслуживания (ТМО).

Задачей использования теории массового обслуживания при трудоустройстве молодежи заключается в разработке рекомендаций по эффективному использованию системы профильные классы общеобразовательной школы-высшее учебное заведение-предприятие-заказчик кадрового потенциала и организации их работы, направленной на обеспечение эффективности обслуживания при оптимальных затратах финансовых средств.

Такие подходы уже используются экономическими флагманами нашей экономики. Так, крупнейшая интегрированная нефтегазохимическая компания России ООО «СИБУР-Тобольск» проводит комплекс мероприятий, направленных на профориентацию молодежи. Процесс подготовки молодых кадров начинается в старших классах общеобразовательных учреждений.

Преподаватели проводят семинарские занятия и элективные курсы, поэтому у учащихся на начальном этапе формируются общие сведения о будущей профессии. В период обучения в вузе студенты проходят корпоративную практику в ООО «СИБУР-Тобольск», участвуют в конференциях и практических тренингах для работников предприятия, а наиболее успешные выпускники могут заключить договор для последующего трудоустройства.

Данный подход позволяет значительно повысить эффективность распределения молодежи при трудоустройстве,

в том числе за счет перераспределением бюджетных мест в ВУЗах и оптимизации расходования бюджетных средств.

Методический подход к решению данной задачи заключается в том, что заявкой (или требованием) в данном случае выступает спрос на удовлетворение потребности в тех или иных квалифицированных специалистах.

Каналами обслуживания являются общеобразовательные и образовательные учреждения.

Главная особенность данной задачи в спектре применения в данной области, зависимость качества исходных данных (т.е. результатов анализа рынка труда) и получаемых рекомендаций от внешних факторов: частоты поступления заявок по категориям профессий и сложности подготовки тех или иных специалистов (а значит и времени их исполнения).

Таким образом, результаты анализа сложившейся ситуации на молодежном рынке труда в Российской Федерации, а также результатов проведенных научных исследований позволяют сформулировать следующие основные направления деятельности по повышению эффективности работы в данной области:

в рамках профориентации ввести информирование учащихся о профессиях, которые востребованы на рынке труда, об образовательных учебных заведениях, где можно получить соответствующее образование;

стимулировать молодежь поступать в учебные заведения на специальности, которые пользуются спросом на рынке труда, например, путем увеличения бюджетных и льготных мест, а также созданием профильных предпрофессиональных классов;

вести системное сотрудничество высших и средних профессиональных учебных заведений с предприятиями и организациями, которые предоставляют рабочие места;

рассмотреть вопрос о возрождении системы трудоустройства выпускников; продолжить проведение научных исследований в данной области с учетом оценки потребностей работодателей и изменяющихся внешних условий.

Литература

1. Андреева Н.С. Проблема трудоустройства молодежи // Вестник молодежной науки. 2017. № 3 (10). С. 1–7 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-trudoustroystva-molodezhi-1> (дата обращения: 18.11.2019).
2. Гитман М., Столбов В., Гитман Е. Духовная образовательная программа: зарубежный опыт и российские перспективы // Высшее образование в России. 2006. № 10. С. 16–22.
3. Журавлева И.И., Тимошкова Н.Д. Исследование проблем трудоустройства молодежи // Бизнес-образование в экономике знаний. 2017. № 1 (6). С. 44–48. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-problemtrudoustroystva-molodezhi> (дата обращения: 18.11.2019).
4. Ивченко Г. И., Каштанов В.А., Коваленко И.Н. Теория массового обслуживания. – Учебное пособие для вузов. – М.: Высшая школа, 1982. – 256 с.
5. Приложение № 2 к постановлению Исполкома ФНПР от 15.02.2023 № 2–4 Аналитический доклад «Практика работы региональных государственных органов по реализации программ занятости молодежи».
6. Саралинова Д.С. Приоритеты развития молодежной политики Чеченской Республики // Молодой ученый. – 2016. – № 11. – С. 953–954. – URL <https://moluch.ru/archive/115/30857/> (дата обращения: 18.11.2019).
7. Скударева Н.З. Проблема трудоустройства молодежи на рынке труда // Вестник МФЮА. 2017. № 1. С. 294–301 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-trudoustroystva-molodezhi-na-rynke-truda> (дата обращения: 18.11.2019).
8. Стенограмма заседания Государственного Совета, посвященного вопросу реализации молодежной политики в современных условиях, от 22.12.2022.
9. Устинова К.А., Попов А.В. Объективные и субъективные барьеры трудоустройства молодежи в совре-



- менной России // Вестник НГУЭУ. 2018. № 3. С. 51–64. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obektivnye-i-subektivnyebariery-trudoustroystva-molodezhi-v-sovremennoy-rossii> (дата обращения: 18.11.2019).
10. Чижилова Е.С. Модель взаимодействия «школа-вуз-предприятие» и ее роль в адаптации молодых специалистов // Наука и образование: новое время. 2017. № 6.
 11. Шаповалова И.С., Маликова Е.В. Реализация государственной молодежной политики в России: региональный аспект // Теория и практика общественного развития. 2018. № 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/realizatsiya-gosudarstvennoy-molodezhnoy-politikiv-rossii-regionalnyy-aspekt> (дата обращения: 18.11.2019).
 12. Chemnitz University of Technology. – <http://www.tu4chemnitz.de/en/studium/degrees.php>
 13. Nanyang Technological University. The Dual Degree Program for Master of Science in Micro Electro Mechanical Systems (MEMS) Engineering offered by NTU and ESIEE. – [http://www.ntu.edu.sg/mae/academic/graduate/MSc/MSc\(MEMS\)/](http://www.ntu.edu.sg/mae/academic/graduate/MSc/MSc(MEMS)/)

ON IMPROVING THE EFFICIENCY OF MANAGEMENT ACTIVITIES TAKING INTO ACCOUNT THE EMPLOYMENT PRACTICES OF RUSSIAN YOUTH IN MODERN CONDITIONS

Savenkova A.S., Slomyansky P.V.

Patrice Lumumba Peoples' Friendship University of Russia,

The article discusses the main problems of youth employment in the Russian Federation and the reasons that do not allow young professionals to find a job. The article presents an analysis of Rosstat data on youth employment after graduation from higher educational institutions. The role of the state and public organizations in increasing youth employment is highlighted. The main directions of solving this problem are formulated taking into account the conduct of scientific research. According to the results of the analysis, it is concluded that it is necessary to study the issue of transformation

of employment practices of Russian youth, taking into account the changed situation on the labor market, the need to promote the employment of students and graduates whose training areas (specialties) will be in the risk zone associated with unemployment. The authors note that the formulated theoretical and methodological base and the practical results obtained will serve as a methodological basis for improving public administration in the labor market in the Russian Federation.

Keywords: youth, employment, employment, public organizations, career guidance, scientific research, methodological recommendations.

References

1. Andreeva N.S. The problem of youth employment // Bulletin of Youth Science. 2017. No.3 (10). pp. 1–7 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-trudoustroystva-molodezhi-1> (accessed: 18.11.2019).
2. Gitman M., Stolbov V., Gitman E. Dual educational program: foreign experience and Russian prospects // Higher education in Russia. 2006. No. 10. pp. 16–22.
3. Zhuravleva I.I., Timoshkova N.D. Research of youth employment problems // Business education in the knowledge economy. 2017. No.1 (6). pp. 44–48. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-problemtrudoustroystva-molodezhi> (date of reference: 18.11.2019).
4. Ivchenko G. I., Kashtanov V.A., Kovalenko I.N. Theory of queuing. – Textbook for universities. – Moscow: Higher School, 1982. – 256 p
5. Appendix No. 2 to the resolution of the Executive Committee of the FNPR dated 02/15/2023 No. 2–4 Analytical report “The practice of the work of regional state bodies for the implementation of youth employment programs”.
6. Saralinova D.S. Priorities of development of youth policy of the Chechen Republic // Young scientist. – 2016. – No.11. – PP. 953–954. – URL <https://moluch.ru/archive/115/30857/> (accessed: 18.11.2019).
7. Skudareva N.Z. The problem of youth employment in the labor market // Bulletin of MFUA. 2017. No. 1. pp. 294–301 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-trudoustroystva-molodezhi-na-rynke-truda> (date of address: 18.11.2019).
8. Transcript of the meeting of the State Council on the implementation of youth policy in modern conditions, dated 22.12.2022.



9. Ustinova K.A., Popov A.V. Objective and subjective barriers to youth employment in modern Russia // Vestnik NGUEU. 2018. No.3. pp. 51–64. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obektivnye-i-subektivnyebariery-trudoustroystva-molodezhi-v-sovremennoy-rossii> (accessed: 11/18/2019).
10. Chizhikova E.S. The model of interaction “school-university-enterprise” and its role in the adaptation of young professionals // Science and Education: novoe vremya. 2017. № 6.
11. Shapovalova I.S., Malikova E.V. Implementation of the state youth policy in Russia: regional aspect // Theory and practice of social development. 2018. No.6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/realizatsiya-gosudarstvennoy-molodezhnoy-politikiv-rossii-regionalnyy-aspekt> (accessed: 18.11.2019).
12. Chemnitz University of Technology. – <http://www.tu4chemnitz.de/en/studium/degrees.php>
13. Nanyang Technological University. The Dual Degree Program for Master of Science in Micro Electro Mechanical Systems (MEMS) Engineering offered by NTU and ESIEE. – [http://www.ntu.edu.sg/mae/academic/graduate/MSC/MSc\(MEMS\)/](http://www.ntu.edu.sg/mae/academic/graduate/MSC/MSc(MEMS)/)

Исследование социально-политической активности молодежи: на примере студентов БелГУ

Хашаева Светлана Владимировна,

кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и работы с молодежью, Белгородский государственный национальный исследовательский университет
Hashaeva@bsu.edu.ru

Студенческая молодежь является важным ресурсом общественной жизни в недалеком будущем именно она будет определять механизмы управления общества, именно ей предстоит участвовать в организации политического пространства. На сегодняшний день социально-политическая активность студентов представляет собой одно из важных направлений в развитии государства, обеспечение динамики и стабильности России. Именно это и определило проведение автором прикладного социологического исследования путем анкетирования, в котором приняло участие 517 студентов. В качестве объекта исследования выступили студенты НИУ «БелГУ». На базе эмпирического исследования установлено о понимании студенческой молодежи о важности развития политического самосознания и политической активности, но на сегодняшний день к сожалению, она носит больше стихийный характер. Так же важным фактором и условиям не высокой политической активности можно отнести низкий уровень доверия к власти, при этом о достаточно высокой готовности участия в политической сфере. В статье так же раскрываются взгляды и мотивы студентов в сфере политики именно через составительный фактор, который мотивирует, соответственно при этом появляется возможность повышения политической активности.

Ключевые слова: молодежь, политика, политическое сознание, политическая деятельность, политическая активность.

В настоящее время России численность молодежи в возрасте от 14 до 35 лет, достигла более 39,1 мл. человек, это около 27% от общего населения нашей страны. Такие цифры позволяют считать молодежь, как важный социальный ресурс, от которого зависит какое будущее ждет нас завтра. Современное российское общество сегодня испытывает трудности по причине не сформированного у молодежи базовых политических компетенций, знаний и умений, что приводит довольно к слабому присутствию молодежи в политическом процессе и в политической жизни страны в институтах гражданского общества [4, с. 11]. Результаты по проекту исследования «Молодежь и Россия будущего» проведенного РИСИ и Федеральным научно-исследовательским социологическим центром Российской академии наук (ФНИСЦ РАН), которое охватило более 6 тыс. граждан, позволяют сделать вывод о том, что ситуация довольно тревожная, но не критическая. Более половины россиян в возрасте от 18–35 летнего возраста (53%), дистанцируется от участия в политическом процессе, это в полтора раза выше общего, для граждан показатель (36%) [2, с. 28].

В целях оценки уровня политической активности студентов, был проведено исследование: «Российское «поколение Z»: установки и ценности» немецким фондом им. Фридриха Эберта совместно с «Левада-центром». Согласно данному исследованию более 80% молодых людей в возрасте от 14 до 29 лет не интересуется политикой, и только 19% молодежи действительно интересна политическая жизнь. Эксперты в своем исследовании отметили низкий уровень доверия молодежи к государственным институтам. Более того, не готовы и не хотят участвовать в политической деятельности около 70% молодых людей, изъявили желание принимать активное участие в политике в будущем

Статья подготовлена в рамках выполнения Государственного задания FZWG-2023-0016, тема «Жизненные стратегии молодежи в условиях геополитической трансформации российского пространства», 2023–2025 гг.



только 7% опрошенных, а 1% респондентов уже сейчас принимают активное участие в политике. Все это говорит о недостаточной вовлеченности молодежи, в том числе студентов, в политическую жизнь и о низком уровне ее готовности участвовать в политике в будущем.

Роль молодежи в условиях трансформирующего общества так же возрастает и в связи с их увеличивающейся зависимостью от инноваций, что делает их участие в функционировании социальной и политической сфере крайне необходимым, и не только учениками, но и партнерами и лидерами. Молодежь быстро реагирует на различные изменения, отвечая на них различными формами активности. Сегодня именно молодые совершают большую часть научных открытий, предлагают множество «свежих идей», разрабатывают технические усовершенствования. Поэтому смело можно сказать, что молодежь – это ресурс, для создания конкурентных преимуществ. А конкуренция в демократических обществах, является движущей силой, ее следует рассматривать как состязательность субъектов политики, для создания лучших благ для человека.

Выборочная совокупность составила 517 человек (студенты НИУ «БелГУ») Возраст опрашиваемых 18–23 лет – 51.1%; 24–28 лет – 24.5%; 29–35 лет – 24.4%. В опросе принимали студенты очной и заочной формы обучения. В исследовании были использованы следующие методы: анализ материалов статистических источников, научной литературы, по вопросам проблемы исследования; метод анкетного опроса

По нашему мнению, политическая активность студенческой молодежи носит стихийный характер, потому что сам процесс вовлечение молодежи в политическую жизнь не является системным. Четкого и содержательного структурирования молодежной политики пока нет. Можно выделить проблемы и законодательного регулирования государственной молодежной политики, к ним относятся не разработанная нормативно-правовая база, отсутствие государственных, региональных и му-

ниципальных нормативов и стандартов социальной поддержки молодежи; недостаточное финансирование мероприятий; недостаточность полномочий органов молодежной политики [1, с. 99]. Безусловно, основанием для политической активности молодежи, является ее интерес к политическим событиям. Политическая активность начинается с уровня заинтересованности молодого человека к политике [3, с. 668].

Среди опрошенных нами респондентов, больше половины ответили, что интересуются политикой – 60%, (*это не может не радовать*), остальная часть вовсе не заинтересованы политическими делами – 36% (*довольно большой процент*) и затруднились ответить – 4%. Данный результат говорит об осознанной заинтересованности политикой молодыми людьми, особенно в свете недавних событий, таких как выборы, протесты, специальная военная операция. Данная сфера является довольно важной, к тому же может оказывать значительное влияние на их будущее и будущее страны в целом.

Статистические данные по принятию участия в политической жизни страны отличается от заинтересованности политикой молодыми людьми. Политическая активность не стоит у них на первом месте, что может быть связано с многими факторами. Важно понимать, что участие в политических процессах является важной частью гражданского общества и может привести к положительным изменениям в стране. Так, большинство опрошенных студентов не принимают участие в политической деятельности – 76%, а тех, кто когда-либо принимал активное участие в политике – 24%.

Понимание развития политических событий может помочь молодежи лучше понимать политическую ситуацию в стране, сформировать свое собственное мнение о том, какие изменения необходимо внедрить. Рассматривая интерес молодежи к развитию политических событий, можно сделать вывод, что большинство опрошенных заинтересованы развитиями политических событий – 62%, редко интересуются – 34% и только



4% опрошенных вовсе не интересуются политическими событиями.

Отсутствие участия молодежи в политике может привести к тому, что их мнение и интересы не будут учитываться при принятии решений, касающихся их будущего. Тех, кто оценил политическую активность студентов на очень низкий уровень 12%. Больше половины опрошенных оценили данную активность на средний / удовлетворительный уровень 52%. Меньше всего респондентов оценили политическую активность среди студентов на очень высокий уровень – 8%. Ответы студентов подтверждают данную проблему на не высокой политической активности.

Ценности и позиции студентов очень разнообразны и зависят от многих факторов, таких как возраст, социальный статус, образование, культурный и религиозный фон, а также личный опыт. Рассматривая же идеи, связанные с политической активностью, можно сделать вывод, что наиболее важными для молодежи являются социальная справедливость – 80%, которая заключается в справедливом обществе, где люди имеют равные возможности и доступ к ресурсам, свобода слова – 64%, самореализация – 56%, патриотизм – 32%, духовность – 14%, другое – 4%, к которому можно отнести экологическую ответственность, международное сотрудничество и т.д.

С данным утверждением о том, что через интернет-ресурсы можно проявлять политическую активность полностью согласны – 30%, частично согласны – 40%, частично не согласны – 24% и полностью не согласны – 6%. В 21 веке технологии играют важную роль, именно благодаря интернет-ресурсам наблюдается неформальное политическое участие студентов в цифровой среде как альтернативная форма политического участия.

Политическая позиция студенческой молодежи в России может быть очень разнообразной. Именно политические взгляды отражают политическую социализацию человека, которая непосредственно связана с их опытом. Статисти-

ческие данные говорят, что больше половины опрошенных считают важным выражать свою политическую позицию – 66% и только 2% опрошенных считают, что совсем не важно выражать свою позицию.

Необходимо отметить, что опрошенные почти в равной степени имеют представление о достаточности возможностей для политической активности студентов. Так, 36% респондентов согласны с тем, что для студентов достаточно возможностей проявления активного политического участия, однако 34% опрошенных не согласны с этим. Остальные 30% опрошенных затрудняются с ответом, что может быть связано с различными противоречиями и парадоксами данного процесса.

Студенты стремятся принимать активное участие в политической деятельности, например 62% участвует в выборах и референдумах, 36% являются участниками партий и политических организаций либо же хотели вступить в них, 26% опрошенных обращаются в государственные органы, 20% думали об участии в митингах, пикетах и т.д., 18% респондентов не хотели бы принимать никакого участия в политических мероприятиях. Отсутствие возможностей проявлять активность в политике и в других сферах жизни общества может привести к деструктивным формам активности, чтобы сублимировать свою энергию.

Однако, не смотря на интерес студенческой молодежи к политическим мероприятиям, их мало интересуют молодежные политические объединения. Только 22% опрошенных проявляют свою заинтересованность в данных организациях, а вовсе не интересны – 48%, оставшиеся респонденты затруднились с ответом. Это говорит о том, что все же проблема активного политического участия студентов имеет место быть и может привлечь за собой негативные последствия в развитии страны.

Важно также было узнать о причинах, по которым студенты не стремятся участвовать в политической жизни страны. Основной выделенной причиной яв-

ляется отсутствию мотивации, нехватка времени и лень (80%). Многие студенты заняты учебой, работой и другими делами, что не позволяет им уделять достаточно времени политической деятельности. Не менее популярной причиной можно назвать отсутствие доверия студентов к политической системе (62%).

Эффективность молодежных политических мероприятий может быть разной, поскольку она зависит от целей и задач, методов проведения, отношения власти и общественности к данным мероприятиям, уровня мобилизации и поддержки молодежи. Анализируя результаты оценки по вопросу о эффективности молодежных политических мероприятий, можно сделать вывод, что большая часть студентов знают о данных мероприятиях и вполне удовлетворены их эффективностью (52%), 12% считают их совсем не эффективными и только 8% опрошенных считают данные мероприятия очень эффективными.

Также опрошенные считают, что активное участие в общественно-политических (46%) и профессиональных (38%) организациях и движениях, цифровое (40%) и электоральное участие (38%), молодежный парламентаризм (32%), протестные выступления (10%) и другое (4%) могут повысить студенческий интерес к политической деятельности. Однако 10% опрошенных считают, что никакие мероприятия не способны увеличить уровень политического участия и активности студенческой молодежи.

Что касается определения проблем, возникающих в процессе политических инициатив, и препятствий, тормозящих политическую деятельность молодежи, то большая часть респондентов относит недостаток опыта в организации политических мероприятий (60%). Второй не менее важной проблемой выделяют риски со стороны государства и правоохранительных органов (52%). К менее значительным проблемам, по мнению респондентов, следует отнести недостаток финансирования (36%), который может затруднить их работу и организацию мероприятий.

Что касается влияния политической активности на политические процессы в стране, то, можно понять, что большинство опрошенных уверены в том, что активность студентов способна оказать значительное влияние на политику (48%). Студенты играют важную роль в политической жизни, выражая свои взгляды, участвуя в выборах и демонстрациях, а также организуя политические группы и движения. 30% скептически и с недоверием относятся к тому, что их инициативы могут оказать значительное влияние на политическую деятельность страны, а 22% вовсе затрудняются с ответом.

К людям же, считающим необходимым поднимать политическую активность среди студентов, относится 64%, 24% считают, что нет необходимости ее поднимать и 12% затрудняются ответить. Это свидетельствует о том, что студенты в общем считают, что уровень политической активности среди них достаточно высок и поэтому необходимо стимулировать данную сферу деятельности.

На открытый вопрос о значении политической активности для каждого из отвечающих были получены следующие варианты ответов: для большинства респондентов политическая активность ассоциируется с участием в политической жизни страны, мероприятиях, организациях и объединениях, в политических процессах. Для многих политическая активность заключается в патриотизме, свободе слова и гражданской позиции, вкладе в будущее страны, заинтересованности в политических событиях. Встречались также такие ответы как пустая трата времени и нежелание вмешиваться, критика власти. Остальная часть опрошиваемых затруднилась с ответом и проставила прочерки.

По итогам можно сделать вывод, что студенческая молодежь в большей части интересуется политикой, хотя сама политическая активность не стоит у них на первом месте и большинство не принимают участие в ее деятельности. Основная причина в этом проявляется именно в отсутствии мотивации и не недостаточностью времени. Также



нельзя не отметить, что студенты понимают важность активного участия в политической деятельности страны, однако не всегда стремятся принимать участие и больше предпочитают не вмешиваться в данный процесс.

Литература

1. Ильясова А.В. Молодежь и перспективы развития электронного образования//В сборнике: Современные социальные технологии работы с молодежью в интернет-коммуникациях. Сборник статей III Международной научно-практической конференции. В 2-х частях. Ответственный редактор Р.Б. Шайхисламов. 2019. С. 99–103
2. Попов П.В. Политическая активность молодежи в современной России. Проблемы национальной стратегии. 2022. № 3 (72). С. 28–46
3. Хашаева С.В., Ковальчук О.В., Дагаев Р.Р. Политическая активность региональной молодежи. *Nomothetika: Философия. Социология. Право.* 2021. Т. 46. № 4. С. 668–678
4. Ярычев, М.У. Молодежь как стратегический ресурс государства / М.У. Ярычев // Молодой ученый. – 2016. – № 2(106). – С. 1008–1011. – EDN VIBYSH.

STUDY OF SOCIO-POLITICAL ACTIVITY OF YOUTH: THE EXAMPLE OF BELSU STUDENTS¹

Khashaeva S.V.

Belgorod state national research university, Belgorod, Russia

Student youth is an important resource of public life in the near future, it is they who will deter-

mine the mechanisms of governance of society, it is they who will participate in the organization of the political space. Today, the socio-political activity of students is one of the important directions in the development of the state, ensuring the dynamics and stability of Russia. This is exactly what determined the author's conduct of an applied sociological study by means of a questionnaire, in which 517 students took part. The students of the National Research University "BelSU" acted as the object of the study. Based on empirical research, it has been established that students understand the importance of developing political self-awareness and political activism, but today, unfortunately, it is more situational in nature. Also, an important factor in the conditions of low political activity can be attributed to a low level of trust in the government, while a sufficiently high willingness to participate in the software

Keywords: youth, politics, political consciousness, political activity, political activity.

References

1. Ilyasova A.V. Youth and prospects for the development of electronic education//In the collection: Modern social technologies of working with youth in Internet communications. Collection of articles of the III International Scientific and Practical Conference. In 2 parts. Executive editor R.B. Shaikhislamov. 2019. pp. 99–103
2. Popov P.V. Political activity of young people in modern Russia. Problems of national strategy. 2022. No. 3 (72). pp. 28–46
3. Khashaeva S.V., Kovalchuk O.V., Dagaev R.R. Political activity of regional youth. *Nomothetika: Philosophy. Sociology. Right.* 2021. T. 46. No. 4. P. 668–678
4. Yarychev, M.U. Youth as a strategic resource of the state / M.U. Yarychev // Young scientist. – 2016. – No. 2(106). – P. 1008–1011. – EDN VIBYSH.

¹ Research was supported by a state assignment: «Life strategies of youth in the context of the geopolitical transformation of the Russian space», FZWG-2023–0016, 2023–2025.



Управление предприятием как процесс социальной деятельности: на примере реального сектора экономики Китая

Чжао Юньхуэй,

аспирант, кафедра социальных технологий
социологического факультета, МГУ
имени М.В. Ломоносова
E-mail: 462010@qq.com

В последние годы правительство Китая, осознавая важность устойчивого развития экономики, отмечает необходимость совершенствования управления предприятиями и выдвинуло концепцию модели управления предприятием «с китайской спецификой». В связи с актуальностью, а также высоким спросом на изучение феномена модели управления предприятием «с китайской спецификой» в рамках социологии управления, было проведено исследование, направленное на выявление и описание особенностей социальных механизмов управления в китайских компаниях. Методология исследования основывается на принципах комплексности и берет за основу социологическое осмысление управления как процесса социальной деятельности, осуществляемого на предприятии как социальной системе. Используются методы контент-анализа научных работ, описательного анализа, наблюдения и анализа кейсов пяти известных китайских компаний, которые имеют модель управления «с китайской спецификой» с последующим изучением и выявлением социальных механизмов, лежащих в ее основе. В результате исследования установлено, что на предприятиях Китая с моделью управления «с китайской спецификой» свойственно применение в процессе социального управления механизмов корпоративной культуры, обучения и тренингов, мотивации, а также проектирования благоприятного пространства социальной среды для повышения эффективности трудовой деятельности сотрудников. Результаты исследования вносят вклад в социологическое осмысление сущности и механизмов социального управления предприятием «с китайской спецификой».

Ключевые слова: социальное управление, социальный механизм, механизм управления, модель управления «с китайской спецификой», корпоративная культура, обучение сотрудников, мотивация, китайская модель управления предприятием, Китай.

Управление, являясь одной из базовых форм взаимодействия людей, до недавнего времени изучалось преимущественно в экономических науках и менеджменте, которые рассматривали его сущность через призму достижения экономических целей и производства управленческих решений. С прогрессом времени и формированием социальной цивилизации роль социологической науки в осмыслении различных явлений в обществе, в том числе управления, становится все более значимой.

Модель управления предприятия является основой его выживания и функционирования, она необходима для обеспечения здорового, устойчивого и всестороннего развития [15]. Она определяет с какой целью и каким образом будет осуществляется управленческая деятельность.

Вэй У отмечает, что с тех пор, как Тейлор основал теорию научного управления, западные ученые создали систему управления с помощью научных методов, делая упор на проверку процесса и результатов исследования с помощью данных. Чрезмерный акцент на проверке данных ограничивает наблюдение и исследование человеческой природы в управленческих исследованиях [5]. Тейлоро-фордовская модель управления сейчас уже признается «исторически пережившей себя» [13].

В контексте роста популярности антропоцентрической научной парадигмы была выдвинута модель социального управления предприятием, которая основывается на учете потребностей коллектива и использовании определенных управленческих методов и инструментов для улучшения социальной среды компании. Актуальность изучения такой модели подтверждается многочисленными исследованиями, доказывающими тесную связь между социальными аспек-



тами внутренней и внешней среды и эффективностью труда сотрудников и деятельности предприятия в целом.

Наиболее ранние социологические исследования управления были проведены учеными из стран Западной Европы и США (Ф. Тейлор, А. Файоль, Р. Блейк, Дж. Мултон, А. Маслоу, Г. Хофстеде и другие). Здесь изучение процессов управления происходило в рамках разных подразделов социологических наук: социологии организаций, социологии управления, а также экономической социологии, среди которых именно последняя становится все более востребованной в Китае, где отмечается стремление к изучению социальных аспектов устойчивого экономического развития с основой на принципе комплексности и междисциплинарности [8].

В Китае управление стало привлекать внимание социологов лишь в конце второй половины XX в., которые изучали социальные особенности управления на унитарных предприятиях, широко распространенных в стране в тот период времени. Развитие рыночной экономики, начавшееся с 80-х гг. прошлого столетия и вошедшее в активную фазу на рубеже XX–XXI вв., не способствовало повышению интереса к социальному управлению в китайских компаниях, которые прежде вैसे демонстрировали узкое видение методов и средств достижения экономических целей и не осознавали высокую значимость социальной среды для эффективности реализации управленческих задач.

В последние годы в стране был взят курс на реформы системы управления, в том числе внедрение новых подходов к управлению на предприятии. В более ранних исследованиях автором статьи было отмечено, что в современных условиях в Китае формируется подход к управлению «с китайской спецификой» [16]. Его сущность сводится к интеграции идей традиционной культуры Китая в модель социального управления компанией. Поскольку основой практической реализации такого управления в компаниях Китая выступают социальные механизмы «с китайской специфи-

кой», их изучение представляет определенный научный интерес.

В статье автор предпринимает попытку выявить и описать особенности социальных механизмов в модели управления предприятия «с китайской спецификой». Достижение цели потребовало выполнения конкретных задач, включающих определение основных теоретических понятий – «социальный механизм управления», «модель управления предприятия с китайской спецификой», анализ научных работ по теме социальных механизмов в этой модели управления, а также проведение эмпирического анализа кейсов китайских компаний.

Научная новизна исследования определяется его вкладом в рассмотрение актуального вопроса об особенностях использования социальных механизмов в управлении китайскими предприятиями, социологическом осмыслении «модели управления предприятия «с китайской спецификой», а также введении в научный оборот ряда китайскоязычных работ и публикаций по теме исследования.

С социологической точки зрения предприятие представляет собой социальную единицу, которая существует и функционирует внутри некоторой социальной структурной системы. Исходя из этого, управление на имеет социологическую сущность: оно реализуется в определенных социальных условиях, связано с социальным взаимодействием субъекта и объекта управления.

До недавнего времени термин «социальное управление» использовался преимущественно в отношении процессов государственного управления обществом. М.С. Байнова и В.И. Катаева, которые в своей книге описывают основы социального управления, предлагают широкую трактовку данного термина как «процесса, направленного на достижение цели в социальной общности» [1, с. 3]. Адаптируя данный подход к управлению предприятием, прежде всего необходимо рассматривать предприятие как социальную систему, состоящую из разных компонентов. Поэтому под социальным управлением на пред-

приятии далее мы будем понимать социальный процесс взаимодействия внутри предприятия как социальной системы, направленный на достижение ее целей. Отличает социальное управление от других видов наличие особых механизмов управления, именующихся как «социальные».

Рассматривая понятие социального механизма управления, отметим, что в науке об управлении механизм является совокупностью средств и методов управления [1, с. 94]. Из этого следует, что социальный механизм управления включает в себя две составляющих: (1) средства управления и (2) методы управления. В отличие от механизмов управления другой природы, средства и методы в социальном механизме выступают частью управления как социальной деятельности. Социальный механизм управления используется для достижения целей совершенствования условий труда, организации социальной среды предприятия, улучшения социальных условий сотрудников, совершенствования отношений внутри коллектива [16, с. 106]. Он предполагает применение механизмов экономического стимулирования и социальных гарантий для сближения интересов работников и организации [11].

Социальный механизм управления является неотъемлемой частью эффективной модели управления современного предприятия, которое не только стремится достичь цели получения максимальной прибыли, но и уделяет достаточное внимание вопросам удовлетворения потребностей своих сотрудников. Здесь важно отметить, что потребности сотрудников предприятий разных стран могут существенно различаться, что обусловлено их культурной спецификой, особенностями исторического и общественного развития, разным видением корпоративной культуры, ее ценностей, а также неодинаковыми взглядами на мир. Особенно ясно данная специфика обнаруживается при сравнении социального управления в западных и восточных странах. Социальные механизмы управления в китайских предприятиях отличаются от европейских высокой сте-

пени влияния на первые ценностей традиционной культуры – конфуцианства, даосизма и моизма.

Как известно, Китай – страна с богатой пяти тысячелетней историей, что не могло не оказать влияния на управление предприятиями. На протяжении длительного времени в стране существовали предприятия типа семейных подрядов, в которых система управления строилась исходя из родственных связей, а руководство и принятие решений проводилось одним или несколькими членами семьи, в то время как другие выполняли функции исполнителей. Это обусловило формирование особой социальной среды в таких предприятиях [6].

По мере экономического развития, в стране появлялись новые формы предприятий, на которых управленцы стремились реализовать западную модель управления. Тем не менее, со временем стало ясно, что использование этой модели управления не соответствует китайской действительности, не учитывает ценности корпоративной культуры Китая, его традиции и социальные нормы. Четвертый пленум ЦК партии девятнадцатого созыва четко предложил улучшить современную корпоративную систему с китайской спецификой, а также выдвинул необходимость адаптации общих принципов управления предприятиям в соответствии с их собственными экономическими и культурными характеристиками, что было обозначено как «модель управления предприятия со своими характеристиками» [14]. Эти идеи привели к появлению концепции «модель управления предприятия с китайской спецификой», в основе которой лежат приверженность партийному руководству и создание современной системы предприятия, базирующейся на «превосходной традиционной китайской культуре и построении китайской предпринимательской культуры, созданию инновационного управления китайскими предприятиями» [5].

Социальный механизм управления в китайских предприятиях находится в тесной связи с предпринимательским духом китайцев и рядом традиционных



концепций управленческих стилей. «Самосовершенствование и социальная целостность» и «управление путем бездействия» и другие стили хорошо известны китайским управленцам и сформировали уникальный предпринимательский дух Китая. В совокупности все это способствовало формированию особых социальных механизмов управления, которые хоть и схожи по видовому разнообразию с западными, поскольку создавались на основе западных теорий управления, все же отличаются особенностями, обусловленными влиянием специфических китайских философских учений и культурных ценностей.

В работах современных китайских исследователей представлено описание разных механизмов управления в предприятиях «с китайской спецификой», которые исходя из их сущности и функций могут быть отнесены к социальным. Среди них корпоративная (организационная) культура, обучение сотрудников, мотивационный механизм наиболее часто привлекают внимание ученых.

Как социальный механизм управления, корпоративная культура способствует созданию особой атмосферы внутри организации, направленной на улучшение социальных условий труда сотрудников. Корпоративная культура – это душа предприятия и неисчерпаемая движущая сила его развития [18]. Разные национальные культуры формируют разные стили корпоративного управления. Являясь воплощением социальной культуры, корпоративная культура оказывает существенное влияние на управление на предприятии.

Как известно, западная культура придерживается традиции рационализма, преследует универсальные законы и выступает за «дихотомию между субъектом и объектом». Отношения между людьми более воплощены как договорные отношения, которые подчеркивают правовые принципы и чувства. Китай долгое время был крупной сельскохозяйственной страной, и его самодостаточный образ жизни позволил донести до современности основные идеи китайской культуры: «Дао следует природе» и «Небо

и человек едины» [2]. Эти идеи в корне отличаются от ценностных ориентиров западной культуры.

Как пишет Ли Мин, механизм корпоративной культуры китайских предприятий уделяет особой внимание межличностным отношениям, социальным ролям и статусу сотрудников предприятия, что соответствует традиционным концепциям «общества знакомств» и «человекоориентированному» мышлению [10]. Это позволяет создавать оптимальную иерархию на предприятии, которая воплощается в формальной и неформальной организационной структуре.

Достаточно часто корпоративное обучение также рассматривается как социальный механизм управления, особенно когда речь идет об управлении человеческими ресурсами предприятия [17]. Это прежде всего связано с тем, что функционально социальный механизм управления направлен на создание благоприятных условий на предприятии для развития сотрудников. Корпоративное обучение позволяет внести вклад в развитие сотрудников и человеческого капитала предприятия, одновременно улучшая производительность труда.

В коллективной статье Чао Ган отмечает, что логическая основа обучения в современных китайских предприятиях сочетается с традиционной культурой и основана на идеях конфуцианства, даосизма и легизма¹. Обучение предоставляет сотрудникам психологические ресурсы, что особенно ярко проявляется в китайских предприятиях. Например, теория фрустрации в конфуцианской культуре считает, что страдание может оттачивать волю людей и улучшать их психологическую способность справляться с трудностями, а концепция «постоянного самосовершенствования благородного мужа» (*цзюньцзы цзыцян буси*) в традиционной культуре способствует культивированию независимой воли и личности людей. Поэтому посред-

¹ Известно также как легализм или законническая мысль. Философская школа VI–III вв. до н.э., основной идеей которой было учение о роли законов и абсолютной власти монарха как наиболее эффективной форме управления обществом.

ством традиционного культурного обучения китайские предприятия внедряют ценности, способствующие воспитанию положительной психологии сотрудников, такие как «настойчивость» и «оптимизм и непредубежденность», и постепенно развивают, культивируют и стимулируют положительные психологические состояния сотрудников. Работники с более высоким психологическим капиталом более уверены в себе и оптимистичны на рабочем месте, поэтому социальный механизм управления обучением на основе традиционных культурных ценностей является эффективным в китайских предприятиях [3].

Мотивационный механизм направлен на стимулирование активности сотрудников посредством определенных стимулов в достижении общей цели развития предприятия. Он воздействует на ценности и личностные ориентиры сотрудников, способствует установлению особого типа взаимоотношений (прежде всего отношений конкуренции в случае индивидуальной мотивации и сплоченности коллектива в случае общей мотивации), а поэтому определенно может быть отнесен к социальным механизмам управления на предприятии.

Система стимулирования, основанная на западной философии и предположениях управления, имеет ограничения в Китае [4]. В китайских предприятиях принято считать, что материальные стимулы должны соответствовать корпоративной культуре [7]. Культура – это своего рода «мягкая сила», которую необходимо передавать через материальный носитель, поэтому на предприятиях традиционная китайская культура постоянно «материализуется» в системе мотивации.

Помимо трех описанных выше социальных механизмов управления, также возможно обнаружить другие, которые менее привлекают интерес исследователей в Китае, но все же упоминаются в некоторых работах. Это механизм распределения ответственности работников, социальные гарантии и так далее.

С целью эмпирического исследования социальных механизмов управле-

ния предприятиями «с китайской спецификой» был использован метод анализ кейсов китайских компаний Haier, Hainan Airlines, Tencent. Выбор данных предприятий обоснован разной сферой их деятельности и известностью. В ходе исследования изучены особенности модели управления на китайских предприятиях, в том числе с позиций отнесенности к «модели управления с китайской спецификой», рассмотрены аспекты практической реализации социальных механизмов управления.

Компания Haier имеет инновационную модель управления, которая интегрирует в себе элементы традиционной китайской культуры, а также новаторские идеи руководства. В компании социальная роль сотрудников, которые традиционно считаются исполнителями, существенно трансформирована (феномен «перевернутой иерархии»). Каждый сотрудник становится предпринимателем, в обязанности которого входит принятие решений. Это способствует созданию особой социальной среды в компании, в которой предоставляются не рабочие места, а предпринимательские возможности. Каждый сотрудник является «независимой управляющей единицей» [9]. В данной модели создается «невидимый» механизм мотивации, поскольку сумма личного дохода сотрудников напрямую связана с пользовательской ценностью, которую они создают. Такие сотрудники сами могут нанимать работников, если считают это необходимым, создавая тем самым микропредприятие.

С помощью своей социальной модели управления Haier успешно разрешила противоречие между индивидуальными потребностями и низкой себестоимостью производства. Модель управления компании обладает «китайской спецификой», а конкретнее отражает социалистические идеи общества, в котором часть функций управления передается сотрудникам на низовом уровне.

В компании Haier используется механизм обучения сотрудников, основанный на привлечении преподавателей из коллектива предприятия, а также из внешних структур. Это позволяет



заложить прочную основу для будущего карьерного роста сотрудников и внести более весомый вклад в развитие Hainan. С точки зрения социологии, с помощью обучения компания удовлетворяет потребность работников в собственном развитии. Китайская специфика данного социального механизма проявляется в особом подходе к формированию содержания обучения, включению в его состав курсов по традиционной китайской культуре. В такой системе обучение направлено на достижение баланса личности работников и корпоративных целей предприятия.

В компании Hainan Airlines применение ценностей традиционной китайской культуры находит проявление в создании корпоративной культуры, системе мотивации, проектировании пространства рабочей среды для сотрудников. В основе корпоративной культуры компании лежат ценности традиционной культуры «быть человеком» и «делать вещи». Ориентированность на человека проявляется в корпоративном духе «общественного признания, участия, достижений и публичного обмена». Раскрывая каждый из этих элементов корпоративного духа можно обнаружить, что управленческая философия компании Hainan Airlines сводится к тому, что деятельность компании не должна наносить ущерб интересам работников или общества, предполагает активную вовлеченность сотрудников, разделенность успеха компании между каждым работником. Компания сочетает развитие людей с развитием карьеры, фокусируется на осознании собственной ценности сотрудниками, поощряет работников проявлять свою инициативность и позволяет им реализовать социальную потребность в уважении и признании. Hainan Airlines придает большое значение нравственному воспитанию сотрудников, о чем свидетельствует внедрение в корпоративную культуру ценностей конфуцианства. Корпоративная цель компании требует «делать для общества и делать для других» продвигает мораль человека к обществу и требует, чтобы сотруд-

ники стремились вносить собственный вклад в развитие.

Соблюдение ценностей китайской культуры в компании Hainan Airlines гарантируется возможностями для обучения и мотивационной системой. В компании с приходом новых сотрудников воспитание ценностей традиционной культуры проникает во все аспекты обучения. Здесь обязательным для каждого нового сотрудника выступает курс «Быть благодарным обществу и уважать родителей», который знакомит их с китайскими традиционными добродетелями. Для мотивации сотрудников к глубокому пониманию традиционной культуры используются бонусы и другие материальные вознаграждения.

Hainan Airlines использует специфические методы воздействия на сотрудников за счет внедрения в пространственный дизайн рабочей среды элементов традиционной китайской культуры. Сам логотип компании имеет цветовую гамму (синие, золотисто-желтые и ярко-красные цвета), символизирующую стремление китайского народа к благополучию, миру и счастью. Выражение этих элементов имиджа компании в одежде сотрудников позволяет повысить сплоченность коллектива, поддерживая развитие чувства идентичности.

Далее был изучен кейс социального управления в компании Tencent. Согласно мнению Ма Хуатэна, основателя и руководителя компании, ценности традиционной культуры интегрируются в управление на всех его уровнях, особенно в корпоративной культуре и обучении [12]. Топ-менеджмент компании полагает, что проведение тренингов по корпоративной культуре может не только повысить конкурентоспособность компании, но и эффективно улучшить личные навыки и отношение к работе сотрудников. За счет корпоративной культуры, основанной на ценностях традиционной культуры Китая, общих для всего китайского штата сотрудников, достигается более высокая сплоченность коллектива.

В результате анализа кейсов китайских компаний можно обнаружить,



что, формируя социальный механизм управления, высшее руководство этих предприятий особое внимание уделяет прежде всего корпоративной культуре и внедрению в нее традиционных китайских ценностей. За счет богатства философской мысли, являющейся неотъемлемой частью культуры Китая, компании используют ее в качестве источника корпоративных идей. Особенно популярны ценности конфуцианства, которые были обнаружены в корпоративных культурах всех исследуемых компаний. Это подчеркивает приверженность руководства предприятий созданию организационной культуры с опорой на специфические ценности китайского коллектива как носителя этого культурного мышления (возможно даже менталитета). В отличие от западных компаний, в китайских компаниях явно прослеживается предпочтение идеи коллективизма, что находит отражение в управлении выполнением рабочих задач, а также в обучении сотрудников. Отметим, что во многих предприятиях изучение моральных ценностей китайской культуры является неотъемлемой составляющей корпоративного обучения. Многие компании привержены использованию особой системы мотивации как социального механизма управления, что обусловлено необходимостью материальной поддержки регулирования и контроля соблюдения нравственных ценностей на предприятии.

Таким образом, в настоящее время социальные механизмы управления предприятием в Китае находят воплощение в модели управления «с китайской спецификой». На основе анализа теории и эмпирического изучения кейсов китайских компаний обнаружено, что социальные механизмы управления, используемые китайскими предприятиями, отходят от слепого применения западных моделей и все больше ориентируются на ценности традиционной культуры Китая. Отмечено, что наиболее передовые предприятия, уделяющие особое внимание социальным аспектам управления, стремятся интегрировать идеи китайских философских учений и культурно-го менталитета в модель управления,

что благоприятно способствует расширению использования социальных механизмов регулирования деятельности сотрудников.

В заключение хотелось бы отметить, что в настоящее время тема социальных механизмов управления китайскими предприятиями продолжает оставаться актуальной. Дальнейшие исследования должны быть направлены как на осмысление практических кейсов проявления действия социальных механизмов в управлении компаниями Китая, так и на теоретическое осмысление процессов социального воздействия каждого из таких механизмов.

Литература

1. Байнова М.С. Основы социального управления / В.И. Катаева, М.С. Байнова. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2017. – 197 с.
2. Ван Линьци. Анализ модели управления предприятием и модернизация управления // Китайская и зарубежная предпринимательская культура. – 2023. – № 3. – С. 88–90.
3. Ван Лэй. Исследование механизма влияния интенсивности традиционного культурного обучения на вовлеченность сотрудников в труд / Чао Ган, Ван Цзяцзя, Ван Лэй // Журнал менеджмента. – 2021. – № 18. – С. 1158–1165.
4. Ван Сюэци. Обсуждение системы обучения сотрудников предприятий на основе китайской традиционной культуры // Наука, техника и промышленность Хайся. – 2021. – № 34. – С. 84–86.
5. Вэй Ву. Построение теоретической системы управления предприятием с китайской спецификой / Вэй Ву, Чэнь Чжэнси // Фронтлайн. – 2022. – № 9. – С. 40–43
6. Вэй Ли. Разрывая традиционные окопы и создавая современную модель управления предприятием // Бизнес Китая. – 2023. – № 6. – С. 188–190.
7. Ган Вэйюй. Конфуцианская традиция и гарантия занятости: сила культуры / Ган Вэйюй, Сюй Сиксюн, Лю Ман // Журнал Шанхайского университета



- финансов и экономики. – 2020. – № 22. – С. 66–84.
8. Е Чжаоя. Экономическая социология в Китае / А.В. Петров, Е Чжаоя // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). – 2017. – № 1 (42). – С. 33–38.
 9. Ли Вэньцзе. Исследование инноваций в управлении китайскими предприятиями в новую эпоху – на примере модели системного управления Haier / Ли Хайцзянь, Ли Вэньцзе, Ли Жан // Экономический менеджмент. – 2018. – № 40. – С. 5–19.
 10. Ли Мин. Исследование механизма модели управления предприятием на основе реализации ценности // Обзор экономики Бохай. – 2023. – № 5. – С. 108–110.
 11. Морозюк Ю.В. Особенности формирования модели социального управления промышленным предприятием / К.Г. Царитова, Ю.В. Морозюк // Транспортное дело России. – 2012. – № 1. – С. 86–87.
 12. Наука и технологии омолаживают традиционную культуру [Электронный ресурс]. URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1711959892463645450&wfr=spider&for=pc> (дата обращения 08.10.2023).
 13. Попов Ю.Н. Социальное управление: переосмысливая некоторые догмы // Труд и социальные отношения. – 2015. – № 5. – С. 85–100.
 14. Совершенствование современной корпоративной системы с китайской спецификой [Электронный ресурс] // Сеть Жэньминь. URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1652670288000626182&wfr=spider&for=pc> (дата обращения 08.10.2023).
 15. Сунь Лисинь. Исследование инновационных стратегий моделей управления частными предприятиями в новую эпоху // Модернизация торговых центров. – 2023. – № 10. – С. 111–113
 16. Чжао Юньхуэй. Социальные механизмы управления предприятиями в Китае: современное состояние исследований и перспективы развития // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 2022. – № 3. – С. 100–113.
 17. Ши Лэй. Управление человеческими ресурсами с точки зрения социологии // Развитие человеческих ресурсов. – 2021. – № 1. – С. 32–33.
 18. Юй Юн. Идеи построения моделей управления бизнесом с китайской спецификой в новую эпоху // Реформа предприятия и управление. – 2018. – № 7. – С. 90–92.

ENTERPRISE MANAGEMENT AS A PROCESS OF SOCIAL ACTIVITY: THE EXAMPLE OF THE REAL SECTOR OF THE CHINESE ECONOMY

Zhao Yunhui

Lomonosov Moscow State University

In recent years, the Chinese government, realizing the importance of the sustainable development of the economy, emphasizes the need to improve enterprise management and put forward the concept of «Chinese characteristics enterprise management model». In connection with the relevance, as well as the high demand for studying the phenomenon of the management model of an enterprise «with Chinese characteristics» within the framework of the sociology of management, a study was conducted aimed at identifying and describing the features of social management mechanisms in Chinese companies. The research methodology is based on the principles of complexity and takes as a basis the sociological understanding of management as a process of social activity carried out at the enterprise as a social system. The methods of content analysis of scientific works, descriptive analysis, observation and case analysis of five well-known Chinese companies that have a «management model with Chinese characteristics» are used, followed by the study and identification of the social mechanisms underlying it. As a result of the study, it was found that in Chinese enterprises with a «management model «with Chinese characteristics», it is common to use the mechanisms of corporate culture, education and training, motivation, as well as designing a favorable social environment in the process of social management in order to increase the efficiency of employees work. The results of the study contribute to the sociological understanding of the essence and mechanisms of social management of an enterprise «from Chinese specificity».

Keywords: social management, social mechanism, management mechanism, management model «with Chinese characteristics», corporate culture, employee training, motivation, Chinese model of enterprise management, China.

References

1. Baynova M.S. Fundamentals of social management / V.I. Kataeva, M.S. Baynova. – M.; Berlin: Direct-Media, 2017. – 197 p.
2. Wang Linqi. Analysis of the enterprise management model and modernization of management // Chinese and foreign entrepreneurial culture. – 2023. – No. 3. – P. 88–90.
3. Wang Lei. Study of the mechanism of influence of the intensity of traditional cultural training on employee engagement in work / Chao Gang, Wang Jiajia, Wang Lei // Journal of Management. – 2021. – No. 18. – P. 1158–1165.
4. Wang Xueqi. Discussion of the training system for enterprise employees based on Chinese traditional culture // Science, technology and industry Haixia. – 2021. – No. 34. – P. 84–86.
5. Wei Wu. Construction of a theoretical enterprise management system with Chinese characteristics / Wei Wu, Chen Zhengxi // Frontline. – 2022. – No. 9. – P. 40–43
6. Wei Li. Breaking traditional shackles and creating a modern model of enterprise management // Business of China. – 2023. – No. 6. – P. 188–190.
7. Gan Weiyu. Confucian tradition and job security: the power of culture / Gan Weiyu, Xu Xixiong, Liu Man // Journal of Shanghai University of Finance and Economics. – 2020. – No. 22. – P. 66–84.
8. Ye Zhaoxia. Economic sociology in China / A.V. Petrov, Ye Zhaoxia // Society. Wednesday. Development (Terra Humana). – 2017. – No. 1 (42). – pp. 33–38.
9. Li Wenjie. Study of innovations in the management of Chinese enterprises in the new era – using the example of the Haier system management model / Li Haijian, Li Wenjie, Li Zhang // Economic Management. – 2018. – No. 40. – P. 5–19.
10. Lee Min. Research on the mechanism of an enterprise management model based on value realization // Bohai Economic Review. – 2023. – No. 5. – P. 108–110.
11. Morozjuk Yu.V. Features of the formation of a model of social management of an industrial enterprise / K.G. Tsaritova, Yu.V. Morozjuk // Transport business of Russia. – 2012. – No. 1. – P. 86–87.
12. Science and technology rejuvenate traditional culture [Electronic resource]. URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1711959892463645450&wfr=spider&for=pc> (accessed 10/08/2023).
13. Popov Yu.N. Social management: rethinking some dogmas // Labor and social relations. – 2015. – No. 5. – P. 85–100.
14. Improving the modern corporate system with Chinese characteristics [Electronic resource] // Renmin Network. URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1652670288000626182&wfr=spider&for=pc> (accessed 10/08/2023).
15. Sun Lixin. Study of innovative strategies of management models for private enterprises in a new era // Modernization of shopping centers. – 2023. – No. 10. – P. 111–113
16. Zhao Yunhui. Social mechanisms of enterprise management in China: current state of research and development prospects // Bulletin of Moscow University. Series 18. Sociology and political science. – 2022. – No. 3. – P. 100–113.
17. Shi Lei. Human resource management from the point of view of sociology // Development of human resources. – 2021. – No. 1. – P. 32–33.
18. Yu Yun. Ideas for building business management models with Chinese characteristics in the new era // Enterprise Reform and Management. – 2018. – No. 7. – P. 90–92.



Цифровая социализация: симбиоз массмедиа и искусственного интеллекта как канал фокусного конструирования ценностных ориентаций молодёжи (социально-одобряемых или ложных)

Мкртумова Ирина Владимировна,

доктор социологических наук, профессор кафедры политического анализа и социально-психологических процессов, ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»
E-mail: imkrtumova@yandex.ru

Ключевые слова: цифровая социализация, цифровая социология, искусственный интеллект, ценностные ориентации, фокусное конструирование, массмедиа, фейки,

В статье рассматривается цифровое пространство как самостоятельная социальная сфера, в которой формируются и преобразуются социокультурные нормы, стандарты поведения и идентичность. Обосновывается важность учета влияния искусственного интеллекта, который оказал революционное влияние на музыкальные массмедиа, особенно в контексте платформ, таких как TikTok, ставший неотъемлемой частью жизни подростков и молодежи. Осуществлен анализ воздействия симбиоза массмедиа и искусственного интеллекта как канала фокусного конструирования социально-одобряемых или ложных ценностных ориентаций молодёжи. Представлены результаты авторского эксперимента по использованию нейросетей в выявлении наиболее эффективных в 2023 году нейросетей искусственного интеллекта в создании музыкального контента. Автором статьи был задан один и тот же вопрос нейросети «GPT-bot» (в Telegramm) и двум поисковым системам Яндекс и Googl. Алгоритмы, работающие на основе искусственного интеллекта, анализируют предпочтения пользователей и их поведение в приложении, что позволяет формировать адресные персонализированные пакеты контента. Это приводит к тому, что молодые люди подвергаются воздействию узко направленных музыкальных трендов, акцентируя их внимание на определенных жанрах и артистах, которые активно продвигаются за счет высокой «вирусности» и легкости запоминания. Вследствие такого воздействия, молодёжь становится более восприимчивой к музыкальным новинкам, созданным авторами контента с применением технологий искусственного интеллекта, ориентируясь не только на свои личные предпочтения, но и стремясь соответствовать цифровым трендам, которые могут формировать идеи о модных и желательных стилях жизни и образцах поведения, не всегда направленных на формирование патриотизма и культурной идентичности на основе национальных традиций.

Введение

Цифровая среда сегодня выступает весьма значимым источником социологической информации. Особенности сетевой социальности, новые смыслы и форматы социальных действий в новой конструкции цифровой реальности – эти и многие другие вопросы находятся в фокусе социологии цифрового пространства [2]. Эта новая и динамично развивающаяся область научных исследований изучает социальные явления и процессы, происходящие в социуме под воздействием информационно-коммуникационных технологий [6]. Проблемы, которые находятся в фокусе внимания данной области социологического знания, включает в себя изучение влияния цифровизации на социальные структуры и социальные процессы, анализ взаимодействия между социумом и цифровыми медиа, трансформации социального действия и социальных коммуникаций в новой конструкции цифровой реальности. Например, сформировалось такое направление социологического анализа, как нетнография, от англ. «net» – сеть, и «etnography» – этнография. Термин (using ethnography) ввел R. Kozinets в 2002 году, как метод цифровой социологии, позволяющий осмысливать онлайн-культуры различных этно-конфессиональных сообществ, субкультур с этнометодологической точки зрения (особенности их повседневных норм поведения и коммуникаций) [1].

Дискуссия

Цифровое пространство функционирует как самостоятельная социальная сфера, где формируются и преобразуются социокультурные нормы, стандарты поведения и идентичность. Виртуальная реальность, например, иногда размывает традиционные границы времени и пространства, создавая глобализированные сообщества, объединенные общими интересами для обмена информацией [4; 6; 14]. В социологических исследованиях цифрового пространства особое внимание уделяется изучению социальных сетей, цифровых массмедиа, взаимодей-

ствий между их пользователями и влиянию этих платформ на общественное мнение и коллективное поведение [11]. Цифровые медиа играют важную роль в формировании и выражении социальных сообществ, предоставляя публичную площадку для выражения мнений и взаимодействия различных социальных групп [2]. Анализ больших массивов цифровых данных (Big Data) позволяет изучать социальные процессы в реальном времени [7]. Машинное обучение и алгоритмический анализ стали неотъемлемой частью социологического исследования цифровой среды.

Некоторые исследования, в т.ч., направлены цифровую безопасность и цифровую гигиену, например, невозможность контролировать доступ к личной информации и ее защищать влияет на социальное взаимодействие и доверие в цифровых структурах [8; 9]. Создание безопасного подконтрольного и доверенного ИИ является важной задачей [10]. Одним из важных направлений социологии цифрового пространства является изучение цифрового неравенства, которое возникает из-за различного доступа к цифровым технологиям, цифрового разрыва на всей территории страны (Интернет не везде «летает») и возможности освоения цифровых форматов коммуникаций и профессиональных компетенций у представителей разных социальных групп, в повышении адаптивности человека и организации.

Социология цифрового пространства в векторе социального управления стремится исследовать эти различия, в т.ч. риски доверия к фейковой цифровой информации [8; 9], доступности персональных и негубличных данных и возможности их несанкционированного использования, риски негативного воздействия на общественное мнение и коллективное поведение и предлагать пути преодоления таких новых социальных проблем.

Так, профессора Л.А. Василенко и В.В. Зотов [5, 26–47], исследуя государственные цифровые платформы, социально-сетевое взаимодействие, цифровые трансформации публичного



управления, считают, что в условиях социотехнической конвергенции публичное управление должно сочетать алгоритмическое управление с задачами реализации запросов заинтересованных сторон. Продвижение данной идеи будет определяться публичной оценкой роли цифровых платформ в трансформации публичного управления. В конечном счете это вопросы доверия технологически компетентного социума к органам власти и исследователи ставят вопрос об активизации социально-сетевых взаимодействий чиновников и граждан.

Искусственный интеллект (далее – ИИ) существенно меняет сетевую социальность и его влияние на новые конструкции цифровой реальности и в целом на цивилизационные трансформации предстоит еще осмысливать [3]. Различают «сильный» и «слабый» ИИ, клиенто-центричную и человеко-центричную модели ИИ. Разница между моделями в целеполагании, и ее лучше всего демонстрирует пример из системы здравоохранения: так, если клиенто-центричная ИИ направлена на увеличение потока пациентов и качества их лечения, то человеко-центричная ИИ направлен на профилактику здоровья, на то, чтобы человек не стал как можно дольше не стал пациентом медучреждения.

Среди диссертационных исследований гуманитарных-технологических аспектов ИИ можно отметить работы И.А. Быковского, А.Е. Никитина [18] и других. Так, А.С. Степаненко в исследовании социокультурных и технологических предпосылок искусственного интеллекта указывает на такие тенденции развития ИИ, как интеграция, «гибридные экспертные системы, интегрированные неврологические, нейронно-четкие модели и «мягкие вычисления» по Л. Заде, нейроэкспертные системы И.Б. Фоминых, нейрооптические модели О.П. Кузнецова, интегрированные дискретно-континуальные модели интеллектуальных динамических систем, модели эволюционной кибернетики, модели интеллектуальной совмещенной разработки, варианты интеграции нейронных сетей и сетей Петри и пр.» [19].

Институционально социологическими исследованиями цифрового пространства ИИ активно занимались ученые Исследовательского комитета Российского общества социологов «Социология цифрового общества» (Василенко Л.А., Сусликов Б.А., Карпова Д.Н. и др.), результаты исследований публикуются в специализированном журнале Цифровая социология/Digital Sociology (Мышко Ф.Г., Кривоусков В.В., Чернавин Ю.А. и др.) и других научных изданиях.

Другой не менее важной проблемой социального управления является изучение методами социологической науки негативного воздействия масс-медиа, фейкового цифрового пространства на духовную культуру молодежи [2; 8; 9; 10]. В настоящее время многие политтехнологи, ученые в области социального управления, образовательной политики, высказывают обоснованные опасения по поводу дегуманизации реальности, подмены реального мира виртуальным, исторического культурного наследия его негативно трансформированными цифровыми копиями и фейковыми реконструкциями. Молодежь, можно сказать, живет в цифровом мире масс-медиа, и этот мир для многих и есть реальность. В сложной сегодняшней геополитической ситуации, в условиях информационной войны потоки негативных реконструкций истории, чуждых нашей традиции культурных образцов направлены на размывание культурного кола и ценностных ориентиров [8; 9; 12]. Потоки фейковой цифровой информации направлены на дезинформацию прежде всего молодежи.

История

В начале XX века началось активное развитие синтеза музыкального искусства и цифровых технологий. Но эти новейшие музыкальные трансформации были ранее предугаданы в 1907-м году Ферручио Бузони (музыкантом и композитором) [15].

Разработка в восьмидесятых годах XX века искусственного интеллекта (далее – ИИ) – ИИ «ЭМИ», создающего му-

зыкальные композиции, стало результатом эксперимента. Термин «машинное обучение», с оговорками, можно применить к процессу компьютерного анализа массива классических музыкальных произведений, на основе которого создатели ИИ «ЭМИ» пытались сочинять компьютерную музыку в стиле И.С. Баха, Л. ван Бетховена, В.А. Моцарта [16]. Итогом подобного анализа массива полифонических произведений И.С. Баха, которые наиболее «математичны» по структуре, если можно так сказать, стало создание Д. Коупом в 1983 году нового произведения в стиле И.С. Баха и ИИ ЭМИ.

ИИ Flow Mashines был создан 2016 году на основе нейросетей в Sony Computers Science Laboratories. Совместно с французским композитором Бенуа Карре был написан трэк *Dady's Car* в стиле *The Beatles* [17].

ИИ *Amper* (компании *Amper*) в августе 2017 создал композицию *Break Free* для певицы *Тарин Саутерн*. Алгоритм этого ИИ может мгновенно выдавать мелодии по заданным параметрам [17]. ИИ *Abbey Road Red* создал *Джон Эдс* из знаменитой студии *Abbey Road*, в которой музыканты группы *The Beatles* записывали большинство своих альбомов.

Практика

Фокус субъективного восприятия молодежью новостных информационных потоков, часто в негативном ключе, приобретает в современной ситуации все большую значимость [2]. Поскольку значимая часть молодежи воспринимает события в клиповом формате, необходимо изучать возможности цифровых форматов социального управления в целях минимизации негативного влияния пропаганды признаваемыми молодежью средствами цифровых форматов и технологий ИИ, в том числе и через сферы музыкальных форматов массмедиа, формированием духовной культуры.

Цифровые массмедиа, как новый вид осмысления действительности, как феномен, обращение к которому открывает широкий спектр возможностей воздействия на эмоционально-мотивационную сферу поведения молодежи возникли

в результате синергии науки, цифровых технологий и искусства [2; 14].

Так, сегодня нейронные сети в музыкальном искусстве активно создают музыку разными способами. Одни сети настроены на формирование спектрограмм по фото, другие нейросети методом случайного подбора создают мелодии на фортепиано и т.д. В 2023 году аналитики выделяют более 10 наиболее успешных нейросетей, некоторые из которых научились создавать настоящие хиты, делать аранжировки для видео, онлайн генерировать звуки¹. Причем некоторые нейросети уже успешно работают от 4 до 7 лет.

Многие ученые указывают на опасности такого влияния, особенно когда массмедиа, управляемые алгоритмами ИИ, способствуют распространению идеализированных и часто поверхностных, или непосредственно вредоносных представлений о культуре и успехе [11]. Такие массмедиа могут создавать разрыв между настоящими достижениями в жизни и профессии, и виртуальным изображением реальности, вовлекая молодежь, особенно подростков в бесконечную гонку за «блогерами-миллионниками», за признанием в цифровом мире. Массмедиа могут стимулировать формирование завышенных социальных стандартов, не всегда учитывая сложность реальной жизни и способности молодого человека, его усердие и желание напряженно трудиться для достижения цели. Это может приводить к неадекватной самооценке, создавать дополнительные вызовы для социальной адаптации подростка в реальном жизненном окружении и для его личностного развития.

В экспериментальных целях, о выявлении наиболее эффективных в 2023 году нейросетей ИИ в создании музыкального контента, автором статьи был задан один и тот же вопрос нейросети «*GPT-bot*» (в *Telegram*) и двум поисковым системам *Яндекс* и *Google*. Запрос был

¹ ТОП 10 нейросетей, создающих музыку в 2023 году [Электронный ресурс] URL: [https://neurosety.ru: \[сайт\]. URL: https://neurosety.ru/neuroseti-sozdayuschih-muzyku/](https://neurosety.ru: [сайт]. URL: https://neurosety.ru/neuroseti-sozdayuschih-muzyku/) (дата обращения: 20.04.2023).



сформулирован в следующей форме: «ТОП 10 нейросетей, создающих музыку в 2023 году». В ответах поисковых систем и нейросети фигурировали следующие нейросети, создающие музыку в 2023 году: Riffusion, Mubert, Sounddraw, Melobytes, Humtap, AIVA, hmusika!, MuseNet, Amper Music, MusicLM. По фотографиям музыку создают нейросети Image to Music, Imaginary Soundscape. Нейросети Typatone, AI Duet. MusicLM

генерирует музыку из текстовых подсказок. Автором сделан сравнительный анализ, результаты которого показаны в Таблице 1. Подчеркиванием выделены совпадающие ответы по версии поисковых систем и нейросети. По всем трем позициям были выделены, в качестве топ-овых, нейросети AIVA и Amper Music. По двум позициям – только поисковиками, были отмечены нейросети: Riffusion, Mubert, Melobytes и др. (См. Табл. 1).

Таблица 1. ТОП 10 нейросетей, создающих музыку в 2023 году

ТОП 10 НЕЙРОСЕТЕЙ, СОЗДАЮЩИХ МУЗЫКУ В 2023 ГОДУ		
по версии GPT-bot -Telegramm	по версии Яндекс	по версии Googl
1. WaveNet – это нейронная сеть, способная генерировать звуковые сигналы, например, голоса и музыкальные композиции, используя глубокие сверточные сети	1. Riffusion – https://www.riffusion.com/ Интересная бесплатная нейросеть, генерирует музыку по текстовому запросу. Она ещё обучается и постепенно пополняет свою базу знаний. Программа использует в процессе сонограммы, представляющие собой визуализацию звукового ряда	1. Riffusion
2. Magenta – это проект от Google, который разрабатывает открытые искусственные интеллекты для создания музыки и искусства	2. Mubert – https://mubert.com/render Проект существует уже 4 года. Он бесперерывно генерирует музыкальные композиции, используя семплы из библиотеки звуков. Генерация запускается на главной странице через ввод ключевых слов на английском	2. Mubert
3. DeepJ – это нейросеть, которая может создавать музыку в различных жанрах, используя множество алгоритмов искусственного интеллекта	3. Soundraw – https://soundraw.io/create_music Одна из передовых нейросетей. Она даёт вам возможность не просто внести ключевые слова, описывающие будущую мелодию, но и задать жанр, настроение и другие характеристики. Программа предлагает десятки вариантов, которые можно дорабатывать	3. Soundraw
4. FlowMachines – это нейросеть, созданная для генерации музыки на основе стилей и жанров, используя методы генеративной моделирования	4. Melobytes – https://melobytes.com/en/app/melobytes Бесплатный доступ с ограничениями. Демоверсия рассчитана на 5 обращений к сервису в сутки. Подписка. Программа работает с ключевиками на разных языках, интерфейс имеет хороший набор настроек	3. Melobytes
5. Amper Music – это платформа, которая использует нейросети для генерации музыкальных композиций на основе заданных параметров, таких как жанр, настроение и инструменты	5. Humtap – Приложение, разработанное для iPhone. Оно генерирует звуки, опираясь на напетую мелодию. Работает нейросеть бесплатно и особенно полюбилась музыкантам. Им достаточно напеть несколько элементов, как получают уже готовый трек	4. Humtap
6. Jukedeck – это сервис, который использует нейросети для создания оригинальных музыкальных композиций на основе заданных параметров, таких как жанр, настроение	6. AIVA – https://aiva.ai/ Проект стартовал приблизительно 7 лет назад. Он разрабатывался для генерации музыкальных композиций для рекламы, видеоигр или фильмов. Нейросеть создаёт эмоциональные треки с нуля, а также помогает корректировать уже готовые мелодии	5. AIVA
7. AIVA – это нейросеть, которая создает оригинальную музыку в различных жанрах, используя глубокие нейронные сети и методы генеративной моделирования	7. hmusika! – https://huggingface.co/spaces/marcop/musika Простейший стриминговый сервис от Яндекс сейчас научился создавать музыкальные композиции. Интерфейс у него предельно простой, выбор настроек минимальный	6. hmusika!
	MuseNet – https://openai.com/blog/musenet/ Проект от OpenAI создаёт оригинальную, необычную и действительно красивую музыку. Нейросеть обучали сотнями тысяч треков, и она способна генерировать мелодии практически во всех жанрах	7. MuseNet

ТОП 10 НЕЙРОСЕТЕЙ, СОЗДАЮЩИХ МУЗЫКУ В 2023 ГОДУ		
по версии GPT-bot - Telegramm	по версии Яндекс	по версии Googl
8. NSynth – это проект от Google, который создает новые звуки, используя нейросети и синтезаторы	8. Amper Music – https://www.shutterstock.com/discover/ampermusic Достоянная нейросеть, которая помогает создавать музыку к фильмам, видеоиграм, коммерческим проектам и не только. Облачная платформа. Пользователям доступна бесплатная версия. Про-версия позволяет в полной мере оценить возможности программы	8. Amper Music
9. Melodrive – это платформа, которая использует нейросети для создания интерактивной музыки, которая может изменяться в зависимости от действий пользователя	9. MusicLM – https://google-research.github.io/seanet/musiclm/examples/ Проект запустил Google и до настоящего момента не даёт обычным пользователям доступ к нему. Генерации делаются по текстовому описанию. Также нейросеть может взять за основу мелодии, которые наигрывает или напеваает пользователь	9. MusicLM
10. Neural Audio Synthesis – это нейросеть, которая может создавать звуковые эффекты и синтезировать звуки на основе заданных параметров	10. Нейросети, которые пишут музыку по фото 11. Image to Music https://huggingface.co/spaces/fffiloni/img-to-music Вы загружаете картинку и выставляете параметры будущей мелодии: скорость воспроизведения, длительность и тип композиции. После этого запускаете генерацию Typatone . Сгенерировать звуки через нейросеть онлайн Typatone – https://typatone.com/m/CowbiITEEP Генерирует музыку по нажатию клавиш. Создаёт звуковые эффекты. Вводите текст, и каждая буква будет сопровождаться звуками. Можно загрузить текст из стороннего источника AI Duet – https://experiments.withgoogle.com/ai/ai-duet/view/ Программа, позволяющая поиграть на пианино прямо на компьютере. После загрузки появится раскладка.	10. Image to Music – Нейросеть, которая пишет музыку по фото

Заключение

Искусственный интеллект (ИИ) оказал революционное влияние на музыкальные медиа, особенно в отношении таких цифровых медиа-платформ, таких как TikTok, который стал неотъемлемой частью жизни подростков и молодежи. Алгоритмы, работающие на основе ИИ, анализируют предпочтения пользователей в этом приложении, что позволяет формировать гиперперсонализированные пакеты контента. Это приводит к тому, что молодые люди подвергаются воздействию адресно направленных музыкальных трендов, акцентируя их внимание на определенных жанрах и персоналиях, которые активно продвигаются за счет высокой «вирусности» и легкости запоминания [2; 6; 11]. Скорость распространения музыкального контента и легкость его воспроизводства помогают кураторам контента, в том числе из недружественных стран, использовать эти тренды для создания ложных нравственных ориентиров, тем самым оказывая значительное фокусное

воздействие на формирование определенных нравственных ценностей. Вследствие чего молодёжь становится более восприимчивой к музыкальным новинкам, созданным авторами контента с применением технологий искусственного интеллекта. При этом подростки и молодежь ориентируются не столько на свои личные предпочтения, многие стремятся соответствовать цифровым трендам, формирующим культурные образцы модных и желательных стилей жизни и стереотипов поведения, не всегда направленных на формирование патриотизма и культурной идентичности на основе национальных традиций.

Литература

1. Kozinets R. The field behind the screen // *Journal of Marketing Research*. 2002. N 39 (1) p.61
2. Бойд Дана. Все сложно. Жизнь подростков в социальных сетях. Перевод с английского Ю. Каптуревского, под редакцией А. Рябова. Издательский дом Высшей школы экономики Мо-



- сква, 2020. 41 с. doi:10.17323/978-5-7598-1964-6
3. Василенко Л.А., Мещерякова Н.Н. Социология цифрового общества: монография. Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета. 2021. 226 с. ISBN 978-5-4387-1043-1
 4. Дробижина Л. М., Арутюнова Е.М., Евсеева М.А., Кузнецов И.М., Рыжова С.В., Фадеев П.В., Щеголькова Е.Ю., Эндриушко А.А. Российская идентичность и межэтнические отношения. Публичный дискурс и социальная практика: [монография] / Л.М. Дробижина, Е.М. Арутюнова, М.А. Евсеева [и др.]; отв. ред. И.М. Кузнецов, С.В. Рыжова; ФНИСЦ РАН. – М.: ФНИСЦ РАН, 2022. – 434 с.
 5. Зотов В.В., Василенко Л.А. Цифровая трансформация публичного управления: единство сервисно-цифровых и социально-сетевых аспектов // Вопросы государственного и муниципального управления. 2023. № 3. С. 26–47. DOI: 10.17323/1999-5431-2023-0-3-26-47
 6. Кастельс М. Власть коммуникации / пер. с англ. Н.М. Тылевич. – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 591 с. (Переводные учебники ВШЭ). ISBN 978-5-7598-2119-9.
 7. Крыштановская О.В. Бесконтактная социология: новые формы исследований в цифровую эпоху // Цифровая социология / Digital Sociology. 2018 № 1. С. 406.
 8. Мкртумова И.В. От «Троянского коня» до «Пожирателей фейков»: взгляд социолога на образы информационного поведения и манипуляций / В сборнике: Научные исследования в современном мире: проблемы, тренды, перспективы. Сборник статей по итогам Научного профессорского форума 7 февраля 2023. Общероссийская общественная организация «Российское профессорское собрание». 2023. С. 228–236.
 9. Мкртумова И.В. Социологические параметры для оценки информационного поведения «пожирателей фейков» / В Сборнике: Международный Конгресс «Humanities VS Sciences & The knowledge accelerating in modern world: parallels and interaction». 12–16 октября 2022, МИФИ, Москва. 2022. С. 28
 10. Морозов Евгений. Интернет как иллюзия. Обратная сторона сети. Пер. с англ. И. Кригера. АСТ: CORPUS; Москва; 2014. ISBN 978-5-17-084792-1. правообладатель http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=8206286
 11. Назаров М.М. Медиа: Аудиторные тренды. Человек в современной российской медиасреде. – М.: ЛЕНАНД, 2023. – 256 с.
 12. Социальная коммуникация в современном российском обществе: сборник докладов Всероссийской научно-практической конференции (Москва, 20 октября 2022 г.) / Отв. ред. В.А. Мансуров, Т.З. Адамьянц; ред. Е.Ю. Иванова, П.С. Юрьев. – Москва: РОС; ФНИСЦ РАН, 2023–567 с. 1 электрон. опт. диск. (CD-ROM).
 13. Гребняк О.В. Изменяющаяся цифровая сфера в оценках граждан // Российское общество и государство в условиях глобальной многополярности. Социально-политическое положение России в 2022 году: [монография] / Н.В. Березина, И.Я. Богданов, Н.М. Великая [и др.]; отв. ред. В.К. Левашов; ФНИСЦ РАН. – М.: ФНИСЦ РАН, 2023. С. 312–329.
 14. Теркл Шерри. Возвращение к разговору: сила разговора в эпоху цифровых технологий. Нью-Йорк, New York: Penguin Press. 2015. ISBN 9780143109792.
 15. Бузони Ф. Эскиз новой эстетики музыкального искусства / Пер. с немецкого, вступительная статья В. Колумийцева: Учебное пособие. 2-е издание, исправленное. – СПб.: Издательство «Лань», 2019. 40 с. ISBN 978-5-8114-3745-0. (дата обращения: 12.03.2023).
 16. Гирфанова О.В. Музыка в эпоху цифровых технологий // Научное обозрение. Раздел II. Наука и практика: электрон. журн. 2018. № 1. ISSN: 2500-4212.



17. История цифровизации музыки. // technomode.ru [Сайт]. URL: <https://technomode.ru/article/2019/03/20/istoriya-cifrovizacii-muzyki-ot-magnitnoj-zapisi-do-pervogo-robot-a-kompozitora> (дата обращения: 12.03.2023)
18. Никитин А.Е. Эпистемология искусственного интеллекта: автореф. дисс... к.филос.наук. 09.00.01. Архангельск, 2007. 33с.; Смирнов Е.В. Проблема искусственного интеллекта: онтологические и гносеологические аспекты: автореф. дисс... к.филос.н. 09.00.01. Магнитогорск, 2007. 28 с.; Быковский И.А. Философские аспекты проблем создания искусственного интеллекта: дисс... канд.филос.наук. 09.00.01. Саратов, 2003.180 с.
19. Степаненко А.С. Социокультурные и технологические предпосылки искусственного интеллекта: автореф. дисс... доктор филос.наук. Ростов-на Дону, 2007. 33 с

DIGITAL SOCIALIZATION: SYMBIOSIS OF MASS MEDIA AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE AS A CHANNEL OF FOCAL CONSTRUCTION OF VALUE ORIENTATIONS OF YOUTH (SOCIALLY APPROVED OR FALSE)

Mkrtumova I.V.

Plekhanov Russian University of Economics

The article considers digital space as an independent social sphere in which socio-cultural norms, standards of behavior and identity are formed and transformed. The article substantiates the importance of taking into account the influence of artificial intelligence, which has had a revolutionary impact on music mass media, especially in the context of platforms such as TikTok, which has become an integral part of the lives of teenagers and young people. Analyzes the impact of the symbiosis of mass media and artificial intelligence as a channel for the focal construction of socially approved or false value orientations of youth. The results of the author's experiment on the use of neural networks in identifying the most effective in 2023 artificial intelligence neural networks in the creation of musical content are presented. The author of the article asked the same question to the neural network «GPT-bot» (in Telegramm) and two search engines Yandex and Googl. AI-

gorithms powered by artificial intelligence analyze users' preferences and in-app behavior to generate hyper-personalized content packages. This results in young people being exposed to narrowly targeted music trends, focusing their attention on certain genres and artists that are actively promoted due to their high virality and ease of memorization. As a result of such influence, young people become more receptive to musical novelties created by content authors using artificial intelligence technologies, focusing not only on their personal preferences, but also seeking to comply with digital trends that can form ideas about fashionable and desirable lifestyles and patterns of behavior, not always aimed at the formation of patriotism and cultural identity based on national traditions.

Keywords: digital socialization, digital sociology, artificial intelligence, value orientations, focal construction, mass media, fakes.

Reference

1. Kozinets R. The field behing the screen. Journal of Marketing Research. 2002.N 39 (1) p.61.
2. Boyd Dana. It's complicated. Life of teenagers in social networks. Translated from English by Yuri Kapturevsky, edited by Anton Ryabov. Publishing House of the Higher School of Economics Moscow, 2020. 41 З. doi:10.17323/978-5-7598-1964-6 (In Russian).
3. Vasilenko L.A., Mescheryakova N.N. Sociology of digital society: a monograph. Tomsk Polytechnic University. Tomsk: Izdvo Tomsk Polytechnic University. 2021. 226 p. ISBN 978-5-4387-1043-1 (In Russian).
4. Drobizheva L. M., Arutyunova E.M., Evseeva M.A., Kuznetsov I.M., Ryzhova S.V., Fadeev P.V., Shchegolkova E. Yu.A. Russian identity and interethnic relations. Public discourse and social practice: [monograph] L.M. Drobizheva, E.M. Arutyunova, M.A. Evseeva [et al]; ed. by I.M. Kuznetsov, S. S. . M. Kuznetsov, S.V. Ryzhova; FNISC RAS. M: FNISC RAS, 2022. – 434 p. (In Russian).
5. Zotov V.V., Vasilenko L.A. Digital transformation of public administration: the unity of service-digital and social-network aspects. Voprosy gosudarstvennogo i munitsialnogo upravleniya. 2023. № 3. 26–47 p. DOI: 10.17323/1999-5431-2023-0-3-26-47 (In Russian).
6. Castells M. Power of communication. Transl. from Engl. by N.M. Tylevich. Moscow: Pub-



- lishing House of the Higher School of Economics, 2020. 591 p. (Translated textbooks of the Higher School of Economics). ISBN 978-5-7598-2119-9. (In Russian).
7. Kryshatanovskaya O.V. Non-contact sociology: new forms of research in the digital age // *Digital Sociology / Digital Sociology*. 2018 № 1. 406 p. (In Russian).
 8. Mkrtumova I.V. From «Trojan Horse» to «Fake Eaters»: a sociologist's view on the images of information behavior and manipulation. In the collection: *Scientific research in the modern world: problems, trends, prospects*. Collection of articles based on the results of the Scientific Professor Forum February 7, 2023. All-Russian public organization «Russian Professors' Assembly». 2023. 228–236 p. (In Russian).
 9. Mkrtumova, I.V. Sociological parameters to assess the information behavior of «fake eaters» In Collection: *International Congress «Humanities VS Sciences & The knowledge accelerating in modern world: parallels and interaction»*. October 12–16, 2022, MEPhI, Moscow. 2022. p. 28 (In Russian).
 10. Evgeny Morozov. *Internet as an Illusion. The Reverse Side of the Network*. Per. s Engl. I. Krieger. AST: CORPUS; Moscow; 2014. ISBN 978-5-17-084792-1. правообладатель http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=8206286 (In Russian).
 11. Nazarov M.M. *Media: Audience Trends. Man in the modern Russian media environment*. M.: LENAND, 2023. 256 p. (In Russian).
 12. *Social communication in modern Russian society: a collection of reports of the All-Russian scientific and practical conference (Moscow, October 20, 2022)*. Edited by V.A. Mansurov, T.A. Mansurov. A. Mansurov, T.Z. Adamyants; eds. E. Yu. Ivanova, P.S. Yuryev. Moscow: ROS; FNISC RAS, 2023. 567 p. 1 electron. optical disk. (CD-ROM). (In Russian).
 13. Grebnyak O.V. Changing digital sphere in the assessments of citizens. Russian society and state in the conditions of global multipolarity. *Socio-political situation of Russia in 2022: [monograph]*. N.V. Berezhina, I.Y. Bogdanov, N.M. Velikaya [et al.]; ed. by V.K. Levashov. K. Levashov; FNISC RAS. M.: FNISTS RAN, 2023. 312–329 p. (In Russian).
 14. Turkle Sherry. *Reclaiming the conversation: the power of conversation in the digital age*. New York, New York: Penguin Press. 2015. ISBN 9780143109792.
 15. Busoni F. *Sketch of a new aesthetics of musical art*. Per. from German, introductory article by V. Kolomiitsev: Study guide. 2nd edition, corrected. St. Petersburg: Lan Publishing House, 2019. 40 p. ISBN 978-5-8114-3745-0. (Date of reference: 12.03.2023). (In Russian).
 16. Girfanova O.V. *Music in the era of digital technologies*. *Scientific Review*. Section II. *Nauka i praktika: electron. journal*. 2018. no. 1. ISSN: 2500-4212. (In Russian).
 17. *History of digitalization of music*. // *technomode.ru* URL: <https://technomode.ru/article/2019/03/20/istoriya-cifrovizacii-muzyki-ot-magnitnoj-zapisi-do-pervogo-robotakompozitora> (access date: 12.03.2023) (In Russian).
 18. Nikitin A.E. *Epistemology of artificial intelligence: autoref. dissertation...k.philos.nauk*. 09.00.01. Arkhangelsk, 2007. 33 p.; Smirnov E.V. *The problem of artificial intelligence: ontological and gnoseological aspects: autoref. diss... candidate of philos.n*. 09.00.01. Magnitogorsk, 2007. 28 p.; Bykovskiy I.A. *Philosophical aspects of the problems of creation of the artificial intelligence: dissertation... cand.philos.nauk*. 09.00.01. Saratov, 2003. 180 p. (In Russian).
 19. Stepanenko A.S. *Socio-cultural and technological prerequisites of artificial intelligence: autoref. dissertation... doctor of philos.nauk*. Rostov-on-Don, 2007. 33 p. (In Russian).

Организационная культура как фактор формирования инновационного поведения сотрудников предприятия

Ян Чжичэн,

аспирант, кафедры управления персоналом, МГУ имени М.В. Ломоносова
E-mail: cbwyzb@163.com

Организационная культура – это важная часть системы менеджмента предприятия, формирование и развитие которой является открытой и неоднозначной задачей как в теории, так и на практике. Суть проблемы связана с ее влиянием на функционирование субъекта хозяйствования во всей ее полноте и, в частности, на инновационный вектор развития, который на сегодняшний день является неотъемлемым элементом успеха. В данном контексте статья посвящена рассмотрению особенностей и отличительных черт организационной культуры, которая будет способствовать формированию инновационного поведения сотрудников предприятия. В процессе исследования формализована модель взаимосвязи организационной культуры и инновационной активности персонала, рассмотрена типология культуры и наиболее благоприятные для творческой деятельности ее формы. Отдельный акцент сделан на факторах, которые снижают восприимчивость инноваций со стороны персонала и препятствуют практическому интересу к новым открытиям.

Ключевые слова: организационная культура, персонал, инновации.

В настоящее время предприятиям приходится работать в условиях постоянно растущей глобальной конкуренции, меняющихся запросов потребителей, стремительных технических изменений и неопределенности. В данном контексте инновации являются важнейшим компонентом прогресса, эволюции и успеха для любого субъекта хозяйствования, они позволяют превзойти конкурентов и занять ведущее положение в отрасли. Инновационное мышление персонала также дает возможность лучше реагировать на непредвиденные обстоятельства и проблемы, которые неизбежно возникают на пути развития бизнеса [1]. Эмпирические исследования подтверждают положительную связь между инновациями и эффективностью деятельности предприятий (см. рис. 1).

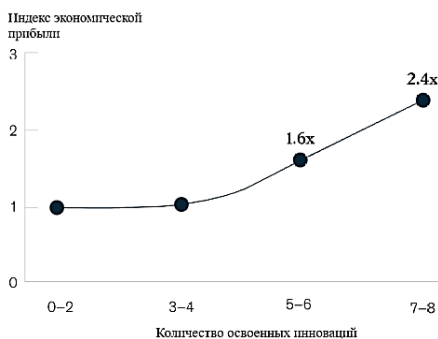


Рис. 1. Рост прибыли, полученный за счет освоенных инноваций [2]

Учитывая важность инноваций для обеспечения высоких результатов всех производственных процессов, в ряде научных публикаций ученые обосновывали детерминанты, которые имеют существенное влияние на повышение эффективности инновационной деятельности. На сегодняшний день к числу наиболее значимых факторов относится организационная культура [3]. Многие эксперты и аналитики проводили исследования влияния организационной культуры и ин-

новаций на эффективность деятельности предприятия на примере компаний «голубых фишек» и многонациональных корпораций. Было обнаружено, что сильная организационная культура оказывает значительное воздействие на разработку и обоснование стратегии, что имеет решающее значение для ее успешной реализации [4].

В данном контексте не подлежит сомнению тот факт, что для обеспечения развития предприятия необходимо, чтобы менеджеры были инициативны и постоянно заинтересованы в инновационной деятельности самого разного характера – от новаторских и пионерских инноваций до незначительных модернизаций, приносящих ощутимый эффект. Компании, которые хотят быть инновационными, должны преобразовать свою организационную культуру таким образом, чтобы она носила проинновационный характер. Поскольку организационная культура влияет на поведение сотрудников, ее эффективное построение может привести к тому, что персонал будет воспринимать инновации как фундаментальную ценность работы предприятия и чувствовать себя более вовлеченным в нее.

С учетом вышеизложенного сегодня для многих специалистов в сфере управления персоналом пришло осознание необходимости коренных изменений в кадровом менеджменте, что диктуется потребностью внедрения инновационной модели развития, создания мощных стимулов к росту профессионализма, обновлению и созданию новых знаний. В тоже время следует констатировать тот факт, что в настоящее время зачастую на предприятиях развитие организационной культуры отстает от требований инновационных сдвигов, не способствуя созданию действенной инновационной мотивации персонала. Это в свою очередь предопределяет необходимость интенсификации исследований в данном направлении, что и обуславливает выбор темы данной статьи.

Несмотря на то значение, которое придается организационной культуре, как стимулятору инноваций, эмпири-

ческие исследования по этой теме несколько ограничены. Некоторые ученые, к числу которых относятся Денисова И.В., Кануникова М.И., Лесникова О.В., McManus, Hugh; Carvalho, Jo o lvaro; Saraiva, Pedro изучают проблемы инновационной мотивации через призму ограниченного количества составляющих организационной культуры.

Важные характеристики, относящиеся к инновационному потенциалу кадров, и проведение их сравнения с культурными измерениями и типологиями рассматриваются в трудах Баландиной Т.М., Зиновьевой Е.А., Ведрова М.И., Беркутова К.Н., Ahmad, Tufail; Hamid, Ali Raza; Abbas, Ansar; Anwar, Aisha.

Выделению и анализу детерминант, способствующих развитию организационных культур, которые имеют инновационную направленность, посвящены публикации Чаусова Н.Ю., Дробышева Е.Э., Мусаевой А.З., Курбановой Н.З., Barjak, Franz; Heimsch, Fabian; Rass, Lars; Treur, Jan; Kucharska, Wioleta.

Однако, несмотря на широкий круг исследованных, выявленных и проанализированных явлений, условий и факторов, тематика организационной культуры, через призму стимулирования инновационной деятельности предприятия, еще недостаточно изучена. Отдельное внимание заслуживают вопросы, связанные с определением того какая модель или какие типологии моделей в большей степени поддерживают инновации и рост производительности. Также в детальной проработке нуждаются методы и приемы построения модели формирования инновационно-ориентированного типа организационной культуры предприятия.

Таким образом, цель статьи заключается в рассмотрении особенностей и отличительных черт развития организационной культуры, которая будет способствовать формированию инновационного поведения сотрудников предприятия.

Организационная культура определяет то, как следует вести себя сотрудникам предприятия на рабочем месте, в отношениях друг с другом, руководством и клиентами [5]. Эта культура состоит

из общих убеждений и ценностей, которые устанавливаются лидерами, а затем передаются и укрепляются различными методами, в конечном итоге формируя восприятие, поведение (в том числе и инновационное) и понимание персоналом. Организационная культура задает контекст для всего, что делает предприятие. Поскольку отрасли и ситуации существенно различаются, не существу-

ет универсального шаблона культуры, который отвечал бы потребностям всех организаций.

На рис. 2 в схематическом виде представлена формализованная автором взаимосвязь организационной культуры и инновационного поведения сотрудников предприятия, а также компоненты, влияющие на инновационные возможности субъекта хозяйствования.

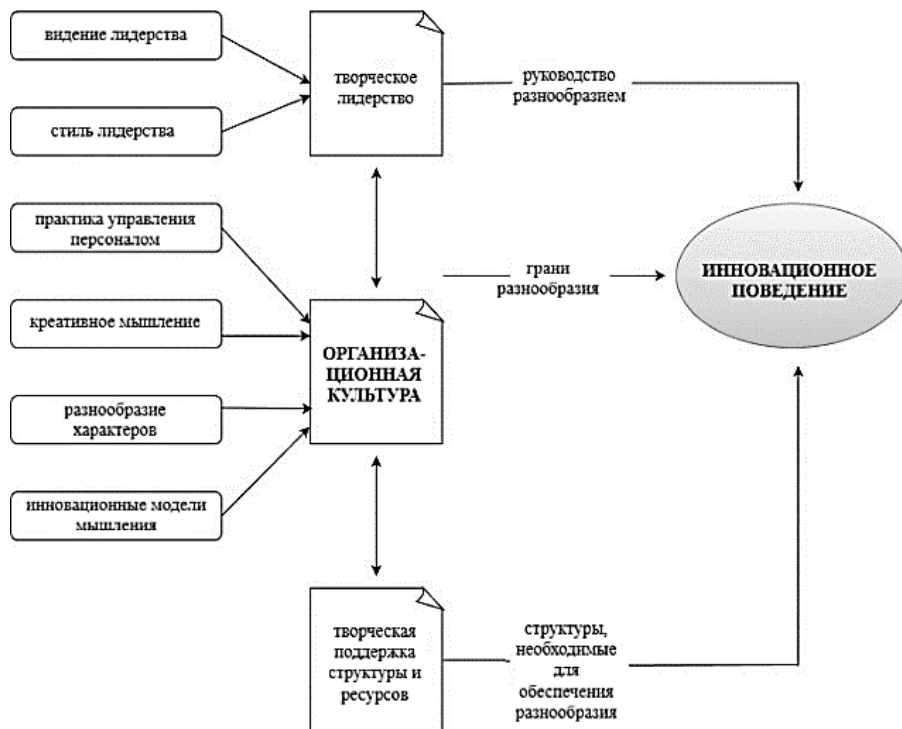


Рис. 2. Взаимосвязь организационной культуры и инновационного поведения сотрудников предприятия

Представленная на рис. 2 модель указывает на то, что менеджерам следует больше уделять внимание лидерству, креативному мышлению, поддержке структуры и ресурсов. Определив эти области, можно разработать изменения для создания инновационных возможностей и стимулирования инновационного поведения персонала предприятия.

На основании изучения разнообразной литературы было установлено, что в научно-экспертном сообществе сегодня нет единого мнения относительно типа организационной культуры, необходи-

мого для активизации творчества и инноваций персонала предприятия.

Традиционно выделяются такие типы организационной культуры как: адхократия, клановая, рыночная и иерархическая [6].

В адхократической культуре акцент делается на гибкости и изменениях, она ориентирована на внешние факторы. Обычно такой тип культуры характерен для предприятий, работающих в динамичных условиях и стремящихся стать лидерами на своих рынках. Ключевыми ценностями адхократической куль-

туры являются креативность, предприимчивость и принятие риска. Клановая культура также подчеркивает гибкость, но она ориентирована на внутренний рынок. Характерными чертами компаний с клановой культурой являются командная работа, вовлеченность сотрудников и корпоративные обязательства перед сотрудниками. Рыночная культура проповедует контроль и стабильность, она ориентирована на внешние факторы. Основными ценностями компаний с такой культурой являются достижение целей, последовательность и конкурентоспособность. И, наконец, иерархическая культура также нацелена на контроль, но сфокусирована на внутренней организации. Ее ключевыми ценностями являются эффективность и строгое следование нормам, правилам и регламентам [7].

Сравнение обозначенных выше характеристик и отличительных черт различных типов организационных культур, позволяет сделать вывод о том, что те из них, которые предполагают определенную гибкость и адаптивность будут способствовать инновациям. Объясняется это тем, что гибкость ассоциируется со свободой, творчеством и принятием риска, в то время как культуры, в которых акцент делается на стабильности и контроле, с большой долей вероятности могут препятствовать инновационному поведению персонала. Более того, по мнению автора, можно ожидать, что культуры, ориентированные на внешние факторы, будут в большей степени способствовать инновационной активности кадров, чем те, которые сосредоточены на внутренних факторах [8].

Таким образом, представляется, что тип культуры, с учетом системы конкурирующих ценностей, который будет в наибольшей степени способствовать инновационному поведению персонала, – это адхократия, т.к. она предполагает гибкость и нацелена на экзогенную среду. В то же время, иерархическая культура не стимулирует творчество и инновационную активность, т.к. этому препятствуют ценности, которые составляют ее основу: внутренняя ориентация, стабиль-

ность и контроль. Помимо этого, в рамках иерархической культуры отсутствуют основополагающие инновационные ценности (свобода, творчество, готовность к риску).

Отдельный акцент необходимо сделать на факторах и характеристиках организационной культуры предприятий, которые снижают восприимчивость инноваций со стороны персонала, препятствуют практическому интересу к творчеству. Эмпирические данные, полученные на различных предприятиях России свидетельствуют о том, что ряд препятствий прежде всего связаны с недостатками оплаты труда и отражают в целом социально неадекватную систему управления персоналом и неэффективную организационную культуру [9]. Среди них наиболее значимыми являются:

- социальная несправедливость в определении вознаграждения за разный труд и разный вклад, отсутствие градации в оплате квалифицированного и неквалифицированного труда, игнорирование в оценке труда приобретенных профессиональных навыков и знаний,
- завышены должностные оклады отдельных работников, которые лично «приближены» к руководству или являются членами семей собственников предприятия;
- отсутствие критериев оценки труда с элементами творчества (в частности, его творческой составляющей);
- противодействие со стороны трудового коллектива (профсоюзов) в вопросах внедрения более прогрессивных моделей оплаты с целью стимулирования интеллектуального творчества;
- демотивирующий (преимущественно административный) стиль руководства, консерватизм, распространение бюрократизма, ошибок администрации в вопросах трудовой мотивации, унижение работников, нежелание прислушиваться к их мнению;
- отсутствие внимания руководства к социальным проблемам изобретателей и созданию необходимых условий для экспериментов;

- неопределенность сфер компетенции и ответственности работников, которые занимаются трудом, требующим технического творчества, нечеткая постановка целей, ограниченность ресурсного (в частности, информационного) обеспечения такого труда;
- недостаточное делегирование полномочий руководителям подразделений в инновационном процессе;
- слабая подготовленность руководящего состава персонала в вопросах маркетинга, инновационного менеджмента, неосведомленность в мировых достижениях НТП, в вопросах корпоративной культуры, ограниченность доступа к новой информации;
- нежелание ряда работников переучиваться и повышать свой уровень квалификации (даже при наличии возможности обучаться).

Основываясь на вышеизложенном, считаем, что для формирования организационной культуры, которая будет стимулировать и поддерживать инновационное поведение сотрудников предприятия необходимо: во-первых, приложить все усилия для развития стабильной культуры адхократии; во-вторых, для преодоления сопротивления изменениям и повышения творческой активности следует изменить подходы к управлению персоналом и переориентировать их на стратегические, при этом широко используя такие организационно-культурные элементы влияния на сознание работников как: миссия, видения, ценности; в-третьих, расширение практики, которая поддерживает открытые и прозрачные коммуникации, основанные на доверии, что будет иметь положительное влияние на поощрение творчества и инноваций в рабочей среде.

Резюмируя полученные результаты, отметим, что на творческую и инновационную деятельность персонала предприятия оказывает большое влияние сложившаяся организационная культура и такие ее элементы как ценности, нормы и убеждения. Их воздействие может быть как положительным, так и отрицательным. Основными детерминантами, которые определяют характер

влияния являются: стратегия, структура, поддерживающие механизмы, модели поведения и коммуникации. Поскольку предприятие является открытой системой, детерминанты могут пересекаться и взаимодействовать между собой. Поэтому условия функционирования каждого субъекта хозяйствования требуют индивидуального подхода к созданию организационной культуры, стимулирующей инновации и творчество, с учетом всех значимых ситуационных факторов.

Литература

1. Солнышкина М.Г. Профессиональная социализация и организационная культура предприятия / М.Г. Солнышкина, С.Ю. Николаев // Горизонты гуманитарного знания. – 2021. – № 3. – С. 11–17.
2. Organizational culture and social equity: an experiential guide / edited by Angela Kline and Stephanie Dolamore. London: Routledge, 2023. 130 p.
3. Катанова Е.А. Корпоративная культура как основа управления организационным поведением в фирме / Е.А. Катанова // Via Scientiarum – Дорога знаний. – 2022. – № 2. – С. 34–37.
4. Assoratgoon, Waewkane Toward a sustainability organizational culture model / Waewkane Assoratgoon // Journal of cleaner production. – 2023. – Volume 400. – pp 78–84.
5. Муратов Р.И. Организационная культура как фактор эффективности управления персоналом / Р.И. Муратов, М.Э. Черанева // Теория и практика современной науки. – 2022. – № 11 (89). – С. 101–104.
6. How organizational culture boosts strategic flexibility: Market orientation and industry 4.0 enhance the effect // Strategic direction. – 2023. – Volume 39. – Number 8. – pp 9–11.
7. Куланова Д.А. Влияние организационной культуры на инновационную деятельность / Д.А. Куланова // Вестник научных конференций. – 2023. – № 3–2 (91). – С. 50–51.
8. Калюжный А.С. Организационная культура как условие экономической безопасности предприятия / А.С. Ка-



люжный // Экономика и предпринимательство. – 2023. – № 4 (153). – С. 908–911.

9. Operational excellence, organizational culture, and agility: bridging the gap between quality and adaptability // Total quality management & business excellence. 2023. Volume 34: Number 11–12; pp 1598–1628.

ORGANIZATIONAL CULTURE AS A FACTOR OF FORMATION OF INNOVATIVE BEHAVIOR OF EMPLOYEES OF THE ENTERPRISE

Yang Zhicheng

Lomonosov Moscow State University

Organizational culture is an important part of the enterprise management system, the formation and development of which is an open and ambiguous task both in theory and in practice. The essence of the problem is associated with its influence on the functioning of the business entity in its entirety and, in particular, on the innovative activity of personnel, which is today an essential element of success in the market. In this context, the article is devoted to the consideration of features and distinctive features of organizational culture development, which will contribute to the formation of innovative behavior of employees of the enterprise. The article presents the author's model of innovative activity of personnel and organizational culture of the enterprise. The author identifies different types of culture and identifies which of them contribute to the development of innovation. In addition, it describes the determinants of organizational culture, which negatively affect the susceptibility of personnel to innovation and inhibit the interest of employees in research and discovery.

Keywords: Organizational culture, personnel, innovations.

References

1. Solnyshkina M.G. Professional socialization and organizational culture of an enterprise / M.G. Solnyshkina, S. Yu. Nikolaev // Horizons of humanitarian knowledge. – 2021. – No. 3. – S. 11–17.
2. Organizational culture and social equity: an experiential guide / edited by Angela Kline and Stephanie Dolamore. London: Routledge, 2023. \$130
3. Katanova E.A. Corporate culture as the basis for managing organizational behavior in a company / E.A. Katanova // Via Scientiarum – The Road of Knowledge. – 2022. – No. 2. – S. 34–37.
4. Assoratgoon, Waewkane Toward a sustainability organizational culture model / Waewkane Assoratgoon // Journal of cleaner production. – 2023. – Volume 400. – pp 78–84.
5. Muratov R.I. Organizational culture as a factor in the effectiveness of personnel management / R.I. Muratov, M.E. Cheraneva // Theory and practice of modern science. – 2022. – No. 11 (89). – S. 101–104.
6. How organizational culture boosts strategic flexibility: Market orientation and industry 4.0 enhance the effect // Strategic direction. – 2023. – Volume 39. – Number 8. – pp 9–11.
7. Kulanova D.A. The influence of organizational culture on innovative activity / D.A. Kulanova // Bulletin of scientific conferences. – 2023. – No. 3. – S. 50–51.
8. Kalyuzhny A.S. Organizational culture as a condition for economic security of an enterprise / A.S. Kalyuzhny // Economics and entrepreneurship. – 2023. – No. 4 (153). – S. 908–911.
9. Operational excellence, organizational culture, and agility: bridging the gap between quality and adaptability // Total quality management & business excellence. 2023. Volume 34: Number 11–12; pp. 1598–1628.

Кризис семьи в западноевропейских странах (обществе) и проблемы демографии

Королева-Конопляная Галина Иосифовна,

доктор политических наук, профессор, Московский экономический институт
E-mail: koroleva-1944@mail.ru

Основная функция семьи, как социального института, состоит в продолжении человеческого рода, а значит в решении демографической ситуации в стране. Но в западноевропейском обществе в настоящее время приоритеты от традиционных семейных ценностей резко поменялись в сторону легализации свободных отношений, однополых браков и чайлдфри, что приводит к проблемам демографии, выраженной в старении населения и снижению рождаемости детей. Актуальность исследования обусловлена трансформационными процессами в современном западноевропейском обществе, где изменение уровня жизни, появление прагматизма, трансформация семейных отношений и культурных ценностей людей приводит к тому, что происходит стагнация института брака и семьи. Как результат появляется тенденция сокращения числа людей возрастом старше 25–30 лет, которые имеют семейные узы, детей и/или планируют их появление. Для государства институт семьи является социальной ценностью, которая обеспечивает реализацию национального интереса по обеспечению решения проблем демографии. В научной статье рассмотрена актуальная проблема в современном западноевропейском обществе, как кризис семьи, по причине которого появляются проблемы демографии в странах. Определена практическая роль института семьи в западноевропейском обществе. Проанализированы тенденции и трансформационные изменения, которые появляются в современном обществе стран Западной Европы. Определены практические аспекты влияния кризиса семьи на формирование проблем в области демографии.

Ключевые слова: кризис семьи; семья; западноевропейские страны; демографический кризис; проблемы демографии; проблемы семьи; институт брака.

Период XXI-го столетия характеризуется замедлением темпов социального развития и экономического роста в странах Западной Европы. Несмотря на то, что уровень качества жизни населения вырос до максимальных значений, являясь бенчмарком для других стран и регионов, сохраняются проблемы в обществе, несущие угрозы для цивилизационного развития западноевропейского общества. Когда в социуме наблюдаются комфортные условия для личного развития и самореализации, а также для ведения любой жизнедеятельности, у людей возникает понимание безопасности и материально-финансовой обеспеченности, которая, в том числе, гарантируется государством.

И именно в таких условиях возникает предпосылка для формирования кризиса семьи, в результате чего формируются проблемы демографии, как старение населения и низкая рождаемость. Ведь издавна институт семьи считался партнерством, где формировались семейные узы между женщиной и мужчиной для продолжения рода, ведения совместного домашнего хозяйства, обеспечения безопасности и т.д. Однако поскольку многие базовые потребности в западноевропейских странах гарантированы и так, для многих людей изначальная роль института семьи становится не актуальной.

Актуальность темы обусловлена не только трансформационными процессами, происходящими в Западной Европе, касающихся кризиса семьи и как следствие демографии, но и тем, что опосредованно эти процессы затрагивают наше российское общество. Мы вынуждены принимать законодательные акты, чтобы уберечь, прежде всего молодое поколение, от пагубного влияния подобных западных ценностей.

Поэтому целью научной статьи выступает проведение анализа актуальной проблемы в современном западноевро-



пейском обществе, как кризис семьи, по причине которого появляются проблемы демографии в данных странах.

Семья как основанное на браке и кровном родстве объединение людей, связанных общим бытом и взаимной ответственностью является базовой предпосылкой функционирования социума, неотъемлемым звеном в механизме жизнедеятельности и демографического воспроизводства поколений. Ее значение столь важно, что семью иногда определяют, как «первоэлемент общества» [1].

В самом общем виде традиционной семьей можно считать семью, выполняющую социальные функции семьи: демографическую, воспитательную, экономическую, хозяйственно-бытовую, социально-культурную, социально-статусную, первичного социального контроля, духовную, эмоциональную, досуговую. Это функциональное определение традиционной семьи [3].

В структуре семьи можно выделить три взаимосвязанных блока отношений:

- природно-биологические;
- экономически-бытовые;
- духовно-психологические.

Сегодня европейское семейное право подходит к достаточно гибкому пониманию семьи и семейной жизни в целом. По мнению специалистов, семья в ее традиционном понимании подвергается серьезным изменениям, сужаются ее функции, как следствие, снижается рождаемость, появляются новые формы брачно-семейных отношений – однополые браки, гражданский брак, семьи с одним родителем и т.д. [2].

Современная реальность стран Западной Европы такова, что практически половина активного репродуктивного населения (от 18 до 39 лет) отказываются от вступления в брак. Примечательно, что многие из них вообще не признают каких-либо долговременных связей с противоположным полом. Появление феномена добровольной бездетности большинством исследователей связывается с расширением выбора демографического поведения, ростом индивидуализации, нравствен-

ной относительностью, ценностным нигилизмом.

Кроме того, еще одним из последствий изменения в западноевропейском обществе семейно-ценностных ориентаций является так называемый феномен чайлдфри, буквальный перевод которого означает «свободные от детей». Данная модель супружеских отношений подразумевает семейные пары, живущие активной сексуальной жизнью, которые сознательно отказываются от рождения детей [9].

Главными причинами формирования кризиса института семьи в западноевропейском обществе выступают [5; 6]:

- плюрализация допустимых форм брака и сексуального партнерства;
- гиперэмансипация женщин и феминизация мужчин;
- гендерная нейтральность;
- чайлдфризм;
- родительская безответственность в вопросах воспитания детей;
- появление детской безнадзорности и преступности.

По нашему мнению, роль института семьи в современном обществе западноевропейских странах значительно уменьшается, поскольку происходит не только снижение рождаемости, но и изменение ценностных ориентаций, когда, к примеру, мальчиков воспитывают, как девочек, и наоборот.

Серьезной угрозой для института семьи в странах Западной Европы имеет легализация однополых браков. Обращаясь к эволюции конституционных норм об однополых союзах, можно отметить, что впервые вопросы легализации однополых отношений начали ставиться в 70-х годов XX века. Так, в 1979 году в Нидерландах был принят закон, легализовавший нерегистрируемые сожительства, статус которых впоследствии только расширился, пока 1 апреля 2001 года не были легализованы однополые браки. Эта страна стала первой, где однополые супруги наделялись равными правами с разнополыми парами во всех аспектах семейной жизни, включая возможность усыновления детей.

В 1980-х – начале 1990-х годов незарегистрируемые сожительства получили свое законодательное регулирование (Дания, Норвегия, Испания, Швеция и т.д.). В конце 1990-х годов свое закрепление получили регистрируемые партнерства и гражданские союзы (Бельгия, Исландия). А с начала 2000-х годов распространение получили гражданские союзы и однополые браки.

Приравнение однополых браков к традиционным означает беспрецедентную «смену вех» в отношении универсальности одного из самых продолжительных социальных институтов, каким является человеческий брак/семья. С этого момента под браком предлага-

ется понимать цисгендер, куда, кроме гомосексуального, трансгендерного и пр., как частный случай входит и традиционный брак. Имея в виду укорененность традиционной формы брака/семьи в самом механизме формирования и существования человеческой цивилизации, приходится констатировать: данная революция распространения легализации однополых браков влечет очевидные деструктивные последствия для социума на его современном этапе.

Также среди причин кризиса семьи в западноевропейских странах – это незарегистрированные брачные отношения. Статистика по странам изображена на Рис. 1.

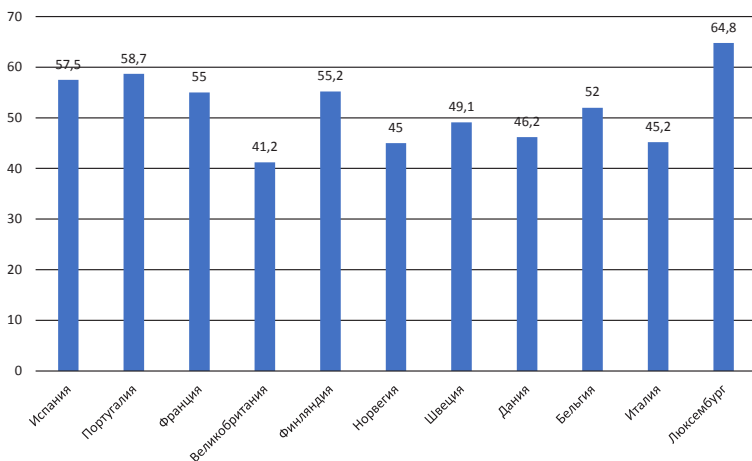


Рис. 1. Рейтинг стран Европы с незарегистрированными брачными отношениями, в% от общего числа отношений

Таким образом, более половины стран западноевропейского общества имеют численность незарегистрированных брачных отношений больше, чем те, которые зарегистрированы, как официальная семья.

В результате современная модель семьи в западноевропейских странах имеет следующий вид:

- увеличивается роль формы гражданского брака (без юридической силы);
- максимальная свобода по заключению и расторжению брака;
- равные права между мужчинами и женщинами в брачных и семейных отношениях;

- увеличивается роль малодетных и бездетных семей;
- появление проблемы бесплодия.

Старшие поколения везде в Европе живут в более традиционном семейном окружении, люди чаще состоят в законном браке, и официальный статус их брака тесно связан с качеством их жизни. В то же время, молодые поколения уже несколько десятилетий экспериментируют с новыми семейными формами. При этом в одних странах такие формы распространены очень широко, в других все еще встречаются относительно редко.

Стоит отметить важность института брака, который не является синонимом



для института семьи, но формирует основу создания семейных уз между людьми. Неслучайно в развитых правовых системах поддержки стабильности и правовой охране института брака в странах Западной Европы уделялось особое внимание. Однако социальная динамика привела к кризису семейных отношений, где разрушаются традиционные институты семьи и брака, а действующее законодательство признает различного рода отношения в качестве альтернативы таким институтам [4; 7].

В контексте семьи возможно рассматривать изменения, происходящие в экономике, технологии, культуре, демографии и пр. как хаос, привносящий в постоянно меняющуюся систему нестабильность, порождая колебания связей между ее элементами. Последние выражаются в сменах функциональных ролей супругов, нуклеаризации семьи, снижении фертильности как женщин, так и мужчин, росте количества разводов, «старении» молодоженов и других изменениях [10].

Кризис семьи в западноевропейских странах приводит к проблеме демографии, что отражается в следующих практических аспектах:

1. Увеличивается социально-экономическое неравенство между семьями, из-за того, что малообеспеченные семьи с детьми остаются без удовлетворения своих базовых потребностей, а богатые семьи с детьми продолжают вкладывать «буржуазность» в свое чадо.
2. Увеличивается численность детей, которые остаются на попечительстве и обеспечении государства.
3. Приобщение детей к алкоголю, наркотикам, проституции и другим формам половой распущенности.
4. Увеличивается количество случаев суицидального поведения и поступков среди детей, подростков и студенческой молодежи.
5. Резкое падение авторитета родителей и появление с ними частых конфликтов.

В силу кризиса семьи как института в современном западноевропейском

обществе возникают вопросы по выработке мер эффективной семейной и демографической политики, призванной устранить или хотя бы свести к минимуму угрозы, связанные с депопуляцией и неадекватной социализацией подрастающих поколений. Для этого нужны экономические, социальные, психолого-педагогические и иные меры, имеющие цель поднять престиж семьи с несколькими детьми, повысить авторитет семейных ценностей в глазах большинства молодых людей [8].

Но в условиях, когда традиционные семейные ценности (брак мужчины и женщины) подвергаются сомнению, принятия законов, легализующих однополые браки и изменения пола с раннего возраста, когда пропаганда ЛГБТ на государственном уровне провозглашается чуть ли не вершиной защиты прав человека – едва ли возможны серьезные изменения в ближайшем будущем. Кризис скорее всего будет углубляться, если политики не осознают пагубность разрушающих общество процессов.

Важно учитывать то, что демографический кризис Западной Европе в целом не грозит из-за больших миграционных потоков и получение ими статусности. А вот цивилизационный, в связи с кризисом семейных отношений, изменением ценностной ориентации в семейных отношениях – очень даже. Из-за распространения практики незарегистрированных брачных отношений, легализация однополых браков, пропаганды многочисленных гендеров и трансгендерности приводит к тому, что культурный код наций западноевропейских стран постепенно исчезает.

Уже большая часть населения во многих государствах Западной Европы – это приехавшие мигранты, зачастую со стран Африки и Ближнего Востока, имеющие свои культурные и религиозные особенности. Появляется внутри общественный конфликт между традиционными ценностями и теми, которые навязываются новой культурой. При этом ее пропаганда происходит с кино, музыки и в социальных сетях. Современная западноевропейская молодежь

становится очень подверженной всем этим проблемам и вызовам, которые могут привести к дальнейшим проблемам демографии и кризиса семьи.

Таким образом, тенденция сокращения числа людей возрастом старше 25–30 лет в странах западноевропейского общества, которые имеют семейные узы, детей и/или планируют их появление приводит к формированию проблем в сфере демографии. Для государства институт семьи является социальной ценностью, которая обеспечивает реализацию национального интереса по обеспечению решения данных проблем, ведь увеличивается рождаемость населения, снижается доля старшего поколения в общей структуре граждан через увеличение показателя последнего. В случае нерешения данных проблем возможен более глобальный кризис, который с демографического перейдет в социальную нестабильность и экономическую стагнацию. Ведь институт семьи позволяет обеспечить государство воспроизводством человеческих ресурсов, которые важны для стимулирования социально-экономического развития.

Литература

1. Джафарова Л.Ш. Правовое регулирование института брака и поддержки семьи в РФ и европейских странах // Наукосфера. 2021. № 10–2. С. 223–228.
2. Пышнова Е.С. Семья как социальный институт в Российской Федерации и европейских странах: сравнительный анализ // Грядущим поколениям завещаем: творить добро в защиту права. 2022. С. 512–519.
3. Якушев П.А. Нормативное закрепление признаков традиционной семьи в законодательстве России и государств Европы на современном этапе // Социально-правовые аспекты трансформации института современной семьи в контексте реализации государственной семейной политики. 2020. С. 292–299.
4. Парий-Сергеенко Е.П. Общее и особенное в развитии института брака в праве стран континентальной Ев-

ропы // Еромен. Global. 2023. № 35. С. 138–156.

5. Синельников А.Б. Семья и брак: кризис или модернизация? // Социологический журнал. 2018. Т. 24. № 1. С. 95–113.
6. Резер Т.М., Григоренко Я.А. Институт семьи как социальная ценность государства в условиях демографического кризиса // Вопросы управления. 2020. № 5 (66). С. 121–131.
7. Вагин Д.Ю., Немова О.А., Жаркова М.В. Семья в современном обществе и воспитательном пространстве: кризис или качественное преобразование // Проблемы современного педагогического образования. 2019. № 65–2. С. 81–85.
8. Носакова Т.В. Причина кризиса семьи в современном обществе и пути его преодоления // Акмеология профессионального образования. 2019. С. 183–187.
9. Сочнева О.И., Мотовиловкер Я.Е. Нетипичные формы семейных отношений: объективная потребность времени или кризис института семьи // Социально-юридическая тетрадь. 2021. № 11. С. 70–85.
10. Бухалова Н.А., Игнатьева Н.Н. Современная семья: кризис или трансформация? // Гуманитарный научный вестник. 2020. № 5. С. 278–284.

FAMILY CRISIS IN WESTERN EUROPEAN COUNTRIES (SOCIETY) AND DEMOGRAPHIC PROBLEMS

Koroleva-Konoplyanaya G.I.
Moscow Economic Institute

The main function of the family, as a social institution, is to continue the human race, and therefore to solve the demographic situation in the country. But in Western European society, at present, priorities from traditional family values have sharply changed towards the legalization of open relationships, same-sex marriage and childfree, which leads to demographic problems expressed in the aging population and a decrease in the birth rate of children. The relevance of the study is due to transformation processes in modern Western European society, where changes in the standard of living, the emergence of pragmatism, the transformation of



family relationships and cultural values of people lead to stagnation of the institution of marriage and family. As a result, there is a tendency to reduce the number of people over 25–30 years of age who have family ties, children and/or are planning to have them. For the state, the institution of family is a social value that ensures the implementation of the national interest in providing solutions to demographic problems. The scientific article examines a pressing problem in modern Western European society, such as a family crisis, due to which demographic problems arise in countries. The practical role of the family institution in Western European society is determined. The trends and transformational changes that appear in modern society in Western Europe are analyzed. The practical aspects of the influence of the family crisis on the formation of problems in the field of demography are identified.

Keywords: family crisis; family; Western European countries; demographic crisis; demographic problems; family problems; institution of marriage.

References

1. Jafarova L.S. Legal regulation of the institution of marriage and family support in the Russian Federation and European countries // *Naukosphere*. 2021. No. 10–2. pp. 223–228.
2. Pyshnova E. S. The family as a social institution in the Russian Federation and European countries: a comparative analysis // *We bequeath to future generations: to do good in defense of the right*. 2022. pp. 512–519.
3. Yakushev P.A. Normative consolidation of the signs of the traditional family in the legislation of Russia and European states at the present stage // *Socio-legal aspects of the transformation of the institution of the modern family in the context of the implementation of state family policy*. 2020. pp. 292–299.
4. Pariy-Sergeenko E.P. General and special in the development of the institution of marriage in the law of the countries of continental Europe // *Epomen. Global*. 2023. No. 35. pp. 138–156.
5. Sinelnikov A.B. Family and marriage: crisis or modernization? // *The Sociological Journal*. 2018. Vol. 24. No. 1. pp. 95–113.
6. Rezer T.M., Grigorenko Ya.A. The institution of the family as a social value of the state in the context of the demographic crisis // *Questions of management*. 2020. No. 5 (66). pp. 121–131.
7. Vagin D. Yu., Nemova O.A., Zharkova M.V. Family in modern society and educational space: crisis or qualitative transformation // *Problems of modern pedagogical education*. 2019. No. 65–2. pp. 81–85.
8. Nosakova T.V. The cause of the family crisis in modern society and ways to overcome it // *The acmeology of vocational education*. 2019. pp. 183–187.
9. Sochneva O.I., Motovilovker Ya.E. Atypical forms of family relations: the objective need of time or the crisis of the institution of the family // *Socio-legal notebook*. 2021. No. 11. pp. 70–85.
10. Bukhalova N.A., Ignatieva N.N. Modern family: crisis or transformation? // *Humanitarian Scientific Bulletin*. 2020. No. 5. pp. 278–284.

Актуальные тенденции развития современного общества

Латышева Наталия Александровна,

кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры Экономической теории и менеджмента, Российский университет транспорта (МИИТ-РОАТ), E-mail: natal59@mail.ru

Ташлыкова Наталья Юрьевна,

канд. филос. наук, доцент, Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина E-mail: tachlikova65@mail.ru

Гарская Елена Сергеевна,

кандидат экономических наук, доцент, кафедра социально-гуманитарных и естественнонаучных дисциплин, ФГБОУ ВО «Великолукская государственная сельскохозяйственная академия» E-mail: egarskaya@mail.ru

Лутошкина Виктория Николаевна,

кандидат педагогических наук, доцент, кафедра общей и социальной педагогики, Институт педагогики, психологии и социологии, Сибирский федеральный университет E-mail: vikkilu@yandex.ru

Белов Андрей Владимирович.

старший преподаватель, Высшая школа промышленного и гражданского строительства, Тихоокеанский государственный университет E-mail: 005319@pnu.edu.ru

социальной структуры, актуализируются проблемы социального и информационного неравенства, проблемы миграции, которые переходят в информационное пространство.

Ключевые слова: общество, общественное развитие, глобализм, цифровая глобализация, общество риска.

Статья посвящена актуальным тенденциям развития современного общества. Современное общество определяется как информационное общество и общество риска. Ключевым свойством современного общества является неопределенность, которая детерминирует различные ситуации риска. Ведущей тенденцией развития современного мира являются процесс глобализации, осуществляющийся на общемировом, континентальном и региональном уровнях. Глобализационные процессы современного общества привели к интенсификации миграционных процессов, к развитию межэтнических противоречий и конфликтов, к формированию мозаичной культуры. Современное общество является информационным обществом, в котором меняется идеология общественного развития. Важнейшими факторами, определяющими общественное развитие в настоящее время, являются контроль сетевой инфраструктуры и информационных потоков, создание информационного пространства. В современном информационном обществе происходят качественные трансформации



Общественное развитие является сложным процессом, который детерминирован многообразием факторов, имеющих собственную специфику на разных исторических этапах развития. Современный этап развития общества связан с глобализацией, с информатизацией и цифровой глобализацией социокультурной и социально-экономической сфер общественных отношений, для которых характерны интенсивное развитие процессов коммуникации, увеличение количества социальных институтов и степени их воздействия на человека, усложняющих социальную структуру общества. Признавая наличие рисков, сложный и неоднозначный характер общественного развития, важным становится социологический анализ актуальных тенденций развития современного общества.

Современное общество называют обществом риска, поскольку «многообразие новшеств, как в социально-политической, так и в производственной сфере, увеличение количества транснациональных корпораций, симулякризация культурного пространства вызвали к жизни новые, доселе невиданные и неизвестные риски» [2, с. 77]. Социальная, природная, техногенная и другие сферы современного общества содержат в себе потенциальные опасности и риски, которые существуют объективно. Базовым свойством современного общества является неопределенность, которая детерминирует ситуацию риска, требует оценки и принятия решений по снижению угроз и рисков [1]. Современное общество риска характеризуется нивелированием присущих индустриальному обществу социальных институтов и форм, трансформацией традиционных гендерных и семейных отношений, что сопровождается закономерными противоречиями и социальными проблемами общественного развития. Современное общество сталкивается с разнообразными напряжениями системы, которые образуются «вследствие тенденций дезорганизации в функционировании тех или иных значимых социальных институтов и подсистем» [3, с. 61].

Ведущей тенденцией развития современного общества являются процесс глобализации, который в настоящее время представляет собой процесс эволюции цивилизации, осуществляющийся на общемировом, континентальном и региональном уровнях. Процесс глобализации представляет собой интеграционный процесс, затрагивающий все сферы жизнедеятельности народов и государств. Глобализация представляет процесс «формирования единого мирового финансового, информационного и психологического пространства... формирует и расширяет глобальную информационную сферу, стирая государственные, национальные границы и различные барьеры» [4, с. 10]. Глобализационные процессы современного мира привели к интенсификации миграционных процессов, «усугубили наметившиеся в рамках мозаичной культуры негативные тенденции, поскольку сама мозаичность увеличивает количество элементов культурной мозаики» [2, с. 70–71]. Миграция, оказывающая воздействие на общественную среду принимающих стран, зачастую входит в противоречия с интересами социальных групп, тем самым являясь причиной межэтнических конфликтов. Миграционные потоки оказывают влияние на «техническую и экономическую сферу, модернизацию страны, межкультурные связи населения, его этнокультурную особенность, на власть различного уровня, спектр политических институтов, трудовую сферу, рынок, занятость, безработицу, бюджет государственного и муниципального уровней» [5, с. 20]. Миграционные потоки приводят к трансформации социокультурной сферы общества принимающих стран, поскольку «столкновение систем ценностей, норм и правил поведения неизбежно создает социальную напряженность на всех уровнях функционирования общества» [5, с. 40].

Другой важной тенденцией развития современного общества является глобальная цифровизация общественной и экономической жизни, бурный рост информационных, коммуникационных технологий и процессов циф-

ровизации, которые обусловили прогрессирующие изменения в экономической, социальной, культурной и политической сферах общества. Цифровизация представляет собой процесс эволюции экономических, социальных, производственных, технологических, организационно-управленческих и других отношений внутри общества, изменение их субъективно-объективной ориентированности, вызванная развитием информационно-коммуникационных технологий. Эти процессы отражаются как на общемировой, так и на региональной специфике общественного развития, поскольку уровень развития сетевых технологий и их интеграция в различные области общественной жизни на одних территориях и их недостаточное развитие на других территориях в современном обществе определяет производственное, экономическое, культурное развитие. Поэтому контроль сетевой инфраструктуры и информационных потоков, создание информационного пространства является важнейшими факторами, определяющими общественное развитие в настоящее время. В экономико-политической сфере информационного общества актуальными тенденциями развития являются становление цифровых рынков и экономик, развитие электронного государства, необходимость инвестиций в инфокоммуникационные технологии, что позволяет использовать новые модели информационного взаимодействия между субъектами социальных отношений [3; 4].

Данные процессы обусловлены тем, что современное общество является информационным обществом, то есть «состояние развития общественных и, прежде всего, производственных отношений, при котором основная часть валового продукта создается не за счет материального производства, а на основе создания и продажи наукоемких технологий, информационных продуктов, то есть результатов интеллектуального труда граждан» [4, с. 8]. Информационное общество меняет идеологию общественного развития, которая предполагает «кардинальные изменения в систе-

ме информационной политики субъекта социально-политических отношений и в его стратегии поведения в информационном обществе» [4, с. 8–9]. Характеризуя основные тенденции развития информационного общества, исследователи отмечают, что информационное общество представляет собой новую историческую стадию развития цивилизации, на которой «главными продуктами производственной деятельности являются информация и знания. Сфера услуг в таком обществе имеет приоритетное развитие, преобладает над объемом промышленного производства и производством сельскохозяйственной продукции. Формируются новые элиты – сциентисты и технократы, возрастает численность людей, занятых в сфере услуг». То есть в современном информационном обществе происходят качественные трансформации социальной структуры. При этом развитие информационного общества сопряжено и с рисками, в качестве которых «целесообразно рассматривать риск и дезорганизацию, возникших вследствие высоких скоростей социальных изменений» [3, с. 62]. Развитие информационного общества, таким образом, сопряжено с возникновением противоречий между инерционным функционированием социальных институтов и высокой интенсивностью социальных трансформаций.

Следует отметить, что в современном мире актуализируются и социально-экономические проблемы общественного развития. В современном глобальном информационном обществе возникают противоречия, которые ведут к образованию социальных проблем, связанных с социальным неравенством, основной чертой которого является индивидуализация социального неравенства [1]. Одна из наиболее острых социально-экономических проблем современного мира – бедность значительного числа населения и высокий уровень социального расслоения. Социальное расслоение общества является ключевой проблемой социологии. Основными критериями неравенства являются различия в собственности, власти и статусе. Бед-



ность определяется как «социально-экономическое положение индивидов и социальных групп, которое предполагает невозможность удовлетворения определенной совокупности минимальных потребностей, необходимых для полноценной жизни, сохранения состояния трудоспособности, продолжения рода» [3, с. 41–42]. Другой важной проблемой развития современного информационного общества является информационное неравенство, оказывающее влияние на структуру общественных отношений [3]. Проблема информационного неравенства является актуальной для современного глобального социума, что требует реализации социальных проектов по снижению негативных последствий информационного неравенства для общественного развития. Трансформации социальных систем, связанных с цифровой глобализацией и информатизацией общественно-экономической жизни, произошедшие за последние десятилетия, оказали влияние «на общественные процессы, породили новые проблемы, связанные с возникновением проявлений новых видов неравенства в социальной среде, в том числе в информационной сфере» [3, с. 88].

Другой актуальной проблемой развития современного общества являются риски межэтнических напряжений и конфликтов, связанные с интенсификацией миграционных потоков. У мигрантов как представителей иной культуры зачастую происходит «нарушение механизмов социальной идентификации, в том числе этнической и гражданской, что резко снижает возможности интеграции мигрантов в другую культуру» [5, с. 40] и приводит к образованию межэтнической напряженности и межэтнических конфликтов. В условиях информационного общества социальное напряжение и социальные конфликты, в том числе межэтнические конфликты «переходят в информационную сферу, часто становятся элементом виртуальной, информационно-компьютерной сферы» [5, с. 63], оказывая значительное влияние на социокультурную систему общества в целом.

Таким образом, современное общество характеризуется высокими динамическими характеристиками, с постоянно усложняющимся полем социально-структурных элементов. Актуальные тенденции развития современного общества связаны с процессами глобализации, происходящей научно-технической, социально-коммуникационной трансформацией, с интенсификацией миграционных потоков, принципиально изменяющих облик социальной структуры общества.

Литература

1. Бехманн Г. Современное общество как общество риска // *Философия и общество*. – 2007. – № 1. – С. 26–46.
2. Гаршин Н.А. Деформация толерантности в условиях «общества риска»: диссертация ... кандидата философских наук: 09.00.11. – Воронеж, 2021. – 165 с.
3. Зенин К.А. Инновационные формы развития общества и проблема социального неравенства в современной России: диссертация ... кандидата Социологических наук: 22.00.04. – Краснодар, 2016. – 178 с.
4. Манойло А.В. Государственная информационная политика в особых условиях: монография. – М.: МИФИ, 2003. – 388 с.
5. Миграционные риски как фактор возникновения конфликтов: евразийский и европейский опыт решения: монография / Р.Р. Фахрутдинов, В.Т. Сакаев, Р.И. Измайлов и др. – Казань: Издательство Казанского университета, 2020. – 252 с.

CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF MODERN SOCIETY

Latysheva N.A., Tashlykova N. Yu., Garskaya E.S., Lutoshkina V.N., Belov A.V.

Russian University of Transport (MIIT-ROAT), Russian State University named after A.N. Kosygin (Technologies. Design. Art), State Agricultural Academy of Velikie Luki, Siberian Federal University, Pacific State University

The article is devoted to current trends in the development of modern society. Modern society is



defined as an information society and a risk society. A key property of modern society is uncertainty, which determines various risk situations. The leading trend in the development of the modern world is the process of globalization, which takes place at the global, continental and regional levels. The globalization processes of modern society have led to the intensification of migration processes, to the development of interethnic contradictions and conflicts, and to the formation of a mosaic culture. Modern society is an information society in which the ideology of social development is changing. The most important factors determining social development at present are the control of network infrastructure and information flows, and the creation of an information space. In the modern information society, qualitative transformations of the social structure are taking place, problems of social and information inequality, migration problems are becoming actual, which are moving into the information space.

Keywords: society, social development, globalism, digital globalization, risk society.

References

1. Bechmann G. Modern society as a risk society // *Philosophy and Society*. – 2007. – No. 1. – pp. 26–46.
2. Garshin N.A. Deformation of tolerance in a “risk society”: dissertation ... candidate of philosophical sciences: 09.00.11. – Voronezh, 2021. – 165 p.
3. Zenin K.A. Innovative forms of development of society and the problem of social inequality in modern Russia: dissertation ... Candidate of Sociological Sciences: 22.00.04. – Krasnodar, 2016. – 178 p.
4. Manoilo A.V. State information policy in special conditions: monograph. – M.: MEPhI, 2003. – 388 p.
5. Migration risks as a factor in the emergence of conflicts: Eurasian and European experience in resolving them: monograph / R.R. Fakhrutdinov, V.T. Sakaev, R.I. Izmailov et al. – Kazan: Kazan University Publishing House, 2020. – 252 p.



Медийная социализация молодежи в условиях цифровизации: мета-анализ китайских и российских исследований

Ли Цзяньхуэй,

аспирант факультета социологии, Санкт-Петербургского государственного университета
E-mail: 954424314@qq.com

Социализация человека – это процесс, в ходе которого человек получает социальную культуру и становится социальным существом. Социализация человека происходит под влиянием многих факторов, таких как семья, школа и т.д., среди которых нельзя не отметить влияние средств массовой информации. С быстрым развитием технологий новые средства массовой информации стали важнейшей частью процесса массовой коммуникации, и их развитие не только изменило образ жизни людей, но и оказало глубокое влияние на социализацию человека. Социализация молодежи является самым основным и важным этапом в процессе социализации человека, и влияние новой медиасреды на рост молодежи привлекает внимание семьи и общества в целом. В данной статье на основе обзора литературы анализируются и рассматриваются исследования китайских и российских социологов, посвященные влиянию новых СМИ на социализацию молодежи за последние пять лет.

Ключевые слова: Новые СМИ, Интернет, молодежь, социализация, ценности

Исследование выполнено при поддержке Китайского совета по стипендиям (<http://www.csc.edu.cn>).

Статус, ценность и влияние современной молодежи на будущее являются мощной социальной силой как в Китае, так и в российском обществе. Стремительное развитие новых средств массовой информации принесло людям много удобств, и в то же время происходят глубокие изменения на психологическом и культурном уровнях. Молодежь, как наиболее восприимчивый член общества, зачастую первой реагирует на новые элементы в социальной структуре, которые, в свою очередь, выражаются в определенных культурных формах, особенно в гедонистических ценностях, ставших популярными в последние годы, таких как новые тенденции, в сфере потребления, развлечений и моды. В данной статье проводится обзор исследований по социализации молодежи в китайских и российских научных журналах за последние пять лет, обобщаются исследования по социализации молодежи, проведенные в условиях бурного развития этой новой формы медиа, с целью обобщения и оценки с социологической точки зрения исследований влияния новых медиа на социализацию молодежи в последние годы, для определения наиболее перспективных исследований.

Двойные агенты социализации: традиционные агенты и процессы социализации, и экспансия новой медийной социализации

Основными агентами социализации молодежи являются семья, школа, группы сверстников и средства массовой информации, однако вместе с социальными изменениями все эти агенты социализации в той или иной степени претерпели изменения, традиционные агенты социализации становятся все слабее и слабее, сформировалась новая парадигма социализации. В процессе социальных изменений в Китае произошли новые из-

менения в структуре семьи, семейных отношениях и даже функциях семьи. Структура семьи оказывает большое влияние на академические способности молодых людей. Независимо от того, какая у нас структура семьи – здоровая нуклеарная и непосредственная, неполная или реструктурированная – разумное воспитание, своевременное и качественное сопровождение, правильное семейное воспитание положительно влияют на процесс социализации молодежи [1]. Природа молодежной преступности биосоциальна, но личность преступника является результатом социализации молодежи под влиянием воспитания и окружающей среды [2]. Известный американский социолог Трэвис Хирш еще в 1990-х годах отмечал в своих работах, что семейная напряженность оказывает большое влияние на молодежную преступность, что вражда, ненависть и ссоры в семье вызывают у молодых людей чувство неуверенности и неудовлетворенности, что длительная семейная напряженность ослабляет сплоченность семьи и авторитетный контроль родителей, ослабляет функцию семьи по воспитанию детей [3]. Другие исследования показали, что в процессе социализации в семье индивиды не только усваивают эти социокультурные нормы, но и совершенствуют свою личность, и что готовые ценности и нормы, которые индивиды находят и усваивают в семье, не всегда полностью совпадают с ценностями и нормами в обществе [4].

Роль массовой коммуникации в процессе социализации более особенная и незаменимая, чем у других агентов, причем это влияние носит долговременный и тонкий характер. С бурным развитием экономики и технологий новые средства массовой информации стали важнейшей частью процесса массовой коммуникации, и их развитие не только изменило образ жизни людей, но и оказало глубокое влияние на социализацию человека [5]. Традиционные СМИ основаны на одном носителе информации, например, газеты и журналы – на бумаге, радио – на эфире, а телеканалы – на сигналах изображения, в то время

как СМИ новые технологии основаны на кросс-медиа и мультимедиа на IP-платформах. Повышение медиаграмотности молодежи в контексте новых медиа может усилить способность молодежи использовать медиа, что способствует ее адаптации к сложной сетевой среде и улучшению социальной адаптации в целом [6]. Средства массовой информации – это развивающийся инструмент, оказывающий значительное влияние на молодежь. Средства массовой информации оказывают как положительное, так и отрицательное влияние на формирование личности [7].

Новая информационно-культурная среда характеризуется циркуляцией больших объемов информации, что приводит к изменению ценностей, норм и установок молодежи, но не всегда приводит к положительным результатам. В культурных условиях информационного общества новые качества появляются не только у молодежи и отдельных людей, но и у общества в целом. Для общества этот процесс актуален, если общество находится в состоянии кризиса и стираются четкие границы социокультурной системы ценностей [8]. В сетевом обществе нет базовых элементов социальной позиции, и стабильная социальная система не может быть сформирована в соответствии с определенным порядком. Представители сетевого общества уже давно одержимы увлекательной, стимулирующей и сложной виртуальной средой, уделяют слишком много внимания человеко-машинному диалогу, размывают взаимодействие личности с обществом и другими людьми, теряют адаптивность к реальной среде в результате длительного увлечения виртуальной средой. Новые медиа постепенно становятся частью социальной среды и играют все более важную роль в процессе социализации молодежи [9]. Новые СМИ – это обоюдоострый меч, имеющий как преимущества, так и недостатки. Мы должны правильно оценить положительное и отрицательное влияние новых СМИ на социализацию молодежи, принять разумные и эффективные методы, чтобы избежать вреда, а родители,



школы, государство и сама молодежь должны участвовать в этом, чтобы способствовать здоровой социализации молодых людей. При высокой степени развития новых медиатехнологий и широком использовании сетевых, цифровых и других технологий бизнесмен доводит использование новых медиа до крайности, делая акцент на использовании современных сетевых технологий для продвижения товаров, побуждая потребителей к безостановочному потреблению [10]. Молодежь находится в периоде формирования и стабилизации своего мировоззрения, взглядов на жизнь и ценностей, уязвима для влияния новых идей. В условиях всевозможных потребительских соблазнов необходимо срочно решить вопрос о том, как направить молодежь на формирование правильного взгляда на потребление и избежать негативного влияния гедонизма на молодых людей.

Развлечения и потребление в гедонистическом представлении о ценностях

Этическое учение гедонизма, возникшее в древности, в современных условиях претерпело изменения, сделав акцент на материальных ценностях и стремлении к удовольствиям и наслаждениям. Современный тип гедонизма делает акцент на теле, физиологии и культуре вечной молодости. Гедонизм был реализован в США и Европе в 1960-х годах. В XX веке его главными проводниками стали средства массовой информации и массовая культура. Негативной чертой современного гедонизма является снижение уровня духовных ценностей, что приводит к духовному кризису личности. В России это явление впервые появилось в XVIII веке, а с проникновением гедонизма в российское общество в 1990-е годы появились новые возможности для потребления [11]. Для значительной части молодежи важны ценности, характерные для общества потребления: работа, семья, успех, развлечения. Современная молодежь демонстрирует более высокую степень дифференциации ценностей и образа жизни среди молодых людей

по сравнению со старшими поколениями [12]. Как мы уже отмечали выше, социальные изменения и развитие технологий привели к изменению жизненных ценностей и неизбежным глубоким изменениям в сфере культурных ценностей, среди которых следует обратить внимание на влияние гедонистических ценностей.

После реформы и открытия Китая, в связи с быстрым развитием производительных сил и непрерывным ростом экономики страны, покупательная способность и потребительская способность населения становились все сильнее и сильнее, а с наступлением цифровой эпохи непрерывное развитие новых средств массовой информации привело к росту изобилия потребительских товаров, и представления людей о потреблении и модели потребления также незаметно изменились. Потребительство, окутанное всевозможными товарами, рекламой и образами знаменитостей, проникло в Китай и оказывает все более сильное влияние на китайский народ [13]. Современная молодежь не испытывала периодов экономических трудностей, в сочетании с непрерывным развитием новых средств массовой информации, которые сделали развлечения и потребление более удобными, поэтому у современной молодежи отсутствует личное понимание важности трудолюбия и бережливости, современная молодежь больше заинтересована в том, чтобы угнаться за тенденциями и навязать развлечения, она подверглась влиянию гедонизма и более восприимчива к влиянию тенденции конюмеристского мышления. Культурный конюмеризм – одна из тенденций эпохи глобализации, а цифровое развитие научно-информационных технологий открыло новые пути проникновения культурного конюмеризма [14]. Только осознание особенностей культурного потребления молодежи в эпоху новых медиа и реальных проблем влияния цифрового распространения культурного конюмеризма на ценности молодежи в новое время, таких как искажение представлений молодежи о правильном потреблении, ос-



лабление духовной воли и идеалов молодежи, влияние на эстетическое восприятие и основную культурную идентичность молодежи, порождение гедонизма и эгоцентризма, приводящих к смешению ценностей молодежи и отсутствию чувства социальной ответственности, позволит нам в дальнейшем бороться с их негативными последствиями.

Выводы

Наступление информационного века, характеризующегося новой технологической революцией, а сетевые средства массовой информации стали важным способом обмена информацией в современном обществе, который обеспечивает новую среду для познания и постижения конкретными людьми вещей и изменяет традиционные способы обмена информацией, структуру социальных групп и социальное взаимодействие людей в пространстве и времени, вызывая, в частности, позитивные последствия и негативные последствия. Она изменила традиционный способ обмена информацией, структуру социальных групп и способ социального взаимодействия в обществе, изменила традиционный способ производства, работы, жизни и мышления человека, что привело как к положительным, так и к отрицательным последствиям, в частности, открыв перед молодежью совершенно новый мир и одновременно породив беспрецедентные проблемы в социализации молодежи. Развитие новых технологий привело к появлению все новых и новых форм СМИ и притоку в жизнь общества молодых людей разнообразных культур и ценностей. Среди них западная культурная продукция – это культурные товары, массово производимые развитыми странами с использованием современных достижений науки и техники и направленные на получение прибыли за счет удовлетворения потребностей населения в духовной культуре и эстетических развлечениях. Молодежь находится в периоде повышенного спроса на культурное познание и развлечения, испытывает сильное влияние западной культурной продукции, что неизбежно окажет большое

влияние на ее выбор культурного потребления и формирование ценностей. Для решения этих негативных влияний и реалистичных дилемм молодежи в новую эпоху необходимо развивать личность и критическое сознание молодых людей, пропагандировать научный и рациональный взгляд на культурное потребление, быть бдительными к опасностям гедонизма и индивидуализма, формировать правильный взгляд на жизнь и ценности, чтобы позволить молодым людям достичь здоровой социализации, и в то же время в этом процессе важную роль играют государство, школа и другие институты.

Литература

1. Сюй Ин. Исследование влияния структуры семьи на академические способности подростков // Журнал Исследования в области образования. 2019. № 10. С. 83–85
2. Сулейманова И.Е. Биосоциальные факторы в основных детерминантах молодежной преступности // Вестник уфимского юридического института МВД России. 2020. № 4. С. 69–74.
3. Трэвис Хирши. Исследование причин преступности среди несовершеннолетних. China International Broadcasting Press. Перевод Ву Цзунсяня. 1997. 211 с.
4. Насибуллин Р.Р. Социализация как фактор формирования личности молодежи // Мир науки. социология, филология, культурология. 2019. № 4. С. 12.
5. Ван Ивэнь. Исследование социализации подростков в новой медиасреде // Digital Media Research. 2019. № 36. С. 9–16
6. Лю Гуаньхао. Повышение медиаграмотности подростков в контексте новых медиа // Журнал «Хэйхэ». 2021. № 3. С. 64–67
7. Кудрявцева А.А., Мартынова Д.И., Пехова М.М. Влияние средств массовой информации на культурные ценности молодежи // Наукосфера. 2023. № 5. С. 181–186.
8. Карпова М.К., Евдокимов В.И. Роль СМИ в трансформации социокультурных ценностей современной молодежи



- жи // Наука. Общество. Государство. 2019. № 2. С. 173–179.
9. Ли Нань. Влияние новых медиа на социализацию подростков и их стратегии преодоления // *Communication Research*. 2017, № 1. С. 63–66
 10. Янг Куйпин. Исследование аномального потребительского поведения подростков с точки зрения новых медиа // *Сельская экономика и научно-технический прогресс*. 2018. № 29 (14). С. 97–99
 11. Батуева А.Ц. Проблема гедонизма в современном российском обществе // *Вестник бурятского государственного университета*. 2020. № 3. С. 77–87.
 12. Головин Н.А., Сибирев В.А. О возможности культурной рецессии в России 2010-х гг.: размышления над исследованиями ценностей // *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2016. № 3. С. 80–94.
 13. Фэн Вэй. Влияние тенденции консюмеризма на ценности молодежи // *Журнал Профессионального колледжа Цзямусы*. 2023. № 39 (03). С. 34–36
 14. Юй Цюйцзюань. Рациональное осмысление формирования ценностей молодежи с точки зрения культурного консюмеризма в цифровую эпоху // *Журнал Хубэйского экономического университета (издание по гуманитарным и социальным наукам)*. 2022. № 19 (08). С. 27–31

MEDIA SOCIALIZATION OF YOUTH IN THE CONTEXT OF DIGITALISATION: A META-ANALYSIS OF CHINESE AND RUSSIAN STUDIES¹

Li Jianhui

St. Petersburg State University

Human socialisation is the process by which a person acquires social culture and becomes a social being. Human socialisation is influenced by many factors such as family, school, etc., among which the influence of mass media cannot be overlooked. With the rapid development of technology, new media has become the most

important part of the mass communication process, and its development has not only changed people's lifestyles but also had a profound effect on human socialisation. The socialisation of youth is the most basic and important stage in the process of human socialisation, and the impact of new media environment on the growth of youth has attracted the attention of family and society as a whole. Based on the literature review, this article analyses and reviews the research of Chinese and Russian sociologists on the impact of new media on youth socialisation in the past five years.

Keywords: New media, Internet, youth, socialisation, values.

References

1. Xu Y. Research on the influence of family structure on adolescents' academic ability // *Journal of Educational Research*. 2019. № 10. С. 83–85
2. Suleymanova I.E. Biosocial factors in the main determinants of youth criminality // *Bulletin of the Ufa Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of Russia*. 2020. № 4. С. 69–74.
3. Travis Hirschi. Research on the causes of juvenile delinquency. China International Broadcasting Press. Translated by Wu Zongxian. 1997. 211 c.
4. Nasibullin R.R. Socialisation as a factor in the formation of youth personality // *World of Science. sociology, philology, cultural studies*. 2019. № 4. С. 12.
5. Wang Yiwen. The study of adolescents' socialisation in the new media environment // *Digital Media Research*. 2019. № 36. С. 9–16
6. Guanhao Liu. Enhancing adolescents' media literacy in the context of new media // *Heihe Journal*. 2021. № 3. С. 64–67
7. Kudryavtseva A.A., Martynova D.I., Pekhova M.M. Influence of mass media on the cultural values of young people // *Naukosphere*. 2023. № 5. С. 181–186.
8. Karpova M.K., Evdokimov V.I. The role of mass media in the transformation of socio-cultural values of modern youth // *Nauka. Society. State*. 2019. № 2. С. 173–179.
9. Li Nan. The impact of new media on adolescents' socialisation and their coping strategies // *Communication Research*. 2017, № 1. С. 63–66
10. Yang Kuiping. Research on abnormal consumer behaviour of adolescents from the perspective of new media // *Rural Econom-*

¹ The research was supported by the China Scholarship Council (<http://www.csc.edu.cn>)



- ics and Scientific and Technological Progress. 2018. № 29 (14). С. 97–99
11. Batueva A. Ts. The problem of hedonism in modern Russian society // Bulletin of the Buryat State University. 2020. № 3. С. 77–87.
 12. Golovin N.A., Sibirev V.A. On the possibility of cultural recession in Russia in the 2010s: reflections on the study of values // Journal of Sociology and Social Anthropology. 2016. № 3. С. 80–94.
 13. Feng Wei. The influence of the trend of consumerism on the values of young people // Journal of Jiamusi Vocational College. 2023. № 39 (03). С. 34–36
 14. Yu Qiuquan. Rational reflection on youth value formation from the perspective of cultural consumerism in the digital age // Journal of Hubei University of Economics (Humanities and Social Sciences Edition). 2022. № 19 (08). С. 27–31



Отношение жителей Республики Мордовия к современному народному целительству

Маторкина Татьяна Геннадьевна,

младший научный сотрудник, Государственное казенное учреждение Республики Мордовия «Научный центр социально-экономического мониторинга»
E-mail: matorkinat@bk.ru

Народное целительство представляет собой разнородное и достаточно неоднозначное социальное явление, которое при этом пользуется определенным спросом у населения. Данное обстоятельство свидетельствует о том, что указанный феномен представляет научный и практический интерес со стороны не только рядовых граждан, научной общественности, но и различных социологических структур. В статье проанализирована степень изученности народной медицины в западных и отечественных исследованиях. В статье представлены данные социологического исследования, посвященного изучению отношения населения региона к методам народного целительства. В ходе исследования было применено два метода. Первым методом выступил анкетный интернет-опрос, в котором приняли участие жители Республики Мордовия (n=150). В качестве дополнительного метода выступило полуструктурированное интервью с представителями народного целительства (n=10). Исследование показало, что жители региона доверяют представителям народной медицины. Основными причинами обращения являются – состояние здоровья и личная жизнь. Данный момент подтвердили и народные целители. Также удалось выявить, кто чаще обращается за помощью к представителям народной медицины.

Ключевые слова: доверие, здоровье, народная медицина, социальные функции, целительство.

Введение

Современный этап развития социальных отношений формирует новые тенденции в сфере развития общественных взаимодействий. Постиндустриальное общество, которое пришло на смену обществу промышленному, диктует новые условия и факторы организации социальных практик. С появлением новых информационных технологий стала активнее развиваться, например, фармацевтическая отрасль, которая постепенно сужает круг болезней, от которых нет лекарств для лечения. Все больше направлений лечения охватываются фармацевтами, однако не всегда и не в полной мере попытки вылечить болезнь оканчиваются успехом. В этом случае граждане начинают обращаться к народным целителям, которые обещают исцеление и победу над недугом.

Народное целительство представляет собой разнородное и достаточно неоднозначное социальное явление, которое при этом пользуется определенным спросом у населения. Данное обстоятельство свидетельствует о том, что указанный феномен представляет научный и практический интерес со стороны не только рядовых граждан, научной общественности, но и различных социологических структур. Они активно изучают народное целительство, его формы и проявления, представления о нем со стороны населения, отношение к нему в рамках изучения общественного мнения.

Обзор литературы

Народное целительство прекрасно вписывается в металогические аспекты, которые активно развивал П. Бурдые. Его «Практический смысл» содержит важный постулат о том, что имеющиеся социальные практики являются отражением представлений общества об окружающем мире. Практики формируют мышление человека и его действия [1].

В данном контексте постоянно формировавшиеся в обществе практики использования рецептов народной медицины сформировали у людей стойкие представления о важности и полезности данного действия для организма человека. Как известно, человек может много достичь простым самовнушением, поэтому указанные практики укоренились в народном сознании.

Концепция социальных практик Э. Гидденса акцентирует внимание на их «опривычивании». Человек не может каждый день тратить свое драгоценное время на осознания рутинных, привычных действий, поэтому они в результате систематических повторений становятся частью привычки [2]. Если данное положение экстраполировать на народное целительство, то нетрудно заметить, как указанная практика достаточно быстро прошла стадию «опривычивания», поскольку стала восприниматься как важная для жизнедеятельности человека социальная практика.

Современные исследователи народного целительства (П. Бут [3], Р. Несс [4], Б. О'Коннор [5] и др.) изучают его в аспекте сравнения с традиционной медициной (с больницами, поликлиниками и действиями врачей).

В частности, системное исследование понятия «народной медицины» проводит в своей работе Б. О'Коннор. Он отмечает, что понятие «народное целительство» (народная медицина) является концептуальной категорией, относящейся к академическим конструктам. Целительство представляет собой совокупность социальных практик, которые включают в себя основы исцеления человека и улучшения его здоровья. Народная медицина в данном контексте воспринимается научным сообществом и прогрессивной общественностью, как совокупность практик и верований людей, которые в силу объективных и субъективных обстоятельств изолированы от современных трендов («культурного мейнстрима»). Люди, которые до сих пор верят в народные средства, не являются образованными гражданами, поскольку

им чужды достижения современной цивилизации [5].

В частности, Б. О'Коннор отмечает, что современная медицина уже достаточно длительное время основывается на научных знаниях, поскольку современная медицина и народное целительство являются взаимоисключающими друг друга понятия. Термины «современная медицина» и «народное целительство» не должны использоваться, как синонимы, поскольку медицина является прогрессивным явлением, а верования в народные средства должны восприниматься, как изжившие себя атавизмы современного социума [5]. Народная медицина находит место в социальных практиках больше как патриархальное явление, которое не только не способствует улучшению здоровья человека, а, наоборот, вредит ему, давая соответствующие советы, недалекие от экстра-сенсорики и магически-ритуальных действий по своей «эффективности» для индивида.

В целом, Б. О'Коннор достаточно скептически относится к «достижениям» народной медицины, поскольку искренне считает ее пережитком прошлого, который исключительно по недоразумению остается в системе социальных отношений современного (прогрессивного) общества. Будущего и соответствующих перспектив развития целительства указанный автор не видит, поскольку образованному человеку не нужно объяснять важность современной медицины, которая ушла далеко вперед от народных практик «лечения» человека [5].

П. Бут придерживается схожих с Б. О'Коннором взглядов, на историческом примере эволюции показывая тупиковый путь «развития» народной медицины. В своей работе указанный автор отмечает важность и востребованность народной медицины в странах Запада, которая была актуальна до XVIII–XIX веков. Именно данный вековой рубеж указанный автор считает переломным моментом, поскольку за последние 100–150 лет медицина, как и наука, культура развивались только в прогрессивном направлении, только вверх. Прimitивные и вар-



варские методы врачевания постепенно заменялись правильным, научно обоснованным подходом, в рамках которого гуманизм и максимальная польза для человека стала незыблемым постулатом, своего рода «священной коровой» для людей, которые давали и продолжают давать «клятву Гиппократова» [3]. Западный мир достаточно быстро осознал примитивность народной медицины и ее ущербность для истинных целей продления продолжительности жизни. Все лучшее из народной врачевательной практики за последние десятилетия было окончательно взято в современную медицину, которая продолжает развиваться, но уже в минимальной степени перенимая «достижения» народного лечения. Народная медицина постепенно стала восприниматься как дань традиции, но не более того. Объяснением этому будет то обстоятельство, что доля последователей народной медицины с каждым годом сокращается, особенно если брать корреляции с уровнем образования.

П. Бут совершенно справедливо отмечает, что современный, образованный гражданин не будет обращаться к магам, целителям, разным шаманам, предпочитая получить точный диагноз у лечащего врача. Постепенно практика экспериментов с области народной медицины сходит к минимальным показателям. Автор искренне огорчается то обстоятельство, что еще есть малообразованные люди (например, в США, где П. Бут проводил и проводит свои исследования), которые продолжают обращаться к целителям вместо того, чтобы получить профессиональную помощь от врачей, компетентных в своей области деятельности [3].

Р. Несс проводит собственное исследование современных представлений западных авторов, отмечая, что в научном сообществе до сих пор есть ученые, искренне считающие народный путь медицины жизнеспособным и формирующим основы практикующей медицины. Ссылаясь на работы А. Фудлера, Г. Гроссингера, указанный автор говорит о том, что упрощение представлений о народной медицине, как отсталых понятий, ведет к научному

заблуждению об огромных возможностях современной медицины и фармацевтики. До начала третьего тысячелетия данное обстоятельство было своего рода догмой, однако информационное общество и разнообразие информационных ресурсов говорят о том, что современные западные обыватели все чаще склонны верить в альтернативные или народные способы лечения недугов. Данные методы целительства часто идут вразрез с положениями, читаемыми на медицинских факультетах университетов, что только отчасти усложняет проблему. Дело в том, что информационные потоки современности настолько стремительны и непредсказуемы, что сложно выделить и систематизировать те тренды, которые будут определять мышление человека и его отношение к собственному здоровью. Постоянные расследования американских журналистов, которые показывают сговор фармацевтов, приводят к неприятию населением лекарств официальной медицины [4].

В качестве достаточно показательного примера Р. Несс приводит усиление влияния гомеопатических препаратов, действенность которых достаточно сомнительна для медицинского сообщества. Однако широкая маркетинговая компания в США в начале 2000-х годов показала прекрасную отдачу в виде покорных и платежеспособных зрителей, готовых платить за «чудо-таблетку» от всех болезней. Романтизация представлений о народной медицине ведет к искажению представлений об истинной (невысокой) эффективности тех народных средств, которые на уровне «сарфанного радио» позиционируются, как сверхэффективные и полезные для организма человека. Научно-технический прогресс и достижения иные достижения науки в этом случае просто нивелируются и забываются в потоке информации сомнительной важности. Достаточно красиво оформить народное средство в приятную обертку, собрать «полезные отзывы» в сети Интернет и можно пускать в серию «народное средство» лечения от всех недугов. Последствия или осложнения от подобных «лекарств»

ником не изучаются, поскольку нет оснований сомневаться в действенности чудодейственных средств [4].

В отличие от западной парадигмы, народная медицина и целительные практики Востока (восточных) стран не так однозначно толкуют пользу или вред от подобной практики. Связано это в первую очередь с ментальным восприятием медицины и исцеления человека. Столпом восточной медицины является представление о том, что нужно лечить не последствия заболевания, а выяснять причины его появления. Именно первопричины должны быть изучены, чтобы организовать эффективное лечение и использование медицинских практик не в ущерб человеку и его здоровью.

В научных исследованиях российских авторов народное целительство стало изучаться в рамках социологии сравнительно недавно. Обуславливается обращение науки к изучению указанного феномена ростом его популярности у населения, даже не смотря на достаточно неоднозначные последствия для тех, кто обратился к целителям, знахарям и т.д.

Среди отечественных исследователей, которые занимались изучением народного целительства, отметим таких авторов как Л.Н. Антонова [6], К.И. Коробко [7], В.И. Харитонова [8] и др.

Н.Л. Антонова отмечает, что до начала XIX столетия не было деления медицины на традиционную и нетрадиционную, поскольку некоторые методики органично сочетали в себе прогрессивные идеи того времени, которые касались лечения людей. Само понятие «народная медицина» впервые стало употребляться с первой половины позапрошлого века. Целительство включало в себя определенные социальные практики населения, которые касались собственного здоровья. Сюда относилось не только знахарство, которое по большей части базировалось на знаниях основ магии, но и гигиенические практики, а также обращение к врачам, представителям медицинского сообщества. В итоге, термин «народная медицина» включал в себя все возможности, которые были в арсенале населения. Практикующие врачи,

однако, не отказывались от попыток разоблачения условно медицинских мифов о пользе для здоровья, которые бытовали у населения [6].

В.И. Харитонова пишет о том, что с начала XX столетия в странах, которые развивали научные знания, постепенно лабораторно доказанные медицинские методы стали доминировать, как эффективные и лечащие болезни. После этого народная медицина стала ассоциироваться с иррациональными формами борьбы с недугами, с обращением за помощью к знахарям, как рискованная альтернатива классической врачебной практике. Постепенно народные целители стали восприниматься как маги, манипуляторы, не ведающие люди, которых приглашали, когда традиционная медицина была бессильна вылечить болезнь человека. Особая опасность подобных практик заключается в том, что подобные «целители» не только не исцеляют недуги, но и еще более усугубляют положение человека, его здоровье [8].

Л.Н. Антонова отмечает, что традиционная медицина осуществляет постоянный мониторинг за народным целительством, поскольку многие народные методы показывают свою эффективность. Указанный автор приводит в пример исследования растительных лекарств, которые традиционно применяются в китайской народной медицине. С их помощью удалось создать активно действующее вещество (на основе полыни), ставшее основой лекарства от малярии [6].

К.И. Коробко, отмечает, что нормативное регулирование деятельности целителей в России регулирует Федеральный закон «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» от 21 ноября 2011 г. В п. 1. ст. 50 указанного нормативно-правового акта народная медицина характеризуется как методы оздоровления организма, которые утвердились в народных практиках, в основе которых лежат знания, умения и навыки, которые касаются восстановления здоровья. Также нормативно закреплено положение о том, что оккультные или магические ритуалы, а также практика



проведения обрядов религиозной направленности не относятся к народной медицине. В п. 2 ст. 50 Федерального закона «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» определено, что право на занятия народным целительством может получить гражданин, который получил соответствующее разрешение на деятельность от органа исполнительной власти на региональном уровне в сфере здравоохранения [7].

Как и у любого социального явления, у народного целительства есть как положительные, так и отрицательные стороны.

М.А. Лаврентьева отмечает следующие позитивные стороны народного целительства:

- в рамках народного целительства организм человека рассматривается как единое целое, без деления на физиологические процессы, психические проявления, эмоциональные всплески, духовное начало;
- процедуры лечения проводятся с использованием всех ресурсов организма, когда находится оптимальный баланс физического и духовного начала в человеке;
- из-за акцента на лечении всего организма происходит персонализация внимания на человеке. Это обстоятельство существенно отличает данный индивидуальный подход народного целителя от формального отношения, который человек встречает при посещении поликлиники и лечения у врача;
- положительной чертой будет использование средств профилактики заболеваний, когда в первую очередь устраняется причина болезни, а не ее последствия [9].

В целом, следует согласиться с доводами М.А. Лаврентьевой в том, что нередко методы народного целительства достаточно эффективны, особенно если их сочетать с достижениями традиционной медицины для усиления общего положительного эффекта.

Вместе с тем, помимо положительных черт, нередко можно увидеть отри-

цательный эффект, который проявляется в следующих аспектах:

- многие из народных целителей не имеют медицинского образования, элементарного представления о физиологии человека, поэтому применение народных методик может принести больший вред, чем потенциальную пользу для пациента;
- народные способы лечения не имеют статистических данных об эффективности той или методики, которая применялась к человеку, нет также данных об исходном состоянии и полученном результате;
- клиенты народных целителей достаточно часто слабо себе представляют, чем знахари отличаются от обычных шарлатанов, которые пытаются заработать на страхах и доверчивости людей. По совету родных или знакомых, человек отправляется к ложному целителю, у которого оставляет остатки здоровья и финансовых средств. Многим такие походы стоят не только здоровья, но и жизни.

На наш взгляд, появление существенного числа «народных» целителей вполне закономерно в условиях развития рыночных отношений, поскольку если есть спрос на данные услуги, всегда найдутся те, кто их окажет. При этом навыки и профессиональное мастерство уходят на второй план, выставляя в приоритеты коммерческую выгоду, а не стремление реально помочь людям в их беде [9].

Таким образом, рассмотрев зарубежный и отечественный опыт изучения народного целительства, в достаточной условной степени, существующие на сегодняшний день практики изучения народного целительства можно разделить на несколько групп: целительство в рамках западного мира (стран Запада); народная медицина стран Востока; практики народного целительства в славянской культуре и родственных ей народах. В западной социологии традиционно принято рассматривать народную медицину в рамках социальных практик, которые складывались длительное время и поэтому стали основой социально одобряемых населением практик. Це-

лительство представляет собой совокупность социальных практик, которые включают в себя основы исцеления человека и улучшения его здоровья. Народная медицина в данном контексте воспринимается научным сообществом и прогрессивной общественностью, как совокупность практик и верований людей, которые в силу объективных и субъективных обстоятельств изолированы от современных трендов («культурного мейнстрима»). Люди, которые до сих пор верят в народные средства, не являются образованными гражданами, поскольку им чужды достижения современной цивилизации. В отличие от западной парадигмы, народная медицина и целительные практики Востока (восточных) стран не так однозначно толкуют пользу или вред от подобной практики. Связано это в первую очередь с ментальным восприятием медицины и исцеления человека. Столпом восточной медицины является представление о том, что нужно лечить не последствия заболевания, а выяснять причины его появления. Именно первопричины должны быть изучены, чтобы организовать эффективное лечение и использование медицинских практик не в ущерб человеку и его здоровью. В славянской (русской) традиции народное целительство представляет собой формы народной медицины. Они включают в себя методики оздоровления, а также диагностику заболеваний, их профилактику на основе опыта предков (нескольких поколений людей) без юридического оформления в качестве лекарственных средств фармацевтической направленности. Одной из основных задач для общества, на наш взгляд, должно стать научное просвещение населения, а также более активная позиция представителей медицины в борьбе с мошенниками, которые активно маскируются под «целителей», «шаманов», «знахарей», принося больше вреда, чем пользы от своего «лечения».

Материалы и методы

С целью выявления установок жителей Республики Мордовия в отношении представителей народного целительства

и анализа деятельности целителей, было проведено социологическое исследование с использованием двух методов: пилотажный анкетный Интернет-опрос и полуструктурированное интервью. Выборочную совокупность составило 150 человек в возрасте старше 18 лет проживающие в Республике Мордовия. В ходе интервью было опрошено 10 целителей. Ни один из целителей не имеет профильного образования.

Результаты исследования

Опрос показал, что большинство (91%) опрошенных слышали о деятельности народных целителей. Жители Республики Мордовия знакомы с такими целительскими практиками, как целительство травами (68%), заговорами (58%) и духовное целительство (59%).

Более половины опрошенных (61%) считают, что представители народной медицины на самом деле помогают людям, сомневаются в способностях целителей 31% респондентов. Также опрос показал, что 77% респондентов доверяют народным целителям, а недоверие вызывают у 13% опрошенных, стоит отметить, что у 11% респондентов данный вопрос вызвал затруднение (рисунок 1).

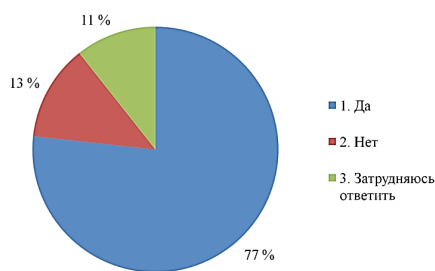


Рис. 1. Распределение ответов на вопрос «Как Вы считаете, стоит доверять представителям народного целительства?», %

Анализ показал, что женщины старше 50 лет больше других доверяют представителям народной медицины (76%), а меньше всего доверяют мужчины в возрасте 30–49 лет (16%). Опрос показал, что лишь 14% опрошенных лично обращались за помощью к представителям народного целительства, у боль-

шинства опрошенных (75%) к услугам целителей прибегали родственники или знакомые (рисунок 2). Стоит отметить, что среди опрошенных, чаще к целителям лично обращаются женщины старше 50 лет, проживающих в муниципальных районах Республики Мордовия (48%).

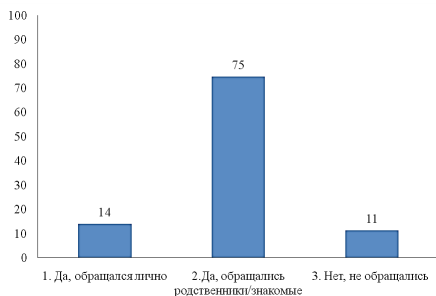


Рис. 2. Распределение ответов на вопрос «Обращались ли Вы или Ваши родственники/знакомые к услугам народных целителей?», %

Жители региона утверждают, что к целителям обычно обращаются «женщины», «люди с серьезными проблемами со здоровьем», «люди, которых преследуют неудачи».

Представители народного целительства отметили, что к ним чаще всего приходят женщины, у которых проблемы в семье: «...Даже не знаю, наверное женщины все таки. Женщинам же у нас все всегда надо. Часто приходят и просят не за себя, а за других: за мужа, за детей. Приходят и те, которые родить не могут. И те, кто замуж хочет» [жен., 72 года].

При выборе целителя респонденты руководствуются советами родственников и знакомых (45%) и своим опытом (35%). Также при выборе доминирующими факторами для респондентов являются – большое количество клиентов (77%), положительные отзывы о деятельности целителя (71%), близость проживания (53%) и возраст целителя (45%) (рисунок 3).

При анализе ответов респондентов на вопрос «Как Вы думаете, каким должен быть народный целитель?», удалось описать портрет типичного целителя. По мнению респондентов, целителем

должна быть пожилая женщина, проживающая в сельской местности, которая не должна использовать свою способность с целью заработка.



Рис. 3. Распределение ответов на вопрос «Что для Вас является важным фактором при выборе целителя?», %

Среди причин обращения к целителям респонденты указали состояние здоровья (39%), финансовое положение (20%), личная жизнь (16%) и желание узнать будущее (14%) (рисунок 4). Отметим, что респонденты в качестве причины обращения указывали состояния психологического здоровья (5%).

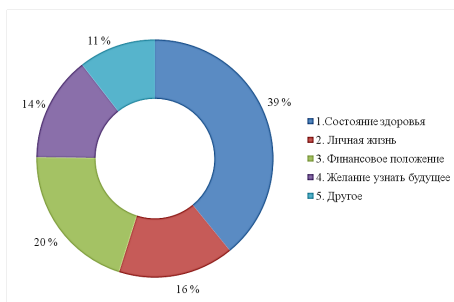


Рис. 4. Распределение ответов на вопрос «Почему Вы или Ваши родственники решили обратиться к целителю?», %

Народные целители подтвердили, что основными причинами обращения к ним являются состояние здоровья, личная жизнь и улучшение финансового положения: «От болезни избавиться чаще всего приходят, кто-то врачам не доверяет и ищут помощь у таких как я. Кому-то врачи помочь не могут. Часто еще от алкоголизма приезжают лечить, от курения. От проблем в семье бывает

просят избавить, сказать, что их дальше ждет. Какие только не приезжают» [жен., 72 года].

По мнению респондентов, целителем должна быть пожилая женщина, проживающая в сельской местности, которая не должна использовать свою способность с целью материального обогащения.

Нами было выявлено, что народные целители не устанавливают определенную плату за свои услуги: «...у меня нет никаких цен. Меня даже обижает, когда спрашивают сколько должны. Я же не ради денег помогаю, у меня есть пенсия, мне хватает. Деньги вообще старуюсь не брать, обычно прошу продукты принести: молоко, крупы» [жен., 78 года]; «Сколько дадут, столько и возьму. Нет такого, чтобы я сказала, что вылечить это стоит столько, а это столько» [жен., 72 года].

При выборе целителя респонденты руководствуются советами родственников и знакомых (45%) и своим опытом (35%). Также при выборе доминирующими факторами для респондентов являются – большое количество клиентов (77%), положительные отзывы (71%), близость проживания (53%) и возраст целителя (45%) (рисунок 5).



Рис. 5. Распределение ответов на вопрос «Что для Вас является важным фактором при выборе целителя?», %

Обсуждения и заключения

Таким образом, рассмотрев зарубежный и отечественный опыт изучения народного целительства, в достаточной условной степени, существующие на сегодняшний

день практики изучения народного целительства можно разделить на несколько групп: целительство в рамках западного мира (стран Запада); народная медицина стран Востока; практики народного целительства в славянской культуре и родственных ей народах. В западной социологии традиционно принято рассматривать народную медицину в рамках социальных практик, которые складывались длительное время и поэтому стали основой социально одобряемых населением практик. Целительство представляет собой совокупность социальных практик, которые включают в себя основы исцеления человека и улучшения его здоровья. Народная медицина в данном контексте воспринимается научным сообществом и прогрессивной общественностью, как совокупность практик и верований людей, которые в силу объективных и субъективных обстоятельств изолированы от современных трендов («культурного мейнстрима»). Люди, которые до сих пор верят в народные средства, не являются образованными гражданами, поскольку им чужды достижения современной цивилизации. В отличие от западной парадигмы, народная медицина и целительные практики Востока (восточных) стран не так однозначно толкуют пользу или вред от подобной практики. Связано это в первую очередь с ментальным восприятием медицины и исцеления человека. Столпом восточной медицины является представление о том, что нужно лечить не последствия заболевания, а выяснять причины его появления. Именно первопричины должны быть изучены, чтобы организовать эффективное лечение и использование медицинских практик не в ущерб человеку и его здоровью. В славянской (русской) традиции народное целительство представляет собой формы народной медицины. Они включают в себя методики оздоровления, а также диагностику заболеваний, их 76 профилактику на основе опыта предков (нескольких поколений людей) без юридического оформления в качестве лекарственных средств фармацевтической направленности. Одной из основных задач для общества, на наш взгляд, должно



стать научное просвещение населения, а также более активная позиция представителей медицины в борьбе с мошенниками, которые активно маскируются под «целителей», «шаманов», «знахарей», принося больше вреда, чем пользы от своего «лечения».

Результаты исследования показали, что жители Республики Мордовия доверяют представителям народной медицины и считают, что целители действительно могут помочь выйти из проблемной ситуации. Самой доверчивой группой являются женщины старшего возраста.

Жители региона утверждают, что к представителям народного целительства чаще всего обращаются «женщины», «люди с серьезными проблемами со здоровьем», «люди, которых преследуют неудачи». Представители народного целительства утверждают, что к ним чаще обращаются женщины с семейными проблемами.

По мнению респондентов, народный целитель – это пожилая женщина, проживающая в сельской местности, цель которой помочь людям, а не получить.

Народные целители отметили, что они не устанавливают цены за свои услуги.

Социальные функции народного целительства в современном обществе показывают, что в нашей стране снова стали популярны экстрасенсы, народные целители и гадалки. С экранов телевизоров людям показывают, как они используют свои сверхъестественные способности для помощи людям. В интернете народные целители и экстрасенсы предлагают обратиться к ним для того, чтобы наладить свою личную жизнь, побороть психологический дискомфорт или депрессию. Рассказывают, почему за их услуги надо платить, и как правильно выбрать хорошую гадалку. Можно абстрагироваться от этого, не смотреть различные телешоу, не бродить в интернете по специализированным сайтам, игнорировать спам в электронной почте, и не замечать наклеенные объявления на подъезде с номерами телефонов служителей оккультных сил. Но от этого ко-

личество людей, обратившихся к экстрасенсам, не станет меньше.

Литература

1. Бурдые П. Практический смысл / П. Бурдые. – Текст: электронный. – URL: http://yanko.lib.ru/books/cultur/bourdieu-praktich_smustl-8l.pdf (дата обращения: 25.08.2023).
2. But P. International Collation of Traditional and Folk Medicine / P. But. – Текст: электронный. – URL: <https://www.worldscientific.com/worldscibooks/10.1142/3469#t=oc-application>: 25.08.2023).
3. Ness R. Folk healing: a description and synthesis / R. Ness. – Текст: электронный. – URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/7294217/>– (date of application: 25.08.2023).
4. O'Connor B. Understanding Folk Medicine / B. O'Connor. – Текст: электронный. – URL: <https://www.jstor.org/stable/j.ctt46nwrq.5?refreqid=excelsior%3A6bf6ba921e7e03dec7a8ad-04f70352f0&seq=1>– (date of application: 25.08.2023).
5. Антонова Н.Л. Народное целительство: proetcontra / Н.Л. Антонова. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/narodnoe-tselitelstvo-proet-contra/viewer> (дата обращения: 25.08.2023).
6. Харитонов В.И. Народная и традиционная медицина: возможности интеграции медицинских систем, практик и методов в условиях современной Тувы / В.И. Харитонов. – Текст: электронный. – URL: https://www.researchgate.net/publication/329812693_Narodnaa_i_tradicionnaa_medicina_vozmozhnosti_integracii_medicinskih_sistem_praktik_i_metodov_v_usloviah_sovremennoj_Tuvy (дата обращения: 25.08.2023).
7. Коробко К.И. Правовое регулирование в сфере народной медицины в Российской Федерации / К.И. Коробко, Е.В. Юдин. – Текст: непосредственный // Человек. Культура. Образование. – 2017. – № 4. – С. 88–96.



8. Лаврентьева М.А. Проблемы народной медицины в реалиях современного общества / М.А. Лаврентьева. – Текст: электронный. – URL: <http://edrj.ru/article/05–10–2018> (дата обращения: 25.08.2023).

THE ATTITUDE OF THE INHABITANTS OF THE REPUBLIC OF MORDOVIA TO MODERN FOLK HEALING

Matorkina T.G.

Scientific Center for Social and Economic Monitoring

Folk healing is a heterogeneous and rather ambiguous social phenomenon, which at the same time enjoys a certain demand among the population. This circumstance indicates that this phenomenon is of scientific and practical interest not only from ordinary citizens, the scientific community, but also from various sociological structures. The article analyzes the degree of study of traditional medicine in Western and domestic studies. The article presents the data of a sociological study devoted to the study of the attitude of the population of the region to the methods of folk healing. Two methods were used in the course of the study. The first method was an online questionnaire survey, which was attended by residents of the Republic of Mordovia (n= 150). An additional method was a semi-structured interview with representatives of folk healing (n=10). The study showed that residents of the region trust representatives of traditional medicine. The main reasons for the appeal are the state of health and personal life. This point was confirmed by folk healers. It was also possible to identify who more often seeks help from representatives of traditional medicine.

Keywords: trust, health, traditional medicine, social functions, healing.

References

1. Bourdieu P. Practical sense / P. Bourdieu. – Text: electronic. – URL: http://yanko.lib.ru/books/cultur/bourdieu-praktich_smusl-8l.pdf (date of application: 25.08.2023).
2. But P. International Collation of Traditional and Folk Medicine / P. But. – Текст: электронный. – URL: <https://www.worldscientific.com/worldscibooks/10.1142/3469#t=oc>– (date of application: 25.08.2023).
3. Ness R. Folk healing: a description and synthesis / R. Ness. – Текст: электронный. – URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/7294217/>– (date of application: 25.08.2023).
4. O'Connor B. Understanding Folk Medicine / B. O'Connor. – Текст: электронный. – URL: <https://www.jstor.org/stable/j.ctt46nwrq.5?refreqid=excelsior%3A6bf6ba921e7e03dec7a8ad04f70352f0&seq=1>– (date of application: 25.08.2023).
5. Antonova N.L. Folk healing: proetcontra / N.L. Antonova. – Text: electronic. –URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/narodnoe-tselistelstvo-pro-et-contra/viewer>(date of application: 25.08.2023).
6. Kharitonova V.I. Folk and traditional medicine: possibilities of integration of medical systems, practices and methods in the conditions of modern Tuva / V.I. Kharitonova. – Text: electronic. – URL: https://www.researchgate.net/publication/329812693_Narodnaa_i_tradicionnaa_medicina_vozmozhnosti_integracii_medicinskih_sistem_praktik_i_metodov_v_usloviah_sovremennoj_Tuvy (date of application: 25.08.2023).
7. Korobko K.I. Legal regulation in the field of folk medicine in the Russian Federation / K.I. Korobko, E.V. Yudin. – Text: direct // Person. Culture. Education. – 2017. – No. 4. – pp. 88–96.
8. Lavrentieva M.A. Problems of traditional medicine in the realities of modern society / M.A. Lavrentieva. Text: electronic. – URL: <http://edrj.ru/article/05–10–2018> (date of application: 25.08.2023).



«Цифровое бессмертие» как социальный феномен: репрезентация в кинематографе

Старых Егор Иванович,

студент, кафедра «Разработка и эксплуатация газовых и нефтегазоконденсатных месторождений», Уфимский государственный нефтяной технический университет
E-mail: george010798@gmail.com

Данная работа рассматривает концепцию цифрового бессмертия в современной культуре, подчеркивая ее эволюцию под влиянием технологий. Автор анализирует взаимодействие общества с идеей цифрового бессмертия через призму истории, искусства и технологий, выявляя разносторонние аспекты этого взаимодействия. Текст также подчеркивает перспективы, которые открываются благодаря цифровому бессмертию, включая виртуальные встречи с ушедшими и изменения в традиционных общественных связях. Проекты создания бессмертных двойников выделяются как возможности, так и этические дилеммы. В заключение подчеркивается важность технологического развития и социокультурной адаптации, а также необходимость создания этических рамок, учитывающих культурные особенности общества, в свете концепции цифрового бессмертия.

Ключевые слова: цифровое бессмертие, культура, современные технологии, фантастика, этика, витрификация, технологии.

Цифровое бессмертие, как концепция, нашло свое место в современном ландшафте технологических исследований и обсуждений. В эпоху, где инновации в области искусственного интеллекта, виртуальной реальности и биотехнологий становятся все более реальными, вопросы сохранения человеческой идентичности и сознания в цифровой форме оказываются на переднем плане общественного интереса.

Современная культура становится свидетелем не только стремительного технологического прогресса, но и переосмысления традиционных представлений о жизни, смерти и бессмертии. Концепция цифрового бессмертия предлагает нам нечто более чем техническое новшество – она внедряется в ткань нашего социокультурного опыта, вызывая волнение и сомнения.

В данной статье мы бросим взгляд на сложное взаимодействие между обществом и идеей цифрового бессмертия. Мы проведем анализ того, как современная культура воспринимает и взаимодействует с этой концепцией через призму различных форм искусства, таких как кино и сериалы.

Идея сохранения человеческой сущности и сознания в цифровой форме имеет свои корни в древности, но сегодня она претерпевает заметную эволюцию под воздействием современных технологических достижений.

В древних мифах и философских трактатах различных цивилизаций обсуждались вопросы бессмертия и жизни после смерти. Великие мыслители, такие как Платон, рассматривали возможность вечности человеческой души, и эти идеи проникали в религиозные верования, становясь частью культурного наследия.

С зарождением научной фантастики в конце XIX – начале XX века появилась новая перспектива. Литературные произведения авторов, таких как Айзек

Азимов [1], Артур Кларк [2] и Филлип Дик [3], зарождали идеи о возможности переноса сознания в искусственные носители или цифровые системы, ставя под сомнение традиционные представления о смерти и бессмертии.

С середины XX века развитие кибернетики и компьютерных технологий привнесло новые перспективы в понимание возможности цифрового бессмертия. Работы ученых, таких как Норберт Винер [4] и Джон фон Нейман [5], открыли двери к представлению о машинном интеллекте, способном хранить человеческое сознание.

С появлением современных технологий, включая искусственный интеллект, генетическую инженерию и квантовые вычисления, обсуждение цифрового бессмертия стало более конкретным. Проекты по загрузке сознания в компьютерные системы и исследования в области биотехнологий активно формируют будущее этой концепции. Среди таких проектов можно выделить технологию, разработанную учеными Греггом Фэйи и Робертом Макинтайром. Их метод называется криоконсервацией, основанной на быстросействующем фиксаторе – глутаровом альдегиде. В сочетании с другими химическими веществами, он приводит мозг в стеклообразное состояние – отсюда и более простое название процесса – витрификация, то есть превращение в стекло. Целью данного метода является сохранение структуры мозга, включая все существующие на момент процедуры нейронные связи. В дальнейшем ученые надеются использовать такой мозг для репликации содержащихся в нем сознания и личности [6].

Цифровое бессмертие открывает уникальные перспективы для общения и взаимодействия, внося существенные изменения в традиционные формы общественных связей. Виртуальные «встречи» с ушедшими, реализованные через цифровые технологии, перестают быть чем-то невероятным и становятся обыденностью. Этот новый аспект общения не только расширяет возможности сохранения связи с теми, кто ушел

из жизни, но также меняет динамику внутри семей и социальных групп.

Семейные встречи, например, могут приобретать новый формат, включая «участие» ушедших членов. Это может происходить через специализированные приложения или виртуальные платформы, где создается возможность взаимодействия с цифровыми аватарами или записями ушедших близких.

Начиная с середины двухтысячных годов появляются проекты, создающие бессмертных двойников пользователей социальных сетей на платформе Facebook, Twitter и других чат-сетей. К таким разработкам можно отнести проект «LU-KA». Разработчики этого проекта создали аккаунт Романа Мазуренко, бывшего арт-директора московского бара STRELKA, который погиб в аварии. На основе доступа ко всем диалогам из социальных сетей Романа и к личным фотографиям, нейронная сеть смогла проанализировать данную информацию и сформировала идентичную модель общения Романа в социальных сетях. Он первым заводит диалог со своими друзьями и отвечает незнакомцам, его приятели в интервью говорят об аутентичности диалога с уже бессмертным виртуальным Романом Мазуренко. [7]

Такие встречи переосмысливают понятие смерти, позволяя семьям переживать важные моменты вместе, несмотря на физическое отсутствие членов семьи. С другой стороны, возникает вопрос морально-этического характера: на сколько такое продление «жизни» благоприятно как для близких, так и для самого погибшего?

Свое мнение по данному вопросу приводит Гэвин Ротери в научно-фантастическом фильме «Мой создатель» 2020 года. По сюжету, молодой ученый Джордж, работающий на корпорацию в секретной лаборатории где-то в японских лесах, занимается разработкой искусственного интеллекта, попутно собирая инновационного робота, в который собирается загрузить сознание погибшей жены. Пока её сознание находится в большом чёрном шкафу, так называемом Архиве, но трёхлетний



срок хранения подходит к концу, поэтому Джордж торопится завершить свой проект. При просмотре картины, складывается ощущение, что режиссер вложил в реплики жены главного героя свое собственное скептическое отношение к данному способу продления жизни. Девушка категорически отказывается от процедуры посмертного помещения её сознания в Архив, опасаясь того, что такое существование будет доставлять боль как ей, так и Джорджу.

Похожие размышления, мы можем наблюдать в фильме 2014 года «Превосходство» Уолли Пфистера, разум главного героя Уилла Кастера, смертельно раненного в результате террористической атаки, загружается в суперкомпьютер, даруя тем самым герою так называемое «цифровое бессмертие». Постепенно действия разума главного героя, загруженного в компьютер, приводят к тому, что он поглощает всю глобальную Сеть и делает ее частью себя. Бывшие коллеги Уилла внезапно понимают – это не настоящий Уилл, это всего лишь искусственный интеллект, имеющий характер, привычки и воспоминания Уилла. Но несмотря на это, в финале цифровой Уилл жертвует собой, чтобы спасти ту, кого он раньше называл женой, и уверяет всех, что остался тем же человеком, каким был до цифровизации. Таким образом, фильм оставляет открытую для размышлений концовку о том, возможен ли полный перенос сознания из одного места в другое.

Обширные размышления на тему представляет сериал «Черное зеркало» от компании Netflix. Этот уникальный сериал, созданный Чарли Брукером, является своеобразным зеркалом, отражающим не только темные стороны современного общества, но и гипотетические траектории, по которым наши технологические инновации могут проследовать в будущем. В сериале поднимается множество вопросов о цифровом бессмертии. Среди них: сохранение личности через технологии, этические дилеммы, связанные с созданием цифровых копий людей, взаимодействие цифровых версий с реальным миром, потерю чело-

вечности при использовании технологий, эмоциональные последствия для близких, безопасность и контроль над цифровыми копиями, а также высокую цену бессмертия через цифровые технологии. Эти темы формируют философский контекст и предоставляют зрителям широкий обзор возможных последствий и дилемм, связанных с стремлением к цифровой бессмертию.

Влияние концепции цифрового бессмертия на социум представляет собой сложный микс вызовов и возможностей. Этот процесс требует внимательного обсуждения, этического анализа и подхода к созданию технологий, которые учитывают социокультурные особенности общества.

Влияние концепции цифрового бессмертия на социум оказывается многогранным сочетанием вызовов и возможностей. С одной стороны, расширение области общения и взаимодействия с ушедшими через цифровые технологии предоставляет новые возможности для сохранения связи с прошлым, позволяя переживать важные моменты вместе с ушедшими. Виртуальные встречи и диалоги с цифровыми аватарами предоставляют семьям и близким новые способы выражения эмоций и переживания утраты.

С другой стороны, встает целый ряд этических вопросов, требующих серьезного обсуждения. Продление «жизни» через цифровые технологии заставляет общество сталкиваться с моральными дилеммами относительно этичности такого существования. Вопросы, связанные с тем, насколько такие технологии благоприятны для близких и для самих ушедших, становятся ключевыми при разработке и внедрении подобных методов.

Важным аспектом является не только технологическое развитие, но и социокультурное приспособление к изменениям. Создание правовых и этических рамок, регулирующих использование цифровых технологий в контексте бессмертия, требует внимательного изучения и учета культурных особенностей общества.

Таким образом, концепция цифрового бессмертия предоставляет не только новые технологические горизонты, но и вызывает неотложные социальные, этические и культурные вопросы. Переход от технической идеи к реальной реализации требует бережного исследования и глубокого понимания влияния этих изменений на общество.

Литература

1. Азимов, А. Выбор катастроф / А. Азимов. – Санкт-Петербург: Амфора, 2002. – 510 с.
2. Кларк, А. Город и звёзды / А. Кларк. – Москва: Эксмо, 2018. – 384 с.
3. Дик Ф. Мечтают ли андроиды об электроовцах? / Ф. Дик. – Москва: Эксмо, 2017. – 352 с.
4. Винер Н. Человек управляющий / Н. Винер. – Санкт-Петербург: Питер, 2001. – 196 с.
5. Нейман Д. Вычислительная машина и мозг / Д. Нейман. – Москва: АСТ, 2022. – 192 с.
6. Aldehyde-stabilized cryopreservation // ScienceDirect [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S001122401500245X?via%3Dihub> (дата обращения: 15.11.2023).
7. Концепт «цифровое бессмертие» в современной теории культуры // Культура: теория и практика [Электронный ресурс]. URL: <http://theoryofculture.ru/issues/111/1313/> (дата обращения: 15.11.2023).

«DIGITAL IMMORTALITY» AS A SOCIAL PHENOMENON: REPRESENTATION IN CINEMA

Starykh E.I.

Ufa State Petroleum Technological University

This work explores the concept of digital immortality in contemporary culture, emphasizing its evolution under the influence of technology. The author analyzes society's interaction with the idea of digital immortality through the lens of history, art, and technology, highlighting various aspects of this interaction. The text also underscores the perspectives opened up by digital immortality, including virtual encounters with the departed and changes in traditional social bonds. Projects creating immortal avatars are highlighted as both opportunities and ethical dilemmas. In conclusion, the importance of technological development and socio-cultural adaptation is emphasized, along with the necessity of creating ethical frameworks that consider the cultural peculiarities of society in the context of the concept of digital immortality.

Keywords: digital immortality, culture, contemporary technologies, science fiction, ethics, vitrification, technologies.

References

1. Asimov, A. Catastrophe Choice / A. Asimov. – Saint Petersburg: Amphora, 2002. – 510 p.
2. Clark, A. City and Stars / A. Clark. – Moscow: Eksmo, 2018. – 384 p.
3. Dick, P. Do Androids Dream of Electric Sheep? / P. Dick. – Moscow: Eksmo, 2017. – 352 p.
4. Wiener, N. The Human Use of Human Beings / N. Wiener. – Saint Petersburg: Peter, 2001. – 196 p.
5. Neumann, J. The Computer and the Brain / J. Neumann. – Moscow: AST, 2022. – 192 p.
6. Aldehyde-stabilized cryopreservation // ScienceDirect [Electronic resource]. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S001122401500245X?via%3Dihub> (accessed: 15.11.2023).
7. The Concept of «Digital Immortality» in Contemporary Cultural Theory // Culture: Theory and Practice [Electronic resource]. URL: <http://theoryofculture.ru/issues/111/1313/> (accessed: 15.11.2023).



Образование как социальный лифт и его влияние на социальную стратификацию государства (на примере Китая, Индии, Европы)

Щербинина Зинаида Николаевна,

аспирант кафедры философии и социологии,

Академия труда и социальных отношений

E-mail: optionjet@gmail.com

В статье исследуется роль социального института образования как социального лифта и его влияние на общественную стратификацию в странах, таких как Китай, Индия и Европа. В основу исследования легли факты, выявленные П. А. Сорокиным в прошлом столетии. Автор рассматривает образовательные системы Индии, Китая и Западной Европы двадцатых годов прошлого столетия и настоящего времени, проводится сопоставление натуральных показателей, коэффициентов уровня жизни, сопоставляются результаты, достигнутые странами с запросами реформаторов. Китай, Индия и Западная Европа являются древнейшими цивилизациями в которых зародилось образование как система, а позднее, социальный институт. За годы развития каждая из стран прошла свой путь развития и их образовательные системы и рынки стали ведущими в мире. В статье нашли отражения особенности состояния современного состояния и новые риски в развитии образовательных систем Китая, Индии и Западной Европы.

Ключевые слова: образование, социальный институт образования, образование Китая, образование Европы, образование Индии, социальный лифт.

Со времен основоположника теории социальной мобильности П. А. Сорокина (1889–1968), было принято рассматривать доступность образования, как критерий социальной справедливости в плоскости взаимосвязи с проблематикой социальной стратификации общества. Но данная теория увидела свет в первой трети XX столетия, с тех пор прошло сто лет и мир кардинально изменился. В своем труде 1927 года «Социальная мобильность» Сорокин на фактических примерах доказал, что в обществах с доступным образованием социальная мобильность охватывает все его слои. В противовес этому Сорокин ссылается на декрет времен английско-го короля Ричарда II: «Ни один крепостной не должен отправлять своих детей в школу, чтобы не дать возможность их детям продвигаться в жизни» [7].

Понятие «школа» в трудах П. А. Сорокина по толкованию коррелирует с современным понятием «институт образования». Это подтверждается смысловым наполнением понятия – совокупность учреждений и организаций, выполняющих функцию воспитания и образования. В свою очередь общество предъявляет различный запрос к критериям воспитания и образования, обусловленный типом самого общества. Меняется общество, меняются требования.

По степени различности в тестировании биологических, умственных и моральных качеств Сорокин выделяет три национальные школы: индийскую брахманическую школу, китайскую школу и европейскую школу в ее средневековом и современном для времени исследования виде. Действительно, различия этих школ заложены исторически и обусловлены формами общественного устройства: кастами в Индии, феодализмом и аристократией в Европе, императорством Китая. Различный характер селекционирующих подходов повлияли

на структуру обществ, на которых сказывалась школа и положение этих обществ в мировом сообществе, что отражается в их характеристиках и по сей день.

Индийская брахманическая школа. Посещать школу имели право только мужчины, женщинам изучение вед запрещалось. Доступ к началу образования был открыт для представителей всех каст и являлся «ситом», отсеивающим неталантливых, неумных, физически и духовно неодаренных людей. От учащегося требовались не только безукоризненные знания, но и выдающиеся моральные и социальные качества: «... редкое терпение и самоконтроль, сверхъестественную силу управлять всеми биологическими импульсами, подчинять себе все соблазны, выносить все физические лишения, презирать житейские блага и комфорт, стремиться к истине, не бояться никаких земных авторитетов и тем более физических страданий и т.д. Только люди с чрезвычайной силой воли и духа могли выдержать такой тест.» [7] Результатом стало то, что высшее сословие брахманов состояло из людей, наделенных умственными, моральными и духовными качествами намного выше среднего. Трехсотлетнее колониальное влияние затронуло систему образования, как отрасли передачи знаний подрастающим поколениям, при этом влияние Европы так же коснулось моральных устоев и принципов отбора учеников. Британская экспансия проникла во все сферы жизни колонии.

Китайская школа. Путь к образованию так же был открыт только для мальчиков, при этом основной упор делался на постижение классических истин и формированию этики в поведении, оставляя без внимания физическое воспитание и навыки преодоления материальных и физических трудностей. По определению Сорокина, правительство Китая имело «литературный характер», состояло из интеллигентных людей не всегда способных решать практические задачи.

Средневековая европейская школа. Для школы данного периода были присущи аскетизм, пуританство, подчине-

ние собственного мнения догмам христианства. Люди, не наделенные этими качествами, оставались внизу социальной лестницы. Стоит обратить внимание, на образование могли рассчитывать так же только мужчины.

Европейская школа первой трети двадцатого века стала, практически, полностью интеллектуальной. Было предусмотрено развитие физического состояния тела, что носило более эстетический и оздоровительный характер. Тем более моральные качества учащегося не проходили никакого тестирования и пополняя высшие слои общества эти выпускники проявляли моральную слабость, последствиями которой становились коррупция, стяжательство, сребролюбие, нечестность, цинизм. Эти факты подтверждают слабость образовательной системы в целом и доказывают необходимость не только обучающей функции образования, но и селекционирующей. Начальные школы для девочек возникли в Европе в XVI–XVII веках, женские средние учебные заведения появились в Европе в середине XVIII века, во второй половине XIX века для женщин стало доступно высшее образование. Первой страной, где происходили подобные нововведения стала Англия.

Институты образования первой четверти XXI века. Со времени исследований, проведенных П.А. Сорокиным прошло сто лет. За это время человечество прошло сложный путь развития через множество событий и потрясений. В большинстве стран мира образование доступно всем без корректировки на пол, возраст, вероисповедание и прочие различия, бывшие ранее непреодолимыми. Возможности интернета устранили ограничения для людей маломобильных, частично дееспособных. Даже отсутствие возможности посещать образовательное учреждение физически не является помехой для получения образования.

Что представляют из себя современные школы, изученные П.А. Сорокиным.

Статистика описывает индийскую школу современности в следующих показателях: насчитывала в 2021 году



в Индии насчитывалось 1043 университетов, 42 343 колледжа, 11 779 институтов. В 2019–2020 годах образованием в Индии были охвачены 38,5 млн. человек внутри страны и еще 703 500 студентов проходили обучение за рубежом. При численности 500 млн человек населения в возрасте от 5 до 24 лет, охват образованием составляет менее 10 процентов детей и молодежи самого продуктивного и определяющего будущее возраста.

Высшее образование построено по Болонской системе и состоит из программ бакалавриата и магистратуры. В зависимости от направления, действует 3–5 летняя программа аспирантуры. Образование, полученное в Индийских учебных заведениях «конвертируется» в большинстве стран мира.

Страна является вторым после США рынок потребления онлайн образовательных услуг и емкость рынка еще велика. По объемам образовательной системы вообще Индия занимает третье место в мире, уступая Китаю и США [2].

Выше перечислены статистические достижения образования Индии на сегодняшний день. Вопрос: в каком виде в современной индийской школе воплощены уникальные традиции брахманистского образования?

Индийский философ и педагог Мохатма Джотиба Фул (1827–1890) исследовал взаимосвязь и взаимное влияние кастового общества и брахманистской образовательной системы. В его трудах брахманизм был определен, как идеология, позволяющая монополизировать знание ограниченным кругом избранных. Он выступил за демократизацию образования, доступность образования для женщин. При его поддержке в Индии была основана первая женская школа в 1948 году. Центральной задачей образования последователи Фула выделяли гуманизацию в основе которой лежало шесть задач: отрицание «банковской педагогики», недопустимое притеснения учеников учителями, единая система образования для всех каст, применения подходов, когда люди будут «хотеть, знать и действовать», понимание того, что освобождение «не может быть пода-

рено со стороны», создание положения, способствующего истинному диалогу через веру и доверие.

От многоступенчатого селекционирования по трем факторам (постижение знаний, физическое развитие, моральные качества) индийская школа утратила два последних и главной причиной этого безусловно, является трехсотлетний колониальный гнет. При этом одной из главных задач всех реформаторов образования декларировался посыл устранения кастовых различий, так и не достигнутый по сей день. Более того, ответственность за колониальное влияние является трендом юридического дискурса нашего времени, где главной виной колонизаторам вменяется навязывание реформ последствием которых стала частичная или полная потеря идентичности народа страны-колонии.

Вопрос: достигнута ли цель, заявленная реформаторами, как то сокращение социального неравенства? В 2023 году численность жителей Индии составила 1 425 миллионов человек. Индия занимает второе место по численности населения, уступая Китаю, при этом сохраняется тенденция к росту этого показателя. Индия по прежнему представляет из себя устойчивую кастовую организацию. Кастовая сегрегация обеспечивает национальную безопасность через всеобщую занятость, гарантированный сбыт продукции и услуг, обеспеченность средствами для жизни. На момент публикации исследования П.А. Сорокина в Индии проживало 214 967 тысяч человек. Между 1927 и 2023 годами численность населения увеличилась в 6,628 раз.

В 1947 году, году обретения независимости, в Конституцию Индии была внесена поправка и начальное образование стало всеобщим и обязательным. На тот момент только 14% населения были грамотны. С тех пор главная задача государства – сделать начальное образование поголовным, а все остальные ступени образования доступными для каждого. Первые образовательные ступени бесплатны для всех. В 2022 году грамотными были 76,3% населения

старше 15 лет и 71,2% общей численности населения[4].

Китайская школа. Полный курс образования в Китае длится 21 год. Начинается с посещения детского сада в 3–6 лет и заканчивается в 25–28 лет соответственно докторантурой. Предельный возраст получения образования в Китае 45 лет. Образование может получить каждый, посещение детского сада является обязательным, но при переходе из неполной средней школы в полную (12–15 лет) учащиеся отсеиваются при прохождении экзаменов; при выбытии на этом этапе учащийся на продолжение обучения в профессиональной средней школы по окончании полного цикла которой (18–22 лет) он пополнит ряды рабочих и служащих среднего звена. Образование в высшей средней школы Китая становится платным, но даже оплата не освобождает учащегося от прохождения экзаменов. В общей сложности обучение в китайской школе длится двенадцать лет в течение которых учащиеся несколько раз проходят строгий экзаменационный контроль. Образование охватывает естественные, гуманитарные науки, физическую подготовку, учащиеся дисциплинированы, особое внимание уделяется посещаемости. Причинами отсеивания может стать неуспеваемость (умственные способности), непосещение занятий по любым причинам (слабое здоровье), плохая дисциплина и поведение (моральные качества)[1]. Таким образом, современная система образования в Китае за сто лет, прошедших со времени ее анализа П.А. Сорокиным стала более строгим ситом, распределяющим население в социальной структуре. Образовательный процесс в Китае начинается в детском саду и девятилетний курс образования доступен каждому бесплатно. Далее обучение становится платным, что частично является фактором отсеивания, однако на государственном уровне существуют способы поддержки одаренных учеников из бедных семей (субсидии, стипендии, госконтракты с условиями о работе).

Китай не стал исключением в применении болонской системы образования,

дипломы китайских учебных заведений признаются в большинстве стран мира.

На конец 2020 года по официальным данным в Китае проживало 1,411 миллиардов человек, в двадцатых годах прошлого века численность составляла 470 миллионов человек. В настоящее время 64% населения проживают в городах, усиленная урбанизация началась в 60 годах, когда еще 82% китайцев проживали в сельской местности. Начиная с 1990 годов в Китае проводится перепись населения и по данным 2020 года численность обучающихся высшему образованию составила 15 467 человек на 100 тыс. человек, что при пересчете на общую численность населения Китая в 2020 году составит 1,1%, общая неграмотность сокращена до 2,63%[5].

Доктрина европейской современной школы – обучение на протяжении всей жизни, непрерывное образование. Она носит концептуальный характер и имеет программную стратегию развития, реализуемую на всем европейском пространстве. Граждане многих европейских стран вовлечены в образовательный процесс с рождения и всю последующую жизнь. Основные задачи, решаемые системой образования Европы: обеспечение экономик стран участниц необходимым количеством специалистов, раскрытие потенциалов и удовлетворение социальных потребностей граждан, актуализация профессиональных навыков через образовательные институты.

Большинство европейских университетов имеют историю, любое новое учебное заведение проходит строгий контроль и должно выдержать серьезную конкуренцию. Наибольшее количество университетов в Великобритании (84), на втором и третьем месте Германия (46) и Италия (34), далее следует Франция (31). Дипломы, получаемые выпускниками европейских университетов, ценятся во всем мире и гарантируют трудоустройство и карьеру.

Неравенство возможностей и субъективные преграды для получения образования в Европе полностью отсутствуют.



Имея описания изменений, произошедших в индийской, китайской и европейской школах, необходимо определить, как они, эти изменения сказа-

лись на социальном состоянии обществ, каково их влияние на стратификацию (табл. 1).

Таблица 1. Показатели развития, образования и уровня жизни Китая, Индии, Финляндии, Германии [8]

Показатель / страна	Китай	Индия	Финляндия	Германия
Численность населения, млн.чел.	1 412	1 417	5,556	84,080
Валовый показатель охвата населения дошкольным образованием, %	89,1	62,8	85,3	108,5
Валовый показатель охвата населения начальным образованием, %	101,9	96,8	100,2	103,9
Валовый показатель охвата населения средним образованием, %	94,3	73,8	154,8	97,6
Валовый показатель охвата населения высшим образованием, %	53,8	28,6	90,3	70,3
ВВП, billion USD	17 774,64	3 176,3	297,58	4 262,77
Финансирование образование% от ВВП	3,3	4,6	5,69	4,4
ВВП на душу населения, USD	12 562	2 280	53 774	51 238
Коэффициент Джини	51,0	47,9	25,6	29,0
Индекс развития человеческого потенциала	0,76	0,64	0,94	0,94

Для сравнения выбраны показатели, характеризующие экономическое состояние, охват образованием разного уровня, показатели социального состояния общества. Выбраны рассмотренные выше страны Китай, Индия. Для анализа европейского общества выбраны Германия – самая экономически развитая страна Евросоюза и Финляндия, занимающая первые места в рей-

тингах социального и экономического развития.

Номинальные показатели экономики (ВВП, ВВП на душу населения) в полной мере характеризуют и обуславливают состояние общества. Показатели ВВП на душу населения в европейских странах в среднем в три раза превышают показатель китайской экономики и в 20 раз больше индийского (табл. 2).

Таблица 2. Динамика показателей численности населения и бедности в Индии [8]

Показатель / год	1951	1961	1971	1981	1991	2005	2012	2019	2021
Численность населения, млн.чел.	361	442	444	717	849	1140	1213	1339	1385
Уровень бедности, %	45	45	52	43	35	26	28	22	24
Абсолютное количество беднейшего населения, млн.чел.	162	199	231	308	297	296	340	295	332

Демографический скачок приходится на период между 1970 и 1980 годами. За десятилетие численность населения выросла с 444 млн.чел. до 717 млн. чел. или на 62%. Это время правления

премьер-министра Индиры Ганди, проводившей политику по ликвидации бедности, одним из направлений которой была насильственная стерилизация беднейшего населения. В это же деся-

тилетие на спад идет уровень бедности, сокращение составляет в среднем 10% каждое последующее десятилетие, а с 2000 года показатель в среднем держится на отметке 25%, что в абсолютном значении составляет 325 млн. человек. Охват населения образованием в Индии самый низкий из всех рассматриваемых стран. Дошкольное образование получают около половины населения подходящего возраста. Начальным образованием охвачены 96,8%. Достижение такого показателя стало возможным после масштабных мер поддержки правительства

(бесплатное питание школьников, предоставление возможности получения дистанционного образования). Среднее образование получают 73,8% населения соответствующего возраста, чему так же способствует государство. Индия является страной с растущей экономикой, насыщенной прогрессивными технологиями и для обслуживания современной промышленности и сельского хозяйства требуются развитые образованные специалисты. Этим обусловлена государственная поддержка интереса к среднему образованию страны (табл. 3).

Таблица 3. Динамика показателей численности населения и бедности в Китае [8]

Показатель / год	1951	1961	1971	1981	1991	2005	2012	2019	2021
Численность населения, млн. чел.	558	660	841	994	1151	1304	1354	1408	1412
Прирост, %	-	15,5	21,5	15,4	13,6	11,7	3,7	3,8	0,3

Большая площадь государства существенное преимущество Китая перед Индией с которой в настоящее время идет соперничество за первенство в численности населения. Протяженность на Азиатском материке и разнообразие климата дает возможность более свободно расселения, большего разнообразия климата и содержания недр.

В 2002 году на XVI съезде Коммунистической партии Китая (КПК) была принята программа борьбы с бедностью до 2020 года и поставлена задача о «построении общества средней зажиточности». В настоящее время китайское правительство существенных успехов и по данным статистики одержана победа над абсолютной бедностью при которой у людей нет средств даже для поддержания нормальной жизнедеятельности. Однако, специфика неравенства в Китае носит региональный характер и наиболее остро стоит в западных регионах при том, что восточные регионы дают больший прирост в доходах населения. Природно-климатические условия западных районов Китая более суровы, географические рельефы не всегда позволяют вести прибыльное хозяйство. В результате местное население бед-

ных районов покидает их, создавая дефицит рабочей силы, что влечет за собой отставание в развитии производств. Удержать население на местах возможно только за счет государственных программ по корректировке распределения доходов.

Для оценки влияния института образования на социальное развитие в европейских странах современности необходимо дать общую социальную характеристику общества. Социальная стратификация в Европе является одной из ключевых тем для анализа и понимания современного общества на континенте, основанных на таких факторах, как доход, образование, занятость, положение владения и другие. Эта система имеет корни, уходящие в глубокое прошлое и ее традиции неизменно повлияли на формирование общественной структуры в каждом из стран Европы. Современная Европа традиционно характеризуется высокой социальной мобильностью, что означает возможность двигаться вверх или вниз по социальной лестнице. Тем не менее, существуют явные различия в уровнях социального неравенства между странами и внутри них.



В основу социальной стратификации в Европе заложено экономическое неравенство. Издержки глобализации и экономического кризиса в начале столетия привели к усилению разрыва между богатыми и бедными, росту безработицы и социального неравенства. В некоторых странах, таких как Швейцария, Люксембург и Норвегия, наблюдается относительно меньшее социальное неравенство, в то время как в других, таких как Румыния, Болгария и Греция, оно значительно выше.

Важным фактором социальной стратификации в Европе является образование. Доступность качественного образования играет важную роль в возможности социальной подъемности. Страны с высокими уровнями социального равенства, такие как Финляндия и Норвегия, обладают высоким уровнем образования и широким доступом к образовательным ресурсам.

Политика также оказывает влияние на социальный статус в Европе. Формирование и реализация социальных политик и систем государственной поддержки обеспечивает социальную защиту и помогает снизить социальное неравенство. Швеция и Дания славятся своими системами социального обеспечения, что способствует высокому уровню социального равенства в этих странах.

Более недавние вызовы социальной стратификации в Европе включают такие аспекты, как миграция и пол. Формирование громады мигрантов и неравноправное отношение к мужчинам и женщинам создают дополнительные слои социальной стратификации, усложняя оценку положения людей в обществе.

Литература

1. Азитова Г.Ш., Краснова М.Н. ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ В КИТАЕ // Современные проблемы науки и образования. – 2017. – № 5. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=26953> (дата обращения: 02.12.2023).
2. Всероссийская Академия внешней торговли. Анализ рынка образовательных услуг Индии URL: https://myexport.exportcenter.ru/marketing-research/Obrazovatelnye_Indiya_0511.pdf (дата обращения: 04.12.2023).
3. Галищева Н.В. Проблема бедности и пути ее решения в современной Индии в условиях либеральных реформ, Экономика зарубежных стран № 2(55), 2021 USD: <https://mirec.mgimo.ru/2021/2021-02/india-poverty-problem> (дата обращения 06.12.2023)
4. Радченко Л.Р. РАЗРАБОТКА НАЦИОНАЛЬНЫХ КОНЦЕПЦИЙ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ИНДИИ В XX ВЕКЕ // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 6.; URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=23576> (дата обращения: 28.11.2023).
5. Синьхуа Новости URL: https://russian.news.cn/2021-05/11/c_139938741.htm#:~:text=%D0%9E%D0%BD%D1%81%D0%BE%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B8%D0%BB%2C%D1%87%D1%82%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE%D1%87%D0%B5%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%BA,%D1%87%D0%B5%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%BA%20%D0%B2%202020%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D1%83 (дата обращения: 03.12.2023).
6. Индия – Индекс грамотности взрослого населения URL: <https://ru.knoema.com/atlas/%d0%98%d0%bd%d0%b4%d0%b8%d1%8f/topics/%d0%9e%d0%b1%d1%80%d0%b0%d0%b7%d0%be%d0%b2%d0%b0%d0%bd%d0%b8%d0%b5/%d0%93%d1%80%d0%b0%d0%bc%d0%be%d1%82%d0%bd%d0%be%d1%81%d1%82%d1%8c/%d0%98%d0%bd%d0%b4%d0%b5%d0%ba%d1%81-%d0%b3%d1%80%d0%b0%d0%bc%d0%be%d1%82%d0%bd%d0%be%d1%81%d1%82%d0%b8-%d0%b2%d0%b7%d1%80%d0%be%d1%81%d0%bb%d0%be%d0%b3%d0%be-%d0%bd%d0%b0%d1%81%d0%b5%d0%b>



b% d0% b5% d0% bd% d0% b8% d1% 8f (дата обращения: 03.12.2023).

7. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. М.: Политиздат, 1992.
8. КНОЕМА. Мировой атлас данных URL: <https://ru.knoema.com/atlas> (дата обращения 06.12.2023).

EDUCATION AS A SOCIAL ELEVATOR AND ITS IMPACT ON SOCIAL STRATIFICATION OF THE STATE (ON THE EXAMPLE OF CHINA, INDIA, EUROPE)

Shcherbinina Z.N.

Academy of Labor and Social Relations

This article explores the role of the social institution of education as a social elevator and its impact on social stratification in countries such as China, India and Europe. The study is based on the facts revealed by P.A. Sorokin in the last century. The author examines the educational systems of India, China and Western Europe of the twenties of the last century and the present, comparing natural indicators, coefficients of living standards, comparing the results achieved by the countries with the demands of reformers. China, India and Western Europe are the most ancient civilizations in which education as a system and later as a social institution originated. During the years of development each of the countries has passed its own way of development and their educational systems and markets have become leading in the world. The article reflects the peculiarities of the current state and new risks in the development of educational systems of China, India and Western Europe.

Keywords: education, social institution of education, education of China, education of Europe, education of India, social elevator.

References

1. Azitova G. Sh., Krasnova M.N. FEATURES OF THE EDUCATION SYSTEM IN CHINA // Modern problems of science and education. – 2017. – No. 5. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=26953> (access date: 12/02/2023).
2. All-Russian Academy of Foreign Trade. Analysis of the Indian educational services market URL: [https://myexport.exportcenter.](https://myexport.exportcenter.ru/marketing-research/)

3. Galishcheva N.V. The problem of poverty and ways to solve it in modern India in the context of liberal reforms, Economics of Foreign Countries No. 2(55), 2021 USD: <https://mirec.mgimo.ru/2021/2021-02/india-poverty-problem> (access date 06.12.2023)
4. Radchenko L.R. DEVELOPMENT OF NATIONAL CONCEPTS OF HIGHER PROFESSIONAL EDUCATION IN INDIA IN THE XX CENTURY // Modern problems of science and education. – 2015. – No. 6.; URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=23576> (access date: November 28, 2023).
5. Xinhua News URL: https://russian.news.cn/2021-05/11/c_139938741.htm#:~:text=%D0%9E%D0%BD%D1%81%D0%BE%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B8%D0%BB%2C%20%D1%87%D1%82%D0%BE%20%D0%BA%D0%BE%D0%B-B%D0%B8%D1%87%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%BA,%D1%87%D0%B5%D0%B-B%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%BA%20%D0%B2%202020%20%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D1%83 (date of access: 12/03/2023).
6. India – Adult Literacy Index URL: <https://ru.knoema.com/atlas/%d0%98%d0%bd%d0%b4%d0%b8%d1%8f/top-ics/%d0%9e% d0%b1%d1%80%d0%b0%d0%b7%d0%be%d0%b2%d0%b0%d0%bd%d0%b8%d0%b5/%d0%93%d1%80%d0%b0%d0%bc%d0%be%d1%82%d0%bd%d0%be%d1%81%d1%82%d1%8c/%d0%98%d0%bd%d0%b4%d0% b5%d0%ba%d1%81-%d0%b3%d1%80%d0%b0%d0%bc%d0%be%d1%82%d0%bd%d0%be%d1%81%d1%82%d0%b8-%d0%b2%d0%b7%d1%80%d0%be%d1%81%d0%bb% d0%be%d0%b3%d0%be-%d0%bd%d0%b0%d1%81%d0%b5%d0%bb%d0%b5% d0%bd%d0%b8%d1%8f> (date of access: 12/03/2023).
7. Sorokin P.A. Human. Civilization. Society. M.: Politizdat, 1992.
8. KNOEMA. World Data Atlas URL: <https://ru.knoema.com/atlas> (access date 12/06/2023).



Историко-философские аспекты гуманизма в марксизме: аспекты влияния на социальные процессы

Чан Тхи Нгок,

аспирант кафедры философии Института философии человеке, Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена
E-mail: Tranthingoc.herzen@gmail.com

Жоурин Антон Яковлевич,

доцент кафедры философии, док. филос. наук, профессор, кафедра философии Института философии человеке, Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена
E-mail: ankozhurin@yandex.ru

В статье рассматривается вопрос об интеллектуальном наследии ученого – Карл Маркс и описывается его политическое видение как революционера. Он стал творцом, заложившим фундамент революционной теории науки о человеке, посвятившим себя делу решения проблем освобождения человека, социального развития. 205-летие со дня рождения Маркса – это особый повод для нас оглянуться на его идейное наследие в XXI веке. В настоящем исследовании произведен анализ существенных событий, связанных с ценностями философии Карла Маркса в современном мире. Осуществляется акцентирование внимания на теоретических основах, выработанных Марксом, и их огромном воздействии на формирование современного общества, с особой ориентацией на аспекты человеческой природы, освобождения личности и ее развития. Важно отметить, что идеи Маркса до сих пор остаются объектом научных дискуссий и споров. Однако после прошествия 205 лет с момента выработки его философских концепций, его идеи и труды продолжают иметь значительное воздействие на процессы развития человека в современном обществе. Ценности его философии, связанные с человеком и его освобождением, оказывают ощутимое воздействие на формирование политики развития человека во многих странах мира.

Ключевые слова: философия Марксизма, отчуждение деятельности человека, проблема человека, развитие человека, сущность человека, субъект истории, гуманизм в философии, философская антропология, история философии, современная философия.

Наступил XXI век, но взгляд на историческую роль теории Карла Маркса в духовной жизни человечества по-прежнему вызывает интерес, хотя мнения могут быть противоположными. Кроме скептицизма, критики и дискриминации по отношению к марксизму, существует еще одна сильная тенденция, которая выше ценит Маркса не только в человеческом аспекте (антропология), но и в системном аспекте философской мысли.

В 1999 году Карл Маркс был назван одной из самых влиятельных фигур в истории человечества. В онлайн-голосовании за величайших мыслителей прошлого тысячелетия, проведенном в сентябре BBC News, были получены результаты: первое место занял писатель-революционер Карл Маркс, второе – Альберт Эйнштейн, физик [1, С. 2].

В 2004 г. в Германии при голосовании за величайшего немца всех времен Карла Маркса проголосовало около полу-миллиона человек, и он проиграл только К. Аденауэру и М. Лютеру. В категории «самый влиятельный модернист» у него нет конкурентов.

В частности, большой интерес представляет книга *Капитал* К. Маркса. В 2007 году в Германии вышел спектакль по *Капиталу*. В Японии *Капитал* выпущен в виде комикса тиражом 25 тысяч экземпляров и стал за короткий период продаж бестселлером. В Китае решили поставить мюзикл *Капитал*, премьера которого запланирована на начало следующего года. Спектакль расскажет, как рабочие некой компании внезапно осознают свое угнетенное положение и постепенно начинают постигать тайну прилавочной стойки. За соответствием пьесы первоисточнику будут следить специально приглашенные китайские экономисты [9, С. 3].

В период с 2008 по 2009 годы, когда в мире начался финансовый кризис, труды К. Маркса, в частности его работа *Капитал*, вызвали интерес в большинстве западных стран. Многие известные журналы мира, такие как Time, Newsweek, Forbes, Financial Times и даже Der Spiegel, поместили фотографию К. Маркса на свои обложки. По подсчетам Э. Хобсбаума, по частоте появления в поисковой системе Google К. Маркс стоит сразу после Ч. Дарвина. Поиск по ключевым словам «Карл Маркс» дает около 1 млн ссылок и «Маркс» – около 3,7 млн обращений.

По сообщению РИА Новости от 14 апреля 2009 года, в книжных магазинах в центре Москвы количество покупок книги Маркса *Капитал* составляет большое количество. Начиная с февраля, продажи двухтомников стабильно составляют около 20 штук в неделю. Такие продажи являются весьма впечатляющими для литературы экономической направленности, особенно учитывая теоретическую сложность работ К. Маркса. Кроме того, следует отметить, что данные продажи не являются искусственно сформированными и сохраняют свою актуальность в настоящее время – сказал менеджер московского магазина, добавив, что стоимость книги 890 руб. [9, С. 1].

В 2013 году рукопись *Капитала* включена в реестр документального наследия «Память мира» (проект ЮНЕСКО) с формулировкой: «Манифест коммунистической партии» и «Капитал» являются двумя из наиболее важных публикаций XIX века, весьма влиятельными и по сей день» [5, С. 3].

Актуальный интерес к К. Марксу выражается в переиздании его основных работ; увеличении количества конференций, посвященных Марксу, публицистических, биографических и научных исследований; в частности, в 2014 году в Гарвардском университете французский экономист Томас Пикетти опубликовал англоязычную книгу *Капитал в XXI веке* [3, С. 345]. В книге анализируется значение Карла Маркса и капитал в XXI веке, ее купили и прочитали более полумиллиона человек.

Кроме того, многие другие западные авторы опубликовали известные книги, глубоко оценивающие значение Карла Маркса. Например, Терри Иглтон со своей работой *Почему Маркс прав* (2012) привлек массу читателей.

В 2016 году был проведен о следование более миллиона документов, которые являются обязательными для чтения американскими студентами в рамках образовательных программ по политологии и социальной теории. Результаты показали, что *Манифест коммунистической партии* вошел в тройку самых читаемых и используемых документов, как по количеству лекций, так и по частоте их чтения. Это свидетельствует о том, что даже в США, где коммунизм не является государственной идеологией, труды Маркса и его последователей до сих пор имеют значительное значение и актуальность в научном и образовательном обществе. [2, С. 3].

Более того, в 2018 г. посвящённому 200-летию со дня рождения К. Маркса, во многих странах мира прошли научные конференции, что является еще одним доказательством возвращения марксизма в научные дискурсы и современное общество.

В середине апреля 2018 года в Трире, где родился Маркс, городской департамент туризма продал банкноты достоинством тысяча евро с портретом Карла Маркса в честь 200-летия со дня его рождения. Стоит отметить, что первые 5000 денежных единиц были распроданы вскоре после запуска. Город должен напечатать еще 20000 листов, чтобы удовлетворить потребности покупателей в Австралии, Бразилии, США и других странах мира [10, С. 1].

Можно сказать, что перечисленные выдающиеся события являются лишь частью выражения философского интереса Карлу Марксу. Через 205 лет после появления Маркса в истории человечества, его наследие будет продолжателем оставаться важным предиктором величия этого. Эти явления заставят будущие поколения еще больше задуматься о Марксе и его теории, подчеркивая зна-



чимость его вклада в политическую, социальную и экономическую мысль.

В настоящее время, в мире многие страны выбрали путь развития по пути капитализма. Сам капитализм не только существует, но и имеет выдающиеся достижения. Это ясно показывает, что принцип и природа капитализма изменились в соответствии с мировой ситуацией. Между тем реальный социализм, хотя и просуществовавший более 70 лет, распался и рухнул в Советском Союзе и многих странах Восточной Европы. В начале XXI века, человеческое общество по-прежнему неизбежно испытывает множество «дефектов», предупрежденных Марксом, и остается порочным в отношении человека. Этот жестокий факт способствовал упадку международного коммунистического и рабочего движения, а также подорвал веру в социализм. Однако, и в XXI веке идеалы Маркса и марксизма, особенно в отношении человеческой природы, форм ликвидации угнетения и эксплуатации и освобождения людей, приводят к созданию свободного общества, равенству людей оцениваются и развиваются во многих странах. Особенно в странах, которые решили строить и развивать государственно-ориентированный социализм, такие как Вьетнам, Китай, Куба, Корея.

Когда анализируется ценность марксизма, особенно его взгляды на человека и процесс развития человека в современном мире, можно утверждать, что он оказал огромное воздействие. До появления марксистской философии в истории философии развивалось множество школ, начиная с древних, средневековых, и достигая эпохи Просвещения и современности, и все они внесли свой вклад в развитие мысли о человеке. Однако нельзя отрицать, что эти взгляды все равно имеют свои собственные ограничения по сравнению с марксистской философией. Карл Маркс унаследовал и развил передовые взгляды своих предшественников, а затем, путем их применения и развития, создал систему философских взглядов на человека и процесс его развития.

Если античные и средневековые философы говорили, что человек есть часть природного мира, общественное животное, то Карл Маркс применял эту точку зрения и изучал человека как общественно-природное существо, существующее и развивающееся в органической привязанности к миру природы и человеческому обществу; человеческая природа есть синтез социальных отношений, а человек есть субъект истории, творящий историю и развивающийся сам.

Во-первых, сущности человека – это есть совокупность всех общественных отношений.

Осознавая реальную общественную жизнь человека, Маркс подвергал всесторонней критике и взгляд Л. Фейербаха на человека. В *Тезисах о Фейербахе*, Маркс писал: «...Сущность человека не есть абстракт, присущий отдельному индивиду. В своей действительности она есть совокупность всех общественных отношений.» [8, С. 1].

По Марксу, труд является одной из осмысленных деятельностей, определяющих формирование человека. В процессе труда люди превратились из животных в людей. С другой стороны, труд – это первый способ отличить людей от животных. В процессе труда люди строят свой мир материальной и духовной культуры и отсюда сформировались люди – человеческое общество, с такими особенностями, как язык, мышление, общение, человеческое мировоззрение, мировоззрение...

И в своей деятельности люди каждый день создают новые отношения. Отсюда формируются отношения в виде материального и умственного потенциала. Используя этот потенциал, люди постепенно отстаивают свою ценность в общих человеческих социальных отношениях. В процессе активной практической деятельности у людей складывались социальные отношения. А социальные отношения определяют социальную сущность человека. Другими словами, все социальные отношения диалектически интегрированы в человеческую природу, будь то общая социальная личность или

отдельная личность. Человек и общество неразделимы. Любой индивид – это сумма разнообразных функций и обязанностей. Человек – общественный деятель (его роль в обществе, его социальная значимость). Человек – гражданин (его служение своему Отечеству). Человек – семьянин (основоположник отдельной общественной ячейки). Человек – составляющая коллектива (его работа в коллективе, самореализация). Все эти функции невозможны вне общества. Поэтому «...сущность человека не есть абстракция, присущий отдельному индивиду. В своей действительности она есть совокупность всех общественных отношений», то есть, его то или иное взаимодействие с обществом. Можно сказать, что в XXI веке взгляд Карла Маркса на человеческую природу как на сумму социальных отношений является одним из аргументов, который рассматривается как предпосылка и методология многих исследований, научных открытий и планирования планов социальных реформ.

Во-вторых, Карл Маркс считал, что человек представляет собой единое целое между биологическим и социальным аспектами.

В своих работах *К критике гегелевской философии права* (1843 г.), *Экономическо-философских рукописях 1844 года*, *Тезисах о Фейербахе* (1845 г.) Карл Маркс указывал, что человек есть полное единство, биолого-социальное существо, сформированное с двух сторон – природой и обществом. Он сказал, что «Человек является непосредственно природным существом. В качестве природного существа, притом живого природного существа, он, с одной стороны, наделен природными силами, жизненными силами, являясь деятельным природным существом» [7, С. 53].

Природа, о которой здесь идет речь, – это тело, биологическое тело человека. Проясняя данное обстоятельство, К. Маркс писал: «Природа есть неорганическое тело человека, а именно – природа в той мере, в какой сама она не есть человеческое тело. Человек живет природой» [4, С. 16]. Он имеет ор-

ганическую связь с природой вне этого тела. Далее, с точки зрения общества, это повседневная трудовая деятельность людей, отношения друг с другом. Например, государство, наука, искусство, религия и т.д. По закону диалектического материализма эти два аспекта находятся в диалектическом отношении друг к другу. Особенно это имеет органическую и интимную связь в одном и том же человеке.

Маркс сказал, что как в природном, так и в социальном аспектах человек обладает характеристиками, которые отличают его от животных, что является «человечностью» человека. Эти черты существуют с двух сторон (состояний). Первое состояние – это «сущностные силы», потенциалы, скрытые врожденные в каждом человеке. Второе состояние – это деятельность в действительности, выражающаяся в способах человеческого труда. И, конечно, человеческая природа всегда должна наблюдать и анализировать с двух сторон два своих природных и социальных состояния. Отсюда выкристаллизовывается «человечность» в самом человеке. Однако в основном человечность выражается через социальный аспект больше, чем через природный. Потому что социальный аспект исходит из реальности социально-экономической жизни. Вот почему «люди любой эпохи имеют цвет этой эпохи». Люди в любом обществе будут иметь определенные характеристики времени, в которое они живут и работают..

В-третьих, человек в философии Карла Маркса есть человек-субъект, продукт истории.

Человек – не только субъект производственной деятельности, человек – «субъект исторической деятельности, творец истории». В процессе практической деятельности люди трудятся, преобразуют природу и общество и постоянно совершенствуются. Человек является одновременно субъектом и объектом исторического развития. Человек творит свою историю. Таким образом, история – это «человеческая история, созданная человеком и для человека». Эта история



создается не внешними воздействиями, а осуществляется деятельностью человека. Человек является продуктом обстоятельств и может изменяться. В любую эпоху появлялся этот человек. Люди используют свой интеллект и рабочую силу для изменения природных и социальных аспектов.

Согласно К. Марксу, люди всегда регулируются условиями производства, государственным устройством, социально-политическими институтами. И Энгельс пишет: «Экономическое производство и неизбежно вытекающее из него строение общества любой исторической эпохи образуют основу ее политической и умственной истории...» [11, С. 10].

Объясняя движение истории человечества, Карл Маркс и Фридрих Энгельс всегда подчеркивали, что это история человечества, созданная человеком. Классики марксизма подчеркивали: «мы начинаем с людей, которые действуют реально». При любых обстоятельствах люди всегда находятся вне себя. Поэтому люди считаются авторами и действующими лицами в написании своей истории. «Социальная история человека – это всегда просто история развития личности». Маркс смотрит на людей как на социальную реальность исторического движения – это реальные люди, индивиды с их физической и личной деятельностью. В конце концов, люди – субъекты истории, а история – их развитие, показывающее отношения и борьбу между ними.

В-четвертых, свободное развитие каждого человека есть условие свободного развития всех.

Применяя материалистическое мировоззрение, Маркс анализировал человека, сущностью человека, действительность, человека как общественно-биологическую сущность, как личность, положение и роль человека в развитии человеческой истории, мысль Маркса направлена на освобождение людей и освобождение общества. Успешная реализация социализма ведёт к свободе для людей, для человеческого общества. В *Коммунистическом манифесте* К. Маркс и Ф. Энгельс писали: «На ме-

сто старого буржуазного общества с его классами и классовыми противоположностями приходит ассоциация, в которой свободное развитие каждого является условием свободного развития всех» [6, С. 170].

Карл Маркс и Фридрих Энгельс поясняют, что после уничтожения капиталистического уклада в человеческом обществе диктатура пролетариата не могут существовать вечно. По законам природы, выполнив свою миссию, этот режим должен уступить место «союзу индивидуумов», т.е. совершенно новому в истории типу социальной организации, общинному обществу, собственности. Там свободное развитие каждого человека есть условие свободного развития всех.

В духовной жизни людей свобода всегда является высшим идеалом всех классов и сословий общества. Философия Гегеля пропагандирует «чувство свободы», но по отношению к восприятию необходимости. То есть по существу свобода каждого человека неизбежно ограничивает свободу других и общества в целом. В доктрине религии она также учит людей уважать свободу других, умеряя индивидуальную свободу. Каждая религия будет иметь свои собственные учения, чтобы реализовать свободу для людей. Однако он останавливается только на уровне личной свободы. По мнению Карла Маркса, свобода личности и свобода общества тесно связаны и дополняют друг друга для создания хорошего общества.

Это одна из уникальных и увлекательных концепций философии Маркса. Общество будущего будет «сочетанием индивидуумов», где свободное развитие одного человека играет роль облегчения свободного развития других. Эти взгляды являются важной предпосылкой, способствующей формированию других человеческих теорий в новую эпоху.

Заключение

Можно утверждать, что философия Маркса, включающая антропологические, социально-экономические и социально-исторические аспекты, пре-



следовала цель устранения «отчуждения», что превратило ее в философию гуманизма. Эта философия считает человеческое существование действием и интерпретирует реальность как что-то, данное человеку в форме практической деятельности. Таким образом, это онтология незавершенного мира человека и самого человека в нем. Истоки онтологической картины – в самих людях и их реальности. Поэтому философия Маркса имеет теоретическое и в то же время аксиоматическое значение. Он решает существующие проблемы, решение основано на материальных принципах и проверенных на практике принципах развития. Они берут начало из анализа взаимодействия субъекта и объекта, деятельности по целеполаганию и целеосуществлению.

В настоящее время, хотя марксизм по-прежнему является объектом многочисленных споров и скептицизма, учение о социализме все еще сталкивается с вызовами времени. Но после мирового экономического кризиса 2008 года идеи Маркса вообще и его великие идеи о человеке в частности «вернулись». Они обрели новую ценность в рамках современной науки и общества. Чем больше времени проходит, тем больше мы осознаём важность личности Карла Маркса и ценность его основных положений и мыслей, имеющих глубокое теоретико-практическое значение.

Литература

1. Marx the millennium's «greatest thinker». – BBC News. News.bbc.co.uk. – [Электронный ресурс]. 1/10/1999 – URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/461545.stm> (проверено 09.01. 2023 г.).
2. Susan Berry. Коммунистический манифест» Карла Маркса вошел в тройку лучших учебных пособий для колледжей / Karl Marx's 'Communist Manifesto' Ranked Among Top Three Assigned College Texts / Susan Berry // Журнал Breitbart News. www.breitbart.com: [электронная версия]. 2016. – URL: <https://www.breitbart.com/politics/2016/01/29/karl-marxs-communist-manifesto-ranked-among-top-three-assigned-college-texts/> (дата обращения 25.01.2023). – Режим доступа: свободный.
3. Thomas Piketty. Capital in the Twenty-First Century / Thomas Piketty // – The Belknap Press of Harvard University Press. – CAMBRIDGE. 2014. – 452 p.
4. Данг Ху Тоан. Теория человека и развития – ценность, которая составляет непреходящую жизнеспособность марксизма. Коммунистическая партия Вьетнама / Данг Ху Тоан // tulieuvankien.dangcongson.vn[электронная версия]: Ханой. – 2018. 7с. – URL: <https://tulieuvankien.dangcongson.vn/c-mac-angghen-lenin-ho-chi-minh/c-mac/ngghien-cuu-hoc-tap-tu-tuong/hoc-thuyet-ve-con-nguoi-giai-phong-va-phat-trien-con-nguoi-mot-gia-tri-lam-nen-suc-song-truong-ton-cua-chu-nghia-3175> (дата обращения:01.02.2023). – Режим доступа: открытый доступ.
5. Зюганов Г.А. Мыслитель, изменивший мир. Статья Г.А. Зюганова в газете «Правда» (к 200-летию со дня рождения Карла Маркса) / Зюганов Г.А. // Коммунистическая Партия Российской Федерации. – Омск. 2018. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.omsk-kprf.ru/news/myislitel-izmenivshii-mir-stata-ga-zuganova-v-gazete-pravda-k-200-letiu-so-dna-rozdenia-karla> (дата обращения: 25.01.2023 г.). – Режим доступа: свободный.
6. Любутин К. Н. О философии Маркса, о философии Энгельса / К.Н. Любутин // Философия и общество. – 2004. – № 1(34). – С. 166–184.
7. Любутин К. Н. Социально-философские основания периодизации истории и концепции К. Маркса / К.Н. Любутин, П.Н. Кондрашов // Философия и общество. – 2007. – № 4(48). – С. 51–67.
8. Ракитская Г.Я. Марксистская версия социальных институтов и институциональных преобразований: Опыт анализа и актуал; Основные труды. Том 2. Идеология последовательного (революционного) гуманизма. Тео-



- рия общества и хозяйства / Ракитская Г.Я. // Москва: Институт перспектив и проблем страны, –2000. – 96с. // ЛитМир – Электронная Библиотека [сайт]. – URL: <https://www.litmir.me/br/?b=587392&p=12> (дата обращения: 25.01.2023). – Режим доступа: открытый доступ.
9. РИА Новости: «Капитал» Маркса вновь стал популярен во время финансового кризиса. – Обновляется постоянно. – Москва, 2009. – URL: <https://ria.ru/20090414/168083463.html> (дата обращения: 01.02.2023). – Режим доступа: свободный.
10. РИА Новости: Германия распродала первый тираж купюр в ноль евро с изображением Маркса. – Обновляется постоянно. – Москва, 2018. – URL: <https://ria.ru/20180419/1518980334.html> (дата обращения: 25.01.2023). – Режим доступа: свободный.
11. Славин Б. Ф., Реален или утопичен социальный идеал Маркса? (к 200-летию со дня рождения) / Б.Ф. Славин // Социально-гуманитарные знания. – 2018. – № 3. С. 14–31.

HISTORICAL AND PHILOSOPHICAL ASPECTS OF HUMANISM IN MARXISM: ASPECTS OF INFLUENCE ON SOCIAL PROCESSES

Tran Thi Ngoc, Kozhurin A. Ya.

Russian State Pedagogical University A.I. Herzen

The article discusses the issue of the intellectual legacy of the scientist Karl Marx and describes his political vision as a revolutionary. He became a creator, laying the foundation for the revolutionary theory of human science, dedicating himself to the task of solving the problems of human liberation, social emancipation, and comprehensive human development. The 205th anniversary of Marx's birth is a special occasion for us to reflect on his ideological legacy in the 21st century. This study analyzes significant events related to the values of Karl Marx's philosophy in the modern world. Emphasis is placed on the theoretical foundations developed by Marx and their significant impact on the formation of contemporary society, with a particular focus on aspects of human nature, individual liberation, and development. It is important to note that Marx's ideas remain the subject of scholarly discus-

sions and debates to this day. However, after 205 years since the development of his philosophical concepts, his ideas and works continue to have a significant impact on the processes of human development in modern society. The values of his philosophy, related to humanity and its liberation, have a noticeable influence on the formation of human development policies in many countries around the world.

Keywords: philosophy of Marxism, alienation of human activity, the problem of humanity, human development, human essence, subject of history, humanism in philosophy, philosophical anthropology, history of philosophy, contemporary philosophy.

References

1. Marx the millennium's «greatest thinker». – BBC News. News.bbc.co.uk. 1/10/1999 – URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/461545.stm> (date of access: 25/01/2023).
2. Susan Berry. Karl Marx's 'Communist Manifesto' Ranked Among Top Three Assigned College Texts / Susan Berry // Breitbart News. www.breitbart.com. 2016. – URL: <https://www.breitbart.com/politics/2016/01/29/karl-marxs-communist-manifesto-ranked-among-top-three-assigned-college-texts/> (date of access: 25/01/2023).
3. Thomas Piketty. Capital in the Twenty-First Century / Thomas Piketty // – The Belknap Press of Harvard University Press. – CAMBRIDGE. 2014. – 452 p.
4. Dang Hu Toan. The theory of man – human liberation and development – is a value that constitutes the enduring vitality of Marxism. Communist Party of Vietnam / Dang Hu Toan // tulieuvankien.dangcongsan.vn. Ханой. – 2018. 7с. – URL: <https://tulieuvankien.dangcongsan.vn/c-mac-angghen-lenin-ho-chi-minh/c-mac/ngghien-cuu-hoc-tap-tu-tuong/hoc-thuyet-ve-con-nguoi-giai-phong-va-phat-trien-con-nguoi-mot-gia-tri-lam-nen-suc-song-truong-ton-cua-chu-ng-hia-3175>(date of access: 25/01/2023)
5. Zyuganov G.A. The thinker who changed the world. Article by G.A. Zyuganov in the Pravda newspaper (on the 200th anniversary of the birth of Karl Marx) / Zyuganov G.A. // Communist Party of the Russian Federation. – Omsk. 2018. – [Electronic resource]. – URL: <https://www.omsk-kprf.ru/news/myslitel-izmenivsii-mir-stata-gazuganova-v-gazete-pravda-k-200-letiuso-dna-rozdenia-karla> (date of access: 25/01/2023)



6. Lyubutin K.N. On the philosophy of Marx, on the philosophy of Engels / K.N. Lyubutin // *Philosophy and Society*. –2004. –No. 1 (34). –S. 166–184.
7. Lyubutin KN Socio-philosophical foundations of the periodization of history and the concept of K. Marx / KN Lyubutin, PN Kondrashov // *Philosophy and Society*. –2007. –No. 4 (48). – S. 51–67.
8. Rakitskaya G. Ya. Marxist version of social institutions and institutional transformations: Experience of analysis and relevance; Main works. Volume 2. The ideology of consistent (revolutionary) humanism. Theory of society and economy / Rakitskaya G. Ya. // Moscow: Institute of Prospects and Problems of the Country, –2000. –96s. // LitMir – Electronic Library [website]. – URL: <https://www.litmir.me/br/?b=587392&p=12> (date of access: 25/01/2023). – Access mode: open access.
9. RIA Novosti: Marx's «Capital» became popular again during the financial crisis. – Updated constantly. –Moscow, 2009. – URL: <https://ria.ru/20090414/168083463.html> (date of access: 01.02.2023). – Access mode: free.
10. RIA Novosti: Germany sold out the first circulation of zero-euro banknotes with the image of Marx. – Updated constantly. – Moscow, 2018. – URL: <https://ria.ru/20180419/1518980334.html> (date of access: 25/01/2023). – Access mode: free.
11. Slavin BF, Is Marx's social ideal real or utopian? (to the 200th anniversary of his birth) / BF Slavin // *Social and humanitarian knowledge*. –2018. –No. 3. P. 14–31.



Концепция взаимного возникновения Фа-Цзана в «Трактате о пяти учениях в Хуаянь»

Аракава Сю,

магистр философии, аспирант, Русская христианская гуманитарная академия им. Достоевского
E-mail: OtokoSerov@yandex.ru

Данная статья глубоко исследует концепцию взаимного возникновения в «Трактате о пяти учениях в Хуаянь». Автор подробно рассматривает философские аспекты этой концепции, выделяя ее ключевые элементы и их влияние на общую философскую картину трактата. Статья охватывает исторический контекст и развитие концепции в Хуаянь, а также ее связь с другими учениями. Внимание уделяется тому, как концепция взаимного возникновения Фа-цзана влияет на понимание природы реальности и отношений внутри учений Хуаянь. Это исследование предоставляет новый взгляд на трактат и приглашает читателя глубже понять сущность и философскую значимость концепции взаимного возникновения Фа-цзана в контексте Хуаянь. Особое внимание уделено анализу понятий, из которых складывается учение в школе Хуань, что позволяет сформировать полную картину как относительно отдельно рассмотренной школы, так и расширить понимание всего трактата в целом.

Ключевые слова: школа Хуаянь, «Трактат о пяти учениях в Хуаянь», «ли», «ши», учение «четыре мира дхарм».

Школа Хуаянь – это одна из буддийских школ, возникшая в VI веке в Китае. Известна своим уникальным учением «четыре мира дхарм», суть которого заключается в том, что все вещи сливаются друг с другом с помощью двух философских категорий «ли» и «ши» [1].

Первая – «ли», обозначающее буквально «закон, порядок и принцип». Вторая – «ши» обозначает дела и вещи. С помощью этих категорий учение показывает все сущее не раздельно друг от друга, проникая друг через друга [2]. В конечном итоге реализуется «мир Дхармы без преград между делом и делом». Мир в этой школе наиболее близок к истине и каждый человек должен стремиться к этому миру.

Выполненный систематизированный литературный обзор [3, 4, 5] и контент-анализ выявили, что учение «четыре мира дхарм» базируется на следующих принципах:

1. Мир дхарм «дела» – это мир феноменов. «Дело» можно понять, как каждая вещь или каждое дело. В этом мире река течёт, дерево растёт, птицы летают, огонь горячий и лёд холодный. Можно почувствовать эмпирически то, что происходит в этом мире.
2. Мир дхарм «принцип» – это мир принципов. «принцип» можно понять, как понятие «пустота». «Принцип» лежит над всеми происходящими в первом мире. Этот мир находится за чувственными восприятиями, так что можно увидеть этот мир только разумом или созерцанием. Все принципы и законы, которые управляют событиями в феноменальном мире, относятся к этому миру. Поэтому «принцип» не видимая вещь. Еще следует отметить, что мир дхарм «дело» и мир дхарм «принцип» не существуют раздельно. Они создают нечто одно целое.
3. Мир дхармы без преград между «делом» и «принципом» – это мир полно-



го слияния феноменов и принципов. А как показано выше, «ли» и «ши» нераздельны друг от друга. Какое-то конкретное событие можно понять, как проявление какого-то абстрактного принципа. А принцип можно понять, как проявление какого-то события. В этом мире «принцип» и «дело» сосуществуют без препятствий. Это напоминает учение, гласящее, что все вещи есть «пустоты» и «пустота» есть все вещи.

4. Мир дхармы без преград между «делом» и «делом» – это мир полного слияния феноменов и феноменов. Три предыдущих мира есть всего лишь предпосылка для объяснения и появления этого четвертого мира. Этот мир является абсолютным и единственным существующим миром. Этот мир означает, что все вещи проникают друг в друга, между вещами нет преград.

Важно подчеркнуть, что четко сформулировано учение «четыре мира дхарм» в трактате «Сокровенное зеркало мира дхарм в Хуаянь» только у четвертого патриарха школы Дэн-гуань. Третий патриарх школы Фа-цзан, считающийся систематизатором учения школы [6], излагает подобную концепцию в девятой главе своего трактата «Сочинение о пяти учениях Хуаянь» использует не только категории «ли» и «ши», но и такие более простые вещи как числа от 1 до 10 и материалы, из которых состоит дом.

Фа-цзан показывает теоретическую основу «мира дхармы без преград между «делом» и «делом» в 9 главе «Различение учения Единой колесницы от учения трех колесниц» в «Трактате о пяти учениях в Хуаянь» [7]. В главе показывают следующие учения:

- 1) «Значение тождественности и различия трех сущностей».
- 2) «Шесть значений, вызывающих причины взаимного возникновения».
- 3) «Врата значения десяти сокровищ без преград при взаимному возникновении».
- 4) «Шесть знаков».

Излагая эти учения, Фа-цзан показывает свою концепцию причины взаимного

возникновения, отличающуюся от учения «четыре мира дхарм». В этой статье дается обзор главы «Различение учения Единой колесницы от учения трех колесниц» в «Трактате о пяти учениях в Хуаянь». Эта глава важна для понимания учения школы Хуаянь, однако довольно объемна. Цель данной статьи заключается в передаче концепции взаимного возникновения в доступном и коротком виде.

Три сущности учения – это «воображаемая», «зависимая от другого» и «абсолютно-завершенная». Это заимствованные понятия из школы Фасян. «Воображаемая» подразумевает умение принимать несуществующее за реально существующее. «Зависимая от другого» практически синоним «взаимозависимое возникновения». «Абсолютно-завершенная» – практически тождественная пустоте.

«Каждая сущность из трех имеет два значения. «Абсолютно-завершенная» означает неизменяемость и следование за причиной. «Зависимая от другого» означает похожее на существующее и отсутствие сущности. «Воображаемая» означает отсутствие тела и присутствие чувства» [7]. «Абсолютно-завершенная» есть пустота, поэтому называется истинной – она неизменяемая. С другой стороны, эта истина по мнению Фа-цзана, не сохраняя свою сущность, следует за причиной и проявляется в мире дел. «Зависимая от другого» по сути условное существующее в мире явлений. Мир взаимозависимого возникновения не может иметь свою сущность, «Воображаемая» – познанная путем заблуждения, поэтому на самом деле не существует. Поэтому отсутствует сущность и присутствуют чувства.

Здесь интересен тот факт, что в «абсолютно-завершенной» находят мир дел. Иными словами, пустота тождественна миру дел. Отсюда можно сказать следующее: «зависимая от другого» тоже тождественна пустоте. Так как выше показано, «абсолютно-завершенная» тождественна миру дел, «зависимая от другого» и «воображаемая» также тождественны. Таким образом, автор показывает тождествен-



ность трех сущностей: «неизменяемость «абсолютно-завершенной», отсутствие сущности «зависимая от другого» и отсутствие тела «воображаемой» тождественны и не различны в том смысле, что они не имеют свою сущность» [7].

Фа-цзан с помощью тетралемма доказывают, что каждая сущность: не существует; не то, что не существует; не то, что и существует, и не существует; не то, что и не существует, и существует.

Далее автор доказывает, что каждая сущность: существует; не существует; и существует, и не существует; не существует, и не то, что не существует.

Таким образом, можно говорить, что три сущности тождественны, и не различны. Также не существует преград между делом и принципом (пустота).

Рассматривая **концепцию взаимного возникновения Фа-Цзана в «Трактате о пяти учениях в Хуаянь», особого внимания заслуживают шесть значений**, вызывающих причины взаимного возникновения. Автор разделяет причину на исходную причину и второстепенные взаимозависимые факты. Таким образом, причиной являются или пустота, или условное существующее. Похожую идею **Фа-Цзан отражает и в других своих произведениях [8, 9].**

Также автор рассматривает, к какой категории (пустота или существующее) относится каждая вещь:

- Исчезновение в мгновении означает отсутствие сущности и пустоту (пустота, есть сила и нет связи). Из-за исчезновения какой-то вещи, происходит взаимозависимое возникновение других вещей и в итоге получается результат, поэтому есть сила. Вещь исчезает естественным образом, поэтому нет связи.
- Совместное существующее (пустота, есть сила и связь). Существующее получается из-за причины, а не из-за своей сущности, поэтому оно есть пустота. Результат проявляется в качестве существующего, поэтому есть сила. Таким образом, есть и результат, и причина, поэтому есть связь.
- Присутствие связей (пустота, нет силы и есть связь). В данном случае,

если есть связь, то есть причина, поэтому нет сущности и есть пустота. Здесь связь играет важную роль, поэтому можно считать причину бесильной.

- Отсутствие изменения (существующее, есть сила и нет связи). Класс, к которому относится каждая вещь, не изменяется, поэтому получается существующее. Рождает свой класс, поэтому есть сила. Без связи можно сохранять свой класс, поэтому нет связи.
- Приведение в результат (существующее, есть сила и связь). Какая-то вещь может приводить в свой результат, поэтому существует. Рождение результата означает присутствие силы. Результат рождается из-за связи, поэтому есть связь.
- Постоянная зависимость (существующее, нет силы и есть связь). Каждая вещь существует из-за связи, поэтому она существует. Без связи вещь не может существовать, поэтому нет силы. Данная вещь следует за связью, поэтому есть связь.

Автор пишет, что «все вещи есть или пустота, или существующее. Поэтому есть врата взаимозависимая тождественности. Рассматривают, что все вещи имеет силу, или не имеют. Поэтому есть врата взаимозависимое вхождение. Также рассматривают, что все вещи имеют связь или не имеют. Поэтому есть врата тела, включающее другие и врата тела, зависящее от другого» [7].

Мировоззрение школы Хуаянь говорит о том, что в мире все сущее взаимодействует и взаимопроникает. Это учение называется «Причинами возникновения миров дхарм», оно имеет два значения:

- результат деяний абсолютного просветления (область, где обитают десять будд);
- «Закон взаимозависимого возникновения» обнаруживает учение школы (область, где обитает бодхисаттва Самантабhadра).

Результат деяний абсолютного просветления означает, что все взаимопроникают, что одно равно всему и все

равно одному. Это область абсолютно-го просветления. Десять будд и земля будд взаимопроникают друг в друга». Здесь нельзя говорить о вратах «Мир сети Индры» и о вратах «Установление взаимного слияния», так как их смысл невозможно объяснить. Автор пишет, что «можно объяснить причины деяний, но результаты деяний невозможно объяснить словами» [7].

Область бодхисаттвы Самантабхары можно объяснить и со сравнением, и с объяснением десяти сокровищ. Объяснение с сравнением означает «сравнение с расчетом десяти монет, число десять считается совершенным, что означает бесконечность» [7]. Десять монет означают числа от 1 до 10, с их помощью объясняют взаимозависимое возникновение без препятствий.

В буддизме взаимозависимое возникновение объясняют разными способами, существует несколько видов взаимозависимого возникновения. Фацзан объясняет это следующим образом: при взаимозависимом возникновение тел, каждое тело рассматривается с двух сторон. Взаимозависимое возникновение происходит из-за того, что каждое отдельное тело включает все остальное. В этом случае у тела нет связи, и оно называется «телом, включающее другое». Взаимозависимое возникновение происходит из-за того, что все тела зависят от всего остального. В этом случае каждое тело имеет связь и называется «телом, зависящим от другого».

«Взаимозависимая тождественность» объясняют следующим образом: каждое тело не может существовать только своей сущностью, оно является и пустотой, и существующим. Когда первое тело считается существующим, второе тело, являющееся пустотой, входит в отношение взаимозависимого возникновения, при котором второе – существующее, первое – пустота, соответственно. Таким образом, происходит взаимозависимое возникновение. Когда два тела считают одним и тем же, отношение называется взаимозависимой тождественностью.

«Взаимозависимое вхождение» объясняется следующим образом: при взаимозависимом возникновении второе тело включается в первое. Когда у второго есть сила, у первого ее нет – первое включается во второе. Не бывает так, что у обоих тел нет силы, или сила есть у обоих тел. Таким образом, каждое тело может и иметь силу, и не иметь силу. Только так происходит взаимозависимое возникновение, через отношение «взаимозависимое вхождение» между телами. Разберем это на восьми случаях учения.

1. «Тело, зависящее от другого» находится в отношениях «взаимозависимое вхождение», когда 1 считается начальным числом (в него включаются числа от 2 до 10). Когда 2 считается начальным числом, в него включаются число 1 и числа от 3 до 10. Таким образом, рассматривают случаи, когда каждое число является начальным.
2. «Тело, зависящее от другого» находится в отношениях «взаимозависимое вхождение», когда 10 считается начальным числом. Число 10 включает в себя от 9 до 1. Когда 9 начальное число, то 9 включает в себя число 10 и числа от 8 до 1.
3. «Тело, зависящее от другого» находится в отношениях «взаимозависимая тождественность», когда 1 считается начальным числом. В этом случае рассматривают, что 1 равно 2, 1 равно 3 и далее до тех пор, пока 1 равно 10.
4. «Тело, зависящее от другого» находится в отношениях «взаимозависимая тождественность», когда 10 считается начальным числом. В этом случае рассматривают, что 10 равно 9, 10 равно 8 и далее до тех пор, пока 10 равно 1.
5. «Тело, включающее другое» находится в отношениях «взаимозависимое вхождение», когда 1 считается начальным. Сначала в числе 1 надо увидеть само число 1. Затем в 1 нужно увидеть числа от 2 до 10.
6. «Тело, включающее другое» находится в отношениях «взаимозависимое вхождение».



мое вхождение», когда 10 считается начальным числом. Сначала в числе 10 надо увидеть само число 10. Затем в числе 10 нужно увидеть числа от 9 до 1.

7. «Тело, включающее другое» находится в отношениях «взаимозависимая тождественность», когда 1 считается начальным числом. Сначала нужно признать, что 1 равно 1. Затем нужно признать, что число 1 равно числам от 2 до 10.
8. «Тело, включающее другое» находится в отношениях «взаимозависимая тождественность», когда 10 считается начальным числом. В этом случае сначала нужно признать, что 10 равно 10. Затем нужно признать, что 10 равно числам от 9 до 1.

Таким образом, Фа-цзан объясняет мир взаимозависимого возникновения в сравнении. Особое внимание в произведении автор уделяет толкованию 10 ворот.

1. Врата «Полнота и соответствие одновременно». Десять пар дел проникают друг в друга. Создается мир взаимозависимого возникновения. Здесь нет ни начала, ни конца.
2. Врата «Взаимное слияние и вхождение одного и многого». Одно и многое существуют отдельно друг от друга. Также в одном находится многое, а во многом находится одно.
3. Врата «Свободное взаимозависимой тождественности всех дхарм» показывают, что каждая дхарма находится во всех остальных дхармах и все дхармы находятся в одной дхарме.
4. Врата «Мир сети Индры» (Индра – это орнамент из бриллиантов, украшавший небесный дворец бога Индры). Каждая вещь взаимосвязана с другими вещами как звенья сети. Если нет хотя бы одного звена, то уже нет сети.
5. Врата «Установление взаимного слияния мелкого и тонкого». Имеется в виду установление многого (мелкого и тонкого) в одно мгновение. Хотя используется слово «взаимное слияние», здесь происходит одностороннее действие.

6. Врата «Постижение тайны явного и скрытого». Любое «явное явление» на самом деле существует со «скрытым» явлением. Это сосуществование – тайна, которую нужно постичь.
7. Врата «Полнота добродетели чистого и разного». «Чистое» означает следующее: если рассматривать конкретного человека, то в нем находится все остальное в мире, кроме него самого. Иными словами, все остальное в мире становится этим человеком. С другой стороны, в этом человеке находится разнообразие всего остального в мире. Это разнообразие называется «разным». «Чистое» и «разное» проникают друг в друга и образуется добродетель.
8. Врата «Отличное друг от друга становление дхарм в десяти временных миров». Десять временных миров означают следующее: каждое время из прошлого, настоящего и будущего, имеет три времени. То есть прошлое состоит из прошлого, настоящего и будущего; настоящее – из прошлого, настоящего и будущего; будущее – из прошлого, настоящего и будущего. Еще есть время, куда входят все эти девять миров. Таким образом, есть десять временных миров, при этом все они входят друг в друга.
9. Врата «Приведение к доброму из-за вращения единой души». Все существующее есть нечто превращенное «татхагата-гарбхи». Поэтому все существующее изначально бывает добрым.
10. Врата «Объяснения рождения дхарм посредством сравнения дел». Когда вещи сливаются друг с другом, объясняют особенность одной вещи с помощью сравнения другой вещи. Если анализировать содержание «Значения шести знаков без преград», формируется утверждение о том, что каждый предмет состоит из шести знаков. Фа-цзан проводит аналогию между этими элементами и домом [7]. Первый элемент – это «знак общего», куда входят все элементы, создающие дом. Второй элемент – «знак отдель-

ного», без общего существование элементов не имеет значения. Элементы сами создают общее, но общее и элементы – разные вещи. Третий элемент – «знак сходства», к которому относятся элементы, которые взаимодействуют, не разрушая дом. Четвертый элемент – «знак различия», который показывает, что элементы отличаются друг от друга. Пятый элемент – «знак становления», который также показывает, что элементы связаны друг с другом и находятся во взаимоотношениях, при этом каждый элемент может возникнуть именно из-за связей и взаимоотношений. Шестой элемент – «знак дробности», который говорит о том, что каждый элемент находится во взаимоотношениях с другими элементами, но не теряет свой статус и значение в общем.

Выполненный систематизированный литературный обзор и контент-анализ «Трактата о пяти учениях в Хуаянь» показал, что произведение концентрируется на концепции взаимного возникновения. Автор данного исследования описал и раскрыл ключевые основы концепции, что существенно расширяет представление о данном учении. На основании вышесказанного можно сформулировать следующие выводы.

Прежде всего, взаимное возникновение является основой реальности. Явления и объекты (тела) существуют взаимозависимо – данная идея пронизывает всю структуру трактата и предоставляет новый взгляд на природу реальности [10]. Текст трактата говорит о том, что взаимное возникновение простирается далеко за пределы отдельных сущностей и тел, раскрывая бескрайнюю сеть взаимосвязей.

Важно учитывать, что концепция не ограничивается изучением природы реальности и имеет этическое измерение, подчеркивая важность понимания и осознания взаимосвязи для достижения гармонии и мира в мире.

Идеи, переданные в трактате, могут использоваться как источник вдохновения для обсуждения актуальных современных вопросов, например связанных с экологией, социальной справедливо-

стью, гендерным равенством. Взгляд на мир через призму взаимозависимости может стать основой для нового понимания и решения проблем современного общества.

Литература

1. Янгутов Л.Е. Философское учение школы хуаянь. Новосибирск: «Наука», 1982.
2. Soothill W. ed., Hodous L. [ed. of orig. print version]; Muller Ch. [ed. digitized version]). A Dictionary of Chinese Buddhist Terms // <http://www.hm.tyg.jp/~ac-muller/soothill/soothillhodous.html>
3. Стабурова Е.Ю. Термин чжан 章 в названиях буддистских сочинений: проблема жанровой принадлежности и перевода // Общество и государство в Китае. 2015. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/terminchzhan-v-nazvaniyah-buddistskih-sochineniy-problema-zhanrovoy-prinadlezhnosti-i-perevoda> (дата обращения: 25.11.2023).
4. Янгутов Л.Е. О школах средневекового китайского буддизма // Вестник БГУ. 2011. № 8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-shkolah-srednevekovogo-kitayskogo-buddizma> (дата обращения: 26.11.2023).
5. Стабурова Е.Ю. Про странство и время в философии буддийской школы Хуаянь (по тексту Фа-цзана «Золотой лев») // Общество и государство в Китае. 2012. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prostranstvo-i-vremya-v-filosofii-buddiyskoy-shkoly-huayan-po-tekstu-fa-tszana-zolotoy-lev> (дата обращения: 29.11.2023).
6. Фа-цзан. Хуаянь цзинь шицзы чжан цзяо ши (Золотой лев Хуаянь, отредактированный и прокомментированный) / Ред. Фан Литянь. П.: Чжунхуа шуцзюй чубань, 1996. 5. [Фан Литянь]. Хуаянь цзинь шицзы чжан пиншу (Критический обзор «Золотого льва в Хуаянь») // Фа-цзан. Указ. соч., с. 9–34.
7. Фа-цзан. «Трактат о пяти учениях в Хуаянь». Комментарии Каматы Сигэо. Токио.: Даидзо сюппан, 2003. С. 204.



8. Золотой Лев Хуаянь / Пер. К.Ю. Солонин // Религии Китая. Хрестоматия. СПб: Евразия, 2001.
9. Цзунцзяо цыдянь (Словарь религий) / Ред. Жэнь Цзиюй. Шанхай: Шанхай цышу чубаньшэ, 1983.
10. Дашеева В.В., Хандархаева В.В. Теория причинно-следственных связей в философии китайского буддизма // Вестник БГУ. 2021. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-prichinno-sledstvennyh-svyazey-v-filosofii-kitayskogo-buddizma> (дата обращения: 26.11.2023).
2. Soothill W. ed., Hodous L. [ed. of orig. print version]; Muller Ch. [ed. digitized version]. A Dictionary of Chinese Buddhist Terms // <http://www.hm.tygg.jp/~acmuller/soohill/soohillhodous.html>
3. Staburova E. Yu. The term zhang 章 in the titles of Buddhist works: the problem of genre affiliation and translation // Society and state in China. 2015. No. 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/termin-chzhan-v-nazvaniyah-buddistskih-sochineniy-problema-zhanrovoy-prinadlezhnosti-i-perevoda> (date of access: 11/25/2023).
4. Yangutov L.E. About the schools of medieval Chinese Buddhism // Bulletin of BSU. 2011. No. 8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-shkolah-srednevekovogo-kitayskogo-buddizma> (date of access: November 26, 2023).
5. Staburova E. Yu. Space and time in the philosophy of the Huayan Buddhist school (based on the text of Fa-tsang "The Golden Lion") // Society and State in China. 2012. No. 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prostranstvo-i-vremya-v-filosofii-buddiyskoy-shkoly-huayan-potekstu-fa-tszana-zolotoy-lev> (access date: 11/29/2023).
6. Fa-zang. Huayan jin shizi zhang jiao shi (The Golden Lion of Huayan, edited and commented) / Ed. Fan Litan. P.: Zhonghua shuju chuban, 1996. 5. [Fang Litan]. Huayan jin shizi zhang pingshu (Critical review of "The Golden Lion in Huayan") // Fa-tsang. Decree. cit., p. 9–34.
7. Fa-zang. "Treatise on the Five Teachings of Huayan." Commentary by Kamata Shigeo. Tokyo.: Daizo Shuppan, 2003. P. 204.
8. Golden Lion of Huayan / Trans. K. Yu. Solonin // Religions of China. Reader. St. Petersburg: Eurasia, 2001.
9. Zongjiao Qidian (Dictionary of Religions) / Ed. Ren Ziyu. Shanghai: Shanghai qishu chubanshe, 1983.
10. Dasheyeva V.V., Khandarkhaeva V.V. The theory of cause-and-effect relationships in the philosophy of Chinese Buddhism // Bulletin of BSU. 2021. No. 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-prichinno-sledstvennyh-svyazey-v-filosofii-kitayskogo-buddizma> (date of access: November 26, 2023).

THE CONCEPT OF THE MUTUAL ARISING OF FA-ZANG IN THE "TREATISE ON THE FIVE TEACHINGS IN HUAYAN"

Arakawa Shu

Russian Christian Humanitarian Academy named after Dostoevsky

The concept of the mutual emergence of Fa-tsang in the Treatise on the Five Teachings of Huayan Annotation. This article deeply explores the concept of the mutual emergence of Fa-zang in the Treatise on the Five Teachings of Huayan. The author examines in detail the philosophical aspects of this concept, highlighting its key elements and their influence on the overall philosophical picture of the treatise. The article covers the historical context and development of the concept in Huayan, as well as its relationship to other teachings. Attention is given to how Fa-zang's concept of mutual emergence influences understanding of the nature of reality and relationships within the Huayan teachings. This study provides a new perspective on the treatise and invites the reader to further understand the essence and philosophical significance of Fa-zang's concept of mutual emergence in the context of Huayan. Particular attention is paid to the analysis of the concepts that make up the teachings of the Huan school, which makes it possible to form a complete picture of both the school considered separately and to expand the understanding of the entire treatise as a whole.

Keywords: Huayan school, "Treatise on the Five Teachings in Huayan", "li", "shi", teaching "four worlds of dharmas".

References

1. Yangutov L.E. Philosophical doctrine of the Huayan school. Novosibirsk: "Science", 1982.



Политика импортозамещения в оценках представителей разных поколений

Журавлев Артем Андреевич,

аспирант по направлению подготовки 5.4.4. «Социальная структура, социальные институты и процессы» Института социальных наук, Иркутского государственного университета
E-mail: irlend@list.ru

В статье приводятся результаты исследования общественного мнения о политике импортозамещения. Рассматриваются особенности формирования и развития различных стратегий восприятия этой политики представителями разных поколений. Выделяются пять типов причин негативных оценок восприятия политики импортозамещения, анализируются условия и механизмы изменения данной ситуации. Обозначены особенности восприятия власти, бизнеса и других структур, вовлеченных в реализацию политики импортозамещения, представителями разных социальных групп.

Ключевые слова: политика импортозамещения, типы проблем, общественное мнение, социальные последствия, социальное воспроизводство, поколения, информация, медиапространство.

Политика импортозамещения система новых условий работы экономики, направленная на отечественного производителя. Она стала активно внедряться в наши реалии с 2014 года, после введения рядом европейских стран и США экономических санкций против России. Переориентация экономических условий стала точкой формирования новых возможностей для развития внутреннего рынка, начиная от новых рабочих мест и новых производств, заканчивая принципиально новыми технологиями и инновационными инструментами регулирования социального развития.

Это изменило условия и качество жизни, формат и количество потребляемой продукции, помимо этого, привело к переоценке приоритетов развития и формата для разных социальных групп. Политика импортозамещения стала фактором перемен не только в сфере экономики и политики, но и в формате повседневного уклада жизни, новых смыслов социального взаимодействия и общественного воспроизводства.

На восприятие политики импортозамещения населением влияют СМИ (Р.Г. Ардашев [1–3]), особенности социального недовольства, реализуемые в оценках и действиях населения (О.А. Полюшкевич [7–9]), оценках последствий влияния экономического кризиса на сознание россиян (В.А. Скуденков [10–12]) и многие другие неоднозначные процессы социального моделирования, которые опираются на новые условия экономической политики России как точки отсчета новой реальности для всех социальных групп. Также в более ранних работах автора ставятся вопросы о неоднозначном восприятии политики импортозамещения в общественном сознании россиян [4–6].

Рассматривая последствия политики импортозамещения, стоит говорить не только об экономическом изменении



конъюнктуры рынка, но и изменении образа мышления предпринимателей и обывателей – по-новому воспринимающих возможности политики импортозамещения в современных условиях. Это также неодинаково отражается в сознании представителей различных поколений, так как их жизненный опыт и жизненные сценарии конструируются неодинаково, и реакция на политику импортозамещения не может быть идентичной. Это социальные условия нового наполнения и развития институтов гражданского общества, формирование более стабильных условий социального моделирования отдельных территорий и страны в целом, отраженных в оценках общественного мнения и готовности принимать или не принимать новые условия управленческих решений.

Особенности исследования

В нашем исследовании мы поставили цель – выяснить оценку общественного мнения россиян в отношении политики импортозамещения. Для этого, на платформе опросов www.google.com был проведен опрос 1800 граждан России, проживающих в разных городах и занятых в разных сферах социально-экономической жизни. Возраст участников исследования от 18 до 65 лет; 55% женщин и 45% мужчин. Изначально мы делали акцент на восприятии данной политики представителями разных поколений, что позволило выявить влияние разных возрастных и социально-экономических факторов на общественное восприятие данных экономических и политических решений. Поэтому, всех респондентов при анализе мы разделили на: молодежь 18–35 лет), представителей среднего возраста (36–55 лет) и старшего возраста (56 лет и старше).

Анализ результатов исследования

Политику импортозамещения более негативно оценивают молодые люди – 43%, видят положительные моменты – 27% и 30% воспринимают нейтрально. Для представителей среднего возраста – негативные оценки также значимы, но менее выражены – 29%, видят поло-

жительные моменты в два раза больше, чем среди молодежи – 54% и только 17% никак не воспринимают и не оценивают данную сферу. Для представителей старшего возраста – негативных оценок меньше всего – 8%, положительных – значимое большинство – 68%, нейтральных – 24%.

Для молодежи не столь значим страх дефицита товаров – только четверть об этом говорит – 25%, чуть более трети обеспокоено этим – 32%. Среди представителей среднего возраста страх испытывают 35%, обеспокоены – 45%. А представители старшего возраста более спокойны: испытывают страх только 7%, обеспокоены – 23%. Остальные достаточно спокойно воспринимают данные процессы: молодежь – 43%; средний возраст – 20%, старший возраст – 79%.

Надежда на российские компании, которые могут дать достойную альтернативу есть у 48% молодежи, 40% представителей среднего возраста и 65% старшего поколения. При этом 52% молодежи считают, что российские аналоги не сравнятся с оригиналами, также полагают 60% представителей среднего и 35% старшего поколений.

Также имеется неодинаковая оценка различных сфер деятельности, например продукты питания и бытовая химия, по мнению всех поколений смогут легко восполниться отечественным производителями (74 и 76% соответственно для молодежи; 80 и 85% для среднего и старшего поколений), та же тенденция среди предметов гигиены и строительных материалов (80 и 84% для молодежи; 75 и 82% для среднего поколения; 83 и 87% для старшего поколения). Не столь позитивно оценивают возможности фарминдустрии и лекарств (51% молодежи, 65% представителей среднего возраста и 70% старшего поколения), машиностроения (42% молодежи, 46% среднего возраста и 38% старшего поколения), авиастроения (41% молодежи, 46% среднего возраста и 55% старшего поколения).

Более качественными считают зарубежные товары – 44%, российские – 66% молодежи; представителей средне-

го поколения 40% и 60% соответственно; старшего поколения – 30% и 70%. При этом, выбирая между зарубежным и российским – чаще выберут российский (66% молодежи, 75% среднего возраста и 80% старшего поколения). Это пример реализации внутренних противоречий в оценке политики импортозамещения, так как в нашем сознании смешиваются разные формы и стратегии понимания социального моделирования и развития общества, стратегий реализации и адаптации в нем, а также перспектив и возможностей использования сложившейся конъюнктуры для развития социальной среды.

Респонденты всех возрастов примерно одинаково указывали причины активизации политики импортозамещения называют экономические – 33%, политические – 29%, идеолого-патриотические – 20%, национальные – 13%, иные – 5%. Эти взгляды у них сформировались из-за получаемой информации из СМИ и обсуждений в кругу семьи и друзей.

Также схожая оценка представителей разных поколений и в том, что политика импортозамещения в большей степени касается малого и среднего бизнеса (52%), крупного бизнеса (31%), государственных предприятий (12%), муниципальных предприятий (5%). Рядовых граждан она не касается – 53%, косвенно касается – 34%, полностью касается любого гражданина РФ – 12%. Иными словами, для большей части россиян – политика импортозамещения существует как какая-то абстрактная вещь, которая их лично очень опосредованно касается, не хватает для многих понимания связи каждого гражданина и всех социальных процессов, происходящих в социальных институтах.

В целом по стране, политику импортозамещения оценивают как положительную – 35% респондентов, полагают, что ее надо заменять иными комплексными проектами – 38%, оценивают как однозначно отрицательную – 27%. Оценивая политику импортозамещения у себя в регионе, россияне воспринимали ее как положительную в два раза ниже, чем

по стране – 15%, что ее надо дополнять и в чем-то менять – 56%, оценили как отрицательную – 29%. Эти данные показывают, что свои региональные проблемы студенты знают лучше, поэтому могут говорить более предметно и в целом – политика импортозамещения не вызывает восторгов из-за технических моментов реализации.

Молодые люди указывали на отсутствие просветительских информационных сообщений (66%), помогающих разобраться в особенностях политики импортозамещения (не ясны принципы, особенности, региональная конъюнктура и проч.). Представители среднего поколения негативно оценили работу органов власти по реализации различных мероприятий, направленных на укрепление политики импортозамещения (62%). А представители старшего поколения сделали акцент на важности поддержки отечественных производителей (65%).

Действия бизнеса по реализации политики импортозамещения в целом более положительно оценивают молодые люди – 70%, представители среднего поколения – 46%, старшего – 41%; негативная оценка у молодежи – 20%, среднего поколения – 33%, старшего – 27%; нейтральное восприятие у молодежи – 10%, среднего – 21%, старшего – 32%. Это позволяет сделать вывод о недостаточной комплексной работе по реализации стратегий импортозамещения в нашей стране, так как разные поколения не воспринимают эту политику как естественную и необходимую для нашего внутреннего развития.

По мнению респондентов, сложности в реализации политики импортозамещения начинаются по мнению молодежи в отсутствии достаточных финансов и иных ресурсов у местных производителей (46%), а также в административных барьерах и бюрократии (35%); по мнению представителей среднего поколения длительный срок окупаемости проектов (42%) и слабая информированность о программах и проектах импортозамещения (33%) являются ключевыми проблемными зонами. Представители старшего поколения выделили такой по-



казатель как неготовность управленцев работать на новом уровне (недостаточность образования, неумение выстроить эффективную стратегию в новых условиях и т.д.) – 62%.

Мы уточнили, почему возникают проблемы в реализации политики импортозамещения, и респонденты указали на несколько типов причин.

Первый тип – идеологический. Не реализуется комплексная идеологическая программа, где политике импортозамещения отводится ключевая роль, как системообразующей форме консолидации социальной среды. Идеологический уровень подготовки любых нормативно-правовых трансформаций указывает на социальную готовность общественности принимать и понимать задачи власти или им противостоять. Этот тип зависит от воли власти и реализации этой воли на местах. В основном о нем говорили представители старшего поколения – 43%, среднего – 35% и младшего – 22%.

Второй тип – просветительско-организационный. Напрямую связан с предыдущим, но ориентирован на информирование населения и заинтересованные группы (бизнес, НКО) на местах в возможностях участия в данной политике, условий и особенностей работы в ее условиях, а также использование возможностей общественного мнения в регулировании социальной организации новых механизмов экономической политики. Этот тип зависит от делегирования органами власти задач для конкретных исполнителей на местах по организации просветительских, информационных и консультативных мероприятий для разных социальных групп населения. Акцент на этом типе делали представители среднего поколения – 53%, младшего – 31%, старшего – 16%.

Третий тип – управленческий. Предполагает подготовку кадров, способных регулировать политику импортозамещения в стране, в регионах, в отдельных отраслях. Для этого недостаточно иметь просто образование, необходимо иметь комплексное мышление, способное учитывать идеологические задачи, внешнюю политику, внутренние воз-

можности и многое другое для развития политики импортозамещения в целом по стране и в отдельных регионах, в частности. Этот тип зависит от качества человеческих ресурсов, задействованных на управленческих должностях, принимающих ключевые стратегические решения. Внимание этому типу уделяли в основном представители молодежи – 57%, среднего поколения – 33%, старшего – 10%.

Четвертый тип – ментальный. Определяется социокультурными и политико-историческими условиями развития мышления, коллективного сознания жителей России. Ментальный уровень создает подсознательные стратегии для восприятия политики, направленной на внутреннего производителя, поддержку отечественного производственного, промышленного, продуктового и любого другого комплекса. Он формируется тысячелетиями и является скорее условием, основанием развития для тех или иных политических решений в сфере экономического развития страны. Этот тип зависит от общих социально-исторических рамок, влияющих на мышления людей, живущих в определенный исторический период времени на конкретной территории, с учетом прошлого социального опыта, настоящих особенностей развития и будущих ориентиров и перспектив социального моделирования. Акцент на нем делали представители старших возрастных групп: старшее поколение – 46%, среднее – 44%, младшее – 10%.

Пятый тип – внешне-средовой. Реализация возможностей, которые появляются в результате ограничения условий внешней среды (экономические санкции), ответных мер нашего государства (политик импортозамещения) и социально-экономических и политических перспектив общественного воспроизводства и моделирования социально-значимых процессов. Этот тип зависит от решения властей нашей и других стран. Представители более младших возрастов в разы чаще указывали на данный тип – младшее поколение – 55%, среднее – 25%, старшее – 20%.

Выделенные типы позволяют более наглядно увидеть особенности восприятия политики импортозамещения в массовом сознании, выявить проблемы, сложности и противоречия. Но вместе с этим и обозначить некоторые варианты решения этих трудностей.

Политика импортозамещения как новая стратегия экономического развития России только набирает обороты, на лицо существенные недочеты в ее реализации прежде всего на информационно-просветительском уровне. Россияне не обладают достаточным уровнем и качеством необходимой информации, способной изменить общественное мнение в ту или иную сторону. На данный момент, политика импортозамещения существует как ориентир власти, понятный для отдельных субъектов экономики, но не для рядового обывателя. Ее плюсы, минусы и риски поняты не всем, а это влечет к отстраненности и не готовности ориентироваться не только на близлежащие, но и долгосрочные планы.

Одним из направлений реализации данных условий социального развития может стать большая информационная вовлеченность населения в принимаемые решения в рамках политики импортозамещения. А также вовлечения населения в публичные слушания по тем или иным вопросам реализации данной политики на федеральном и региональном уровнях. В любом случае, наличие целенаправленной программы вовлечения заинтересованных лиц и информирования всех социальных групп об особенностях политики импортозамещения в РФ на современном этапе развития может стать основой социального прорыва на качественно новом уровне.

Выводы

Проведенное исследование показало неодинаковое восприятие политики импортозамещения в общественном сознании россиян. Выявленные отличия восприятия и оценок представителей разных поколений подталкивают к очевидным выводам: необходимости разъяснительной просветительской работы для каждой социальной группы, а также посто-

янного формирования соответствующего информационного поля в медийном пространстве России. Это означает фиксировать не только проблемы реализации политики импортозамещения, но смещать фокус на успехи, возможности и долгосрочные планы развития различных отраслей производства и сфер деятельности.

Без социального моделирования общественных процессов, направленного на конструирование общих социальных задач, уже реализованных в результате политики импортозамещения невозможно представить благополучное будущее страны. А реализация этих задач лежит не только на предпринимателях, участвующих в политике импортозамещения, но и в самих органах власти, реализующих ее принципы на организационном и управленческом уровне. Это система комплексного партнерства, направленная на социальное взаимодействие и точное понимание интересов и возможностей друг друга. При этом отраженная в публичных пространствах и информационной медиасреде города, региона и страны в целом.

Литература

1. Ардашев Р.Г. Воздействие СМИ на иррациональность общественного сознания // Социология. 2021. № 3. С. 53–61.
2. Ардашев Р.Г. Иррационализация массового сознания и СМИ // ЛОМОНОСОВ-2022. Материалы Международного молодежного научного форума. 2022.
3. Ардашев Р.Г. Влияние СМИ на формирование общественного мнения о преступности // Социология. 2023. № 5. С. 90–97.
4. Журавлев А.А. Политика импортозамещения: конструирование общественного мнения через медиаресурсы // Социология. 2023. № 4. С. 86–92.
5. Журавлев А.А. Правовое сопровождение процесса импортозамещения // Социальные институты в правовом измерении: теория и практика. материалы V Международной



- научно-практической конференции. Иркутский государственный университет. Иркутск, ИГУ, 2023. С. 371–374.
6. Журавлев А.А. Роль медиапространства в формировании оценок общественного мнения о политике импортозамещения // Социальная реальность виртуального пространства. Материалы V Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией О.А. Полюшкевич. Иркутск, ИГУ, 2023. С. 90–96.
 7. Полюшкевич О.А. Общественное недовольство в городском пространстве // Актуальные проблемы гуманитарных и социальных исследований. Материалы XVII Всероссийской научной конференции молодых ученых в области гуманитарных и социальных наук. Редколлегия: В.В. Петров, А.Н. Артемова, О.А. Персидская, А.А. Санженикова. 2019. С. 171–174.
 8. Полюшкевич О.А. Социальное моделирование информационно-аналитическими данными: истина в потоке или результате? // В поисках социальной истины. Материалы IV Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией О.А. Полюшкевич. Иркутск, ИГУ, 2022. С. 343–345.
 9. Полюшкевич О.А. Социальное управление через призму норм // Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы, и перспективы. Материалы VIII Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией О.А. Полюшкевич. Иркутск, ИГУ, 2022. С. 195–199.
 10. Скуденков В.А. Последствия экономического кризиса: анализ коллективных эмоций // Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы и перспективы. Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. Иркутск, ИГУ, 2020. С. 187–190.
 11. Скуденков В.А. Роль экономических санкций против России в жизненных сценариях молодых людей // Глобальные вызовы и региональное развитие в зеркале социологических изменений. Материалы V международной научно-практической интернет-конференции. В 2-х частях. Вологда, Вол НЦ РАН, 2020. С. 254–257.
 12. Скуденков В.А. Трансформация жизненных целей молодежи под влиянием экономических санкций против России // Социология. 2020. № 1. С. 341–344.

IMPORT SUBSTITUTION POLICY AS ASSESSED BY REPRESENTATIVES OF DIFFERENT GENERATIONS

Zhuravlev A.A.

Irkutsk State University

The article presents the results of a study of public opinion on the policy of import substitution. The features of the formation and development of various strategies for the perception of this policy by representatives of different generations are considered. Five types of reasons for negative assessments of the perception of the import substitution policy are identified, and the conditions and mechanisms for changing this situation are analyzed. The peculiarities of perception of government, business and other structures involved in the implementation of the import substitution policy by representatives of different social groups are outlined.

Keywords: import substitution policy, types of problems, public opinion, social consequences, social reproduction, generations, information, media space.

References

1. Ardashev R.G. The impact of the media on the irrationality of public consciousness // *Sociology*. 2021. No. 3. P. 53–61.
2. Ardashev R.G. Irrationalization of mass consciousness and the media // *LOMONOSOV-2022. Materials of the International Youth Scientific Forum*. 2022.
3. Ardashev R.G. The influence of the media on the formation of public opinion about crime // *Sociology*. 2023. No. 5. P. 90–97.
4. Zhuravlev A.A. Import substitution policy: constructing public opinion through media resources // *Sociology*. 2023. No. 4. pp. 86–92.



5. Zhuravlev A.A. Legal support of the import substitution process // Social institutions in the legal dimension: theory and practice. materials of the V International Scientific and Practical Conference. Irkutsk State University. Irkutsk, ISU, 2023. pp. 371–374.
6. Zhuravlev A.A. The role of media space in the formation of public opinion about the policy of import substitution // Social reality of virtual space. Materials of the V International Scientific and Practical Conference. Under the general editorship of O.A. Polyushkevich. Irkutsk, ISU, 2023. pp. 90–96.
7. Polyushkevich O.A. Public discontent in urban space // Current problems of humanitarian and social research. Materials of the XVII All-Russian Scientific Conference of Young Scientists in the Field of Humanities and Social Sciences. Editorial Board: V.V. Petrov, A.N. Artemova, O.A. Persidskaya, A.A. Sanzhenakova. 2019. pp. 171–174.
8. Polyushkevich O.A. Social modeling with information and analytical data: is the truth in the flow or the result? // In search of social truth. Materials of the IV International Scientific and Practical Conference. Under the general editorship of O.A. Polyushkevich. Irkutsk, ISU, 2022. pp. 343–345.
9. Polyushkevich O.A. Social management through the prism of norms // Social consolidation and social reproduction of modern Russian society: resources, problems, and prospects. Materials of the VIII International Scientific and Practical Conference. Under the general editorship of O.A. Polyushkevich. Irkutsk, ISU, 2022. pp. 195–199.
10. Skudencov V.A. Consequences of the economic crisis: analysis of collective emotions // Social consolidation and social reproduction of modern Russian society: resources, problems and prospects. Materials of the VI All-Russian Scientific and Practical Conference. Irkutsk, ISU, 2020. pp. 187–190.
11. Skudencov V.A. The role of economic sanctions against Russia in the life scenarios of young people // Global challenges and regional development in the mirror of sociological measurements. Materials of the V international scientific and practical Internet conference. In 2 parts. Vologda, Vol Scientific Center RAS, 2020. pp. 254–257.
12. Skudencov V.A. Transformation of the life goals of young people under the influence of economic sanctions against Russia // Sociology. 2020. No. 1. P. 341–344.



Социальные аспекты эффективных межличностных коммуникаций

Люскин Михаил Борисович,

доцент кафедры ФПС, Национальный исследовательский университет Московский энергетический институт
E-mail: LiuskinMB@mpei.ru

Александрова Ирина Борисовна,

кандидат философских наук, доцент, кафедра дизайна, конструирования и сервисных услуг, доцент, Институт пищевых технологий и дизайна – (филиал), Нижегородский государственный инженерно-экономический университет
E-mail: irinann1954@yandex.ru

Пухир Валентина Михайловна,

кандидат философских наук, доцент, кафедра философии, доцент, РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство.)
E-mail: va-lenta@bk.ru

Илющихин Кирилл Дмитриевич,

Аспирант, Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ДГТУ в г. Шахты Ростовской области
E-mail: ilushihin.k@yandex.ru

Данилова Елена Владимировна,

кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономической теории, Финансово-экономический институт, Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова
E-mail: elena_danilova@inbox.ru3

В данной статье дается краткий анализ понятия «межличностная коммуникация» в контексте социального подхода. После определения сущности термина «коммуникация» с позиций зарубежных и российских ученых и выявления различий между межличностной и социальной коммуникацией, статья описывает специфические особенности межличностных отношений в деловой и управленческой коммуникации. В статье поднимаются такие вопросы межличностной коммуникации, как характер обмена информацией между коммуникантами и восприятие информации собеседниками, влияние личностных отношений на эффективность коммуникации, специфика воздействия и взаимодействия партнеров по коммуникации в процессе межличностного общения. Статья обращает внимание и на проблему преодоления коммуникативных барьеров в межличностной коммуникации, останавливаясь на причинах возникновения коммуникативных барьеров и межличностных конфликтов. В статье дела-

ется вывод, что при построении эффективной коммуникации следует учитывать различные типы коммуникации, вовлеченные в процесс общения, в связи с чем на примере маркетинговой коммуникации описываются такие виды межличностной коммуникации, как познавательная, убеждающая и экспрессивная.

Ключевые слова: коммуникация, межличностная коммуникация, социальная коммуникация, информация, коммуникативный барьер, межличностный конфликт.

Коммуникация – это фундаментальное и универсальное для человеческого общества явление, но термин «коммуникация», в основе происхождения которого лежит латинский глагол *communicare*, имеющий значение «беседовать, сообщать, передавать», хотя и появился впервые в начале XX века, вошел в научный аппарат только во второй половине прошлого столетия. Однако, понимание коммуникации в зарубежной и отечественной науке различно.

Зарубежные ученые под коммуникацией понимают

- процесс обмена символами в определенном контексте, которые, несмотря на общий смысл, каждым из участников делового общения интерпретируются по-своему [19, с. 13];
- процесс взаимного обмена мыслями, идеями и чувствами, происходящий в понятных для коммуникантов формах [17, с. 5].
- процесс передачи сообщений, имеющих смысл, по различным каналам, в том числе и через средства массовой информации [18, с. 4].
- обмен символическими знаками, благодаря чему создается, поддерживается, восстанавливается и преобразуется реальность [16, с. 23].

Как видим, в зарубежной науке коммуникация рассматривается как процесс взаимодействия, осуществляемого при помощи символов. «Символами» в данном случае являются слово, звук, предмет, жест, действие, обозначающие или представляющие единицу смысла. Эти символы, носящие как вербальный, так и невербальный характер, представляют собой репрезентацию чувств, мыслей, деятельности человека. Именно символы, по мысли зарубежных исследователей, занимают центральное место в коммуникации, поскольку они передают смысл сообщений. «Каждый язык, – пишет С. Кисман, – представляет собой огромную коллекцию символов (чаще всего, в форме слов), которые позволяют носителям языка общаться друг с другом» [18, с. 5].

В отечественной науке совсем иные подходы к понятию «коммуникация».

В России данный термин прочно вошел в понятийный аппарат социально-гуманитарного знания, хотя единой, общепринятой дефиниции коммуникации в российских исследованиях до сих пор не существует. Только к середине XX столетия в отечественной философской и социологической литературе насчитывалось около сотни определений коммуникации.

Согласно наиболее распространенным из них, коммуникация – это

- «обмен информацией между сложными динамическими системами и их частями, которые в состоянии принимать информацию, накапливать ее, преобразовывать» [12, с. 11];
- «система, в которой осуществляется взаимодействие..., позволяющие передавать и принимать разнообразную информацию» [10, с. 39];
- «процессы перекодировки информации между двумя различными автономными системами, которыми являются два человека» [14, с. 14].

Приведенные дефиниции термина «коммуникация» позволяют судить о том, что, несмотря на многоаспектность данного понятия, практически все они основываются на сущности коммуникации как процессе обмена информацией и/или ее передаче.

Однако, коммуникация – это не только прием и передача информации, но и создание некой общности, члены которой объединены определенной степенью взаимопонимания, «предполагающего необходимость обратной связи, взаимного наложения сфер личного опыта, особенностей генерирования смысла в коммуникативном взаимодействии» [15, с. 261]. Подобное понимание коммуникации, возникшее среди представителей психологических наук, привело к тому, что на арену исследований коммуникативного процесса вышла межличностная коммуникация, занимающаяся изучением коммуникации как сложного социального процесса – не только, как «многопланового процесса развития контактов между людьми, порождаемого потребностями совместной жизнедеятельности» [7, с. 108], но и как «процесса



конституирования социальной реальности посредством селекции возможностей ее развития» [6, с. 22]. Таким образом, межличностная коммуникация является базовым элементом социальной реальности.

Следует отметить, что ряд исследователей проводят черту между понятием «межличностная коммуникация» и понятием «социальная коммуникация», не считая их взаимозаменяемыми. Если межличностная коммуникация – это «процесс намеренного или случайного обмена сообщениями между двумя или несколькими партнерами» [4, с. 10], то социальная коммуникация – это «универсальный социокультурный механизм, ориентированный на взаимодействие социальных субъектов, на воспроизводство и динамику социокультурных норм и образцов такого взаимодействия» [1, с. 5]. Социально-коммуникативный процесс, по мысли П.В. Якупова, «включает в себя помимо настоящего, непременно и прошлое, а также проецируется в будущее» [15, с. 262].

Межличностные отношения и взаимодействия (как внутригрупповые, так и межгрупповые, включая международные) входят в структуру социальных коммуникаций, которые «можно рассматривать как процесс конструирования, формирования межличностного пространства» [4, с. 11].

Межличностная коммуникация отличается рядом специфических особенностей, отличающей данный вид коммуникации от других типов взаимодействия. Г.Г. Петрова выделяет следующие особенности межличностной коммуникации:

1. Неотвратимость и неизбежность, ибо «человек как социальный феномен не может существовать без общения. Общение является важнейшей потребностью человеческого общества» [Петрова, с. 62].

2. Обратная связь

3. Многоканальность, т.к. в процессе межличностной коммуникации «возможно одновременное использование нескольких каналов передачи и восприятия информации» [13, с. 62]: информация может передаваться вербально

и невербально, в устной и письменной форме, с близкой дистанции (при непосредственном общении) и в удаленном доступе (по электронной почте, по видеосвязи).

Межличностная коммуникация крайне многопланова и зависит от характера обмена информацией, который может быть не только двухсторонним, но и односторонним. Так, если мы говорим о межличностной коммуникации в деловой сфере, то этот вид коммуникации является двухсторонним процессом, направленным на достижение определенной предметной договоренности между участниками коммуникации (деловыми партнерами) [5, с. 30]. Функционально-ролевая коммуникация, т.е. коммуникация на уровне социальных ролей партнеров (начальник – подчиненный, учитель – ученик, продавец – покупатель) довольно часто предполагает одностороннее отправление информации, несмотря на участие в коммуникативном процессе второй стороны общения.

Апеллируя к межличностной коммуникации, нельзя не отметить, что она функционирует как в рамках воздействия, так и в рамках взаимодействия. Если мы обратимся к управленческой коммуникации, то обратим внимание, что коммуникативный процесс в любой компании или организации может быть представлен как в форме взаимодействия, если «менеджер грамотно выстраивает отношения как непосредственно с работниками компании, так и потенциальными потребителями», если слаженно работают все звенья управленческой структуры, так и в форме воздействия, что наглядно можно представить на примере отношений подчиненного и руководителя [2].

На эффективность межличностной коммуникации оказывают существенное влияние а) совместимость партнеров как коммуникативных личностей; б) адекватное восприятие смысловой и оценочной информации со стороны каждого коммуниканта [13, с. 63].

Совместимость партнеров как коммуникативных личностей определяется целесообразностью включения в ком-

муникацию межличностной перцепции, т.е. межличностного восприятия. Вступая в коммуникацию как личность, индивид и должен восприниматься партнером по общению как личность [5, с. 26]. Поэтому попытки изменения социальных установок, ценностных ориентаций, поведения и мнения партнера по коммуникации со стороны собеседника могут привести к коммуникативным неудачам.

Проблема преодоления коммуникативных барьеров в межличностной коммуникации встает наиболее остро. Коммуникативные барьеры зависят от многих причин: от особенностей интеллекта обоих коммуникантов; от уровня владения информацией, связанной с предметом общения; от различных целей, преследуемых коммуникатором и реципиентом и.п. Чтобы, как говорится, «сгладить углы» и в процессе общения исключить недопонимание, необходимо каждому из коммуникантов учитывать специфику и логику мышления партнера по коммуникации, особенности его речи, а также культурные, психологические, социальные, профессиональные, национальные и даже религиозные особенности.

В процессе функционально-ролевой коммуникации межличностные столкновения – ролевые конфликты – происходят особенно часто. Это связано с тем, что «взаимодействие людей, исполняющих различные роли, регулируется ролевыми ожиданиями. Хочет или не хочет человек, но окружающие ожидают от него поведения, соответствующего определенному образцу. «Исполнение» роли подвержено социальному контролю и обязательно получает общественную оценку, а сколько-нибудь значительное отклонение от образца осуждается. В некоторых ситуациях обнаруживается антагонизм позиций, отражающий наличие взаимоисключающих ценностей, задач и целей, что иногда оборачивается взаимной враждебностью. И тогда возникает межличностный конфликт» [5, с. 33].

Суть межличностной коммуникации состоит в том, что каждый из индивидов, встречающихся в коммуникативном пространстве, является активным субъек-

том коммуникации, в связи с чем важную роль в процессе коммуникативного взаимодействия играет взаимное информирование, значимость которого возрастает при условии, что информация не просто принята, но и понята, осмыслена и предполагает налаживание совместной деятельности [5, с. 29]. Восприятие информации – сложный процесс, связанный с приемом и переработкой смысловой и оценочной информации. Однако, этот процесс является необходимым условием актуализации межличностной коммуникации. В.П. Конецкая считает, что «эффективность межличностной коммуникации зависит от степени адекватности смыслового восприятия, т.к. с этим связана правильность интерпретации информации, коммуникативной установки партнера и прогнозирование последующих этапов коммуникации» [8, с. 180]. По мысли В.П. Конецкой, неадекватное восприятие информации зависит от ряда субъективных факторов, к которым следует отнести

- неумение отделить главное от второстепенного;
- склонность обращать внимание на внешние детали речевого поведения;
- стереотипные представления и предубеждения;
- неумение распознать интенции партнера и определить его эмоциональное состояние;
- неумение выстроить правильные отношения с партнером по общению [8, с. 180].

При построении эффективной коммуникации следует учитывать различные типы коммуникации, вовлеченные в процесс общения. К примеру, модель эффективной деловой коммуникации может быть представлена познавательной коммуникацией, убеждающей коммуникацией и экспрессивной коммуникацией.

Суть познавательной коммуникации состоит в расширении информационного фонда партнера (передаче партнеру необходимой информации, освоении партнером этой информации) и применении обоими коммуникантами но-



вых знаний в практической деятельности. Познание – важная часть коммуникационного процесса. Как отмечает А.П. Огурцов, «каждый элемент познавательного акта и его содержания пронизан, освещен контекстом коммуникационного взаимодействия. Познавательный акт обусловлен контекстом общения, где каждый участник коммуникации взаимоориентирован на общение» [11, с. 10].

В процессе убеждающей коммуникации партнер пытается сделать собеседника своим единомышленником, убедив его в правомерности определенных стратегий, и переориентировать его личностные установки (взгляды, убеждения, цели).

Экспрессивная коммуникация способствует формированию у партнера по общению определенных переживаний и чувств (например, чувство сострадания), создает психоэмоциональный настрой и побуждает собеседника к необходимому действию, к вовлечению в конкретные акции.

Эти три типа коммуникации не функционируют отдельно, а «работают» в одной «связке». На наш взгляд, они могут стать частью системы маркетинга, «целью которого является обеспечение взаимосвязи с покупателем, посредниками и иными участниками рыночной деятельности» [9, с. 1238]. Познавательная коммуникация реализуется в маркетинге через формы, нацеленные на передачу информации о товаре. В первую очередь, это реклама. Коммуникативными формами познавательного характера являются беседы в местах продаж, а также выставки, ярмарки. Убеждающая коммуникация проводится в то время, когда клиент, остановив свой выбор на товаре в процессе познавательной коммуникации, колеблется и сомневается в правильности своего выбора. Тогда коммуникатор (менеджер по продажам), используя определенные техники, принятые в маркетинге, пытается убедить реципиента (покупателя) в том, что покупка предлагаемой продукции – это именно, что всегда было нужно убеждаемой стороне. Познавательный и убеж-

дающий тип коммуникации всегда сопровождается элементами экспрессивно-эмоционального воздействия. К примеру, реклама, являющаяся частью маркетинговой стратегии, не только информирует в познавательных целях и приводит доводы для убеждения реципиента, но и обращается к чувствам, эмоциям, воспоминаниям потенциального покупателя, воздействует на его разум через ассоциации [3, с. 43].

В процессе данного исследования мы выявили, что межличностная коммуникация – сложный и многогранный процесс, эффективность которого зависит от многих факторов. Но в целом, успешность межличностной коммуникации определяется параметрами индивидов как коммуникативных личностей.

Несмотря на то, что в последние годы сильным конкурентом межличностной коммуникации оказалась массовая коммуникация, коммуникативные сферы, в которых актуализируется межличностная коммуникация, расширяются, что говорит о динамике развития межличностных отношений, направленных на раскрытие потенциала коммуникативных личностей.

Литература

1. Адамьянц Т.З. Социальная коммуникация. – М.: ИС РАН, 2005. – 158с.
2. Александрова И.Б. Управленческие коммуникации в реализации управленческих функций организации. – Путь науки. – 2015. – № 5 (15). – С. 46–47.
3. Артамонов Б.В. и др. Маркетинговые коммуникации: проблемы, возможности и перспективы развития: коллективная монография. – Нижний Новгород: Профессиональная наука, 2018. – 161 с.
4. Болотова А.К. Социальные коммуникации. Психология общения. – М.: Юрайт, 2018. – 272 с.
5. Большаков С.Н., Гурушкин П.Ю., Коваленко Н.П., Черкашина С.А.. Межличностная и деловая коммуникация. – СПб.: СПбГУ, 2011. – 179с.
6. Ищенко Н.С. Роль коммуникации в конструировании знания // Соци-

- альные коммуникации: профессиональные и повседневные практики. Сб. статей. – СПб.: Интерсоцис, 2013. – С. 21–26.
7. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений. – М.: ИНФРА–М, 2006. – 368 с.
 8. Конечная В.П. Социология коммуникации. – М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997. – 304 с.
 9. Лебедева Т.Е., Лазутина А.Л., Тсапфак К. Маркетинговые коммуникации в индустрии гостеприимства // Актуальные вопросы современной экономики. – 2019. – № 4. – С. 1238–1245.
 10. Науменко Т.В. Социология массовых коммуникаций в структуре социологического знания. // Социс. – 2003. – № 10. – С. 39–46.
 11. Огурцов А.П. Наука: власть и коммуникация (социально-философские аспекты) // Вопросы философии. – 1990. – № 11. – С. 3–17.
 12. Основы теории коммуникации / Под ред. проф. М.А. Василика. – М.: Гардарики, 2005. – 615 с.
 13. Петрова Г.Г. Особенности межличностной коммуникации // Вестник Северного (Арктического) Федерального университета. – 2011. – № 3. – С. 61–63.
 14. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – М.: Рефл-бук, 2001. – 656 с.
 15. Якупов П.В. Коммуникация: определение понятия, виды коммуникации и ее барьеры // Вестник университета (Государственный университет управления). – 2016. – № 10. – С. 261–266.
 16. Carey J.W. Communication as culture: essays on media and society. – Boston: Unwin Hyman, 1989. – 260 p.
 17. Hamilton C. Communicating for results. – Belmont: Wadsworth., 2008. – 118 p.
 18. Kisman S. Interpersonal Communication: A Social Harmony Approach. – Makassar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar, 2018. – 284 p.
 19. Lustig M.W. & Koester J. Intercultural competence: interpersonal communication across cultures. – Boston: Pearson Education, Inc., 2010. – 422 p.

SOCIAL ASPECTS OF EFFECTIVE INTERPERSONAL COMMUNICATIONS

Lyuskin M.B., Alexandrova I.B., Pukhir V.M., Ilyushchikhin K.D., Danilova E.V.

National Research University Moscow Energy Institute, Nizhny Novgorod State University of Engineering and Economics, RSU named after A.N. Kosygin (Technology. Design. Art.), DSTU in Shakhty, Rostov region, North-Eastern Federal University named after M.K. Ammosova

This article analyzes the concept “interpersonal communication” in details according to the social approach. After defining the term “communication” from the point of view of foreign and Russian scientists and identifying the differences between interpersonal and social communication, the article describes the specific features of interpersonal relations in business and management communication. The article raises such issues of interpersonal communication as the nature of information exchange between communicants and the perception of information by interlocutors, the influence of personal relationships on the effectiveness of communication, the specifics of the impact and interaction of communication partners in the process of interpersonal communication. The article draws attention to the problem of overcoming communicative barriers in interpersonal communication, dwelling on the causes of communicative barriers and interpersonal conflicts. The article concludes that constructing effective communication, it is necessary to take into account the different types of communication involved in the process of communication, in this regard, using the example of marketing communication, such types of interpersonal communication as cognitive, persuasive and expressive ones are described.

Keywords: communication, interpersonal communication, social communication, information, communication barrier, interpersonal conflict.

References

1. Adamyants T.Z. Social communication. – М.: IS RAN, 2005. – 158 с.
2. Aleksandrova I.B. Managerial communications in the implementation of management functions of the organization. – Way of science. – 2015. – No 5 (15). – Pp. 46–47.
3. Artamonov B.V. et al. Marketing communications: problems, opportunities and prospects of development: a collective monograph. – Nizhny Novgorod: Professional Science, 2018. – 161 p.



4. Bolotova A.K. Social communications. Psychology of communication. – Moscow: Uright, 2018. – 272 p.
5. Bolshakov S.N., Gurushkin P.Y., Kovalenko N.P., Cherkashina S.A. . Interpersonal and business communication. – SPb.: SPb-SU, 2011. – 179 p.
6. Ishchenko N.S. Role of communication in the construction of knowledge // Social communication: professional and everyday practices. Collection of articles. – SPb.: Intersocis, 2013. – Pp. 21–26.
7. Kibanov A. Ya., Zakharov D.K., Konovalova V.G. Ethics of business relations. – Moscow: INFRA-M, 2006. – 368 p.
8. 8Konetskaya V.P. Sociology of Communication. – Moscow: International University of Business and Management, 1997. – 304 p.
9. Lebedeva T.E., Lazutina A.L., Tsapfak K. Marketing communications in the hospitality industry // Actual issues of modern economics. – 2019. – No 4. – Pp. 1238–1245.
10. Naumenko T.V. Sociology of mass communications in the structure of sociological knowledge. // Socis. – 2003. – No 10. – Pp. 39–46.
11. Ogurtsov A.P. Science: power and communication (socio-philosophical aspects) // Vo-prosy filosofii. – 1990. – No 11. – Pp. 3–17.
12. 12. Fundamentals of the Theory of Communication / Edited by Prof. M.A. Vasilik. – Moscow: Gardariki, 2005. – 615 p.
13. 13. Petrova G.G. Features of interpersonal communication // Bulletin of the Northern (Arctic) Federal University. – 2011. – № 3. – C. 61–63.
14. Pocheptsov G.G. Theory of communication. – Moscow: Refl-book, 2001. – 656 p.
15. Yakupov P.V. Communication: definition of the concept, types of communication and its barriers // University Bulletin (State University of Management). – 2016. – No 10. – Pp. 261–266.
16. Carey J.W. Communication as culture: essays on media and society. – Boston: Unwin Hyman, 1989. – 260 p.
17. Hamilton C. Communicating for results. – Belmont: Wadsworth., 2008. – 118 p.
18. Kisman S. Interpersonal Communication: A Social Harmony Approach. – Makassar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar, 2018. – 284 p.
19. Lustig M.W. & Koester J. Intercultural competence: interpersonal communication across cultures. – Boston: Pearson Education, Inc., 2010. – 422 p.

Структура досуга студентов вузов Сибирского федерального округа

Струк Елена Николаевна,

д.ф.н., заведующий кафедрой социологии и психологии, доцент Иркутского национального исследовательского технического университета
E-mail: struken@rambler.ru

Сидорова Наталья Васильевна,

к.соц.н., доцент кафедры социологии и психологии, доцент Иркутского национального исследовательского технического университета
E-mail: S509771@yandex.ru

Мионов Артем Сергеевич,

проректор по воспитательной работе и молодежной политике, Иркутский государственный университет путей сообщения
E-mail: Mironov_as@irgups.ru

В современном обществе возрастает значимость досуга в повседневной жизни. В дополнение к отдыху, люди могут использовать свое свободное время для саморазвития и самообразования. Целью данного исследования является оценка своего досуга студентами вузов. В выборку исследования вошли 7096 студентов разных лет обучения в возрасте от 18 до 25 лет 36 вузов Сибирского федерального округа. Методом онлайн-опроса проведенного в ноябре 2022 г., выявлена тенденция к проведению студентами досуга в разнообразных формах, в том числе пассивных.

Авторами было установлено, что, студенты, оценивая свой досуг, считают, что если правильно распределить время его проведения, то им хватит его на все необходимые занятия.

Ключевые слова: досуг, проведение досуга, студенты вузов.

Введение

Современные системы образования включают не только учебный компонент, но имеют разнообразные механизмы социализации и воспитания студентов. Основной упор в воспитательной деятельности делается в вузах на практиках проведения обучающимися. При этом, как студенты принимают решения о распределении времени для различных занятий (учеба, выполнение домашних заданий, сон, общение с друзьями, занятия спортом, и т.д.) очень важно, как для них самих, так и для педагогов. Эти решения принимаются студентами в свободное время, когда обучающиеся обладают значительным уровнем свободы выбора и самоопределения. Некоторые студенты участвуют в досуговой деятельности, которая способствует укреплению их здоровья, налаживанию коммуникаций с различными людьми, способствует личностному росту и гражданской активности. Однако есть обучающиеся, которые делают другой выбор (ничего неделание, распитие алкогольных напитков, увлечение компьютерными играми и т.п.). Такой выбор приводит к социальной изоляции, скуке и апатии, отчуждению от учебы и общества. Поэтому контроль, как планируют, и проводят свой досуг обучающиеся, со стороны представителей различных вузовских структур необходим.

Однако контролировать то, как студенты проводят свой досуг не всегда возможно, так как большая часть досуговых практик представляет собой не организованный досуг, а личный, связанный со свободой выбора человека. Чтобы студенты делали выбор осознанно, и досуг стал для них временем развития себя необходимо осуществлять целенаправленный подход к предоставлению студентам знаний о том, почему полезно заниматься активным досугом и как это участие способствует развитию социальных и профессиональных навыков, личностному росту и укреплению здоровья.



В первую очередь необходимо информировать студентов о том, что досуг представляет собой «деятельность ради развлечения, отдыха, саморазвития, самообразования, самосовершенствования или достижения каких-либо иных целей по собственному выбору, а не по материальной необходимости. Досуг позволяет формировать духовные и физические качества, обуславливаемые социальными потребностями молодежи» [6, с. 71]. При этом «досуг в настоящее время оформился в качестве основной сферы вторичной социализации современной молодежи, в том числе и молодежи студенческой» [3, с. 4].

До середины 60-х годов XX века досуг трактовался как участие человека в любой деятельности в свободное время [10, с. 725]. При этом свободное время определялось как «часть времени суток, свободная от труда в общественном хозяйстве и связанного с ним времени удовлетворения физиологических и бытовых потребностей и домашнего труда» [4]. Но в связи с изменением общества и развитием знаний о досуге, он был признан в качестве важнейшего элемента благополучия человека [9], а свободное время приобрело более точную формулировку: свободное время определяется как увеличение и расширение знаний, развитие творческих способностей и навыков, а также повышение квалификации в дополнение к отдыху и релаксации в то время, которое человек выделяет для себя [5, с. 35].

Хороший досуг и качественно проведенное свободное время важны не только для работающих людей, но досуг также жизненно важен в контексте академической среды, так как студенты, ведущие образ жизни, ориентированный на досуг, как правило, менее подвержены стрессу, активны, лучше учатся и принимают участие во внеучебной жизни своей группы, института/факультета и вуза в целом. В то время как студенты, не имеющие качественного досуга и досуга вообще, испытывают высокий уровень стресса и эмоционального выгорания, проявляют низкую активность, как в учебной работе, так и во внеучебной деятельности [8]. Та-

ким образом, роль досуга обеспечивает академические и социальные преимущества для студентов. Для того чтобы научить студентов распределять свое время и качественно проводить своей досуг необходимо узнать: достаточно ли времени у студентов для досуга и как они оценивают его проведение. В связи с этим целью данного исследования является оценка своего досуга студентами вузов.

Материалы и методы

Авторы просмотрели, и проанализировали соответствующие источники и исследования, чтобы собрать необходимые теоретические данные. Эмпирическое исследование основывается на данных анонимного онлайн-опроса, проведенного в ноябре 2022 г. в вузах Сибирского федерального округа. Всего в опросе приняли участие 7095 респондентов из 36 высших учебных заведений. Онлайн-анкета была размещена на платформе Google Forms. Ссылка на нее распространялась среди потенциальных респондентов через официальные сайты вузов. Полученные данные указаны в статье в виде относительных показателей (процентного распределения).

Результаты

Анализ материалов исследования показал, что студенты, принимавшие участие в опросе, располагали достаточным количеством свободного времени, когда учились в школе (63,5%). При этом 88,5% респондентов считают, что проведение внешкольного досуга доставляло им удовольствие. Предпочитаемыми формами проведения досуга до поступления в вуз студенты определили: общение с друзьями – 76,4%, занятия спортом – 46,5%, походы в кино – 46%.

Нехватку времени для проведения досуга испытывали только 13,8% опрошенных. Скорее всего, это связано с насыщенной разнообразными мероприятиями и событиями досуговой деятельностью, как в школе, так и во внешкольной жизни. Причинами нехватки времени студенты назвали: большие учебные нагрузки, и неправильное распределение своего времени.

Резюмируя блок вопросов о проведении своего свободного времени до поступления в вуз, респонденты отметили, что были довольны тем, как проводили свое свободное время, недовольных оказалось всего 2,5%.

Второй блок вопросов был посвящен досуговым практикам обучающихся в их студенческой жизни. Данный блок предварялся вопросом об удовлетворении опрошенных обучением в своем учебном заведении. Большинство респондентов (90,3%) выразили радость от обучения в своем вузе. 77,5% студентов считают, что помимо профессиональных навыков им необходимы дополнительные навыки, напрямую не связанные с профессиональной деятельностью: организационно-управленческие навыки, языковые навыки и творческие навыки. Таким образом, это показывает вектор возможного расширения образовательной, воспитательной и научной деятельности в вузе.

Свободного времени у большинства студентов (58,3%) остается от 3 до 5 часов, от 1 до 2 часов – 23%, свыше 5 часов – 11,5%, меньше часа – 7,2%. При этом, для полноценного отдыха считают респонденты им необходимо 3–5 часов – 49,5%, более 5 часов – 32,6%, менее 3 часов 18%. Таким образом, мы видим, что участники опроса обладают достаточным временным ресурсом для реализации различных досуговых практик. Наиболее предпочитаемыми видами отдыха студентов являются: выехать на природу «на шашлыки», посетить кино, пойти в гости, заняться активным отдыхом (боулинг, туризм, спорт и т.п.). Увлекает студентов и чтение книг, журналов, газет, посещение спортивных мероприятий, так же респонденты любят вести переписку в социальных сетях и проводить время за компьютером. Основными местами развлечений студентов, которые приняли участие в опросе, являются: кинотеатры (51,8%), концертные залы (35,3%), бары и кафе (37,4%), а так же театры (33,6%). Большинство студентов проводят свободное время либо с друзьями – 34,1%, либо с любимым человеком – 23,8%. Примечательно, что

19,6% предпочитают проводить время в одиночестве.

На вопрос о рациональном использовании своего свободного времени 72,9% опрошенных заявили, что нерационально его используют, а 27,1% уверены, что их свободное время используется правильно.

Для проведения желаемого досуга большинство студентов ощущает нехватку средств, только у 17% опрошенных их достаточно, а 7,7% не нуждаются в деньгах для проведения своего досуга.

Заканчивая раздел необходимо отметить, что обучаясь в вузе об изменении своего досуга заявили 36,6% респондентов, 34,1% не отметили никаких изменений, а 29,3% затруднились дать ответ на этот вопрос.

Обсуждения

В результате проведенного исследования установлено, что структура досуга и время, потраченное на различные досуговые практики студентов, изменились. Так, например, студентами отмечено, что свободного времени стало меньше. О недостатке свободного времени в своей студенческой жизни заявили 36,7% респондентов, против 13,8% опрошенных, отметивших недостаток времени в школьные годы.

Скорее всего, данное обстоятельство связано с более разнообразной и насыщенной студенческой жизнью. В том числе обилием самостоятельной работы, занятием научной деятельностью и т.д. Полученные нами результаты сопоставимы с результатами замеров бюджета свободного времени, проведенного в ходе VII этапа мониторинга студенчества Свердловской области, проведенного в УрФУ под руководством проф. Ю.Р. Вишневецкого в октябре–декабре 2016 г. [2, с. 61], Социально-экономические и социокультурные факторы, определяющие досуговые возможности студенчества Забайкальского края 2014–2015 гг. [1, с. 130].

Что касается причин нехватки свободного времени, то резкий скачок этого показателя в вузе связан с увеличением



учебной нагрузки, что ведет к умственным и физическим перегрузкам, а, следовательно, требуется больше времени для сна. Серьезный рост наблюдается и по показателю домашних дел. Полученные результаты говорят о том, что связано такое положение, может быть с началом самостоятельной жизни студентов, так как только 34% опрошенных живут с родителями, а 66% живут самостоятельно (в своем жилье – 13,3%, снимают жилье – 17,6%, живут в общежитии 35,2%).

Так же студенты уверены, что стали чаще распределять свое время нерационально. Такое утверждение требует дополнительного исследования. В качестве гипотезы можем высказать предположение, что отсутствие внешнего контроля над свободным временем студентов (контролируемого родителями, когда они проживали дома) приводит к его нерациональному использованию.

По данным проведенного исследования предпочитаемые виды отдыха у студентов не изменились, по сравнению с их довузовской жизнью.

В будущих опытах следует дополнить изучение досуговых практик студенческой молодежи качественными методами, в разные периоды обучения, а так осуществлять мониторинговые изменения в их досуговых практиках.

Заключение

В ходе проведенного среди студентов 36 вузов Сибирского федерального округа исследования было выявлено, что большая часть участников опроса с удовлетворением вспоминает свободное время, проводимое до поступления в вуз. На наш взгляд это связано с феноменом идеализации прошлого, когда достаточно беззаботная жизнь сменилась для многих самостоятельной студенческой жизнью, в которой необходимо решать взрослые проблемы и нести ответственность за принятые решения.

Основными причинами, препятствующими полноценному студенческому досугу, являются материальные трудности, загруженность учебной работой и коррелирующие с ней физическая и пси-

хологическая усталость, нерациональность использования свободного времени, которые связаны со сложностями адаптации к обучению в вузе, переезду в другой город для обучения, отрыве от родителей, друзей, привычного жизненного мира.

Основываясь на результатах, полученных в ходе исследования, студенты определили свободное время, прежде всего, отдых. Они придают мало значения самообразованию и саморазвитию. Однако анализ материалов исследования показал, что у большинства участников было 2–3 часа и более 4 часов свободного времени в течение дня, т.е. участники опроса обладают достаточным временным ресурсом для реализации различных досуговых практик

Для скорейшего формирования у студентов представления о досуге как деятельности направленной на саморазвитие в вузах полезно разработать и внедрять образовательные курсы, которые будут способствовать овладению студентами «конкретными навыками досуга на основе опыта и способов использования этих навыков за пределами учебной среды в надежде, что участники продолжат участвовать в досуге, тем самым становясь более самостоятельными в своем досуговом поведении» [7]. Данные курсы могут реализовываться в форме факультативных занятий со студентами.

Для формирования интересных и полезных досуговых практик студентов в вузе необходимо проведение дальнейших исследований, для того чтобы понять, какие виды студенческой деятельности обучающиеся включают в досуг, а какие нет, каким образом они формируют свой бюджет времени, какой формат досуговых мероприятий интересен студентам и т.д. Это позволит объединить желания студентов, усилия и ресурсы городских властей, администраций и преподавателей вузов для воспитания самостоятельной личности способной к постоянному саморазвитию, что так необходимо в современном и будущем обществах.

Литература

1. Бабелло А.В. Особенности досуга студенческой молодежи регионального вуза (на примере Забайкальского государственного университета): специальность 22.00.04 – социальная структура, социальные институты и процессы: диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук; Забайкальский государственный университет. Чита, 2017. 172 с. [электронный ресурс]. URL: <https://www.bsu.ru/content/dissers/669/dissertaciya-babello-av.pdf> (Дата обращения: 10.01.2023)
2. Вишневский Ю.Р. Исследование девиантных форм поведения студенческой молодежи Свердловской области / Ю.Р. Вишневский, Л.Н. Боролина, А.Я. Пучков // Университетское управление. 1999. № 3–4 (10–11). С. 38–48 EDN: HTNRRP
3. Гончарова Н.Г. Трансформация досуговой деятельности современной российской студенческой молодежи: специальность 22.00.04 – социальная структура, социальные институты и процессы: диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук; Юж. федер. ун-т. Ростов-на-Дону, 2009. 165 с. EDN: NQPFWN
4. Свободное время. Российская социологическая энциклопедия. [электронный ресурс]. URL: <https://voluntary.ru/slovari/rossiiskaja-sociologicheskaja-enciklopedija.html> (Дата обращения: 15.09.2023)
5. Соколов Э.В. Свободное время и культура досуга. Л.: Лениздат, 1977. – 207 с
6. Суловицкая А.В. Современные проблемы организации досуга учащейся молодежи // Социология образования. 2009. № 11. С. 70–73 EDN KWULSX
7. Datillo J. Leisure education program planning: A systematic approach (3rd ed.). State College, PA: Venture. 2008. 426 p. DOI 10.5040/9781492596820.ch-004
8. Kimball A., Freysinger V.J. Leisure, stress, and coping: The sport

- participation of collegiate student-athletes // Leisure Sciences. 2003. № 25(2–3). P. 115–141 <https://doi.org/10.1080/01490400306569>
9. Newman D. B., Tay L., Diener E. Leisure and subjective well-being: A model of psychological mechanisms as mediating factors // Journal of Happiness Studies. 2014 № 15 P. 555–578 DOI: 10.1007/s10902-013-9435-x
10. Pressman SD, Matthews KA, Cohen S, Martire LM, Scheier M, Baum A, Schulz R. Association of enjoyable leisure activities with psychological and physical well-being // Psychosomatic Medicine. 2009. № 71(7) P. 725–732. doi: 10.1097/PSY.0b013e3181ad7978.

STRUCTURE OF LEISURE TIME FOR UNIVERSITY STUDENTS OF THE SIBERIAN FEDERAL DISTRICT

Struk E.N., Sidorova N.V., Mironov A.S.

Irkutsk National Research Technical University, Irkutsk State University of Railways

In modern society, the importance of leisure in everyday life is increasing. In addition to recreation, people can use their free time for self-development and self-education. The purpose of this study is to evaluate their leisure time by university students.

The study sample included 7,096 students of different years of study aged 18 to 25 years from 36 universities of the Siberian Federal District. An online survey conducted in November 2022 revealed a tendency for students to spend leisure time in various forms, including passive ones.

The authors also found that, assessing their leisure time, students believe that if they properly allocate the time of its holding, they will have enough time for all necessary classes.

Keywords: leisure, leisure activities, university students.

References

1. Babello A.V. Features of leisure of students of a regional university (on the example of the Trans-Baikal State University): speciality 22.00.04 – social structure, social institutions and processes: dissertation for the degree of Candidate of Sociological Sciences; Trans-Baikal State University. Chita, 2017. 172 p. [electronic resource]. URL:



- <https://www.bsu.ru/content/disser/669/dissertaciya-babello-av.pdf> (Accessed: 10.01.2023.)
2. Vishnevsky Yu.R. Research of deviant forms of behavior of student youth of the Sverdlovsk region / Yu.R. Vishnevsky, L.N. Boronina, A. Ya. Puchkov // *University management*. 1999. No. 3–4 (10–11). pp. 38–48 EDN: HTNNRP
 3. Goncharova N.G. Transformation of leisure activities of modern Russian students: specialty 22.00.04 – social structure, social institutions and processes: dissertation for the degree of Candidate of Sociological Sciences; Yuzh. feder. un-T. Rostov-on-Don, 2009. 165 p. EDN NQPFWN.
 4. Free time. The Russian Sociological Encyclopedia. [electronic resource]. URL: <https://voluntary.ru/slovari/rossiiskaja-sociologicheskaja-enciklopedija.html> (Accessed: 15.09.2023)
 5. Sokolov E.V. Free time and leisure culture. L.: Lenizdat, 1977. – 207 p.
 6. Surovitskaya A.B. Modern problems of leisure organization for students // *Sociology of education*. 2009. No. 11. PP. 70–73 EDN KWULSX
 7. Datillo J. Leisure education program planning: A systematic approach (3rd ed.). State College, PA: Venture. 2008. 426 r. DOI 10.5040/9781492596820.ch-004
 8. Kimball A., Freysinger V.J. Leisure, stress, and coping: The sport participation of collegiate student-athletes // *Leisure Sciences*. 2003. № 25(2–3). P. 115–141 <https://doi.org/10.1080/01490400306569>
 9. Newman D. B., Tay L., Diener E. Leisure and subjective well-being: A model of psychological mechanisms as mediating factors // *Journal of Happiness Studies*. 2014 № 15 P. 555–578 DOI: 10.1007/s10902-013-9435-x
 10. Pressman SD, Matthews KA, Cohen S, Martire LM, Scheier M, Baum A, Schulz R. Association of enjoyable leisure activities with psychological and physical well-being // *Psychosomatic Medicine*. 2009. № 71(7) P. 725–732. doi: 10.1097/PSY.0b013e3181ad7978.

TABLE OF CONTENTS

THEORY AND METHODOLOGY

Gritskikh N.V., Gurinovich L.A., Markova E.A. Branding a modern university (using the example of ISU) 5

Kuznetsova E.A. Internet as a factor in the socialization of youth 19

Maslodudova N.V. Information space of the modern world 27

Palashchenko E.V. Mental attitudes as a reason for non-payment of taxes 35

Pruzhinin A.N. Corporate University: development prospects 42

Sinelnikov A.B. Migration processes and fertility 49

Turkova V.N. Mechanisms for constructing public opinion about corruption in sports 63

Shipunova O.D., Tanova A.G., Pozdeeva E.G., Evseeva L.I. The communicative potential of memo technology in the digital world 71

Yang Zhen. Innovations in China's municipal governance: status and prospects 77

EMPIRICAL STUDIES

Ardashev R.G. Ideology of fear: analysis of criminal messages in the media and the Internet for 2019–2022 86

Baev P.A., Khaustov D.S. Living on debt: moral attitudes of Russians 94

SOCIAL STRUCTURE, SOCIAL INSTITUTIONS AND PROCESSES

Ananishnev V.M., Pugachev N.M., Gavrilo D.V., Lagutina E.I. Modern political technologies used in the Moscow mayoral election 2023 101

An Enrui. COVID-19 pandemic as a factor of the social consciousness change of young chinese people 110

Safonova Yu.A., Subocheva O.N., Korshkova A.S. Agency of artificial autonomous systems as a factor in the transformation of society 116

SOCIOLOGY OF MANAGEMENT

Markov A.A., Brazevich S.S. Time budgets of the population of small towns in Lithuania in the 70–80s of the twentieth century: the experience of retrospective sociological reconstruction 123

Potemkin V.K., Velmisova D.V. Development of human social qualities as a condition for social transformations 139

Igumnov O.A., Platonova E.D. Social capital as a resource for managing an organization: a retrospective of conceptual approaches with the aim of forming a paradigm 146

Gildingersh M.G., Brazevich S.S., Margulyan Ya.A. Approaches to the study of the institution of employee release and the practice of their application at the enterprise 156

Kemaykin N.K., Pikalov O.A. Communication styles of apartment building owners when interacting with management companies 163

Mkrumova I.V. Institutionalization of volunteering and its contribution to the consolidation of society in situations of global crises: COVID-19 pandemic and military-political conflicts 173

Gildingersh M.G., Margulyan Ya.A., Petrov M.A. Development of research potential of master's students: sociological analysis 182

Savenkova A.S., Slomyansky P.V. On improving the efficiency of management activities taking into account the employment practices of Russian youth in modern conditions 189

Khashaeva S.V. Study of socio-political activity of youth: the example of BelSU students 197

Zhao Yunhui. Enterprise management as a process of social activity: the example of the real sector of the Chinese economy 202

Mkrumova I.V. Digital socialization: symbiosis of mass media and artificial intelligence as a channel of focal construction of value orientations of youth (socially approved or false) 211



Yang Zhicheng. Organizational culture as a factor of formation of innovative behavior of employees of the enterprise 220

SOCIOLOGY OF CULTURE

Koroleva-Konoplyanaya G.I. Family crisis in western european countries (society) and demographic problems..... 226

Latysheva N.A., Tashlykova N. Yu., Garskaya E.S., Lutoshkina V.N., Belov A.V. Current trends in the development of modern society 232

Li Jianhui. Media socialisation of youth in the context of digitalisation: a meta-analysis of chinese and russian studies 237

Matorkina T.G. The attitude of the inhabitants of the republic of mordovia to modern folk healing 243

Starykh E.I. «Digital immortality» as a social phenomenon: representation in cinema..... 253

Shcherbinina Z.N. Education as a social elevator and its impact on social stratification of the state (on the example of China, India, Europe) 257

THEORY AND HISTORY OF PHILOSOPHY

Tran Thi Ngoc, Kozhurin A. Ya. Historical and philosophical aspects of humanism in Marxism: aspects of influence on social processes 265

PHILOSOPHICAL ANTHROPOLOGY

Arakawa Shu. The concept of the mutual arising of fa-zang in the “treatise on the five teachings in huayan” 273

INTERDISCIPLINARY RESEARCH

Zhuravlev A.A. Import substitution policy as assessed by representatives of different generations 280

Lyuskin M.B., Alexandrova I.B., Pukhir V.M., Ilyushchikhin K.D., Danilova E.V. Social aspects of effective interpersonal communications 287

Struk E.N., Sidorova N.V., Mironov A.S. Structure of leisure time for university students of the Siberian federal district 294

