Министерство науки и высшего образования РФ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»

Факультет социальных наук

Н А Д Е Ж Д Ы

Сборник научных статей студентов

Выпуск 18

Нижний Новгород
2024

УДК 316; 159
ББК С5+У272+Ю9
Н17

Научный редактор:
Саралиева З.Х., д.и.н., профессор,
профессор кафедры общей социологии и социальной работы
факультета социальных наук ННГУ им. Н.И. Лобачевского

Редакционная коллегия:
Судьин С.А., д.с.н., заведующий кафедрой общей социологии
и социальной работы факультета социальных наук
ННГУ им. Н.И. Лобачевского;
Шалютина Н.В., к.с.н., доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии,
заместитель декана факультета социальных наук по научной работе
ННГУ им. Н.И. Лобачевского

Н17 **Надежды**: сборник научных статей студентов. Вып. 18 / Научный редактор З.Х. Саралиева. – Н. Новгород: ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2024. – 428 с.

ISBN 978-5-91326-905-8

В сборнике представлены материалы научных исследований, обсуждавшихся на молодежной межвузовской научно-практической конференции «Коммуникативные практики и идентификационные процессы в молодежной среде» (19–20 апреля 2024 г., г. Нижний Новгород, ННГУ им. Н.И. Лобачевского).

В конференции участвовали студенты из ***8 городов Российской Федерации*** (Нижний Новгород, Самара, Санкт-Петербург, Пятигорск, Москва, Саранск, Ставрополь, Киров) и ***16 вузов***.

Редакция отдает отчет в неполноте знаний, умений их презентации, характерной для авторов ряда публикаций. Подобные издания являются определенным полигоном для накапливания опыта в создании научных текстов и в компетентностном возрастании студентов – «проба научного пера».

Материалы сборника предназначены для студентов.

ISBN 978-5-91326-905-8 УДК 316; 159
ББК С5+У272+Ю9

© Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского, 2024

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ МОЛОДЕЖИ: ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Аносова О.Г. Особенности социальных связей семей с детьми-ментальными инвалидами 7
Ардарова А.Е. Влияние гаджетов на успеваемость студентов младших курсов 12
Биткин И.В., Наумов Д.А. Потребительские практики посетителей алкогольных магазинов «Красное&Белое» 17
Большакова Т.А. Влияние культуры азиатских стран на внешность молодежи 22
Бондаренко К.С. Роль активности в социальных сетях в становлении самооценки молодежи 28
Бухвалов Г.М. Социальные сети в цифровой среде: разные сценарии использования 34
Быкова А.К. Карьерные ожидания молодых IT-специалистов на рынке труда 39
Верба И.О., Чернолихова Е.А. Пищевое поведение студентов Нижнего Новгорода 43
Викулова П.С., Мартынов Н.В. Репродуктивные установки молодежи: гендерная специфика 50
Гаранова А.С. Специфика форм досуга пожилых людей на примере малого города 56
Гашкова Е.С., Тимченко А.Д., Ушков Н.М. Отношение к методам наказания и поощрения как формам воспитания ребенка на примере студенческой молодежи Нижегородской области 60
Глухарева В.Н., Каретникова А.С. Перспективы совмещения очной формы обучения с работой в оценках студенческой молодежи 66
Голина В.А. K-POP dance как досуговая практика 71
Грунтович К.Э. Способ взаимодействия современной молодежи с членами своей семьи через онлайн ресурсы на примере нижегородских студентов 77
Девяткин А.А. Отношение студентов ННГУ к использованию гаджетов на занятиях 81
Дягилева А.А. Саморазвитие как ценность студенческой молодежи: возрастной аспект 86
Есина А.А. Отношение студенток младших и старших курсов к использованию гаджетов на занятиях 92
Жаднов А.О. Недопустимые темы в интернет-мемах 97
Жуйкова С.А. Отношение студентов к саморазвитию в зависимости от образования 103

Загаштокова К.А. Основы ораторского мастерства как одна из важнейших коммуникативных компетенций современного менеджера 108
Зайцева А.Э. Использование гаджетов студентами с различной академической успеваемостью 114
Закерова К.Р. Социологический анализ восприятия старой одежды и её роли в обновлении гардероба молодежи 120
Зеленова А.В. Научно-популярные проекты на YouTube: тематика и доверие к ним студентов 125
Зубова А.Д. Роль школьных социальных педагогов и психологов в профилактике психологической травли в сети интернет 130
Исаева Ю.А. Коммуникация подростков в молодежной организации 134
Катреча Ю.В. Особенности отношения молодежи к онлайн-курсам в зависимости от уровня дохода 141
Ковалев И.О., Юркина М.Ю. Саморазвитие как ценность студенческой молодежи: гендерный аспект 147
Козлова А.А., Солодянникова С.В. Отношение студентов социологов к образованию 153
Колодкина К.А., Тютюлина К.Д. Пушкинская карта в современных СМИ: метод контент-анализа 162
Комарова А.С. Российские фандомы k-pop как молодежные сообщества 166
Комелькова А.В. Фильмы про войну в поисковых запросах в Google 171
Кондратьева А.И. Баланс между желанием иметь новые вещи и удовлетворением от того, что уже есть в гардеробе 177
Королькова О.А. Представления о гендерных ролях в процессе ухаживания: опыт студентов ННГУ 183
Кузянина А.А., Спорынина В.А., Маринкина В.И. Специфика коммуникации российской молодежи в условиях современного информационного пространства 187
Кулепанова М.А. Отношение студенческой молодежи Нижегородской области к половому воспитанию в учебных заведениях 191
Мартынова А.К. Особенности ведения telegram-каналов как медиаплатформ 198
Милаева А.А. Использование гаджетов на парах: отношение младших и старших курсов 204
Миленина А.М. Преимущества и недостатки совмещения очной учебы и работы, с точки зрения профессионального развития студентов 210
Мустафаева С.С. Эволюция и популярность мемов 216
Нестерова А.А. Анализ материально-технического обеспечения образовательных организаций (на примере школ г. Нижнего Новгорода Сормовского района) 222
Николаева В.С. Особенности стратегий саморазвития молодежи с разным уровнем дохода 226

Николаева Я.А., Прохорова О.И. Мотивация к татуированию как механизм конструирования идентичности студенческой молодежи 233
Олькова У.Р. Особенности совмещения работы и учебы студентами очной формы обучения (на примере студентов Нижнего Новгорода) 237
Параева С.М. Женский сценарий вхождения в бизнес-карьеру 243
Попцова Д.С. Стигматизация домашнего насилия в отношении мужчин 247
Потапов А.Ю. Специфика жизнедеятельности инвалидов: ресурсный подход 252
Ратенков Е.А. Факторы, влияющие на выбор тематики создаваемых мемов в студенческой среде 258
Сапелкина Ю.А. Самоцензура молодежи в социальных сетях 264
Сафиуллина Д.М., Свиридов Н.Н. К вопросу о внедрении искусственного интеллекта как инструмента коммуникации в российский бизнес 269
Стоянова А.Е. Виртуальная реальность как форма рекламной коммуникации 273
Текеева М.Р. Роль межпоколенческой коммуникации в современном обществе 277
Тихонова Е.Р. Особенности саморазвития молодежи с помощью цифровых технологий: гендерный аспект 282
Фролова А.И. Формирование и поддержка групповой культуры с помощью мемов 288
Шадрина А.Л. Доверие студенческой молодежи к СМИ как источнику новостной информации (на примере г. Нижнего Новгорода) 294
Шелкова Ю.В. Роль прародителей во внутрисемейных отношениях в период лечения и ремиссии онкологического заболевания внуков 302

РАЗДЕЛ 2. ИДЕНТИФИКАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В ОПТИКЕ ПСИХОЛОГО-УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Быкова К.Е. Нематериальный аспект мотивации сотрудников как инструмент повышения эффективности на примере коммерческой организации 307
Беззубова Н.Ю. Школа приемных родителей как инструмент формирования конструктивного взаимодействия в семье 314
Дубов А.И. Профессия учителя глазами молодого поколения 319
Евпраксина А.М. Роль философии в становлении будущего врача: анализ социологического опроса 325
Зверева А.А., Кузьмина А.Е. Адаптация как основа эффективных коммуникаций в организации (на примере ПАО «Сбербанк») 330
Карпова Е.С., Чупрова О.В. Гендерные особенности представлений о саморазвитии (на примере студентов ННГУ им. Н.И. Лобачевского) 334
Киселева М.С., Отрепьева Д.Д. Этнический экстремизм в молодежной среде как социальное явление 339

Кожевникова А.Е. Взаимосвязь стрессоустойчивости и выбора поведения в конфликтной ситуации 342
Козлова Ю.С. Личностные особенности молодежи, использующей альтернативное программное обеспечение в интернет-активности 346
Кузнецова Н.Л. Интеллект-карта как средство повышения эффективности учебной деятельности 350
Лисина А.А. Совладание с финансовой тревожностью как фактор поведения сотрудника в организации 354
Лопухова А.Н., Сычева Ю.В. Построение коммуникаций в современной организации.....359
Мажейко А.М. Гендерные стереотипы и психологическая жизнеспособность 364
Миронов Д.В. Обзор русскоязычных статей об интернет-зависимости 371
Паразян Я.А. Потребность в получении социального признания как мотивация для создания мемов.....377
Савченко С.С. Тревожность как фактор социальной идентичности молодежи 383
Санникова А.Д. Онбординг как инструмент адаптации и коммуникации в организациях 387
Ситникова И.Д. Психологическая жизнеспособность руководителей: гендерные особенности выбора копинг-сратегий.....391
Сорочина В.А. Кибербезопасность как фактор, препятствующий развитию суицидального поведения подростков 398
Старикова А.А. Востребованность литературы по саморазвитию студенческой молодежью: гендерный аспект 401
Тихомирова Д.А. Эмоции и эмоциональный интеллект современной молодежи.....407

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ.....413

Раздел 1

КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ МОЛОДЕЖИ: ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

УДК 316

ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНЫХ СВЯЗЕЙ СЕМЕЙ С ДЕТЬМИ-МЕНТАЛЬНЫМИ ИНВАЛИДАМИ

О.Г. Аносова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Приведены результаты исследования социальных связей семей с ментальными инвалидами, проведенного методом фокус-группы с родителями детей-инвалидов. Рассмотрена оценка самовосприятия родителями себя как семьи с особым социальным статусом, а также оценка состояния социального одиночества после постановки диагноза у ребенка. Был проведен анализ изменений социального окружения семьи и выявлены их причины. Социальное окружение семьи рассматривается с точки зрения теории М. Грановеттера о сильных и слабых связях. Проводится анализ роли сильных связей, а также рассматриваются функции слабых связей и пути их установления.

Ключевые слова: инвалид, ребенок, родители, семья, социальная среда, социальные связи, социальная адаптация.

Инвалид, в том числе ментальный, – это человек с особым социальным статусом и особыми потребностями. Он имеет препятствия на уровне физического передвижения в пространстве и психические ограничения, связанные с нарушением умственных функций мозга: сознание, сила и побуждение, функции памяти, языка и вычисления, психосоциальные функции [1]. Появление ребенка-инвалида в семье кардинально меняет многие аспекты жизни всех членов семьи: ведение быта, пищевые привычки, распорядок дня, рабочий график, проведение досуга. Социальные связи семьи тоже претерпевают изменения, так как особенности ребенка-инвалида могут создавать препятствия для комфортного общения с привычным социальным окружением. Кроме того, смена интересов семьи может привести к необходимости поиска единомышленников, образованию новых социальный связей и утрачиванию старых.

Согласно теории Марка Грановеттера [2], в структуре социального взаимодействия человека существуют два вида связей: сильные и слабые. Сильные связи включают в себя близкие взаимоотношения людей: семья и

друзья, то есть такие отношения характеризуются эмоциональной привязанностью и любовью, при этом они не несут взаимной выгоды для индивидов, поскольку члены группы, в которой установились сильные связи, не способны дать друг другу ценную важную информацию.

В то время как слабые связи – это менее близкие, эмоционально слабоокрашенные, поверхностные отношениями между людьми, например, между коллегами, соседями, одногруппниками. Такие связи являются более ценными для развития индивида, поскольку предоставляют доступ к более широким социальным сетям и ресурсам.

Семье с ребенком-инвалидом тяжело справиться в одиночку, поэтому необходимо обращаться за помощью к её социальному окружению.

В работе рассмотрено, как особый статус семьи с ребенком-инвалидом влияет на установление социальных связей, функции сильных и слабых связей для такой семьи, пути обретения новых контактов и причины потери старых.

В рамках исследования была проведена фокус-группа, в которой приняли участие 7 матерей, воспитывающих ребенка с ментальными расстройствами личности.

В первую очередь необходимо было выяснить, как сама семья определяет свой статус, поскольку круг общения может формироваться исходя из их самовосприятия. Каждая семья с ребенком-инвалидом считает себя особенной, по их мнению, они отличаются от «обычных» семей тем, что их ребенок никогда не сможет ходить в общеобразовательную школу, секции, кружки и получать высшее образование, не сможет сам за собой ухаживать и ходить на полноценную работу – родители вынуждены выстраивать свою жизнь вокруг потребностей этого ребенка.

Из этого следует первая проблема – после рождения ребенка-инвалида, матери сталкивается с трудностями в реализации своих социальных потребностей, таких как построение карьеры и общение с друзьями. «Приходится чем-то жертвовать, я вот вообще-то инженер по образованию, но пришлось оставить карьеру». Вместо этого появились новые задачи: реабилитация ребенка, его социализация и поиск материальных ресурсов для обеспечения нужд инвалида – «За ними нужен присмотр, например, элементарные финансовые дела им не под силу, какой-то уход за собой и это влияет на всю семью, семья должна думать, как быть, чтобы ребенок себя чувствовал хорошо…». Родители отмечали, что почувствовали себя одиноко с этой проблемой, у их знакомых не было опыта воспитания особенного ребенка, и неоткуда было получить поддержку и информацию. Однако несмотря на подавленное состояние в первое время после постановки диагноза

ребенка, матери не пытались справиться с собственным чувством тоски и одиночества, поскольку все ресурсы были направлены на ребенка: «В первую очередь мне нужно было понять, что с ребенком делать, как его лечить, к каким врачам ходить, как помочь ему, было не до знакомств…».

Продолжая говорить о ближайшем окружении, многие матери отметили, что не получали достаточной поддержки со стороны родственников, а, наоборот, оказались отвергнуты многими членами семьи и друзьями: «Моя свекровь ни дня с ребенком не провела, сказала, либо отказывайся, либо сама с ним занимайся…»; «Друзьям мои проблемы в общем-то до лампочки, у них свои проблемы, у них у всех успешные здоровые дети, а мой никому не интересен…»; «В первую очередь я для себя поняла, если я сама не займусь ребенком никому он не нужен…»

Преодолеть чувство социального одиночества удалось, когда нашли единомышленников в виде других родителей, при этом намеренно сообщества родителей детей-инвалидов не искали, попадали в группы случайно, например, знакомясь в очереди к врачу.

Родители, воспитывающие детей с нарушениями развития, состоят в сообществе, которое образовалось в процессе посещения некоммерческой организации для поддержки инвалидов. Изначально пришли в организацию ради ребенка, чтобы он смог освоить важные навыки и социализироваться, но впоследствии сами нашли единомышленников: «Мы здесь в первую очередь отдыхаем, общаемся, кто-то кому-то подсказывает, помогает, самой организации помогаем, здесь и посмеяться можно, и поделиться переживаниями…»; «Организация дает и ребенку, и родителю, идет расслабление, общение, социализация и ребенка, и родителя, здесь даже молодая мама и бабушка наравне – всегда есть общие темы, и каждая друг другу помогает» «От родителей, самое главное, идет информация, рассказывают, как научить ребенка общаться, как приучить следить за собой, – идет обучение». У членов данной группы есть общие интересы, общие проблемы, они являются наставниками друг другу, оказывают поддержку: «Мы понимаем друг друга без слов, даже объяснять ничего не надо, у нас одни проблемы на всех, кто еще из друзей нас так поймет?» Они не нуждаются во внешних контактах, поскольку все потребности закрываются внутри сообщества. Родители боятся столкнуться с непониманием и быть отвергнутыми обществом, поэтому выбирают безопасный путь взаимодействия со знакомой средой.

Сами дети в основном взаимодействуют внутри одной организации, друзей среди обычных детей нет, хотя многие достаточно общительные, любят

людей, не застенчивые. Происходят привычные всем социальные коммуникации – любовь, дружба, вражда.

Что касается тех, кто не посещает данную организацию, по мнению участников фокус-группы, такой выбор был сделан из-за отсутствия именно физических возможностей, но не желания не быть частью сообщества. Опрошенные считают, что воспитание исключительно в домашних условиях плохо скажется как на самом ребенке, так и на родителях: «Все дети не могут сами ездить, водят родители, а какое-то ЧП происходит, и родитель не может отвезти, или работать позарез как надо, так приходится дома заниматься, но это никуда не годится, как можно самостоятельно все освоить без поддержки».

С появлением ребенка с особенностями развития семья сталкивается с чувством социального одиночества, поскольку родитель оказывается с проблемой один на один. Меняется социальное окружение всей семьи, во-первых, по причине трансформаций социальных практик – больше у семьи нет возможности взаимодействовать с коллегами и старыми друзьями на прежнем уровне, во-вторых, из-за негативного отношения близких людей, в-третьих, из-за отсутствия внутреннего ресурса для поддержания коммуникации.

В то же время семья стихийным образом приобретает новые слабые связи, становится членом организации, в которой происходит передача опыта и обучение новым навыкам, организуются досуговые мероприятия и обеспечивается психологическая поддержка.

Таким образом, согласно теории Грановеттера, сильные связи, действительно, менее эффективны для семьи с ребенком-инвалидом, они не способны дать необходимые ресурсы для реабилитации и социализации ментального инвалида. Именно слабые социальные связи позволяют семье чувствовать себя полноценно. Родители признают, что они отличаются от обычных семей и что они не будут приняты обществом, однако они не нуждаются в этом, возникшие внутри сообщества «особенных семей» связи восполняют недостаток общения во внешнем мире.

Список литературы

1. Международная классификация функционирования, ограничений жизнедеятельности и здоровья (МКФ) // Всемирная Организация здравоохранения. URL: http://who-fic.ru/icf/ (дата обращения: 20.02.2024)

2. Экономическая социология. Грановеттер, М. / Сила слабых связей Т. 10. № 4. 2009. С. 36-49.

FEATURES OF SOCIAL NETWORK OF FAMILIES WITH MENTALLY DISABLED CHILDREN

O.G. Anosova

The article presents the results of a study of the social ties of families with mental disabilities conducted by the method of a focus group with parents of disabled children. The assessment of parents' self-perception of themselves as a family with a special social status is considered. The study assessed the self-perception of parents as a family with a special social status, as well as an assessment of the state of social loneliness after the diagnosis of the child. The analysis of changes in the social environment of the family was carried out and the causes of this process were identified. The study examines the social environment of the family from the point of view of Granovetter's theory of strong and weak ties. The role of strong bonds is analyzed, as well as the functions of weak bonds and ways to establish them are considered.

Keywords: disabled person, child, parents, family, social environment, social connections, social adaptation.

УДК 316

ВЛИЯНИЕ ГАДЖЕТОВ НА УСПЕВАЕМОСТЬ СТУДЕНТОВ МЛАДШИХ КУРСОВ

А.Е. Ардарова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Современные студенты все чаще используют мобильные телефоны, планшеты и другие гаджеты в учебном процессе, однако вопрос о том, как их использование влияет на академическую успеваемость, остается неоднозначным. Цель исследования – выяснить, есть ли связь между использованием гаджетов и успехом в учебе. Для этого проведен анкетный опрос студентов младших курсов, а также проанализированы данные об их академической успеваемости. Полученные результаты позволяют сделать выводы о влиянии гаджетов на успех студентов, а также выявить возможные различия между курсами и их отношением к использованию гаджетов. Это исследование имеет практическое значение для преподавателей и администрации вузов, которые могут использовать полученные результаты для разработки политики по использованию гаджетов в учебном процессе.

Ключевые слова: гаджеты, успеваемость, студенты, влияние, курсы.

Введение

В современном мире гаджеты стали неотъемлемой частью жизни. Мобильные телефоны, планшеты, ноутбуки окружают нас повсюду, будь то дома, в учебных заведениях или на рабочем месте. Однако, вопрос о влиянии гаджетов на академическую успеваемость приобретает все бóльшую актуальность, особенно для студентов, чьи главные задачи связаны с учебой и достижением успешных результатов.

Мы задаемся вопросом, насколько использование гаджетов во время учебы способно повлиять на академическую успеваемость студентов и какие факторы могут оказывать воздействие.

Перед тем, как перейти к анализу, необходимо определиться с термином «гаджет». Гаджет – это мобильное устройство с доступом в интернет и множеством функций: просмотр видео, общение в социальных сетях, игры и другие развлечения. В условиях постоянного развития технологий гаджеты становятся все более доступными и проникают во все сферы нашей жизни, в том числе и в учебную среду. Ж. Бодрийяр определяет гаджеты как «технические игрушки современной цивилизации», «гибрид вещи и человека» и даже отмечает, что современный «человек не свободен от своих вещей, вещи не свободны от человека… энергия вещей стала абстрактной, их функциональность становится безграничной. Это вызывает глубокое психологическое

сопротивление, и в результате человек окончательно отстает от своих вещей, уступает им в связности. Вещи как бы идут впереди него в организации его среды, а тем самым влекут за собой и те или иные его поступки» [1, с. 55, 58].

Конечно, мы не сможем полностью запретить студентам использовать мобильные телефоны, так как они стали неотъемлемой частью нашей жизни. Однако, есть несколько преимуществ использования смартфонов в учебной деятельности. Функциональные возможности мобильного телефона позволяют организовывать обучение с помощью электронных учебников, учебных курсов и файлов, которые специально разработаны для различных приложений на смартфоне. Студенты могут делать задания не только те, которые дает им преподаватель, но и выбирать самостоятельно, что им будет интересно решить. Они также могут просматривать полезные видеоролики, слушать аудиокурсы и аудиокниги, благодаря чему более глубоко погрузиться в изучаемую тему и дополнительный материал [2, с. 67]. Одна из основных причин, почему гаджеты вызывают большой интерес и используются так активно студентами, это их функциональность. В отличие от традиционных учебных пособий гаджеты предоставляют возможность не только читать и учиться, но и взаимодействовать с информацией, применять знания на практике и обмениваться опытом с однокурсниками.

Однако, гаджеты могут оказывать и негативное влияние на успеваемость студентов. Потенциальные отвлекающие факторы, такие как социальные сети, онлайн-игры и видео, могут затруднить концентрацию на учебных процессах и снизить продуктивность студентов. Использование гаджетов во время уроков или лекций может быть причиной пропуска важной информации и привести к упущению интересующих тем.

Согласно ВЦИОМ, каждый десятый россиянин не представляет своего дня без мобильного телефона. Об этом сообщает «Рамблер». Мобильные телефоны или гаджеты стали неотъемлемой частью обычного дня для 13% россиян. Уточняется, что чаще всего так отвечали женщины – 14%, а также 31% респондентов в возрасте 18-24 лет. Каждый день интернет и соцсети необходимы для 8% опрошенных: среди них – 11% мужчин и 7% женщин, а также респонденты в возрасте 18-24 лет – 19%. Компьютер ежедневно нужен 2% опрошенных россиян [3].

Для полного понимания влияния гаджетов на успеваемость студентов разных курсов необходимо рассмотреть различные факторы: время, которое студенты тратят на использование гаджетов, их цели и мотивации, возможные стратегии влияния гаджетов на обучение.

Результаты

По данным исследования, объектом которого выступили студенты младших (1, 2 курс) курсов различных ВУЗов Нижнего Новгорода, смартфонами студенты первого и второго курсов пользуются часто в равной степени (92% и 94% соответственно). Ноутбуком студенты первого и второго курсов пользуются часто (66%, 64%), однако 16% и 10% студентов младших курсов не имеют ноутбука.

Смартфонами студенты младших курсов пользуются практически в равной степени, поэтому необходимо обратить внимание на цели и функции, которыми они пользуются. Связь и обмен информацией через интернет, мессенджеры и социальные сети очень важны для отличников 1, 2 курса (95%), для хорошистов (98%) и студентов с удовлетворительной успеваемостью и пересдачами (90%). В целом, студенты разной степени успеваемости считают эту функцию важной. Игры и развлечения имеют не такую важность: 19% отличников, 21% хорошистов и 20% троечников и студентов с пересдачами.

Можно заметить, что студенты с удовлетворительной успеваемостью и пересдачами проявляют больший интерес работе с документами и офисными приложениями, управлению финансами, просмотру новостей и информации из разных источников, чем студенты-отличники и хорошисты.

Гаджеты являются распространенными и приемлемыми инструментами для обучения в современной студенческой среде. Студенты 1, 2 курса с отличной успеваемостью менее склонны считать допустимым использование смартфонов в учебных целях, чем студенты с хорошей и удовлетворительной успеваемостью. Что касается использования гаджетов на различных типах занятий, большинство студентов (85%) с отличной и хорошей успеваемостью считают использование гаджетов в учебных целях на лекциях допустимым. Всего 10% студентов с удовлетворительной успеваемостью и пересдачами считают недопустимым пользоваться гаджетами на лекционных занятиях. Приблизительно такие же результаты получены и на вопрос о семинарских занятиях.

На зачетах и экзаменах считают допустимым пользоваться около 30% студентов с отличной успеваемостью. Среди студентов с хорошей успеваемостью 64% отмечают недопустимым. Студенты с удовлетворительной успеваемостью на зачетах в основном отмечают недопустимость (70%). На экзаменах большая часть из них тоже не допускает использования гаджетов.

На всех типах занятий заметна тенденция: младшекурсники с отличной успеваемостью гораздо чаще отмечают допустимым использование гаджетов на всех типах занятий как в учебных целях, так и во внеучебных. Чем ниже успеваемость, тем большее количество опрошенных отмечают недопустимость

этого использования. Кроме того, можно сказать, что на лекциях, семинарских и практических занятиях чаще всего студенты с разной успеваемостью считают использование гаджетов в любых целях допустимым, но на экзаменах и зачетах это скорее недопустимо.

Стоит обратить внимание и на цель, с которой используют смартфон студенты младших курсов на занятиях. Больше всего младшекурсники с разной успеваемостью используют смартфон в учебных целях**,** а также для подготовки и поиску информации к другим парам (более половины опрошенных используют для этого гаджеты как на семинарах, так и на лекциях). Большой зависимости от успеваемости студентов в этом вопросе нет, однако студенты с пересдачами чаще используют смартфоны в посторонних от учебы целях, чем другие группы по успеваемости.

Для сокращения использования бумажных материалов наибольшая потребность в использовании смартфона наблюдается у младшекурсников с хорошей и отличной успеваемостью, где около 50% студентов на большинстве пар используют смартфон для этой цели. У студентов 1-2 курсов с удовлетворительной успеваемостью этот показатель ниже.

Необходимо отметить, что среди студентов младшекурсников практически отсутствуют те, кто не использует смартфон в учебных целях вовсе.

Среди студентов 1-2 курсов наибольшая доля отличников и хорошистов (62% и 69%) негативно относятся к запрету использования смартфонов.

На вопрос, «Как Вы поступите в случае запрета использования смартфона на парах», младшекурсников, которые продолжат пользоваться смартфонами, но скрытно, получилось больше половины среди студентов с удовлетворительной успеваемостью (70%), и почти половина хорошистов (44%). Отказаться полностью не готовы студенты отличники и хорошисты (5% и 4%), а тех, кто будет использовать смартфоны только в экстренных случаях больше всего среди отличников (62%), студентов с хорошей успеваемостью 38% и всего 10% студентов с пересдачами.

С утверждением «мой смартфон не раз выручал меня во время контрольных, зачетов или экзаменов» согласилась большая часть студентов младших курсов, чаще всего это были троечники и студенты с пересдачами (60%), а с утверждением «я предпочитаю посидеть в смартфоне, нежели поговорить с однокурсниками» согласилась меньшая часть опрошенных разной успеваемости.

Смартфон заменил тетради и конспекты для 24% отличников, 33% хорошистов, а для студентов с пересдачами этот вариант равен 40%.

Использование устройств позволяет эффективно обращаться к учебным материалам, делая процесс обучения более гибким и комфортным. Гаджеты могут помочь при написании контрольных, зачетов или экзаменов и заменить тетради для конспектов, что гораздо более удобно для обучающихся, ведь все конспекты могут находиться в одном месте.

Использование гаджетов в процессе обучения повлекло значительные изменения в жизни студентов младших курсов с разной успеваемостью. Это придало занятиям большую интерактивность и обеспечило удобный доступ к учебным материалам, сократив при этом использование бумажной документации и требуя больше ответственности от студентов за свое обучение.

Список литературы

1. Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: Изд-во «Рудомино», 1999. 224 с.
2. Кудрявцев А.В. Основные возможности использования мобильных устройств в системе высшего образования // Педагогическое образование в России. 2016. №6. С. 66-70.
3. Обязательные вещи, или без чего мы не мыслим свой день (17 января 2022) // ВЦИОМ. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/objazatelnye-veshchi-ili-bez-chego-my-ne-myslim-svoi-den (дата обращения: 22.12.2023).
4. Кудрявцев А.В. Мобильные устройства как средство визуализации лекционного материала // Вестник ЧГПУ им. И.Я. Яковлева. 2016. №1 (89). С. 108-114.
5. Кулиев Х. Гаджеты: внедрение гаджетов в жизнь людей // Вестник науки. 2023. № 6 (63). Т. 1. С. 1312-1314.

THE IMPACT OF GADGETS ON THE ACADEMIC PERFORMANCE OF UNDERGRADUATES

A.E. Ardarova

Modern students are increasingly using mobile phones, tablets and other gadgets in the educational process, but the question of how their use affects academic performance remains ambiguous. The aim of the study is to find out if there is a connection between the use of gadgets and academic success. For this purpose, a questionnaire survey of undergraduate students was conducted, as well as data on their academic performance were analyzed. The results obtained allow us to draw conclusions about the impact of gadgets on the success of students, as well as to identify possible differences between courses and their attitude to the use of gadgets. This research is of practical importance for university teachers and administrators, who can use the results to develop policies on the use of gadgets in the educational process.

Keywords: gadgets, academic performance, students, influence, courses.

УДК 316

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРАКТИКИ ПОСЕТИТЕЛЕЙ АЛКОГОЛЬНЫХ МАГАЗИНОВ «КРАСНОЕ&БЕЛОЕ»

И.В. Биткин, Д.А. Наумов
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Современное общество характеризуется как общество потребления, покупка товаров является неотъемлемой частью повседневной жизни и практики большинства людей. Рынок пищевой продукции в России построен по модели расположения множества точек практически в каждом дворе. Повсеместно также располагаются специализированные магазины алкогольной продукции, такие как, например, «Красное&Белое». Однако, с недавнего времени они сменили модель и стратегию в пользу универсальных магазинов, в которых, помимо алкоголя и табачной продукции, можно приобрести пищевые продукты первой необходимости и не только. Теперь алкогольные магазины ориентированы на более широкий круг потребителей.

Необходимо исследование потребительских практик посетителей магазинов «Красное&Белое» и выявление потребительских моделей, основных мотивов посещения таких магазинов, предпочтения в покупках продукции магазина среди различных гендерных и возрастных групп населения. Результаты исследования позволят лучше понять потребительские предпочтения и поведенческие особенности посетителей алкогольных магазинов, что в дальнейшем может быть использовано для повышения качества обслуживания и эффективности маркетинговых стратегий.

Ключевые слова: Потребительские практики, покупки, алкогольный магазин, посетители, предпочтения.

Исследование проводилось методом наблюдения в период с конца февраля по апрель 2023 г. Выборку исследования составили 100 посетителей магазинов «Красное&Белое» и «Бристоль». Из них мужчины – 63%, женщины – 37%. Распределение по возрасту показывает, что в выборку вошли: школьники – 10%, молодежь – 26%, взрослые и пенсионеры – 38% и 26% соответственно.

Школьники и пенсионеры посещают магазин «Красное&Белое» преимущественно с утра. Примерно в равной степени магазин «Красное&Белое» днем посещают школьники, молодежь и пенсионеры. А вечером чаще всего в магазин приходят взрослые и молодежь (таб.1).

Таблица 1

В какое время посещают магазины, %

	Утро	День	Вечер
Школьники	40	40	20
Молодежь	19	35	46
Взрослые	18	13	69
Пенсионеры	35	35	31

Школьники в основном приходят в магазин «Красное&Белое» с друзьями, реже – с родителями, лишь каждый десятый школьник приходит один. Молодежь тоже чаще всего посещает магазины «Красное&Белое» с друзьями, однако чаще, чем школьники, они приходят по одному. В некоторых случаях молодежь появлялась в магазинах со своим партнером или даже с детьми. Взрослые примерно в равной степени появляются в магазинах «Красное&Белое» с друзьями, с ребенком или по одиночке. Иногда приходят в магазин со своим партнером. Пенсионеры в основном приходят в магазин «Красное&Белое» одни, реже приходят с внуками и практически никогда со своими друзьями. Мужчины заметно чаще женщин приходят в магазин «Красное&Белое» со своими друзьями. Однако женщины чаще мужчин приходят в магазин либо одни, либо со своими детьми (таб. 2).

Таблица 2

С кем покупатели посещают алкогольный магазин, %

	Школьники	Молодежь	Взрослые	Пенсионеры
С друзьями	60	50	32	6
С родителями	30	3	0	6
Один	10	21	25	71
С ребенком	0	12	25	17
С девушкой/парнем	0	14	18	0

Чаще всего пищевую продукцию приобретают пенсионеры, меньшую долю составляют взрослые и молодёжь. Самую малую часть потребителей пищевых продуктов в сети «Красное и Белое» составляют школьники, но, при этом они намного чаще других приобретают сладости (60%). Можно заметить,

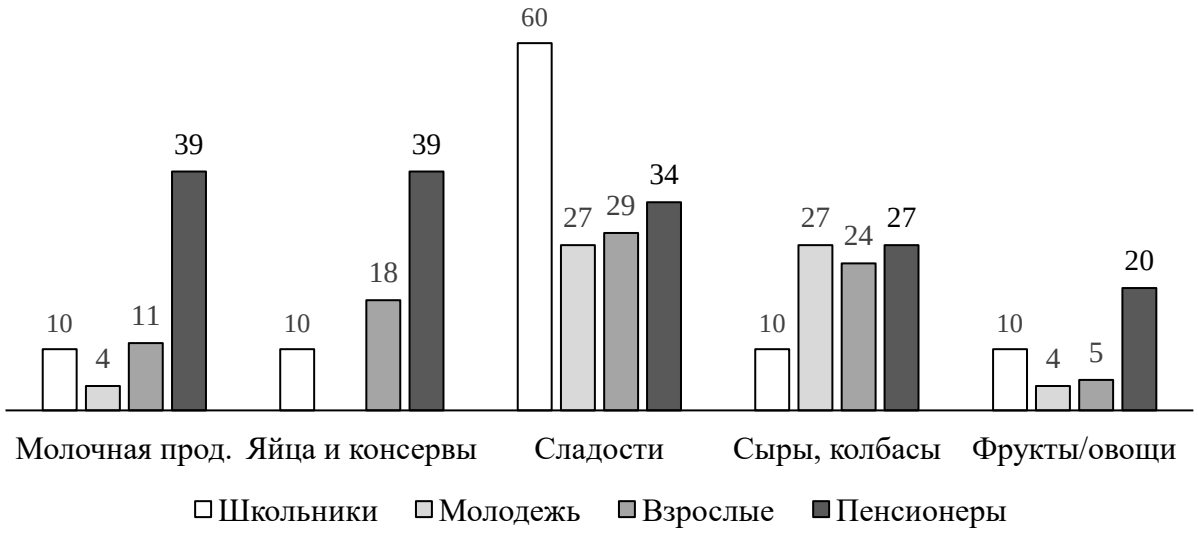


Рис. 1. Приобретаемая пищевая продукция, %

что наиболее востребованной пищевой продукцией являются сладости, а также сыры и колбасы. Менее востребованными являются яйца, консервы и молочная продукция. Реже всего покупатели приобретают фрукты и овощи (рис. 1).

Частота использования дисконтной карты коррелирует с возрастом покупателя, чем старше человек, тем чаще он использует дисконтную карту. Следовательно, чаще всего дисконтной картой пользуются пенсионеры (50%), чуть реже карту используют взрослые (42%). Среди покупателей молодёжного возраста дисконтную карту будет использовать каждый третий, а среди школьников лишь каждый пятый (рис. 2).

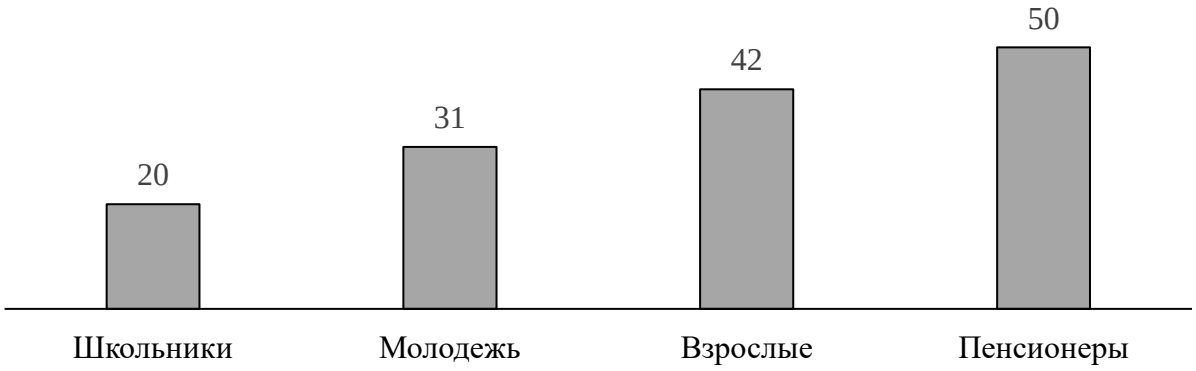


Рис. 2. Использование дисконтных карт, %

Алкогольные предпочтения мужчин и женщин заметно отличаются. Мужчины чаще всего покупали пиво и сильно алкогольные напитки, женщины предпочитали покупать вино и шампанское. При этом, если и пиво, и крепкие напитки покупали не только мужчины, но и женщины, то шампанское оказалось исключительно «женским» напитком (таб. 3).

Таблица 3

Предпочтения в алкоголе мужчин и женщин, %

	Мужчины	Женщины
Пиво	30	19
Соки/воды	22	10
Газировка	22	13
Крепкие напитки	22	19
Алкогольные коктейли	9	0
Вино	9	24
Ликеры и настойки	6	0
Вермуты и игристые вина	1	0
Шампанское	0	8

Говоря о гендерных особенностях, то вместе с алкоголем мужчины чаще всего покупали табачную продукцию, а женщины чипсы и снеки. Что касается шоколада и газировок, то их брали равное количество среди обоих полов (рис. 5).

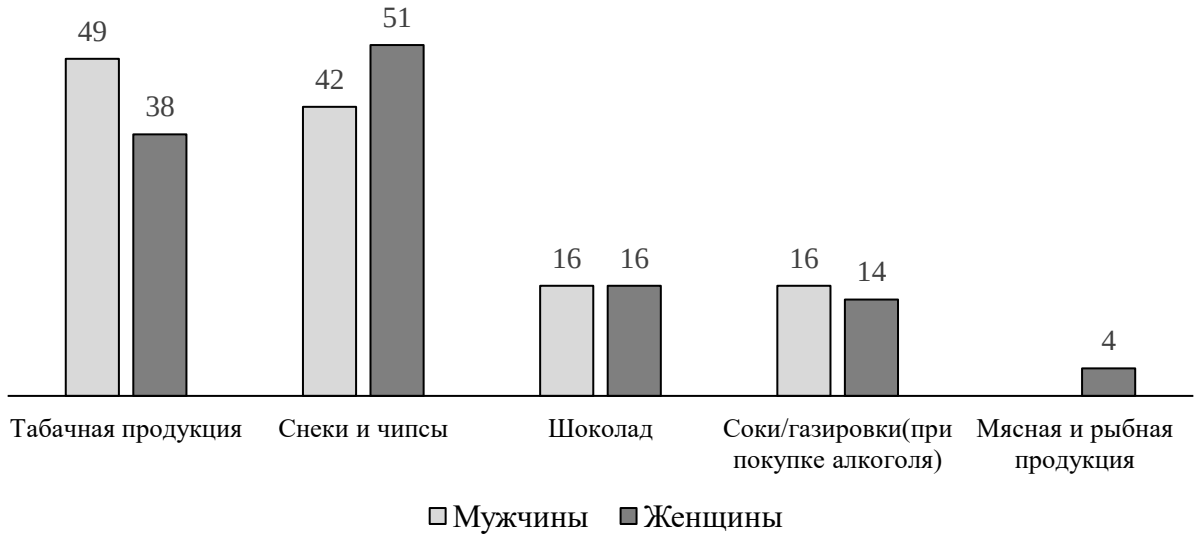


Рис. 5. Приобретаемые сопутствующие товары, %

Самые популярные сопутствующие товары – это различные снеки и табачная продукция, их берут со всеми видами алкоголя. Шоколад чаще всего берут с вином, а соки и газировки с крепкими алкильными напитками (таб. 4).

Таблица 4

Приобретение сопутствующих товаров в зависимости от напитка, %

	Пиво	Алк. коктейли	Шампанское	Вино	Крепкие напитки	Ликеры, настойки
Снеки и чипсы	69	67	67	93	62	25
Табачная продукция	69	67	0	53	62	75
Шоколад	8	0	33	20	5	0
Мясная и рыбная продукция	0	0	0	0	5	0
Соки/газировки(при покупке алкоголя)	31	0	0	33	71	0

Исходя из результатов исследования, можно сделать следующие выводы:

- В утреннее время в магазины в основном приходят пенсионеры, которые заметно чаще остальных пользуются дисконтными картами.

- Женщины чаще мужчин предпочитают покупать вина и шампанское, в свою очередь мужчины предпочитают крепкие напитки и пиво.
- Наиболее востребованными товарами у молодых людей являются пиво и алкогольные коктейли.
- Большинство посетителей при покупке алкоголя покупает табачную продукцию, снеки и чипсы.
- Пищевая продукция чаще всего приобретается пенсионерами.
- Большинство посетителей алкогольных магазинов – мужчины.

CONSUMER PRACTICES OF VISITORS TO ALCOHOL STORES "RED&WHITE"

I.V. Bitkin, D.A. Naumov

Modern society is characterized as a consumer society, the purchase of goods is an integral part of the daily life and practice of most people. The food market in Russia is based on the model of the location of many points in almost every yard. Specialty stores of alcoholic beverages, such as, for example, "Red & White", are also located everywhere. However, recently, they have changed their model and strategy towards department stores, where, in addition to alcohol and tobacco products, you can buy basic food products and not only. Now alcohol stores are aimed at a wider range of consumers.

Based on this, it follows that it is necessary to study the consumer practices of visitors to the Red & White stores and identify consumer models, the main motives for visiting such stores, and preferences in purchasing store products among various gender and age groups of the population. The results of the study will allow for a better understanding of consumer preferences and behavioral characteristics of alcohol store visitors, which in the future can be used to improve the quality of service and the effectiveness of marketing strategies.

Keywords: consumer practices, shopping, alcohol store, visitors, preferences.

УДК 316.7

ВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРЫ АЗИАТСКИХ СТРАН НА ВНЕШНОСТЬ МОЛОДЁЖИ

Т.А. Большакова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Делается попытка выявить влияние иностранной индустрии красоты на внешность молодёжи по группам: на людей, которые интересуются k-pop, и на тех, кому он не интересен. Определяется уровень заинтересованности данных групп в культуре других стран. Результаты исследования показали высокий интерес молодёжи к корейской культуре, а также были определены основные тренды красоты, которые нравятся молодёжи и чему они пытаются подражать. На основании полученных результатов исследования определены наиболее частые практики изменения внешности молодёжи по группам.

Ключевые слова: культура стран, внешность, молодёжь, k-pop, азиатская культура, корейские стандарты красоты, тренды

Введение

В сети Интернет можно найти многочисленные сайты, публичные страницы и группы, так или иначе связанные с культурой Азии. Наибольшей популярностью пользуются культуры таких стран, как Япония, Южная Корея и Китай. Вовлеченность россиян в интернет-коммуникацию интенсивна – растет процент YouTube-блогеров и других популяризаторов, посвящающих свой контент Восточной Азии [1]. Т.С. Ринейская считает, что азиатская культура популярна в России по нескольким причинам. Первое, о чем она пишет, это разнообразие (жанров, видов). Если есть, из чего выбирать, значит, уже интересно. Автор говорит о доступности. Например, в аниме и манга простота выражается в богатом, но интуитивно понятном символьно-графическом языке, который российская молодежь быстро освоила. Также она пишет, о неповторимом стиле: «Во-первых, потому, что во многих дорамах снимаются корейский айдолы, во-вторых – Южная Корея имеет имидж – образ технологичной и интересной страны, «специалиста» по стилю и красоте, которому доверяют» [1, с. 207].

Влияние азиатской культуры на внешность молодежи становится все более заметным в последние годы. Азиатская культура стала очень популярной и востребованной во всем мире, и это отразилось на внешности молодых людей. Например, как пишет А.М. Торотаева, в Южной Корее большое внимание

внешности уделяют не только женщины, но и мужчины, для них важен уход за собой и поддержание своего образа [2].

Молодёжь часто ориентируется на образы K-pop исполнителей. Айдолы – весьма примечательное социокультурное явление в азиатской массовой культуре. Айдол (от англ. «идол») – это медиа-персона со скрупулезно продуманным имиджем, весьма привлекательным для молодежи [3]. Как пишет Н.Е. Титкова, их внешность доводится визажистами и стилистами до идеально прекрасной, иногда не без помощи пластической хирургии, творческих способностей. Молодые люди стремятся подражать корейскому стилю аккуратностью, чистотой и модными трендами.

Кукольная внешность и детскость в поведении – характерные особенности поклонников азиатской культуры [4, с. 4]. Одним из основных аспектов влияния корейских образов на внешность молодежи является стремление к идеалу безупречной кожи. Молодые люди активно изучают и применяют различные техники макияжа, причесок и стилей одежды, чтобы достичь желаемого образа.

Еще одним из выражений корейского влияния на внешность молодежи является мода, особенно стиль K-pop. Одежда в духе корейских знаменитостей стала широко популярной среди молодежи [5].

Методология

Социологическое исследование «Влияние культуры азиатских стран на внешность молодёжи» было проведено в ноябре 2023 года. Методом сбора информации выступил анкетный онлайн-опрос в Google Forms. Всего было опрошено 257 человек, из которых отобрано 170 человек, интересующихся k-pop (103) и не интересующихся k-pop культурой (67).

Результаты исследования

Современные технологии и социальные сети стали основным инструментом для распространения и популяризации культур других стран. В настоящие время молодые люди проявляют большой интерес к различным течениям и тенденциям в мире.

Про популярность в России корейских трендов красоты мнения поклонников k-pop и не интересующихся им сходятся. В первой группе 63% считают корейские тренды красоты популярными и 16% не считают их популярными (табл. 1). В группе не интересующихся k-pop больше половины (60%) тоже указывают на популярность корейских трендов красоты в России. Из этого можно сделать вывод о достаточно высоком уровне популярности корейских трендов красоты у молодёжи.

Таблица 1

Популярность корейских трендов красоты в России, %

Оценка популярности	Интересуются k-pop	Не интересуются k-pop
Считают популярными	63	60
Считают не популярными	16	21
Затрудняются ответить	21	19

В корейских стандартах красоты людей, интересующихся k-pop, в наибольшей степени привлекают нежные черты лица (83%), что заметно отличает их от не заинтересованных в k-pop, данный аспект нравится чуть больше половины (57%), что указывает на разницу во вкусах (табл. 2). Большой разрыв можно заметить в оценки привлекательности необычных причесок, если у группы интересующихся k-pop это один из самых популярных критериев, то среди людей, которые не увлекаются k-pop, это один из самых редких выборов (37%).

Людям, интересующимся k-pop в большей степени, не нравится узкий подбородок (43%), как и не увлекающимися k-pop (34%). Так, можно заметить, что отличия во вкусах у людей, увлекающихся k-pop и не интересующихся им есть, но также они во многом схожи.

Таблица 2

Наиболее привлекательные аспекты корейских стандартов красоты, %

Параметры оценки красоты	Интересуются k-pop			Не интересуются k-pop		
	1*	2	3	1	2	3
Стройность	67	18	15	54	18	28
Светлая, фарфоровая кожа	55	22	22	52	18	30
Узкий подбородок	36	43	21	27	34	39
Яркий цвет волос	74	18	8	36	21	43
Необычные прически	77	15	9	37	22	40
Большие глаза	63	28	9	43	34	22
Высокий рост	76	17	7	63	15	22
Нежные черты лица	83	15	2	57	18	25

1 – Нравится* *2 – Не нравится* *3 – Затрудняются ответить*

На образ жизни и заботу о внешности корейские стандарты красоты очень сильно влияют на 15% людей, которые интересуются k-pop, и влияют в некоторой степени на 55%, что показывает их весомое различие с людьми, не увлекающимися k-pop, на них корейские стандарты красоты очень сильно влияют лишь 3% и влияют в некоторой степени 13%.

Что касается окружения данных групп людей, то у людей, интересующихся k-pop, почти все знакомые чаще всего пользуются корейской косметикой и средствами по уходу за внешностью (29%), половина знакомых пользуются у трети интересующихся k-pop (33%), а у тех, кому k-pop не интересен, 15% почти всех знакомых использует данные средства и 12% у половины знакомых (табл. 3).

Стоит отметить, что у всех есть несколько знакомых, повторяющие те или иные практики корейских стандартов красоты. Так, почти у половины людей (46%), которым интересен k-pop, есть несколько знакомых, повторяющих стиль макияжа и цвет волос, и также почти половина (44%) следующих модным тенденциям. И у не интересующихся k-pop есть несколько таких знакомых, у 40% несколько знакомых пользуются корейской косметикой и средствами по уходу за внешностью и 36% стараются следовать модным тенденциям.

Важно отметить, что к пластической хирургии прибегают наименьшее количество знакомых, но тем не менее, они всё-таки есть, у 8% людей, интересующихся k-pop, в окружении несколько знакомых прибегали к пластической хирургии, у не интересующихся k-pop – 7%.

Таблица 3

Знакомые, которые следуют корейским стандартам красоты, %

Параметры	Интересуются k-pop					Не интересуются k-pop				
	1*	**2**	**3**	**4**	**5**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Стараются следовать модным тенденциям	8	19	6	44	23	4	1	7	36	51
Меняют цвет волос	8	9	1	46	37	3	9	10	30	48
Меняют причёски	7	14	3	42	35	6	9	9	28	48
Меняют стиль макияжа	7	13	6	46	29	4	9	6	28	52
Прибегают к пластической хирургии	1	0	5	8	86	1	0	10	7	81
Пользуются корейской косметикой и средствами по уходу за внешностью	29	33	3	24	11	15	12	9	40	24
Стараются изменить фигуру	9	8	17	24	43	6	6	12	31	45

1– почти все *2–примерно половина* *3 – затрудняются ответить*

4– несколько *5– таких знакомых нет*

Таким образом, было выявлено, что влияние корейских стандартов красоты зависит от того, является ли человек заинтересованным в k-pop культуре. А также были определены основные практики изменения внешности молодёжью.

Заключение

Корейские стандарты красоты являются весьма специфичными и имеют свои особенности, поэтому они влияют на людей по-разному в зависимости от их интереса или незаинтересованности в k-pop культуре.

Люди, интересующиеся k-pop, часто стремятся соответствовать корейским стандартам красоты. Эти стандарты подразумевают гладкую и идеальную кожу, большие глаза, стройность, интересные прически. Люди, которые интересуются k-pop, чаще позитивно относятся к этим стандартам и могут принимать решения о хирургических вмешательствах или использовании особых косметических средств для достижения желаемого внешнего вида. Многие молодые люди пробуют на себе корейские прически. Они также осваивают техники корейского макияжа и пытаются повторить его на себе. Тем не менее, люди, которые не увлекаются k-pop, тоже могут перенимать какие-то аспекты корейских стандартов красоты, например, косметические средства и специальный уход за кожей, особый стиль макияжа.

Корейские стандарты красоты в ходе популяризации k-pop музыки в значительной степени распространены по всему миру. Важно отметить, что интерес к корейским стандартам красоты может быть чисто эстетическим и не обязательно предполагает истинное восприятие культуры Кореи.

В результате проведенного исследования были выявлен высокий интерес молодёжи к корейской культуре, как людей, интересующихся k-pop, так и не увлекающихся им. Были определены основные тренды красоты, которые нравятся молодёжи и чему они пытаются подражать.

Список литературы

1. Ринейская Т.С. Популярность культуры Восточной Азии (Китай, Япония, Южная Корея) у российской молодежи // Современная культура и проблемы образования 2019. С. 13-20. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_38554994_89326455.pdf (дата обращения: 12.12.2023)

2. Торотаева А.М. Нация пластической хирургии: стандарты красоты и их роль в социальной жизни женщин республики Корея // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11. Социология 2022. №23 С.86-99. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/natsiya-plasticheskoy-hirurgii-standarty-krasoty-i-ih-rol-v-sotsialnoy-zhizni-zhenschin-respubliki-koreya (дата обращения: 12.12.2023)

3. Лалыкина Я.А. Некоторые реалии азиатской массовой культуры и их бытование в современной молодёжной среде // Мир культуры: культуроведение, культурология 2018. С. 206-210.

4. Титкова Н.Е. K-pop как феномен современной массовой культуры // Медицина. Социология. Философия. Прикладные исследования 2020. №5 С. 56-61. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/k-pop-kak-fenomen-sovremennoy-massovoy-kultury (дата обращения: 12.12.2023)

5. Якушенова О.С. k/j/c-pop и образы «азиатскости» в российском сегменте интернет // Galactica Media: Journal of Media Studies 2020. №4 С. 187-212.

THE INFLUENCE OF ASIAN CULTURE ON THE APPEARANCE OF YOUNG PEOPLE

T.A. Bolshakova

An attempt is being made to identify the influence of the foreign beauty industry on the appearance of young people by groups, on people who are interested in k-pop and on those who are not interested in it. The article also determines the level of interest of these groups in the culture of other countries. The results of the study showed a high interest of young people in Korean culture, and also identified the main beauty trends that young people like and what they are trying to imitate. Based on the results of the study, the most frequent practices of changing the appearance of young people by groups have been identified.

Keywords: culture of countries, appearance, youth, Asian culture, k-pop, Korean beauty standards, trends.

УДК 159.9.072

РОЛЬ АКТИВНОСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ В СТАНОВЛЕНИИ САМООЦЕНКИ МОЛОДЕЖИ

К.С. Бондаренко
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Рассматривается проблема активности молодежи в социальных сетях и ее роль в становлении самооценки личности. Приводятся результаты эмпирического исследования, включающего анкетирование, диагностику самооценки по шкале М. Розенберга и анализ страниц испытуемых в социальной сети «ВКонтакте». В исследовании приняли участие 34 студента ННГУ им. Н.И. Лобачевского. Значимой взаимосвязи самооценки и активности в социальных сетях не выявлено. Это можно объяснить тем, что современное поколение выросло в условиях активного использования компьютеров и гаджетов и воспринимает их как естественную часть своей жизни.

Ключевые слова: активность в социальных сетях, самооценка, молодежь, роль интернет-пространства.

В современном мире Интернет-пространство играет огромную роль в повседневной жизни людей. По данным отчета Mediascope за январь-март 2023 г., 81% населения используют интернет ежедневно [1, с. 8]. Развитие технологий необратимо. Ещё «в 60-х годах XX века двух произвольно выбранных людей, проживающих в разных странах, имеющих разный достаток и воспитанных в разной культуре, разделяло шесть «рукопожатий» (С. Милгрэм). Уже в 2011 г. (по данным исследований, проведённых Facebook и Миланским государственным университетом) их количество снизилось до 4,74 уровня связи (для США количество звеньев составило 4,37). Основная причина повышения «тесноты» знакомств очевидна – распространение Интернета, увеличение количества пользователей социальных сетей» [2, с. 2]. Интернет предоставляет много интересных и разнообразных ресурсов, облегчает поиски информации и позволяет поддерживать контакты с родными и близкими людьми на любом расстоянии. Среднее время, проводимое в социальных сетях, увеличивается с каждым годом так же, как и количество пользователей социальных сетей. Анализ Kepios показывает, что общее количество пользователей социальных сетей в мире увеличилось почти на 30% с начала пандемии, что соответствует более, чем 1 миллиарду новых пользователей за последние 3 года [3, с. 161]. Люди буквально стали проводить жизнь за гаджетами, окружив себя различными социальными сетями, которые так или иначе оказывают влияние на формирование личности человека и его

представления о себе. За последние годы появилось большое количество исследований роли социальных сетей в развитии различных аспектов личности, однако многие вопросы по-прежнему остаются не раскрытыми. В частности, представляется интересным исследование взаимосвязи самооценки личности и ее активности в социальных сетях.

Самооценка – ценность, значимость которой индивид наделяет себя в целом и отдельные стороны своей личности, деятельности, поведения [4, с. 343]. Самооценка является составляющим элементом в создании собственного «я» образа. Она во многом определяет формирование всех сфер жизнедеятельности человека. В различных исследованиях выделяются следующие виды, характеристики самооценки: когнитивная и эмоциональная; прогностическая, актуальная и ретроспективная (по времени соотнесения); адекватная и неадекватная, устойчивая и неустойчивая; реальная и демонстративная [5, с. 7-8].

Просмотр страниц друзей и знакомых и наблюдения за жизнью блогеров нередко способствуют искусственному созданию образа успешности, поскольку в социальных сетях люди чаще делятся приятными новостями и рассказывают о своих успехах и достижениях. Такая иллюзия массовой успешности может негативно отражаться на самооценке не уверенных в себе людей и провоцировать чувство неудовлетворенности собственной жизнью, соревновательный эффект и проявление демонстративности. Чрезмерная идеализация образов часто приводит людей к напряженному состоянию, в котором человек теряет мотивацию и желание заниматься личностным ростом и развитием. Как отмечает К. Фролова, «по результатам опроса благотворительного фонда Scope, из 1500 пользователей более 50% молодых людей в возрасте 18-34 лет социальные сети заставляют чувствовать себя непривлекательными» [6, с. 53].

Можно предположить, что в наибольшей степени это прослеживается у людей с неустойчивой и демонстративной самооценкой. Люди с демонстративной самооценкой будут пытаться показать свою значимость выше, чем она есть в жизни на самом деле. А у людей с неустойчивой самооценкой наиболее очевидным будет воздействие социальных сетей на самозначимость. В конечном итоге, стремясь к стандартам несуществующего «идеального образа», созданного в социальных сетях, человек теряет себя как индивидуальность со своими идеями и мыслями. Увеличивается разрыв между Я-идеальным и Я-реальным, что негативно сказывается на самооценке и отношении человека к себе.

Достаточно много авторов рассматривали взаимосвязь активности в социальных сетях и самооценки. В работе А.О. Пунтус «Специфика личностных характеристик пользователей с разными уровнями интернет-активности» Самооценка рассматривается по методике А. Будасси, а активность отображена в количестве часов, проводимых в интернете пользователями. Анализ показывает, что у пассивных пользователей в среднем отмечался высокий уровень самооценки, ситуативные пользователи обладают средней самооценкой, а активным пользователям свойственна низкая самооценка [7, с. 136-137].

Мы провели собственное эмпирическое исследование самооценки молодежи в контексте их активности в социальных сетях. В исследовании приняли участие 34 студента ННГУ им. Н.И. Лобачевского в возрасте 18-22 лет. Проявление активности в социальных сетях оценивалось по ответам респондентов в анкете, по количеству друзей, частоте выкладывания постов и общему количеству постов на странице ВКонтакте. Эта сеть является достаточно популярной. По данным «GLOBAL DIGITAL 2023», ВКонтакте оказалась самой востребованной платформой в январе 2023 года [3, с. 161]. Самооценка измерялась по шкале Розенберга [8, с. 57].

По результатам анкетирования большинство респондентов (56%) считают, что существует взаимосвязь между уровнем самооценки и активностью в социальных сетях (Рис.1): 34,3% студентов считают, что, чем выше самооценка, тем больше активность в социальных сетях (что противоречит результатам исследования Пунтус); 5,7% считают, что, чем ниже самооценка, тем выше активность в социальных сетях.

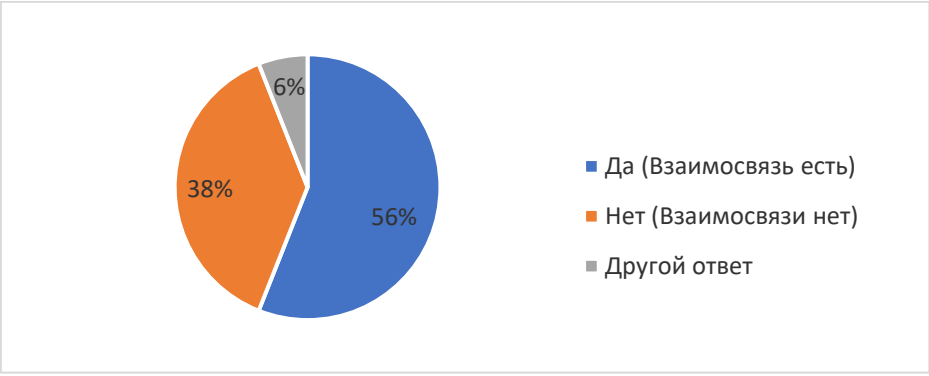


Рис. 1. Оценка взаимосвязи активности в социальных сетях и самооценки по результатам анкетирования

Время в интернете большинства студентов (61,8%) составило от 3 до 6 часов, что соответствует среднему времени интернет-потребления в день на жителя России, по данным Mediascope (4 часа 9 минут) [1, с. 8].

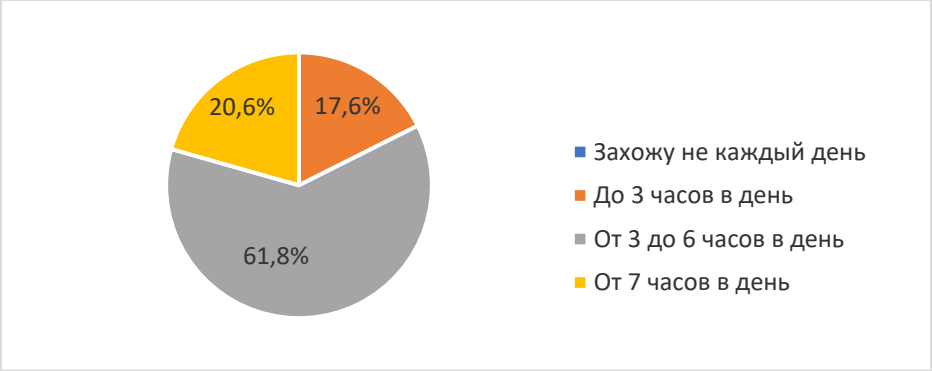


Рис. 2. Оценка респондентами времени, проводимого в социальных сетях

Новостную ленту несколько раз в день листают 85,3% процентов респондентов, 2,9% никогда не листают новостную ленту. Целенаправленно заходят в социальные сети 20,6%, большее количество времени нецеленаправленно проводят время в интернете 8,8%, а большинство опрошенных периодически заходят без цели в социальные сети, это количество составляет 70,6% процента студентов. Целью времяпровождения в социальных сетях респонденты называют: пообщаться, посмотреть новости, полистать ленту, получить информацию по учёбе, узнать что-то новое, отвлечься, поделиться мыслями, запостить фотографии, получить вдохновение, понаблюдать за друзьями или блогерами, убить скуку, послушать музыку. На своей стене публикуют что-либо иногда 73,5% опрошенных, несколько раз в месяц и никогда по 11,8%, и только 2,9% указали в анкете, что публикуют что-либо несколько раз в день. Многие публикуют фотографии, которые понравились (64,7%), ничего не публикуют 14,7%, описывают события из своей жизни 11,8%. Есть респонденты, которые публикуют всё из указанного, ведут рубрики в социальных сетях, делятся музыкой. На вопрос, «Если Вы читаете соцсети, у Вас создается ощущение, что кто-то более успешен в той или иной сфере, снижается ли ваша самооценка?», большинство (70,6%) ответили «нет», однако 17,6% ответили «да». Есть студенты, у которых при прочтении социальных сетей появляется мотивация больше работать, у других влияние социальных сетей зависит от общего настроя. На вопрос, «Чувствуете ли Вы разочарование, если Ваш пост не набрал достаточного количества лайков?», большинство (61,8%) ответили «нет», однако 23,5% ответили «да». На вопрос, «Если Вам оставили негативный комментарий, как долго Вы переживали и думали об этом?», большинство (32,4%) отвечали «в течение текущего дня», 17,6% ответили «на протяжении недели». Респондентам был задан вопрос: «Как социальные сети влияют на Вашу жизнь?». Мнения людей были следующие: «в целом положительно», «в основном негативно», «обычно, это часть моей жизни, и я отношусь к ней спокойно, но как только информации становится больше, это

тяготит, и я стараюсь убрать информационный шум по максимуму», «не отдаю отчета, но зависимость в той или иной степени присутствует», «это способ самовыражения и источник вдохновения, но вместе с тем и дофаминовая яма».

Действительно, современная молодежь активно использует социальные сети, и многие понимают, что интернет-активность непосредственно влияет на человека и его восприятие окружающего мира, на жизнь в целом. Однако корреляции между самооценкой и активностью в социальных сетях в исследовании не выявлено. Вероятно, это произошло из-за того, что большая часть респондентов имеют среднюю самооценку и не ведут активную виртуальную жизнь, возможно, это также обусловлено тем, что, как оказалось, студенты в большинстве своём (70,6%) предпочитают социальную сеть Telegram, но и в ней их активность не слишком высока. В групповом чате конфликтологов в социальной сети Telegram сообщений мало, всего 11 сообщений за декабрь. Для сравнения мы попросили доступ к чату группы бизнес-информатиков, за это же время у них насчитывается 252 сообщения. Всё же получилась некоторая статистика: у студентов, проводящих в социальных сетях до 3 часов, в среднем значение самооценки – 20, 33. От 3 до 6 часов в сети в среднем имеют балл по самооценке – 19,22. А студенты, проводящие в сети от 7 часов, имеют в среднем – 24,2 балла.

Некоторые опрошенные отметили негативное влияние социальных сетей, но большинство видят позитивные черты. Вероятно, современная молодежь воспринимает социальные сети как часть реальности, часть своей жизни. Жизнь людей продолжает подвергаться актуализации социальных сетей, но из-за внедрения в их жизнь технологий в достаточно раннем возрасте оно сглажено. Современная молодежь, выросшая в эпоху компьютеризации, воспринимает социальные сети как ресурс, как инструмент и как дополнительное социальное пространство. И становление самооценки включает в себя эти новые условия.

Список литературы

1. МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ 2023 // Mediascope URL: https://mediascope.net/upload/iblock/226/e7lwh96qizxpwhf1rj2ttfzkwlie8vr8/медиапотребление%202023.pdf (дата обращения: 05.04.2024).

2. Ефимова Г.З., Зюбан Е.В. Влияние социальных сетей на личность // Интернет-журнал «Мир науки» 2016. Том 4, номер 5 URL: http://mir-nauki.com/PDF/20PSMN516.pdf (дата обращения: 05.04.2024)

3. Global Digital 2023 // WebCanape URL: https://vc.ru/marketing/596126-internet-i-socseti-v-nachale-2023-goda-glavnye-cifry-global-digital-2023 (дата обращения: 05.04.2024).

4. Психологический словарь / Под ред. В.П. Зинченко, Б.Г. Мещерякова. 2-е изд., перераб, и доп. М.: Педагогика-Пресс, 1996. 440 с.

5. Вараева Н.В. Некоторые аспекты развития самосознания ребенка условиях социально-реабилитационного центра направления реабилитационной работы: Монография. - Н. Новгород: Гладкова О.В., 2006. 94 с.
6. Фролова К.А. Влияние социальных сетей на самооценку личности // Бюллетень медицинской науки. 2020. №1. С. 53-54.
7. Пунтус А. О. Специфика личностных характеристик пользователей с разными уровнями интернет-активности // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. 2015. №2. С. 132-13.
8. Золотарева А.А. Валидность и надежность русскоязычной версии шкалы самооценки М. Розенберга // Вестник Омского университета. Серия «Психология». 2020. № 2. С. 52-57.

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA ACTIVITY IN THE FORMATION OF YOUTH SELF-ESTEEM

K.S. Bondarenko

The article deals with the problem of youth activity in social networks and its role in the formation of self-esteem of personality. The results of the empirical research including questionnaire survey, diagnostics of self-esteem according to M. Rosenberg's scale and analysis of the subjects' pages in the social network in contact are given. The study involved 34 students of Lobachevsky NNGU. No significant relationship between self-esteem and activity in social networks was revealed. This can be explained by the fact that the modern generation has grown up in conditions of active use of computers and gadgets, and perceives them as a natural part of their lives.

Keywords: activity in social networks, self-esteem, youth, the role of Internet space.

УДК 316.776.4

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ: РАЗНЫЕ СЦЕНАРИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Г.М. Бухвалов
Самарский национальный исследовательский университет
им. академика С.П. Королева

Исследование посвящено социальным сетям, располагающимся в цифровой среде, истории социальных сетей в цифровой среде. Социальные сети цифровой среды рассматриваются от момента зарождения различных аспектов коммуникации в сети интернет с последующим развитием и изменением их функционала и возможностей использования. Представлено изучение вопроса формы и структуры влияния социальных сетей в интернет-пространстве на культуру и творчество. Еще одним значимым моментом, определившим мой интерес к изучению данной темы, стало выявление существенного изменения доступности социальных сетей для использования интернет-пользователями на территории России. Сложившаяся ситуация привела к изменению структуры использования и популярности социальных сетей.

Ключевые слова и словосочетания: Социальная сеть, интернет-среда, цифровая среда, коммуникация, пользовательские сценарии, классификация пользователей социальных сетей.

В наши дни социальные сети являются неотъемлемой частью повседневной жизни человека. Влияние социальных сетей на коммуникацию в целом и в цифровой среде в частности становится все более отчетливым и ярко выраженным.

Актуализируется тема ввиду изменения ситуации на рынке социальных сетей, доступных для российского пользователя цифровой среды: часть известных и популярных социальных сетей ушли из поля свободного доступа, а другая часть ограничила свой функционал. Освободившееся пространство оказалось очень быстро занято другими игроками в лице вернувшегося на территорию России «Telegram» и увеличивших свою аудиторию «WeChat», «Likee», «KakaoTalk».

Для более подробного изучения феномена социальных сетей в современном мире в первую очередь надо понять сам термин социальных сетей [1]. Социальная сеть – структура социальных взаимоотношений, объединённая в единую коммуникационную систему. Она состоит из социальных объектов, которыми выступают люди, группы людей, сообщества и организации. В рамках цифровой среды социальной сетью принято считать платформу, на базе которой может происходить общение пользователей друг с другом. Д.В. Винник [2] пишет о социальных сетях как об очень важном и ярком феномене для интернета

и информационно-цифровой среды в целом. Социальная сеть является новой формой социальной самоорганизации, которая оказывается неким промежуточным форматом между аудиторией и сообществом. В отличие от аудитории социальная сеть имеет ряд дополнительных коммуникативных возможностей для своих пользователей. По сравнению с сообществом социальная сеть оказывается в разы более вариативным форматом общения, так как не собирается вокруг какого-то одного определенного интереса или идейного направления. Изучая феномен появления социальных сетей в интернете [3], стоит помнить, что одной из главных задач интернета при его создании являлась функция соединения нескольких компьютеров в одну систему с целью передачи различной информации. Общение людей через интернет-сеть тоже должно было стать способом передачи информации. Сама суть общения в интернете значительно преобразовалась, перейдя в формат онлайн-общения, что позволило пользователям общаться в реальном времени, находясь в любом месте доступности сети интернет. Благодаря развитию скорости работы сети интернет и увеличению количества инструментов для создания цифровых технологий и взаимодействия с ними внутри социальных сетей появилась возможность не только поддерживать общение, но и создать площадку для творчества и выражения своей индивидуальности. Социальные сети позволяют создать свой виртуальный образ, который может отличаться от реального образа «Я». Развитие социальных сетей от момента их зарождения в цифровой среде до наших дней оказалось очень существенным фактором в создании и сохранении различных культурно-творческих проявлений. Социальная сеть все чаще начинает восприниматься пользователем как место отдыха и выражения своих эмоций.

В рамках анализа роли социальных сетей в жизни современного человека необходимо рассмотреть этапы развития функциональных возможностей социальных сетей и выделить несколько основных аспектов использования социальных сетей [4]. Самым востребованным и основным является формат использования социальных сетей для коммуникации друг с другом. Текстовый формат общения начал зарождаться на заре интернета [5]. В 1972 г. появилась электронная почта, которая позволила создать систему интернет-коммуникации, основанной на общении в формате текста. В 1988 г. появился первый онлайн-чат, который создал возможность обмениваться текстовыми сообщениями в реальном времени. Данный онлайн-чат представлял платформу для общения группы людей в реальном времени, для общения нужно было создать свой ник – имя пользователя, под которым вы сможете отправлять сообщения в данный чат. В 1996 г. появился сервис ICQ, который тоже позволял обмениваться

сообщениями в реальном времени. Его основным отличием от уже существующих чатов стало наличие постоянного регистрационного номера, который сохранялся за одним пользователем и позволял идентифицировать его в остальной массе номеров. Каждый пользователь имел возможность создать свой список контактов, нужных ему в сервисе ICQ, что позволило общаться с уже знакомыми людьми даже после прерывания онлайн-диалога на время. В современных социальных сетях возможность коммуникации как в групповом, так и в личном чате между идентифицированными пользователями является одной из основных возможностей.

Еще одним важным моментом является возможность публиковать новости в пространстве самой социальной сети. Сам формат информационных новостей появился в сети интернет в 1980 г. Новостные сообщения помогают пользователям узнать, что происходит в мире, а также найти интересные темы и новые знакомства, которые будут соответствовать их интересам. В социальных сетях имеется возможность комментирования новостей, что создает поле тематического общения автора новости и его аудитории или комментирующих новость друг с другом. Раздел с новостями на сайте и в приложении социальных сетей формируется в новостную ленту, которая группируется, исходя из предпочтений пользователя социальной сети.

Очень важным этапом в развитии социальных сетей стала возможность использования фото, аудио и видео в качестве возможного информационного взаимодействия. Общение в чате стало более интересным и разнообразным, а новости стали значительно наглядней и удобней для восприятия и создания информационного материала. Улучшение скорости интернета и увеличение вычислительных мощностей устройств цифровой среды позволило создавать видеоконференции и аудиозвонки в формате реального времени в дополнение к возможностям онлайн-чатов, а также проводить аудио и видеотрансляции с публикацией в них различных информационных процессов и событий.

Цифровая среда подарила своим пользователям очень разнообразное и обширное пространство для творчества [6]. Наличие возможности коммуникации в интернете и присутствие площадок для размещения информации помогло создать единое пространство для «творца», человека, создающего контент, и для потребителя, человека, потребляющего контент. Таким образом, для потребителей социальные сети стали пространством для досуга и отдыха. А для творческих людей социальные сети дали дополнительную возможность общения со своей аудиторией, а также профессиональной коммуникации, в том числе договариваться о совместных проектах, создавать их в единой интернет-среде, находясь далеко друг от друга в реальном мире. Кино,

книги и музыка, благодаря социальным сетям, могут быть опубликованы в общем доступе для всех пользователей с возможностью комментирования любым желающим. Презентовать публике свое творчество, благодаря социальным сетям, оказалось значительно проще, с точки зрения финансов и организационной составляющей, хотя нужно подчеркнуть, что продвижение творческих проектов в сети имеет свои правила успеха. Само развитие социальных сетей в плане возможностей передачи аудио и видеоинформации родило новый формат творчества, направленный в первую очередь на публикацию в среде интернета и социальных сетей. В таком случае важнейшим фактором самореализации и самовыражения индивида [7] в творчестве становится цифровая среда в целом и социальные сети, в частности.

Опираясь на классификацию целей использования социальных сетей, считаю крайне важным изучить социальные сети, которые сегодня используют российские пользователи, с точки зрения «пользовательского сценария». Суть подхода заключается в определении набора задач, которые пользователь реализует в различных социальных сетях. В рамках подхода можно проанализировать, как различные социальные сети отличаются по пользовательским сценариям. Сценарии могут содержать одну доминирующую задачу или их комбинации. В качестве примера можно привести следующие варианты сценариев: сценарий личной коммуникации и/или профессиональной; сценарий потребителя контента (развлекательного/образовательного/социально-политического/культурного); сценарий активного или пассивного потребителя контента (активность может определяться по комментариям и реакциям на контент, по участию в распространении контента); сценарий создателя контента (развлекательного/образовательного/социально-политического/культурного).

В ходе исследования можно определить самый востребованный сценарий пользователей в разных социальных сетях, а также понять, какие отдельно взятые функции являются самыми популярными. Такой подход позволит увидеть ценность различных социальных сетей для пользователей. На основе оценки пользователями возможности реализации своих целей в различных социальных сетях можно построить рейтинг социальных сетей. Учитывая важность проблемы безопасности в цифровой среде, в систему расчета рейтинга социальных сетей необходимо включить оценку рисков, связанных с цифровой безопасностью, при использовании различных социальных сетей разными группами пользователей по полу, возрасту, национальности и вероисповеданию.

Список литературы

1. Воронкин А.С. Социальные сети: эволюция, структура, анализ // ОТО. 2014. №1. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-evolyutsiya-struktura-analiz (дата обращения: 6.03.2024).

2. Винник Д.В. Социальные сети как феномен организации общества: сущность и подходы к использованию и мониторингу / Д.В. Винник // Философия науки. 2012. № 4(55). С. 110-126.

3. Туркин Д.В. Социальная коммуникация в Сети Интернет // Вестник ЧелГУ. 2008. №33. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-kommunikatsiya-v-seti-internet (дата обращения: 10.03.2024).

4. Горбатов А.В. Социальные сети / Труды Института государства и права РАН. 2011. №6. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-3 (дата обращения: 10.04.2024).

5. Диков А.В. Эволюция Интернета от начала до наших дней и далее // Школьные технологии. 2019. №2. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-interneta-ot-nachala-do-nashih-dney-i-dalee (дата обращения: 8.03.2024).

6. Горячева Е.А. Личность, искусство и творчество в информационном обществе // Социально-гуманитарные знания. 2015. №11. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/lichnost-iskusstvo-i-tvorchestvo-v-informatsionnom-obschestve (дата обращения: 10.03.2024).

7. Южанинова Е.Р. Интернет как новое пространство самореализации молодёжи / // Вестник ОГУ. 2013. №7 (156). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/internet-kak-novoe-prostranstvo-samorealizatsii-molodyozhi (дата обращения: 6.03.2024).

SOCIAL NETWORKS IN THE DIGITAL ENVIRONMENT: DIFFERENT SCENARIOS OF USE

G.M. Bukhvalov

This article is aimed at analyzing and studying social networks. The material of this article is dedicated to social networks located in the digital environment. The work contains the history of social networks in the digital environment. Social networks of the digital environment are considered from the moment of the emergence of various aspects of communication on the Internet with subsequent development and transformation of their functionality and possibilities of use. The material also presents a study of the form and structure of the influence of social networks in the Internet space on culture and creativity. Another significant aspect that determined my interest in studying this topic was the identification of a significant change in the accessibility of social networks for Internet users in Russia. The situation that has arisen has led to a change in the structure of use and popularity of social networks.

Keyword: social network, Internet environment, digital environment, society, communication, custom scripts, classification of social media users.

УДК 316

КАРЬЕРНЫЕ ОЖИДАНИЯ МОЛОДЫХ IT-СПЕЦИАЛИСТОВ НА РЫНКЕ ТРУДА

А.К. Быкова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Исследуются карьерные ожидания молодых ИТ-специалистов на рынке труда. Анализ проведен на базе данных, которые были получены в результате глубинного интервью молодых ИТ-специалистов и рекрутеров в ИТ компаниях. Рассмотрены причины популярности ИТ сферы. Выявлены проблемы и ожидания молодых ИТ-специалистов при поиске работы. Проанализировано развитие направления стажировок и сотрудничества с вузами.

Ключевые слова: молодые ИТ-специалисты, карьера, рынок труда, ожидания, ИТ сфера, стажировки.

Введение

В России 2022-2031 г. объявлены Десятилетием науки и технологий. 25 апреля 2022 г. Президент России подписал Указ «Об объявлении в Российской Федерации Десятилетия науки и технологий».[1] Согласно данному документу, основными задачами проведения десятилетия являются привлечение талантливой молодёжи в научную сферу, вовлечение исследователей и разработчиков в решение важнейших задач развития общества и страны, повышение доступности информации о достижениях и перспективах отечественной науки для граждан России. ИТ отрасль является одной из важнейших и развивающихся в нашей стране, благодаря цифровизации улучшаются многие сферы производства в России, а также появляются новые рабочие места и технологии.

ИТ отрасль в России постоянно в неустойчивом положении. Во-первых, существует нехватка кадров, а именно квалифицированных и опытных работников. Во-вторых, из-за мировой политической обстановки закрылись многие крупные компании и, следовательно, покинули страну значительное число специалистов. В-третьих, исчезают вакансии стажёров, дорожают обучающие курсы, всё это усложняет вход в сферу студентов и выпускников.

Проведенное исследование показывает актуальную ситуацию на рынке труда молодых ИТ-специалистов, а также отражает проблемы молодых ИТ-специалистов при поиске работы. В ходе работы выяснены ожидания молодых специалистов от ИТ сферы и работы.

Методология

Социологическое исследование «Карьерные ожидания молодых ИТ-специалистов на рынке труда» проводилось с февраля по апрель 2024 г. Методом сбора информации является глубинное интервью. Данное эмпирическое исследование проводилось на рекрутерах, работающих в ИТ компаниях.

Гипотеза исследования: карьерные ожидания молодых ИТ-специалистов не оправдываются из-за ажиотажа ИТ специальностей и неверно предоставленной информации о карьерном пути.

Рассматривались карьерные ожидания молодых ИТ-специалистов на рынке труда. В исследование приняло участие 10 рекрутеров ИТ компаний – женщины в возрасте от 22-37 лет, с опытом работы в ИТ сфере от полугода до 4,5 лет.

Результаты исследования

Рассмотрев причины популярности ИТ сферы и её востребованность, рекрутеры отметили, что ИТ сфера в настоящее время находится на пике популярности по причине цифровизации общества и повышенного уровня оплаты труда ИТ-специалиста. *Во всех областях происходит цифровизация, диджитализация, и поэтому эта сфера развивается. В ИТ сфере высокая заработная плата, которая позволяет улучшать условия жизнедеятельности человека.*

Также рекрутеры отмечают, что ажиотаж данной сферы вызван благоприятными условиями труда и быстрым карьерным ростом. *Я считаю, что ИТ сфера востребована благодаря комфортной среде трудовой деятельности. Высокая оплата труда, быстрый рост, крупные-звучные компании, ДМС, оплата спорта и т.д. Все это вызывает явный интерес особенно у молодого поколения и притягивает новичков с огромной скоростью.* Таким образом, можно сделать вывод о том, что ИТ сфера является популярной и привлекательной для молодых специалистов и привлекательной за счет предлагаемых условий труда.

В рамках интервью были заданы вопросы об основных проблемах молодых ИТ-специалистов при поиске работы. Большинство рекрутеров, представляя сторону работодателя, ответили, что основная проблема – конкуренция. *Проблема в том, что у молодых специалистов очень большая конкуренция на рынке. Молодые специалисты точно столкнуться с тем, что везде нужны люди с опытом.* Сложным этапом является коммуникация, а именно процесс интервьюирования и проверка навыков. *Есть проблема с коммуникацией, немногие даже готовы начинать процесс поиска нового места работы или первого места работы.* Молодым специалистам тяжело устроиться на первое

место работы и получить заветный опыт, а также морально специалисты могут быть не готовы к постоянным отказам и к нерезультативным собеседованиям.

В ходе интервью было выявлено наличие ожиданий у ИТ-специалистов при трудоустройстве. Многие рекрутеры отметили, что большинство неоправданных ожиданий – это заработная плата и простая деятельность. *Многим кажется, что в ИТ все легко и просто, а по итогу очень много работы, задач и обязанностей. В ИТ есть перспективы развития и можно много зарабатывать, но все это зависит от опыта специалиста, его навыков и возможностей.* Было отмечено что молодые специалисты ожидали быстрее найти работу. *Да, были знакомые, которые предполагали найти работу в ИТ быстрее и проще, чем оказалось на самом деле. И думаю, в настоящее время большинство сталкиваются с этим.* Следовательно, можно сделать вывод, что у молодых специалистов существуют определенные ожидания от ИТ сферы и работы, которые возникают из-за ее популярности и неверно предоставленной информации на курсах по обучению, что приводит к проблемам в поиске работы и реализации себя как ИТ-специалиста.

Большинство опрошенных отметили, что компании готовы вкладываться в своих сотрудников, а именно в их рост и развитие. *Думаю, компании готовы реализовывать развитие сотрудника, так как проще удержать его, чем потом искать нового. Мне кажется, что компании сейчас готовы развивать своих сотрудников.* Но также рекрутеры отметили, что рост и развитие сотрудника зависит от масштаба компании и ее возможностей. *Существуют компании, у которых не развита корпоративная культура, это часто зависит от масштаба компании. У маленьких компаний просто нет возможности вкладывать ресурсы еще и в развитие и рост специалиста.*

Говоря о направлении стажировок и взаимодействия компаний с вузами, рекрутеры отметили положительную динамику и стремление сотрудничать работодателей с учебными заведениями. *Да, стоит развивать сотрудничество с ВУЗами, так как сильных специалистов не хватает еще, и в ВУЗах присмотреть себе перспективного человека можно. И есть компании, которые в это вкладываются и по итогу выигрывают, забирая лучших специалистов еще на начальном этапе. Можно вырастить хорошего специалиста с нуля, и это будет очень выгодно для компании, поэтому надо сотрудничать с вузами, техникумами, качественными курсами чтобы забирать хороших ребят и вкладываться в их обучение.* По данным исследования, можно сделать вывод, что нанимающие менеджеры готовы находить молодых специалистов еще без опыта работы в процессе обучения, но необходимо получить одобрение от руководства компании и заручиться поддержкой.

Заключение

Ожидания молодых специалистов от профессии в области информационных технологий в основном связаны с высокой заработной платой, удобством работы и быстрым трудоустройством. Однако эти представления могут быть искажены из-за популярности данной профессии и недостоверной информации, предоставляемой на курсах обучения. Эти факторы влияют на то, что у молодых людей возникают проблемы с поиском работы и реализации себя как ИТ-специалиста.

Молодые ИТ-специалисты имеют определенные ожидания от работы, но они в большей степени не оправдываются по причине высокого ажиотажа вокруг ИТ отрасли и ложной информации о трудоустройстве ИТ-специалиста.

Список литературы

1. Указ Президента РФ от 25.04.2022 № 231 «Об объявлении в Российской Федерации Десятилетия науки и технологий». URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202204250022?ysclid=lwoom6014c83923685 (дата обращения: 10.04.2024).

CAREER EXPECTATIONS OF YOUNG OT SPECIALISTS IN THE LABOR MARKET

A.K. Bykova

The article is devoted to the study of career expectations of young IT specialists in the labor market. The analysis was carried out on the basis of data that was obtained as a result of in-depth interviews with young IT specialists and recruiters in IT companies. The reasons for the popularity of the IT sector are considered. The problems of young IT specialists when searching for work have been identified. The expectations of young specialists from the IT sector and work were also clarified. In the course of the work, the attitude of the employer towards the employee in the IT field was determined. The development of the area of internships and cooperation with universities is analyzed.

Keywords: young IT specialists, career, labor market, expectations, IT sector, internships.

УДК 316.6

ПИЩЕВОЕ ПОВЕДЕНИЕ СТУДЕНТОВ НИЖНЕГО НОВГОРОДА

И.О. Верба, Е.А. Чернолихова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Представлены результаты социологического исследования «Место еды в жизни студентов» с акцентом на пищевом поведении и эмоциональном состоянии студенческой молодежи Нижнего Новгорода. Исследование выявило, что выбор и количество потребляемой пищи у студентов тесно связаны с психологическими факторами и эмоциями. Проблема питания и здоровья становится все более актуальной в современном обществе, напрямую влияя на физическое и психическое благополучие человека. Результаты опроса ВЦИОМ 2020 г. подчеркивают интерес россиян к здоровому питанию, однако существует распространенность расстройств пищевого поведения, вызванных эмоциональным дискомфортом. Эмоциональное состояние влияет на привычку "заедать" едой и недоедание, указывая на разнообразные мотивы такого поведения. Выделяется три типа аддиктивного пищевого поведения и акцентируется внимание на важности изучения взаимосвязи между потреблением еды, социальными практиками и психологическими потребностями студентов.

Ключевые слова: еда, социология питания, пищевое поведение, практики питания молодежи, молодежь, студенческая молодежь.

Введение

Еда и питание относительно недавно попали в пространство социологического дискурса в качестве объекта изучения. Научная проблематизация питания получила активное развитие в социологии в конце XX – начале XXI вв. Благодаря всплеску интереса к данной проблематике число социологических исследований, публикаций и научных докладов по теме питания ежегодно увеличивается [1, с. 50].

По данным опроса ВЦИОМ 2020 года «Здоровье – высшая ценность», за своим питанием следят более половины россиян (60%), почти столько же сообщали о правильном питании в прошлом году – 59%. Соблюдают диету, назначенную врачом, 7%, а 15% придерживаются диеты, выбранной самостоятельно. Стараются есть здоровую пищу 38% наших соотечественников. Каждый пятый (21%) сообщает, что ест все, что захочется, и не имеет проблем со здоровьем, а 17% говорят, что едят то, что могут себе позволить [5].

Однако несмотря на динамику движения здорового питания, распространены и такие проблемы, как переедание, ожирение, анорексия, и другие заболевания. Все это называется расстройствами пищевого поведения. Выделяют следующие причины «заедания» и «недоедания». Например, не только утолить физиологическую потребность в еде, но и просто занять себя,

когда скучно или нечем заняться. Стремление устранить эмоциональный дискомфорт приводит к приему психоактивных веществ, что влечет за собой различные формы зависимостей, в том числе, и пищевой [2, с. 82].

Существует три типа аддиктивного пищевого поведения:

1. Эмоциогенное пищевое поведение наблюдается после стресса или эмоционального дискомфорта. Распространенная реакция на такие состояния, как гнев, страх и тревога, – потеря аппетита, но некоторые люди, напротив, реагируют на это чрезмерным потреблением пищи [4].

2. Экстернальное пищевое поведение связано с повышенной чувствительностью к внешним стимулам потребления пищи: человек с таким поведением ест в ответ не на внутренние стимулы (голод), а на обонятельные внешние стимулы: вид, запах еды или время приема пищи [2, с. 83].

3. Ограничительное пищевое поведение характеризуется преднамеренными усилиями, направленными на достижение или поддержание желаемого веса соблюдением диеты. [3, с. 33].

По наблюдениям исследования ВЦИОМ «Стресс и как с ним бороться?» от 25 июля 2022 г., можно понять, что больше половины россиян подвержены стрессовым ситуациям – 57%, из них 26% сталкивались со стрессом часто, несколько раз в месяц. С возрастом устойчивость перед жизненными вызовами возрастает, если среди молодежи испытывали стресс 79%, то в старшей возрастной группе показатель ниже почти в два раза – 42% [6].

Это говорит о том, что молодое поколение больше подвержено стрессам и эмоциональным расстройствам. Именно поэтому объектом исследования стала студенческая молодежь Нижнего Новгорода.

Целью исследования является определение взаимосвязи между потреблением еды, социальными практиками и психологическими потребностями. Гипотеза исследования заключается в том, что потребление еды связано с различными социальными практиками, потому что она удовлетворяет не только физиологические, но еще и социальные и психологические потребности.

Методология

Авторское социологическое исследование «Пищевое потребление студентов города Нижний Новгород» было проведено в ноябре-декабре 2022 г. Методом сбора информации послужил анкетный онлайн- опрос «Место еды в жизни студентов». Выборочная совокупность составила 135 студентов (из них 79 женского пола и 56 мужского) вузов Нижнего Новгорода в возрасте от 17 до 23 лет.

Результаты исследования

Для того чтобы выявить зависимость пищевых практик студентов с их эмоциональным состоянием, необходимо рассмотреть частоту приема пищи студентов.

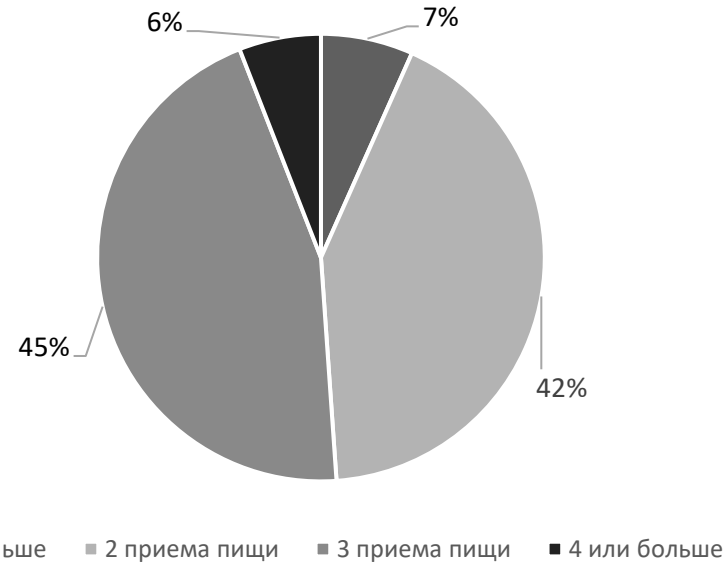


Рис 1. Частота приема пищи студентов в день, % (2022, N=135)

На вопрос, «Сколько у вас бывает полноценных приемов пищи за день», ответы расположились в следующем порядке: 1 или менее (7%), 2 приема пищи (42%), 3 приема пищи (45%), 4 или больше (6%).

Ответы имели некое различие в зависимости от пола студента, например, студенты мужского пола чаще имеют 3 приема пищи в день (52%), а студенты женского пола 2 приема пищи (41%).

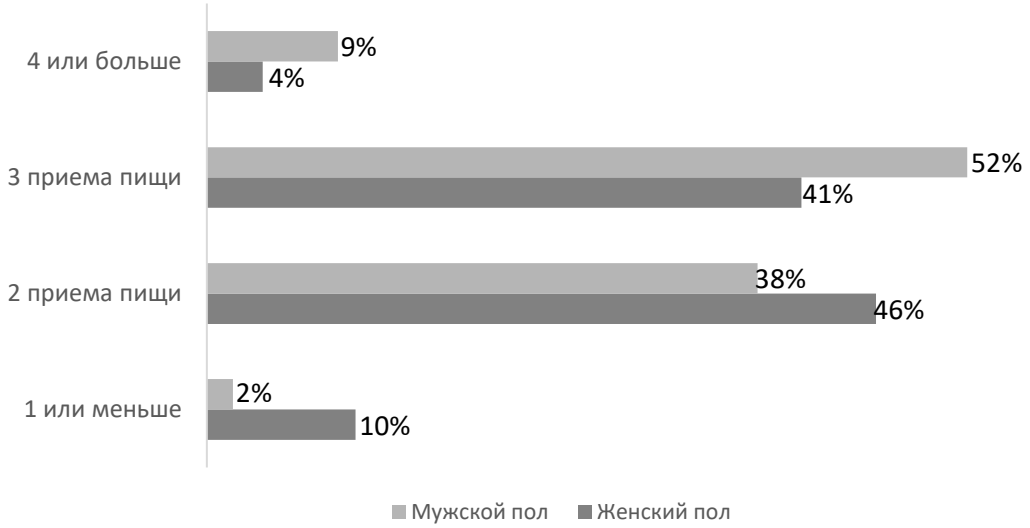


Рис 2. Частота приема пищи студентов в день (в зависимости от пола), % (2022, N=135)

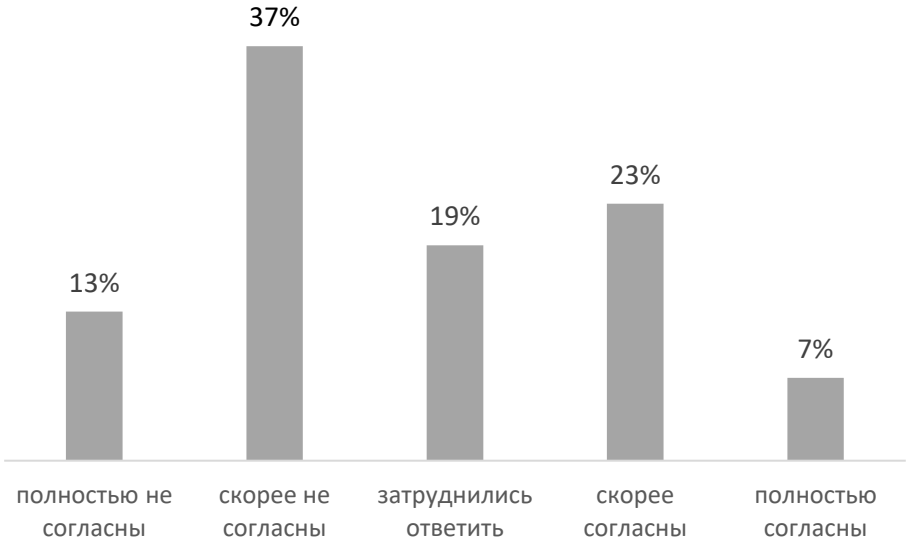


Рис. 3. Уровень согласие с высказываем «Еда для меня только потребность», % (2022, N=135)

На рис. 3 отражены результаты данного вопроса, 37% студентов ответили, что скорее не согласны и 13%, что полностью не согласным с данным высказыванием. Еда для студентов не является только потребностью, она играет более значимую роль в их жизни. (Рис. 4).

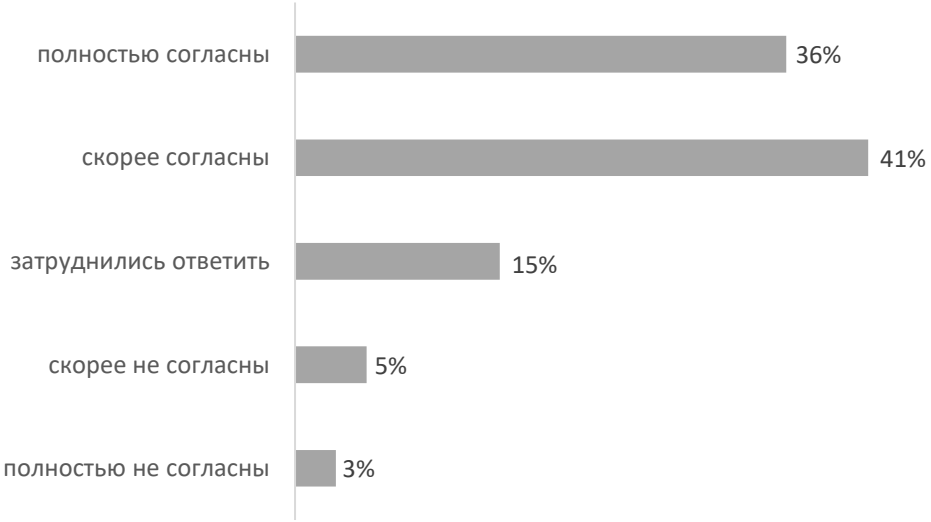


Рис. 4. Уровень согласия с высказыванием «Еда для меня – это способ поднять настроение, получить удовольствие», % (2022, N=135)

Рассматривая данный вопрос 41% студентов скорее согласны с тем, что еда для них – это способ получить удовольствие и поднять настроение, 36% полностью согласны с данным высказыванием, что говорит о зависимости эмоционального состояния студентов с приемом пищи.

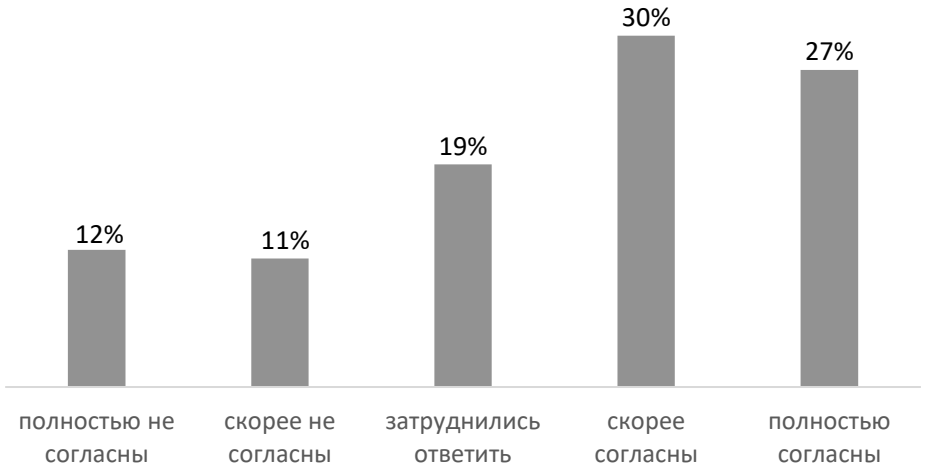


Рис. 5. Уровень согласия с высказыванием «Еда для меня – это один из способов сделать подарок самому себе», % (2022, N=135)

Рисунок 5. Студенты ответили на данный вопрос следующим образом. Большинство скорее согласны (30%) и полностью согласны (27%) с высказыванием. Такое пищевое поведение может также являться причиной «перееданий» и «заеданий». (Рис. 6, 7, 8, 9).

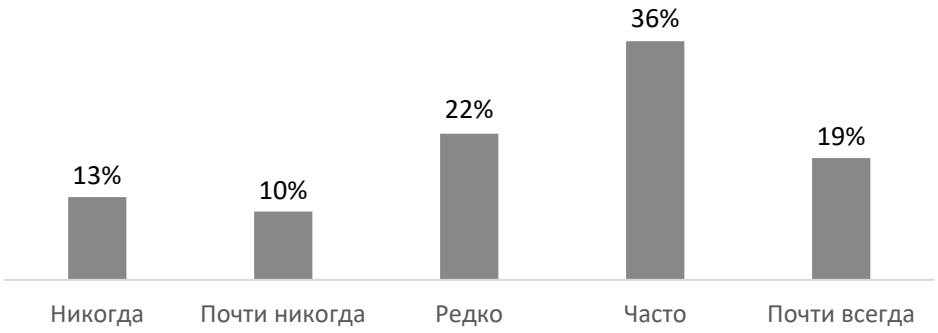


Рис. 6. Большее количество приемов пищи во время скуки, % (2022, N=135)

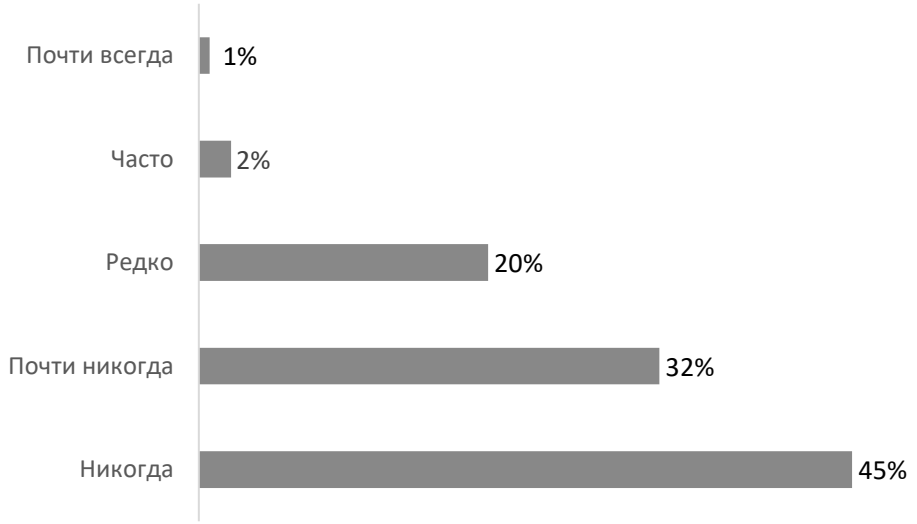


Рис 7. Меньшее количество приемов пищи во время скуки, % (2022, N=135)

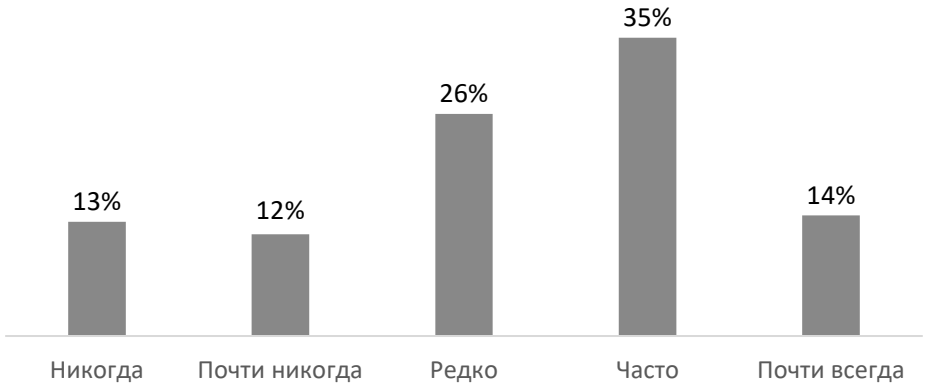


Рис. 8. Большее количество приемов пищи во время ничего неделания, % (2022, N=135)

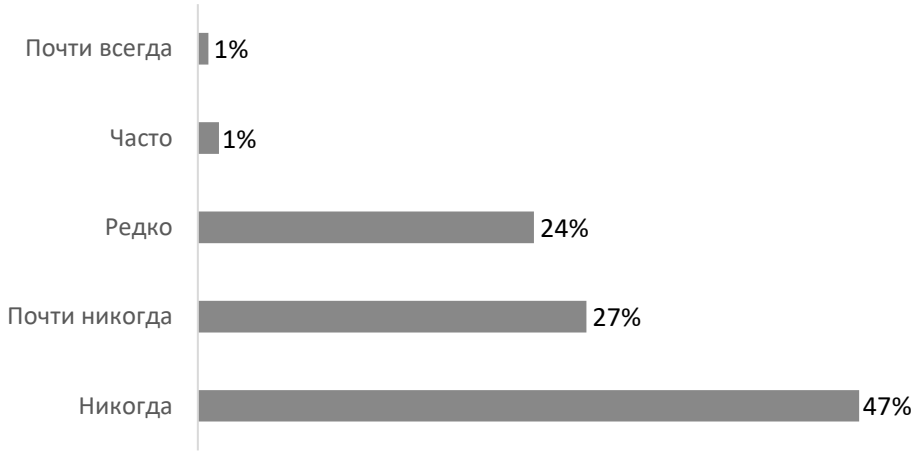


Рис. 9. Меньшее количество приемов пищи во время ничего неделания, % (2022, N=135)

Рассматривая частоту приемов пищи во время прокрастинации и скуки, студенты отметили, что едят больше и чаще, когда им скучно, "заедая скуку". На утверждение, «Когда Вам скучно, Вы едите больше, чем обычно», 36% студентов ответили «часто» и 19% «почти всегда», а на утверждение, «Когда Вам скучно, Вы едите меньше, чем обычно», ответили «никогда» – 45%, «почти никогда» – 32% и «редко» – 20%. Данное поведение тоже можно отнести к эмоциогенному типу пищевого поведения.

Заключение

Современное общество имеет некоторые проблемы с пищевыми практиками, несмотря на пропаганду здорового образа жизни и здорового питания. Существует три вида аддиктивного пищевого поведения: эмоциогенное, экстернальное и ограничительное.

Результаты исследования показали, что студенты зачастую питаются 2-3 раза в день, что является нормой. При этом студенты отмечают, что еда для них не просто потребность, которую они удовлетворяют, в основном – это способ урегулирования эмоционального и психического состояния. Они едят, чтобы

поднять настроение и почувствовать удовольствие, чтобы сделать подарок самому себе, тем самым поощряя себя и поднимая своё настроение. Вместе с тем, студенты едят и из-за скуки, и из-за прокрастинации.

Все эти признаки говорят о том, что студенты Нижнего Новгорода подвержены эмоциогенному аддиктивному пищевому поведению, который распространен больше, чем другие типы аддиктивного поведения. Они подвержены рискам получить такие заболевания, как ожирение, проблемы с внутренними органами, а также кожей.

Гипотеза о том, что потребление еды связано с психологическим аспектом, подтвердилась. Студенческая молодежь Нижнего Новгорода имеет проблемы пищевого поведения, которые в дальнейшем необходимо решать для комфортного и здорового существования.

Список литературы

1. Малкина-Пых И.Г. Терапия пищевого поведения: справочник практического психолога. М.: Эксмо, 2007. 1040 с.

2. Салмина-Хвостова О.И. Расстройства пищевого поведения при ожирении: эпидемиологический, клиникодинамический, превентивный, реабилитационный аспекты: автореф. дис. ... докт. мед. наук. Томск, 2008. 42 с.

3. Вахмистров А.В. Нарушения пищевого поведения при церебральном ожирении: (Клинико-психол. и электрофизиол. исследования): автореф. дис. … канд. мед. наук. М., 2001.

4. Носкова А.В. Питание как объект социологиии и маркер социального неравенства // Вестник Института социологии. 2015. № 3(14). С. 49-64.

5. Здоровье – высшая ценность. ВЦИОМ. Доступ через https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zdorove-vysshaya-czennost (дата обращения: 22.02.2024)

6. Стресс – и как с ним бороться? ВЦИОМ. Доступ через https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/stress-i-kak-s-nim-borotsja (дата обращения: 13.03.2024)

EATING BEHAVIOUR OF STUDENTS IN THE CITY OF NIZHNY NOVGOROD

I.O. Verba, E.A. Chernolikhova

This article presents the results of the sociological study "The Place of Food in the Life of Students" with a focus on the eating behaviour and emotional state of student youth in the city of Nizhny Novgorod. The study revealed that the choice and amount of food consumed by students are closely related to psychological factors and emotions. The problem of nutrition and health is becoming more and more relevant in modern society, directly affecting the physical and mental well-being of a person. The results of the VTsIOM 2020 survey highlight the interest of Russians in healthy eating, but there is a prevalence of eating disorders caused by emotional discomfort. The article also discusses the influence of emotional state on the habit of "binging" on food and malnutrition, pointing to a variety of motives for such behaviour. Three types of addictive eating behaviour are identified and the importance of exploring the relationship between food consumption, social practices and students' psychological needs is highlighted.

Keywords: food, sociology of nutrition, eating behavior, nutrition practices of youth, youth, student youth.

УДК 316

РЕПРОДУКТИВНЫЕ УСТАНОВКИ МОЛОДЕЖИ: ГЕНДЕРНАЯ СПЕЦИФИКА

П.С. Викулова, Н.В. Мартынов
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Исследуются репродуктивные установки молодежи с акцентом на гендерной специфике, основываясь на результатах онлайн-опроса молодых людей в возрасте от 18 до 35 лет. Анализируются предпочтения молодежи относительно рождения детей, оптимального возраста для родительства, предполагаемого количества детей, а также факторы, определяющие готовность к рождению детей.

Ключевые слова: репродуктивные установки, молодёжь, репродуктивное поведение, рождаемость, демография, семья.

Введение

Забота о здоровье молодёжи в России, учитывая текущую социально-демографическую обстановку, стала причиной активного обсуждения среди экспертов, медийных лиц и политиков. Проблемы здоровья молодых людей обрели особую значимость на фоне демографических вызовов, привлекая внимание на высших уровнях власти.

Молодые люди представляют категорию населения в диапазоне возрастов от 16 до 30-31 года [1], выделяющуюся уникальными особенностями. Этот жизненный отрезок ознаменован ключевыми моментами: образовательным процессом, определением профессионального пути, первыми шагами в карьере, созданием семьи и рождением детей.

В настоящее время идеалы и стремления молодого поколения, их активность и гражданско-нравственный облик играют ключевую роль в развитии общества и экономики. Внимание уделяется репродуктивным предпочтениям и позициям молодёжи, поскольку именно в этот период складываются жизненные принципы, влияющие на состояние здоровья и долголетие в дальнейшем.

Важность вопроса определяется несколькими ключевыми факторами: в первую очередь, целью повысить устойчивость семейного благополучия и обеспечить возможность для индивидуального развития в качестве родителей и профессионалов, а также важностью улучшения демографической ситуации в целом и увеличением рождаемости.

Методология

Исследование на тему "Репродуктивные установки молодёжи, гендерная специфика" проводилось с января по март 2024 г. Для сбора данных использовалась методика онлайн-опросов через Google Forms. В исследовании участвовали представители обоих полов в возрастной категории от 18 до 35 лет. Анализ собранных социологических данных производился с использованием специализированного программного обеспечения для аналитики.

Гипотеза исследования: у большинства представителей молодежи есть установка на малодетность, связанная с созданием оптимальной семейной модели, которая совмещает достижения карьерного роста и поддержание качества семейной жизни.

Рассматривались репродуктивные установки молодёжи. В исследовании приняли участие 101 респондент. Распределение по полу на девушек и юношей составило 56% и 44%, соответственно. В исследовании поднимался вопрос о возрасте респондентов, результаты показали, что 46% – возраст 18-23, 39% респондентов в возрасте 24-29, 15% опрошенных в возрасте 30-35 лет.

Результаты опроса

Изучая намерения в отношении рождения детей, можно отметить, что среди опрошенных мужчин 60% выражают желание иметь детей, что составляет большинство. Примерно 40% молодых людей затруднились ответить на данный вопрос, пока не задумывались о рождении детей, что может свидетельствовать о молодом возрасте респондентов или существующих препятствиях для того, чтобы становится родителем.

Среди женщин, большая часть (77%) хотели бы иметь детей. В то время как 14% женщин затруднились ответить, так как не обдумывали вопрос материнства. 9% опрошенных девушек вообще не рассматривают возможность стать матерями, подчёркивая, что для них деторождение не представляет желаемую или важную цель в жизни (рис. 1).

Относительное большинство мужчин, планирующих стать отцами в будущем, предпочитают для этого возраст 30 лет (13% опрошенных), за ними следуют те, кто выбирает 25 и 28 лет (по 9% соответственно).

Среди женщин, задумывающихся о материнстве, наибольшую популярность имеет возраст 25 лет (24%), после чего идут 28 и 30 лет, набирающие по 10% (рис. 2).

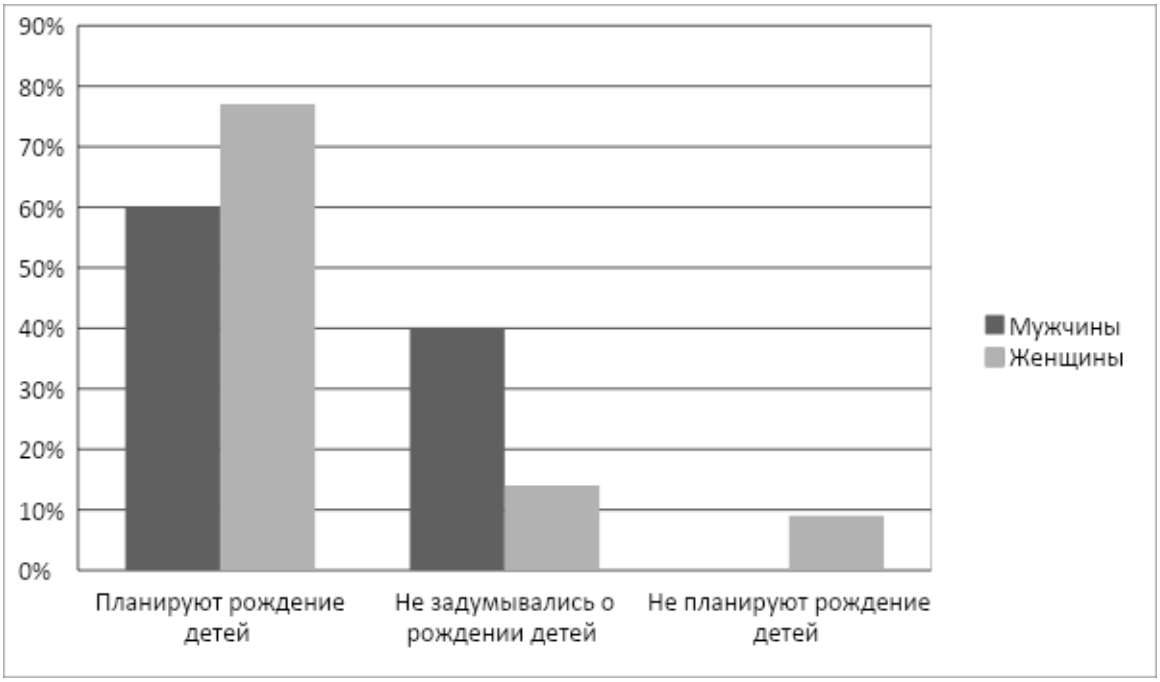


Рис. 1. Анализ намерений относительно рождения детей, %

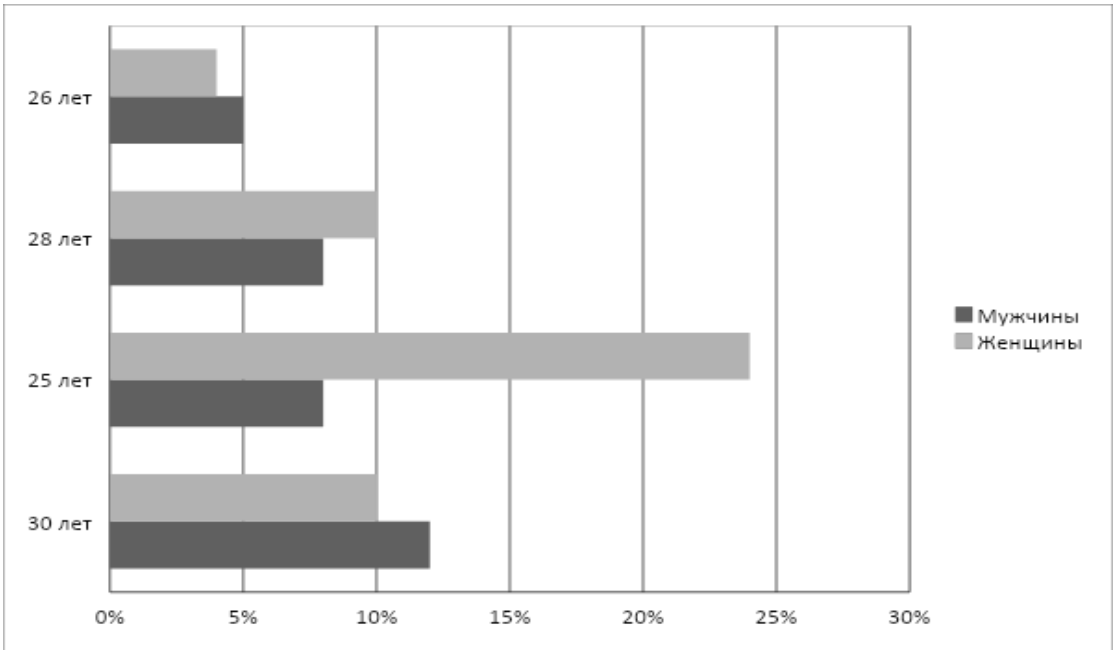


Рис. 2. Предпочтительный возраст для рождения детей, %

Большинство мужчин, планирующих стать отцами, склоняются к желанию иметь двоих детей (55%). После этого следуют мужчины, которые хотели бы троих и более детей (25%), а затем те, кто хотел бы ограничиться одним ребенком (20%). Среди женщин, видящих себя в роли матерей в будущем, тоже преобладает стремление иметь двоих детей (68%), среди тех, кто желает иметь одного ребенка, – 18%. После этого женщины, желающие иметь трех и более детей (15%).

И среди молодых людей, и среди девушек преобладает стремление к созданию семьи с двумя детьми, что, вероятно, связано с желанием достичь гармонии и устойчивости в семейных отношениях, а также успехов в карьере. (рис. 3).

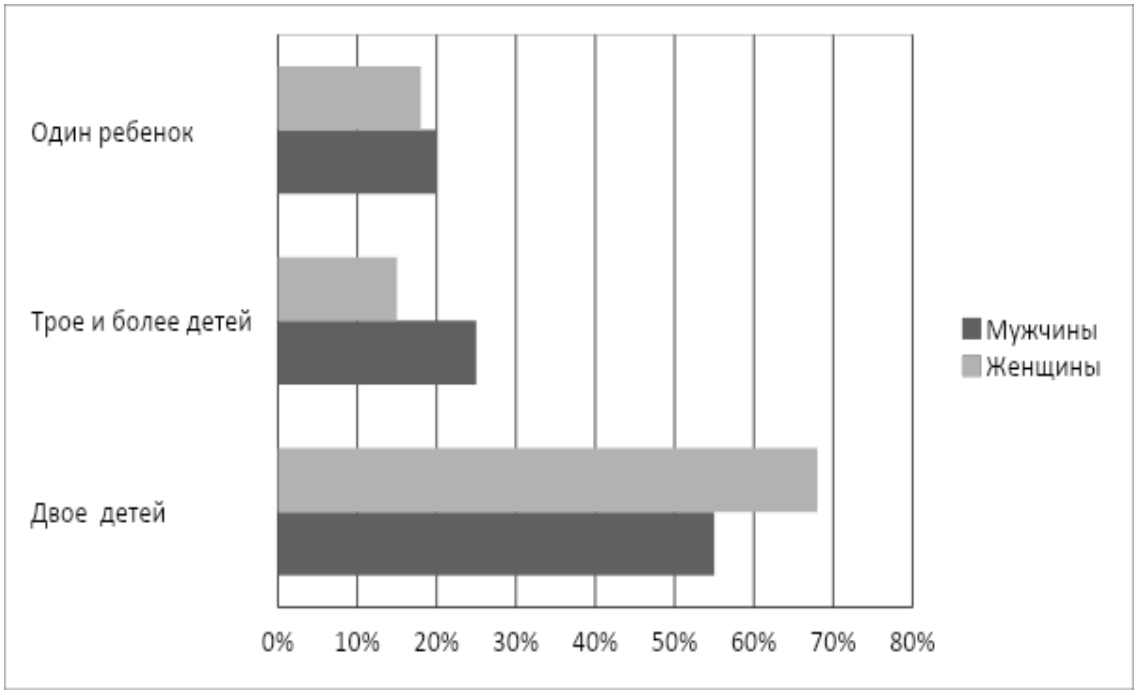


Рис. 3. Желаемое количество детей, %

Для мужчин ключевые факторы, определяющие готовность к отцовству, – наличие стабильного источника дохода и достаточного уровня материального обеспечения (100%), хорошее состояние здоровья партнера и обладание собственным жильем (96%). Значимыми аспектами являются личное благополучие по здоровью, наличие постоянной спутницы жизни и её поддержка (92%). Меньшее значение имеют финансовая независимость от кредитов и ипотеки (60%), социальное положение (32%) и одобрение решения семьёй (28%).

Для женщин приоритетными условиями для материнства являются поддержка со стороны партнёра (98%), крепкое здоровье как личное, так и партнёра, и обеспеченность жильём (97%). Неотъемлемыми критериями являются наличие стабильной работы и материального благосостояния (96%) и наличие длительных отношений с партнёром (90%). Как и у мужчин, менее важными оказались свобода от кредитных обязательств и ипотеки (68%), социальный статус (56%) и положительное мнение семьи (28%) (рис.4).

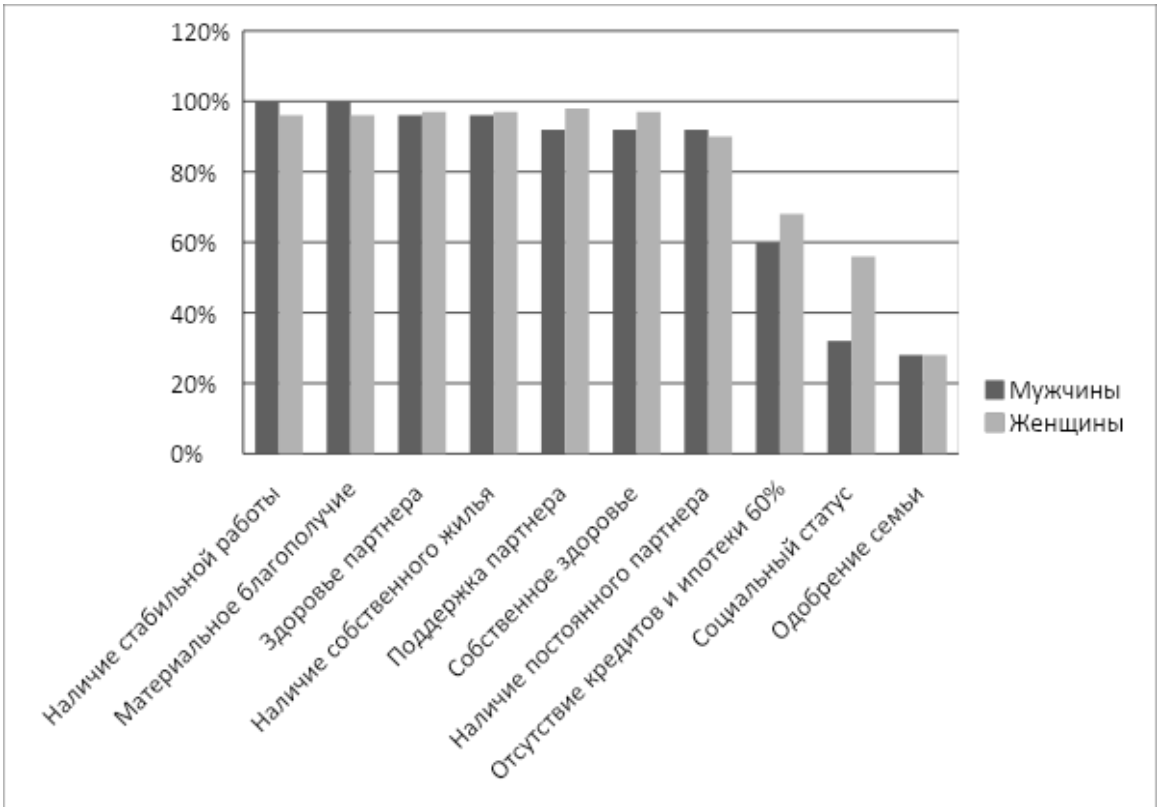


Рис. 4. Оценка важности условий для рождения ребенка, %

Заключение

Таким образом, можно подвести следующие итоги по окончании исследования «Репродуктивные установки молодёжи: гендерная специфика» (на примере г. Нижнего Новгорода). Реализация интернет-опроса дала возможность участникам, мужчинам и женщинам возрастной категории 18-35 лет, выразить свои мнения по вопросам, связанным с деторождением. Проанализированы основные цели исследования, включающие анализ желаний относительно становления родителями, выявление предпочтений по оптимальному возрасту для рождения детей и их предполагаемого количества, а также определение критериев необходимых условий для рождения и воспитания детей.

Подводя итоги, можно сделать несколько выводов:

Большинство мужчин и женщин положительно относятся к идее стать родителями в будущем, однако существует малый процент женщин, которые не планируют стать матерью.

Мужчины чаще всего указывают 30 лет как оптимальный возраст для отцовства, за ним следуют 25 и 28. Для женщин предпочтительным возрастом материнства является 25 лет, далее идут 28 и 30 лет.

Большинство представителей обоих полов хотели бы двоих детей. Почти одинаковая доля мужчин и женщин, которые хотели бы одного ребёнка. Доля тех, кто хотел бы двоих и более детей, больше среди мужчин, чем среди женщин.

В принятии решения о рождении детей для молодёжи важным аспектом являются такие факторы, как наличие стабильной заработной платы, достаточный уровень жизни, хорошее физическое состояние (своё и партнёра), владение личным жильем и взаимопонимание с партнером.

Гипотеза исследования подтвердилась. У большинства представителей молодежи есть установка на малодетность (1-2 ребёнка), связанная с созданием оптимальной семейной модели, которая совмещает достижения карьерного роста и поддержание качества семейной жизни.

Список литературы

1. Федеральный закон "О молодежной политике в Российской Федерации" от 30.12.2020 № 489-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации № 1 (часть I) Ст. 28 с изм. и допол. в ред. от 04.01.2021.

REPRODUCTIVE ATTITUDES OF YOUTH: GENDER SPECIFICS

P.S. Vikulova, N.V. Martynov

The article is devoted to the study of young people's reproductive attitudes with a focus on gender specificity, based on the results of an online survey among young people aged 18 to 35. The article analyzes young people's preferences regarding having children, optimal age for parenthood, expected number of children, as well as factors determining readiness to have children.

Keywords: reproductive attitudes, youth, reproductive behavior, fertility, demography, family.

УДК 304.2, 304.3

СПЕЦИФИКА ФОРМ ДОСУГА ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ НА ПРИМЕРЕ МАЛОГО ГОРОДА

А.С. Гаранова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Рассматриваются особенности форм досуга пожилых людей в малом городе. Автор анализирует, какие виды досуговых активностей предпочитают пожилые жители. Затрагивается концепция политики активного долголетия и то, как она повлияла на Нижегородскую область. Показывается роль активного долголетия в жизни пожилого человека и организаций, которые создают занятия согласно концепции.

Описываются как типичные, так и нетипичные формы досуга старшего поколения, которые реализуются в малом городе. Затрагивается, насколько актуально проведение таких мероприятий для пожилых.

Выясняется, что, несмотря на маленькую численность города, пожилые продолжают вести активный образ жизни и участвовать в жизни общества. А формы досуга благоприятно влияют на общее самочувствие старшего поколения.

Ключевые слова: пожилой человек, концепция активного долголетия, активное долголетие, старшее поколение, качество жизни, формы досуга пожилых.

По данным Федеральной службы государственной статистики, в России наблюдается устойчивый рост доли пожилого населения. В 2023 г. численность представителей третьего поколения достигла 36 миллионов человек: из них 11 миллионов – мужчины и 25 миллионов – женщины [1]. Такая большая разница обусловлена множеством различных факторов, например, мужчины чаще работают на тяжелых и рискованных производствах, в большей степени подвержены девиантному поведению, что в итоге негативно отражается на их здоровье. При этом, за медицинской помощью чаще обращаются женщины, нежели мужчины [2].

С увеличением числа пожилых у государства возникает необходимость в создании условий для их комфортной жизнедеятельности. Одной из таких сфер является досуг и развлечение. Активная жизненная позиция и занятие интересными видами деятельности способствуют поддержанию здоровья и укреплению психологического благополучия пожилых людей.

В 2019 г. в России стартовал Национальный проект «Демография», в который вошел такой важный проект, как «Политика активного долголетия». Активное долголетие – состояние социального, экономического, физического и психологического благополучия граждан старшего поколения, которое

обеспечивает им возможность удовлетворения потребностей, включение в различные сферы жизни общества и достигается при их активном участии [3]. Цель политики активного долголетия – обеспечение всем гражданам условий для плодотворной и независимой жизни и, наряду с этим, мобилизация потенциала стареющего общества для его непрерывного развития. Развитие сферы досуга для пожилых и политика активного долголетия очень тесно взаимосвязаны. Ведь именно в досуге пожилые могут реализовать свой потенциал и открыть новые грани своих возможностей.

Тема, связанная с особенностями активизации пожилых людей в сфере досуга, является достаточно разработанной. В частности, особенности интеграции пожилых людей в сферу физической культуры и спорта изучали А.В. Ермилова и А.А. Судариков [4], У.Ф. Мухамеджанов [5], Н.А. Мамедова [6].

Творческая направленность досуговой деятельности пожилых людей рассматривается в научных работах Е.Л. Кудриной [7], Н.В. Новиковой и Л.Н. Селезневой [8], Л.А. Маковец и Е.С. Сафиулиной [9], О.Г. Зуевой и О.В. Семеняк [10].

Проект «Политика активного долголетия» реализуется в Нижнем Новгороде и носит название «Долголетие по-нижегородски», осуществляющийся на базе парка «Швейцария». Здесь проводятся различные мероприятия, которые направлены на развитие творческих способностей людей «серебряного» возраста, поддержку их физического и психического здоровья. Например, проводятся различные мастер-классы по изготовлению игрушек и музыкально-развлекательные, спортивные мероприятия.

Нижегородская область не отстает от города-миллионника. Так, в г. Семенов, численность которого составляет всего 25 тысяч человек, на базе Комплексного центра социального обслуживания населения в отделении дневного пребывания проводится не менее красочная программа для старшего поколения. Здесь организован лагерь для пожилых людей, смена в котором составляет 2 недели. Лагерь осуществляет деятельность на основе обширной программы занятий, которая включают в себя как спортивные, так и творческие мероприятия. На базе центра, во-первых, проходят творческие мероприятия, в которых принимают участие известные городские поэты; во-вторых, организуются экскурсии в музеи Нижегородской области; в-третьих, проводятся мастер-классы по рукоделию. Пожилые люди также интегрированы в сферу физической культуры: занимаются скандинавской ходьбой, посещают бассейны. Каждый день лагерной смены начинается с зарядки. По данным КЦСОН в г.о. «Семеновский» наиболее любимым занятием среди пожилых является вязание

ковриков из ненужной ткани или старых вещей, что привело к созданию объединения «Нить времени» – это собрание единомышленников, считающих важным сохранение и развитие традиций народного прикладного искусства. В Комплексном центре социального обслуживания проводятся тематические чаепития, способствующие объединению и социальной поддержке пожилой категории населения.

Следует указать, что Комплексный центр осуществляет организацию и нетипичных форм досуга – ретротерапию, которая представляет собой просмотр фотографий своей молодости, параллельно пожилые люди рассказывают истории из своей жизни. Эти занятия влияют не только на социализацию старшего поколения, но и на укрепление, и улучшение памяти.

В отделении дневного пребывания центра организованы театральные постановки по русским народным сказкам. Старшему поколению очень нравится примерять на себя различные роли, поэтому они с энтузиазмом каждый раз участвуют в представлениях.

Если говорить не только про КЦСОН, то в г. Семенов есть также хоровые коллективы для пожилых людей. Стоит заметить, что коллективы состоят только из пожилых женщин, тем не менее, в городе они пользуются спросом. Городской хор ездит и на различные областные конкурсы, на которых занимает почетные места, а также дает собственные концерты.

Итак, несмотря на небольшой размер города, в нем достаточно большое разнообразие форм досуга для пожилых, что способствует их активной жизненной позиции, социальной интеграции и улучшению качества жизни.

Список литературы

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [электронный ресурс] «Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/ (дата обращения: 25.03.2024)».

2. Официальный сайт Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»/ Пьянству – бой: почему женщины живут дольше мужчин [электронный ресурс] «Режим доступа: https://www.hse.ru/news/495093013.html (дата обращения: 26.03.2024)».

3. Концепция политики активного долголетия: научно-методологический докл. к XXI Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 2020 г. / под ред. Л.Н. Овчаровой, М.А. Морозовой, О.В. Синявской; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. 40 с. URL: https://conf.hse.ru/mirror/pubs/share/360906541.pdf (дата обращения: 26.03.2024).

4. Ермилова А.В. Специфика активизации пенсионеров на рынке труда в восприятии лиц среднего возраста / А.В. Ермилова, А.А. Сударикова // Будущее социологического знания и вызовы социальных трансформаций (к 90-летию со дня рождения В. А. Ядова): Сборник материалов, Москва, 28–30 ноября 2019 года. – Москва: Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук, 2019. С. 799-803. URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=41587999 (дата обращения: 26.03.2024).

5. Мухамеджанов У.Ф. Физическая культура в пожилом возрасте / У.Ф. Мухамеджанов. Текст: непосредственный // Молодой ученый. 2016. № 11 (115). С. 1226-1227. – URL: https://moluch.ru/archive/115/30333/ (дата обращения: 26.03.2024).

6. Мамедова Н.А. Специфика организации физической культуры и спорта людей пожилого возраста // Педагогический вестник. 2019. № 8. С. 50-54. URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=38557048 (дата обращения: 27.03.2024).

7. Кудрина Е.Л. Активация творческого потенциала пожилых людей в новых социально-культурных реалиях развития России // Профессиональное образование в России и за рубежом. 2015. №2 (18). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/aktivatsiya-tvorcheskogo-potentsiala-pozhilyh-lyudey-v-novyh-sotsialno-kulturnyh-realiyah-razvitiya-rossii (дата обращения: 04.05.2024).

8. Новикова Н.В., Селезнева Л.Н., Авезова Б.С., Дубровина И.А., Ананченкова П.И. Популяризация туризма, здорового образа жизни, физической и социальной активности в программах активного долголетия пожилых граждан // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. 2022. №S. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/populyarizatsiya-turizma-zdorovogo-obraza-zhizni-fizicheskoy-i-sotsialnoy-aktivnosti-v-programmah-aktivnogo-dolgoletiya-pozhilyh (дата обращения: 05.04.2024).

9. Маковец Л.А., Сафиулина Е.С. Мотивация к творческой деятельности у людей "третьего возраста" в процессе реализации проекта "серебряный университет" // КПЖ. 2022. №6 (155). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsiya-k-tvorcheskoy-deyatelnosti-u-lyudey-tretiego-vozrasta-v-protsesse-realizatsii-proekta-serebryanyy-universitet (дата обращения: 05.04.2024).

10. Зуева О.Г., Семеняк О.В., Тайсаева С.Б. Творческая деятельность как ресурс социализации личности пожилого человека // МНИЖ. 2021. №8-2 (110). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tvorcheskaya-deyatelnost-kak-resurs-sotsializatsii-lichnosti-pozhilogo-cheloveka (дата обращения: 05.04.2024).

SPECIFICITY OF LEISURE TIME OF ELDERLY PEOPLE ON THE EXAMPLE OF A SMALL TOWN

A.S. Garanova

The article deals with the peculiarities of the forms of leisure activities of elderly people in a small town. The author analyzes what types of leisure activities are preferred by elderly residents. The concept of active longevity policy and how it influenced the Nizhny Novgorod region is touched upon. The role of active longevity in the life of an elderly person and organizations that create activities according to the concept are shown.

The article describes both typical and atypical forms of leisure activities of the older generation, which are realized in a small town. It touches upon the relevance of such activities for the elderly.

The article reveals that despite the small size of the city, the elderly continue to lead an active lifestyle and participate in the life of society. Forms of leisure activities favorably affect the general well-being of the older generation.

Keywords: elderly person, concept of active longevity, active longevity, older generation, quality of life, forms of leisure activities of the elderly.

УДК 316

ОТНОШЕНИЕ К МЕТОДАМ НАКАЗАНИЯ И ПООЩРЕНИЯ КАК ФОРМАМ ВОСПИТАНИЯ РЕБЕНКА НА ПРИМЕРЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЁЖИ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Е.С. Гашкова, А.Д. Тимченко, Н.М. Ушков
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Воспитание детей – важная составляющая семьи, которая играет роль в развитии ребенка. Наказание и поощрение являются формой воспитания, а их методы разнятся в зависимости от поведенческих паттернов в системе «родитель–ребенок». Исследуются отношение студенческой молодежи Нижегородской области к методам наказания и поощрения как формам воспитания ребенка. Выявлено, что студенческая молодёжь выражает неодобрение мер наказания, которые использовали их родители, и придерживается более толерантного отношения к собственным детям. К юношам родители чаще применяли физические методы наказания, к девушкам – эмоциональные. При этом респонденты готовы использовать те же способы поощрения ребенка, которые получали сами от родителей.

Ключевые слова: родитель, ребенок, социология семьи, методы наказания, методы поощрения.

Введение

Воспитание – сложный и одновременно очень важный процесс, включающий «направленные действия, посредством которых индивиду сознательно стараются привить желаемые черты и свойства» [1]. Процесс воспитания начинается с детства ребенка, поэтому базовым его институтом является семья. В каждой семье существуют свои правила, «законы» и порядки, родители придерживаются определённой линии воспитания своих детей. Т.Л. Лоскутова в своей работе рассматривает следующие типы семейного воспитания:

- Авторитетный (родители поощряют ребёнка, учитывает его интересы и потребности; контроль немалый, но направлен на сепаратное развитие детей; присутствует атмосфера тепла, доверия, уважения);
- Авторитарный (жёсткий контроль над ребёнком, строгие приказы и правила; в таких семьях дети управляемые и послушные);
- Либеральный (нет строгого контроля, приветствуется самостоятельность и свобода выбора; родители легко прощают детей за проступки и стараются свести конфликты к минимуму; при этом одни родители пытаются вести диалог с ребёнком, а другие – свести его к минимуму);

– Индифферентный (минимальный уровень вовлечённости родителей в жизнь детей, отсутствие тёплых контактов и доверительных отношений; равнодушие и безразличие к жизни ребёнка, его интересам и потребностям) [2].

Воспитывая своих детей, родители прибегают к определённым мерам наказания за проступки ребёнка и к методам поощрения, закрепляя положительный результат в сознании ребёнка. Наказание может представлять собой замечание, запрет, ругань, лишение карманных денег, телесные наказания и др. Поощрение проявляется в похвале, выражении благодарности, подарках и др.

Рассматривается отношение студенческой молодёжи Нижегородской области к методам наказания и поощрения как формам воспитания ребёнка.

Методология

Эмпирическую базу исследования составили данные, собранные в результате анкетирования 121 студента ведущих ВУЗов Нижнего Новгорода и области, включая: ННГУ им. Лобачевского, ННГАСУ, НГТА (НГСХА), НГПУ им. К. Минина, НГТУ им. Р.Е. Алексеева, ДФ РАНХиГС. Возраст респондентов, среди которых 47% юношей и 53% девушек, составил от 18 до 24 лет. Опрос проводился на территории Нижнего Новгорода и Нижегородской области в марте-апреле 2024 г.

Результаты исследования

Согласно результатам, полученным в ходе анкетного опроса студенческой молодежи Нижегородской области, можно утверждать, что наиболее популярными методами наказания, используемыми родителями как юношей, так и девушек, являются наставления и нравоучения, замечания и порицания (табл.1). Стоит отметить, что родители девушек по сравнению с родителями юношей, чаще использовали эмоциональное давление на ребенка в качестве наказание, а именно ругань, крики, игнорирование и лишение внимания. Родители юношей чаще пользовались физическими методами воздействия, такими как шлепки, подзатыльники и домашний арест.

Таблица 1

Методы наказания, применяемые родителями, %

Методы	Юноши	Девушки
Наставления, нравоучения	100	100
Замечания, порицания	100	83
Ограничение просмотра телевизора/гаджетов	67	57
Ругань, крики, обзывания	56	65
Телесные наказания в виде шлепков, подзатыльников	56	40
Домашний арест	50	35

Постановка в угол, запирание в комнате	33	38
Наказание трудом	33	33
Наказанием ремнем	33	20
Игнорирование, лишение внимания	11	35
Лишение карманных денег	22	28
Ничего из перечисленного	0	5

**Сумма превышает 100%, т.к. можно было выбрать несколько вариантов ответа*

Если говорить о методах поощрения, наиболее часто используемыми являются выражение благодарности, признательности, похвала и одобрение (табл. 2). Родители девушек чаще проявляли к ним доверие и уважение, использовали ласковое обращение и совместное времяпрепровождение в качестве поощрения. Что касается родителей юношей, то они гораздо чаще, чем родители девушек, использовали в качестве поощрения такие методы, как прощение предыдущих проступков, выделение дополнительного времени на прогулки и компьютер, лестное сравнение с авторитетом ребенка.

Таблица 2

Методы поощрения, применяемые родителями, %

Методы	Юноши	Девушки
Выражение благодарности, признательности	100	100
Похвала, одобрение	100	98
Выражение веры в силы и способности ребенка	89	88
Проявление доверия, уважения	78	90
Ласковое обращение (поглаживания, прикосновения)	72	89
Совместное времяпровождение (поездки, прогулки)	72	89
Подарки, дополнительные деньги на карманные расходы	72	53
Прощение предыдущих проступков	72	33
Выделение дополнительного времени на прогулки с друзьями	61	23
Выделение дополнительного времени за компьютером	61	20
Лестное сравнение с авторитетом ребенка (человек, персонаж)	61	18
Ничего из перечисленного	0	0

**Сумма превышает 100%, т.к. можно было выбрать несколько вариантов ответа*

Для оценки качества методов, используемых родителями студентов в качестве наказания и поощрения, было предложено определить уровень одобрения (табл. 3), а также дать совет собственным родителям в отношении воспитания детей (табл. 4).

Таблица 3

Одобрение методов наказания и поощрения, применяемых родителями, %

Уровень одобрения	Методы наказания		Методы поощрения	
	Юноши	Девушки	Юноши	Девушки
Полностью одобряют	22	8	39	50
Скорее одобряют, чем нет	17	25	28	25
Скорее не одобряют, чем одобряют	0	20	11	15
Полностью не одобряют	61	48	11	3
Затруднились ответить	0	0	11	8

Таблица 4

Советы собственным родителям о методах воспитания, %

Советы	Юноши	Девушки
Быть более толерантным и мягким по отношению к ребенку	72	69
Ничего не менять	28	23
Быть более строгим и требовательным к ребенку	0	0
Затрудняюсь ответить	0	8

Можно отметить, что юноши и девушки чаще всего не одобряют методов наказания, которыми пользовались их родители, и часто полностью одобряют методы поощрения. Студенты обоих полов хотели бы, чтобы их родители были более толерантными в вопросах воспитания детей.

Чтобы выяснить, будет ли студенческая молодежь сама придерживаться тех принципов, которые они советуют своим родителям, было предложено описать те методы наказания и поощрения, которые студенты буду применять к собственным детям (табл. 5, 6).

Таблица 5

Применение методов наказания к собственным детям, %

Методы	Юноши	Девушки
Наставления, нравоучения	100	80
Замечания, порицания	100	73
Ограничение просмотра телевизора/гаджетов	17	33
Домашний арест	17	13
Наказание трудом	11	20
Лишение карманных денег	11	18
Постановка в угол, запирание в комнате	6	3
Наказание ремнем	6	0
Ругань, крики, обзывания	0	0
Телесные наказания в виде шлепков, подзатыльников	0	0
Игнорирование, лишение внимания	0	0
Ничего из перечисленного	0	13

**Сумма превышает 100%, т.к. можно было выбрать несколько вариантов ответа*

Таблица 6

Применение методов поощрения к собственным детям, %

Методы	Юноши	Девушки
Выражение благодарности, признательности	100	100
Похвала, одобрение	100	98
Выражение веры в силы и способности ребенка	89	88
Проявление доверия, уважения	78	90
Ласковое обращение (поглаживания, прикосновения)	72	80
Совместное времяпровождение (поездки, прогулки)	72	80
Подарки, дополнительные деньги на карманные расходы	72	53
Прощение предыдущих проступков	72	33
Выделение дополнительного времени на прогулки с друзьями	61	23
Выделение дополнительного времени за компьютером	61	20
Лестное сравнение с авторитетом ребенка (человек, персонаж)	61	18
Ничего из перечисленного	0	0

**Сумма превышает 100%, т.к. можно было выбрать несколько вариантов ответа*

Основываясь на результатах, можно говорить, что основные методы, использовавшиеся родителями, остаются неизменными, студенческая молодежь переносит собственный опыт на модель будущего отношения к собственным детям. Однако, стоит заметить, что студенты обоих полов полностью исключают возможность применения таких мер наказания, как ругань, крики, телесные наказания, а также игнорирование и лишение внимания, что часто использовали их собственные родители. Если же говорить о методах поощрения, то они практически идентичны тем, которые применялись в отношении студентов их собственными родителями.

Заключение

Исходя из результатов исследования, можно сделать вывод, что студенческая молодежь Нижегородской области в большей степени выражает неодобрение тем методам наказания, которые использовались их родителями, указывая на то, что им следовало быть более толерантными по отношению к детям. Это подтверждается тем, какие методы наказания студенческая молодежь сама бы использовала при воспитании собственных детей, так как и юноши, и девушки полностью отказываются от применения к детям телесного наказания, а также воздействия на них при помощи эмоционального давления через ругань, крики, игнорирование или лишение внимания. Говоря о методах поощрения, применяемых родителями, можно утверждать, что они встречают одобрение со стороны студентов. Студенческая молодежь с большей вероятностью готова

использовать те методы поощрения в отношении собственных детей, которые они испытали на собственном опыте.

Список литературы

1. Цинченко Г.М. Семейная социализация и воспитание // Управленческое консультирование. 2014. № 5. С. 86-99.
2. Лоскутова Т.Л. Семья как социальный институт. Стили семейного воспитания / Т.Л. Лоскутова, Е.А. Бунос // In situ, 2022. №6. С. 79-84.

ATTITUDE TO METHODS OF PUNISHMENT AND ENCOURAGEMENT AS FORMS OF CHILD REARING ON THE EXAMPLE OF STUDENT YOUTH OF THE NIZHNY NOVGOROD REGION

E.S. Gashkova, A.D. Timchenko, N.M. Ushkov

Raising children is an important part of the family and plays a role in the development of the child. Punishment and reward, in turn, are forms of education, and their methods vary depending on the behavioral patterns in the parent-child system. This article is devoted to determining the attitude of student youth in the Nizhny Novgorod region to methods of punishment and reward as forms of raising a child. The study revealed that student youth express disapproval of the educational measures used by their parents and adhere to a more tolerant attitude towards their own children. Parents more often used physical methods of punishment for boys, and emotional methods for girls. At the same time, respondents are ready to use the same methods of encouraging the child that they themselves received from their parents.

Keywords: parent, child, upbringing, rewards, family sociology, methods of punishment, methods of incentives.

УДК 316

ПЕРСПЕКТИВЫ СОВМЕЩЕНИЯ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ С РАБОТОЙ В ОЦЕНКАХ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

В. Н. Глухарева, А. С. Каретникова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современных социально-экономических реалиях все большее число студентов стремятся совмещать учебу в высших учебных заведениях с трудовой деятельностью. Данная тенденция обусловлена рядом факторов, среди которых стремление к финансовой независимости, приобретение профессионального опыта, необходимость обеспечивать свое существование. Однако совмещение учебы с работой является непростой задачей, требующей от студентов значительных усилий и умения эффективно распределять время.

Ключевые слова: студенты, работающие студенты, работа, трудовая деятельность, молодежь.

Введение

Все больше студентов стремятся сочетать очную форму обучения с работой, чтобы обеспечить себе финансовую независимость и добиться успеха. По данным ВЦИОМ, подавляющее большинство опрошенных (85%) совмещают учебу с работой, чтобы зарабатывать на жизнь, на оплату обучения. По мнению 13% респондентов, главная причина кроется в стремлении студентов получить практические навыки в будущей профессии. Эта точка зрения более популярна среди опрошенных, относящих себя к группе хорошо материально обеспеченных граждан (29%) [1].

Важно осознавать, что успешное сочетание работы и учебы требует эффективного управления временем и стратегического планирования. Студенты должны быть готовы объединить академические и профессиональные аспекты своей жизни и научиться справляться со стрессом. Мы исследуем результаты этого сочетания, чтобы помочь студентам разработать эффективные стратегии управления временем и принять обоснованные решения. Учитывая все аспекты и последствия, студенты смогут добиться успеха в учебе и карьере, учитывая их индивидуальные потребности и цели.

Методология

Социологическое исследование «Совмещение очной формы обучения и работы» было проведено в ноябре 2023 г. на базе Факультета социальных наук ННГУ им. Н.И. Лобачевского, методом сбора анкетного онлайн-опроса на платформе Google Form. Обработка и первичный анализ социологических

данных осуществлялись с использованием IBM SPSS Statistics 26. Открытые вопросы были проанализированы с использованием метода контент-анализа.

В онлайн-опросе приняли участие 257 человек – студенты разных курсов и факультетов ННГУ им. Н.И. Лобачевского, из них – 176 девушек и 81 юношей. Цель исследования состояла в выявлении факторов, способствующих эффективному совмещению очной формы обучения и подработки, изучении влияния работы на академическую успеваемость.

Результаты

Совмещение очной формы обучения с работой является актуальной темой для студенческой молодежи. В современном обществе все больше студентов вынуждены сочетать учебу с работой, чтобы обеспечить себе финансовую независимость или приобрести опыт для будущей карьеры.

Несмотря на некоторые трудности, сочетание работы и учебы имеет перспективы и преимущества. Большинство студентов (69%) выбирают этот путь, возможно, для расширения своих навыков и квалификации. Однако 31% студентов не планируют сочетать работу с учебой, возможно, потому что они уже достаточно квалифицированны для своей отрасли или не видят необходимости в дополнительном обучении (табл. 1).

Таблица 1

Совмещение работы с учёбой

Да, уже это делаю	69
Нет, не планирую	31

Это может быть связано с тем, что в современном мире все больше людей стремятся к профессиональному росту и повышению квалификации, и учеба параллельно с работой становится все более востребованной. Можно предположить, что различия во мнениях могут быть связаны с различиями в образовании, профессиональном статусе и семейном положении опрошенных.

Стоит обратить внимание на мотивы студентов, которые побудили их совмещать очною форму обучения с работой. Из представленных мотивов, основными побудительными факторами для совмещения работы с учебой являются финансовая необходимость (38%), потребность в дополнительном доходе (47%), саморазвитие и профессиональный рост (41%).

Большинству студентов необходимо совмещать работу с учебой из-за финансовой необходимости и потребности в дополнительном доходе. Это может быть связано с нехваткой средств на учебу, оплату жилья, питание и другие расходы. А также значительное количество студентов видят совмещение работы с учебой как возможность приобретения практических навыков и опыта,

связанные с будущей профессией. Это позволяет им укрепить свое резюме и повысить шансы на успешную карьеру в будущем (рис. 1).

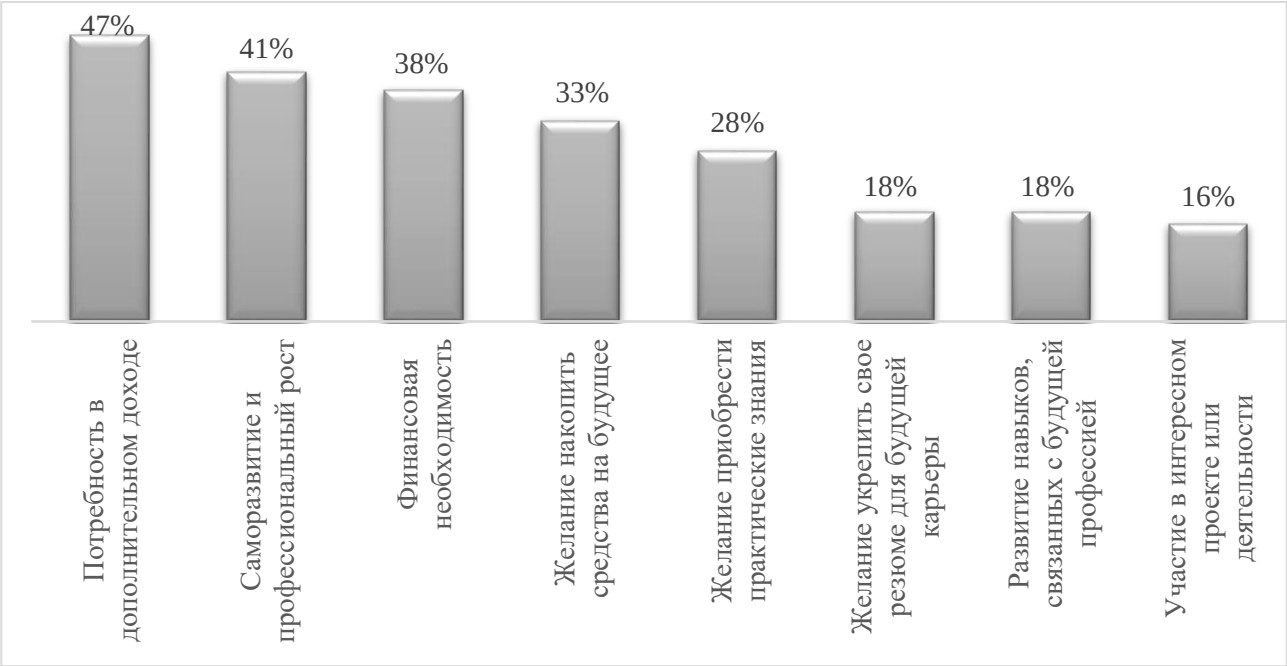


Рис. 1. Мотивы совмещения работы с учёбой

Преимущество сочетания работы и учебы – это финансовая стабильность, оцененная в 71%. Многие студенты не могут полностью полагаться на финансовую поддержку родителей или государства, поэтому работа становится для них необходимостью. Это позволяет им не только учиться, но и одновременно обеспечивать себя финансово, что дарует свободу и независимость. Благодаря возможности самостоятельно зарабатывать средства на обучение, студенты приобретают не только профессиональные навыки, но и ценные уроки финансовой ответственности и самоуправления. Такой баланс между работой и учебой не только обеспечивает финансовую стабильность в настоящем, но и формирует привычку к самостоятельности и эффективному управлению ресурсами на будущее (рис. 3).

Совмещение работы и учебы имеет ряд недостатков, включая нехватку свободного времени и усталость, которые являются наиболее распространенными. Это связано с ограниченностью времени для отдыха и возможностью испытывать стресс. Ограниченные возможности для учебы и конфликты в расписании тоже являются значимыми недостатками, поскольку требуют усилий в планировании и согласовании. Хотя ограниченные перспективы карьерного роста меньше влияют на недостатки, многие рассматривают учебу как инвестицию в будущее и готовы временно ограничить карьерный прогресс. Несмотря на то, что уровень нагрузки, время для семьи и

проблемы имеют минимальное процентное соотношение, они также могут быть недостатками совмещения работы и учебы (рис. 2).

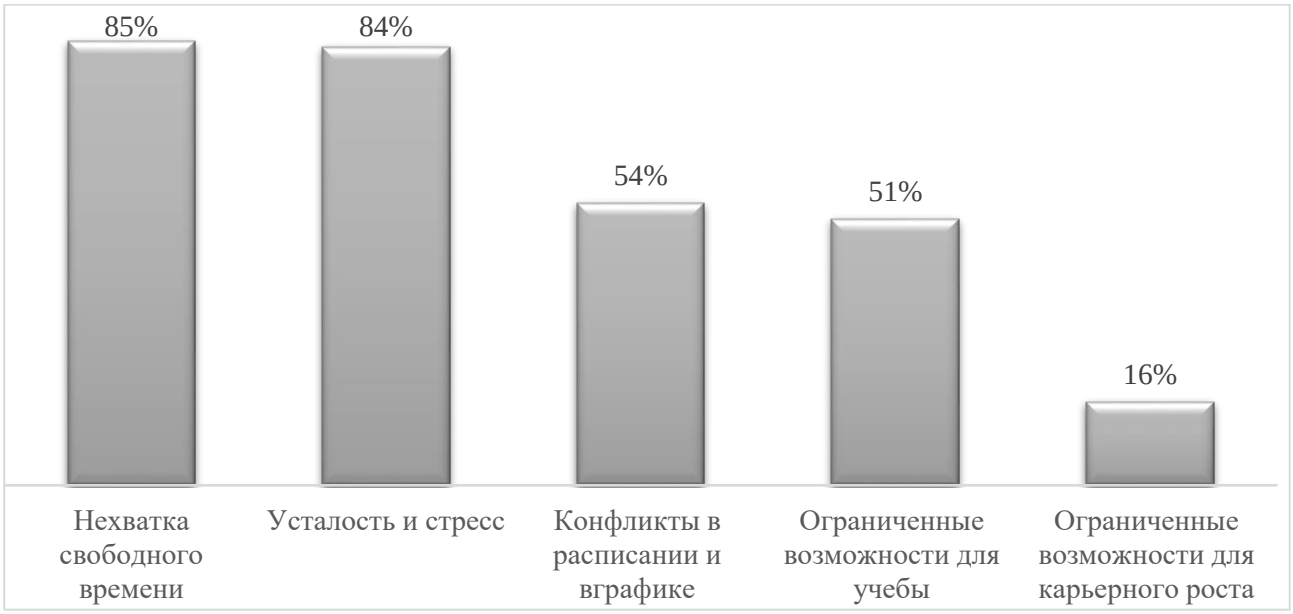


Рис. 2. Недостатки совмещения работы и учёбы

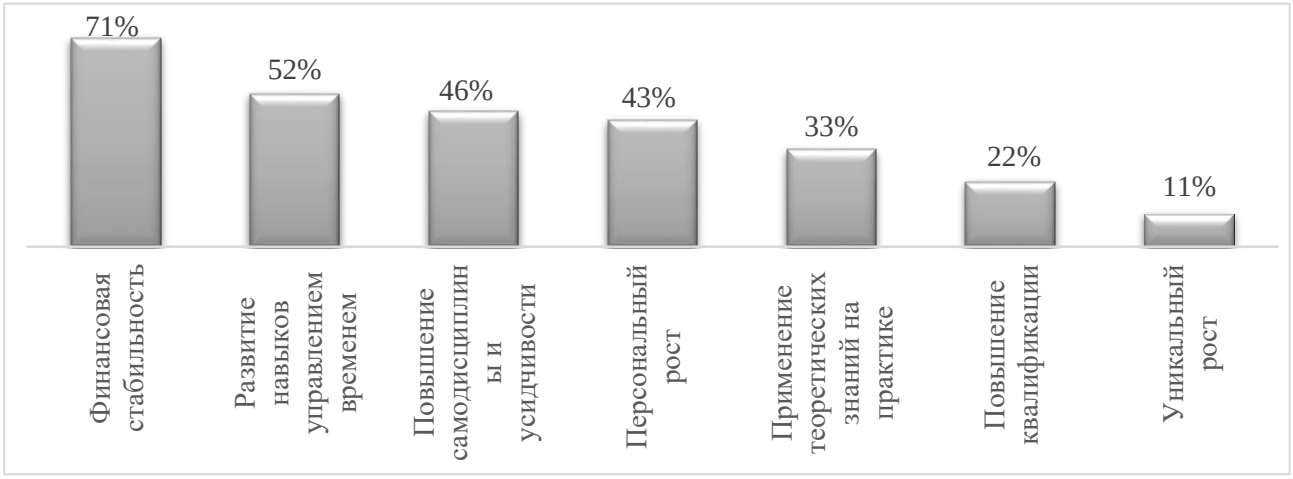


Рис. 3. Преимущества совмещения работы и учёбы

Внедрение трудовой деятельности в процесс обучения предоставляет студентам и работникам уникальные возможности для личностного и профессионального развития, обогащая их опыт. Такой подход способствует эффективному использованию временны́х и материальных ресурсов, обеспечивая достижение гармонии между образованием и карьерным ростом. Одновременное участие в учебном и трудовом процессах позволяет индивидам расширить спектр навыков, накопить опыт и улучшить свои шансы на конкурентном рынке труда. Более того, данный подход способствует развитию самодисциплины, организационных умений и эффективного управления временем. Таким образом, интеграция работы и обучения раскрывает перед

людьми широкий спектр возможностей для профессионального и личностного роста, способствуя достижению успеха.

Список литературы

1. Пресс-выпуск ВЦИОМ: «Большинство россиян позитивно относятся к работающим студентам». [online].
URL: https://www.rbc.ru/society/20/09/2006/5703c61b9a7947dde8e0e166?from=copy (дата обращения: 20.12.2022).

PROSPECTS OF COMBINING FULL-TIME EDUCATION WITH WORK IN THE ASSESSMENTS OF STUDENT YOUTH

V. N. Glukhareva, A. S. Karetnikova

In modern socio-economic realities, an increasing number of students are striving to combine higher education with work. This trend is due to a number of factors, including the desire for financial independence, the acquisition of professional experience, as well as the need to ensure their existence. However, combining study with work is not an easy task, requiring students to make significant efforts and the ability to effectively allocate time.

Keywords: students, working students, work, labor activity, youth.

УДК 316.7

K-POP DANCE КАК ДОСУГОВАЯ ПРАКТИКА

В.А. Голина
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Выявляется влияние важнейшего элемента k-pop индустрии – k-pop dance – как досуговой практики на фанатов к-поп культуры и на не причисляющих себя к фанатам к-поп культуры. Метод исследования – опрос в виде онлайн-анкетирования, в котором приняли участие 212 респондентов. В результате опроса выявлено, что k-pop dance оказывает в основном «пассивное» влияние на фанатов к-поп культуры: они смотрят dance practice от айдолов, просматривают их dance challenge. Лишь некоторые состоят в танцевальных командах, участвуя в k-pop cover dance, также немногие выполняют k-pop dance challenge от артистов.

Ключевые слова: k-pop, k-pop dance, k-pop dance challenge, dance practice, k-pop cover dance, к-поп фанаты, досуговая практика, влияние.

Введение

Музыкальная k-pop индустрия включает различные компании и лейблы: SM Entertainment, JYP Entertainment, YG Entertainment, Hybe Corporation и др., цель которых продвижение музыкальных k-pop групп, а также соло-артистов, например, при помощи аккаунтов в социальных сетях, каналов на YouTube, на которых можно смотреть дебютный клип с песней и танцевальной постановкой артистов. Затем канал может пополняться «dance practice» – это уже готовый танец группы из репетиционного зала, по которому можно повторять движения, тем самым учить танец. Также айдолы нередко снимают dance challenge, в котором показывают часть своего танца и выкладывают на различные площадки: TikTok, Instagram (организация, запрещенная на территории Российской Федерации), YouTube shorts и т.д. Эти танцы можно повторить, например, с друзьями, с семьей и выложить под различными хештегами в социальные сети. В пример можно привести исполнителя PSY и его известный танец на песню «Gangnam style» [1], который и по сей день пользуется популярностью своими легко запоминающимися, «вирусными» движениями.

Чем популярнее k-pop группа, тем больше на нее будет cover dance. Кавер-дэнс (cover dance) – это копирование танцевальных движений айдолов. Главная особенность этого направления танца – сочетание нескольких стилей. Люди, увлекающиеся cover dance, пытаются не только исполнить точь-в-точь танец, но и повторить образ айдолов: костюмы, причёски, макияж, локации. Можно танцевать соло или объединяться в команды. Внутри команды есть

распределение ролей, как и в k-pop группах: лидер, главный танцор и т.д. Команды, как и айдолы, оттачивают танцевальные навыки. Еженедельные тренировки могут проходить в танцевальном зале или же в каком-либо другом пространстве, например, торговом центре, дома, на улице. Участники договариваются в определенное время, распределяют партии в танце и учат хореографию по «dance practice» от k-pop группы. Спустя определенное время, подготовок команда может отправиться на K-pop фестивали, например, «КДФ», Idol Con (Фестиваль азиатской современной культуры Idol Con 2019), Чемпионат HHI Russia [2], на вечеринку, конкурс или снять свой танец на камеру в публичном месте и выложить на собственный YouTube канал с подписью: «k-pop in public». Для начинающих танцоров этот близкий по духу жанр становится весомой мотивацией приобщиться к занятиям танцами, а для продолжающих – возможностью проявить себя в новом направлении и даже составить конкуренцию в хореографическом исполнении корейским айдолам [3]. Благодаря такой практике можно получить незабываемые впечатления, опыт выступлений на публике, воспоминания на всю жизнь и обрести новых друзей, знакомых среди единомышленников. Однако есть некоторые трудности, с которыми сталкиваются кавер-дэнсеры (исполнители k-pop cover dance), в частности, связанные с публичными выступлениями. Проходящие мимо люди могут просто смотреть, как снимают танец на камеру или репетируют его, но есть и те, кто может мешать, например, намеренно лезть в кадр во время съемки или высказываться в грубой форме насчет зарабатывания денег посредством танца, либо снимать на камеру и выкладывать в интернет с оскорбительными выражениями [4].

Методология

В ноябре 2023 г. проведено социологическое исследование «Влияние иностранной индустрии на российских школьников и студентов». Метод – опрос в виде онлайн-анкетирования в Google Forms (N=257). Цель – выявить влияние корейской культуры на российских школьников и студентов.

Сделаем попытку выявить влияние k-pop dance как досуговой практики на фанатов к-поп культуры (N=148) и на не причисляющих себя к фанатам к-поп культуры (N=64). Первичный анализ данных осуществлялся в IBM SPSS Statistics 23.

Результаты

Корейская культура, в частности k-pop dance, активно проникает в жизнь людей и влияет на их привычные досуговые практики: самообразование, путешествия, спорт, общественная деятельность.

Фанаты к-поп культуры, как и те, что не признают себя фанатами, обращают внимание на танцы этого направления, и некоторые даже непосредственно участвуют в мероприятиях, связанных с k-pop dance.

Осведомленность о k-pop dance и интерес

Почти все фанаты к-поп культуры видели, хотя бы раз, k-pop dance challenge от айдолов (91%). Лишь 9% к-поп фанатов не видели никогда dance challenge. Большинство не причисляющих себя к фанатам к-поп культуры не видели никогда k-pop dance challenge от айдолов (80%). Только 20% не причисляющих себя к фанатам к-поп культуры встречали k-pop dance challenge от айдолов в социальных сетях или платформах (табл. 1).

Таблица 1

Просмотр k-pop dance challenge от айдолов, %

Варианты ответов	Фанат к-поп культуры	Не причисляющие себя к фанатам к-поп культуры
Да, видели	91	20
Нет, не видели	9	80

Большинство к-поп фанатов смотрит каверы на k-pop танцы (73%), только 27% не смотрят. Большинство не причисляющих себя к фанатам к-поп культуры не смотрит каверы на танцы (65%). Почти в два раза меньше смотрят (35%) (табл.2).

Таблица 2

Просмотр каверов на k-pop танцы, %

Варианты ответов	Фанат к-поп культуры	Не причисляющие себя к фанатам к-поп культуры
Да, смотрят	73	35
Нет, не смотрят	27	65

Участие в k-pop dance

Большинство фанатов к-поп культуры заинтересованы в к-поп танцах, однако не каждый из них готов принимать в этом активное участие и состоять, например, в cover dance командах. Так же и не причисляющие себя к фанатам к-поп культуры: хотя и большинство не интересуются тем, что связано с к-поп танцами, но могут и быть среди них те, кто принимает активное участие, занимаясь такими танцами.

Большинство к-поп фанатов никогда не участвовали в k-pop dance challenge, которые устраивали айдолы в социальных сетях или на других

площадках (69%). Лишь 5% участвовали и при этом выкладывали видео с танцами в социальные сети. Почти все не причисляющие себя к фанатам к-поп культуры никогда не участвовали в k-pop dance challenge, которые устраивали айдолы (95%). Среди не причисляющих себя к фанатам к-поп культуры ни один не участвовал, при этом выкладывая видео со своим танцем в социальные сети (табл. 3).

Таблица 3

Участие в k-pop dance challenge, которые устраивали айдолы, %

Варианты ответов	Фанат к-поп культуры	Не причисляющие себя к фанатам к-поп культуры
Да, участвовали и выкладывали в соц. сети	5	0
Да, участвовали, но не выкладывали в соц. сети	26	5
Нет, никогда не участвовали	69	95

Большинство фанатов к-поп культуры никогда не состояло в k-pop cover группе (86%). Лишь 5% среди фанатов состоят в данный момент в кавер команде. Почти все не причисляющие себя к фанатам к-поп культуры никогда не состояли в k-pop cover группе (95%). Лишь 3 % состоят на данный момент в кавер дэнс команде (табл. 4).

Таблица 4

Участие в k-pop cover группе, %

Варианты ответов	Фанат к-поп культуры	Не причисляющие себя к фанатам к-поп культуры
Да, состоят и сейчас	5	3
Да, состояли раньше	9	2
Нет, не состояли никогда	86	95

Так, большинство к-поп фанатов не принимает участия в k-pop с активной точки зрения: кавер команда, challenge. Среди не причисляющих себя к фанатам к-поп культуры почти все не принимают участия в к-поп танцах в контексте «активной» деятельности.

Можно сделать вывод, что большинство фанатов к-поп культуры, действительно, заинтересованы в k-pop dance в контексте «пассивной» стороны этой деятельности: просмотр видео. В то время как большинство не причисляющих себя к фанатам к-поп культуры не интересуются тем, что связано с k-pop dance в контексте «пассивной» стороны – просмотра видео с танцами.

Как фанаты, так и не причисляющие себя к фанатам к-поп культуры, в целом, не заинтересованы в «активной стороне» k-pop танцев. Однако среди тех и других есть люди, которые могут поделиться своим опытом как участника кавер команды, кто участвовал в challenge. Тем не менее, среди фанатов к-поп культуры таких больше.

Было выявлено, что k-pop dance как досуговая практика влияет на к-поп фанатов и на не причисляющих себя к фанатам к-поп культуры как с «пассивной» стороны, так и с «активной».

Заключение

K-pop индустрия все больше вовлекает в себя людей. Есть фанаты к-поп культуры, которым интересна такая составляющая k-pop, как – танцы. Однако есть и не причисляющие себя к фанатам к-поп культуры, интересующиеся k-pop dance. Это направление может включаться в досуговые практики, привычные для людей: самообразование, спорт, путешествия – и помогать расширять кругозор, приобретать необходимый опыт, умения и качества, например, уверенность в себе.

K-pop dance как досуговая практика, действительно, оказывает влияние как на фанатов к-поп культуры, так и на не причисляющих себя к фанатам к-поп культуры. Причем оказывает как «активно», так и «пассивно».

На большинство фанатов k-pop dance оказывает «пассивное» влияние. Они интересуются танцами корейской развлекательной культуры: смотрят dance practice от айдолов, видят их dance challenge. Большинство не причисляющих себя к фанатам к-поп культуры не заинтересованы в к-поп танцах с «пассивной» точки зрения – не смотрят dance practice, не видят dance challenge, которые устраивают айдолы в социальных сетях.

На меньшинство как к-поп фанатов, так и не причисляющих себя к фанатам к-поп культуры k-pop dance оказывает «активное» влияние. Они принимают непосредственное участие в k-pop dance: состоят в k-pop cover dance командах с другими единомышленниками, выполняют dance challenge от айдолов на различных площадках и выкладывают в свои социальные сети видеоролик с различными хештегами, чтобы айдолы заметили. Однако фанаты к-поп культуры более «активны», чем не причисляющие себя к фанатам к-поп культуры. При этом почти все не причисляющие себя к фанатам к-поп культуры никогда не состояли в k-pop cover dance команде.

Проведенное исследование показало, что k-pop dance влияет на фанатов к-поп культуры и на не причисляющих себя к фанатам к-поп культуры с «активной» и «пассивной» точки зрения.

Список литературы

1. Чуклай А.И. K-pop cover dance и сетевое поколение: влияние и формы реализации на сцене и в жизни // Вопросы истории, археологии, политических наук и регионоведения: Сб. материалов XV Всероссийской (с международным участием) научной конференции студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых. Томск: Изд-во Национального исследовательского Томского государственного университета, 2019. С. 140–145. URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=41602119 (дата обращения: 19.12.2023).

2. Лиджиева А.М. "Are you Koreans?" - "No, we are Kalmyks!": развитие танцев "K-pop cover dance" среди молодежи Калмыкии // Oriental Studies. 2021. Т. 14. № 2. С. 337–346.

3. Ахмарова С.З., Шрамко Н.В. Кей-поп кавер дэнс (K-pop cover dance): новое направление в современной молодежной танцевальной культуре // Перспективные направления развития современного образования: Материалы VIII Междунар. НПК (г. Москва, 05–26 апреля 2023 г.). Москва, 2023. С. 237–242. URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=53747437 (дата обращения: 19.12.2023).

4. Kuznetsova M.N. cover dance // Международный студенческий научный вестник. 2022. № 6. P. 94–96.

K-POP DANCE AS A LEISURE PRACTICE

V.A. Golina

An attempt is made to identify the influence of the most important element of the k-pop industry – k-pop dance – as a leisure practice – on fans of k-pop culture and on those who do not consider themselves fans of k-pop culture. The research method is a survey in the form of an online questionnaire, in which 212 respondents took part. As a result of the survey, it was revealed how k-pop dance has a mostly "passive" influence on k-pop culture fans than an active one: they watch dance practice from idols, also watch their dance challenge. Only a few are in dance teams, participating in k-pop cover dance, and also a few perform the k-pop dance challenge from artists.

Keywords: k-pop, k-pop dance, k-pop dance challenge, dance practice, k-pop cover dance, k-pop fans, leisure practice, influence.

УДК 316.4

СПОСОБ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ С ЧЛЕНАМИ СВОЕЙ СЕМЬИ ЧЕРЕЗ ОНЛАЙН РЕСУРСЫ НА ПРИМЕРЕ НИЖЕГОРОДСКИХ СТУДЕНТОВ

К.Э. Грунтович
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Рассматривается взаимодействие современной молодежи с членами своей семьи через различные источники с целью определения, какие из них преобладают для каждого поколения и как цифровые технологии изменили межличностное и межгрупповое общение близких людей. Объектом исследования являлись внутрисемейные отношения в эпоху цифровизации, а предметом исследования – наиболее распространенный способ взаимодействия молодежи с разными поколениями внутри семьи.

Ключевые слова: молодежь, студенты, социальные сети, онлайн-общение, поколения, семья, цифровизация, коммуникация, интернет.

В последние годы многие ученые, в частности специалисты в области социологии и психологии, уделяют особое внимание изучению информационных технологий и их влиянию на жизнь общества: общение людей между собой, организация досуга и поиск нужных данных с помощью сетевых источников. Интернет плотно проник во все сферы жизни людей, упрощая бытовые, профессиональные и коммуникативные задачи, которые стоят перед обществом.

Большая часть населения проводит огромное количество времени в интернете. Согласно данным исследования, проведенного ВЦИОМ в июле 2023 г., 86% россиян, использующих социальные сети и мессенджеры, посещают их ежедневно. Особенно высок процент среди молодежи 18-34 лет (18-24 лет – 92%, 25-34 лет – 94%). (табл. №1) [1].

Таблица 1

«Регулярность повседневных практик среди молодого населения»

Интернет	94%
Просмотр телевизора	50%
Пешие прогулки	48%
Чтение книг	27%
Занятия спортом	15%

Однако, не стоит забывать, что виртуальный мир – это часть реального, и в последние годы все чаще встает вопрос, не несет ли такое глобальное

распространение технологий угрозы для общения людей между собой? Особенно это касается взаимодействия внутри семьи, ведь семья – важнейший институт первичной социализации, и далеко не все представители разных поколений могут одинаково иметь доступ к техническим устройствам и навык работы с ними. В этой ситуации поднимается вопрос: каким способом младшее поколение наиболее часто общается с другими членами своей семьи и как новейшие технологии изменили внутрисемейные отношения, а также анализируется мнение молодых людей относительно того, может ли онлайн общение вытеснить живое?

Эмпирической базой являются данные авторского исследования «Способ взаимодействия современной молодежи с членами своей семьи через онлайн ресурсы на примере Нижегородских студентов», проведенного методом онлайн анкетирования с 28 марта по 7 апреля 2024 г. в г. Нижний Новгород со студентами Нижегородских вузов (преимущественно ННГУ) (n=220).

Были опрошены студенты различных ступеней образования и возраста. Самый большой процент респондентов (90,9%) – в возрасте от 18 до 24 лет и студенты бакалавриата (73,2%). Среди опрошенных преобладали женщины (70,9%). Опрос проводился с целью выяснения какой способ общения предпочитают студенты с членами своей семьи разных поколений.

Более половины участников опроса проживают отдельно от родителей (56,6%).

Ниже приведена таблица с результатами исследования, где указано процентное соотношение от общего число респондентов относительно общения с разными членами своей семьи через различные каналы.

Таблица 2

«Предпочитаемые способы связи молодых людей с родственниками»

	Родители	**Братья/сестры**	**Бабушки/дедушки**
Живое общение	36,8%	23,7%	29,2%
Телефон	33,2%	7,3%	47%
Мессенджеры и соц. сети	20,9%	45,2%	5%
Видеосвязь	8,6%	3,2%	2,7%
Не общаюсь/нет таких родственников	0,5%	20,5%	15,5%

Результаты исследования показывают, что в общении с родителями живое общение преобладает, в то время как при общении с братьями/сестрами и бабушками/дедушками оно имеет вес, но не выступает на передний план.

Телефон остается актуальным как способ коммуникации. Самый большой процент использования телефона – при общении с бабушками/дедушками. Вероятнее всего, это связано с возрастом, так как пожилые люди редко имеют аккаунты на различных онлайн-площадках, а также умеют пользоваться ими, или не имеют технические средства для выхода в интернет. Большой процент общения с ними по телефону может объясняться отдельным проживанием молодежи от своих прародителей.

Мессенджеры и соцсети более всего популярны в общении между братьями и сестрами. Как правило, это связано с тем, что молодое поколение более оснащено техническими средствами и предпочитает коммуницировать в большей степени через интернет.

Видеосвязь занимает последнее место в общении со всеми близкими. Можно сказать, что живое общение и интернет не теряют своей актуальности, однако мессенджеры и социальные сети все более набирают популярность и выходят на лидирующие позиции среди способов межличностного общения.

В последнее время многие стали создавать семейные чаты. Они являются удобным средством для поддержания общения одновременно среди всех членов семьи и проведения совместного досуга даже на расстоянии, а также для быстрого и удобного решения важных проблем. Однако только 35,5% опрашиваемых имеют чат со своими близкими. Остальные 64,5% респондентов не состоят в общесемейных онлайн беседах.

В задачи исследования входило узнать мнение молодежи по поводу того, может ли онлайн общение вытеснить живое? Результаты с ответами опрашиваемых в таблице ниже:

Таблица 3

«Мнение молодежи о замене реального общения виртуальным»

Однозначно нет	Возможно	Затрудняюсь ответить	Да
67,7%	20,5%	9,1%	2,7%

Большая часть молодежи считает, что живое общение всегда было, есть и будет самым актуальным. 1/5 часть опрашиваемых допускает возможность онлайн-общения как альтернативу реальному. И только лишь 2,7% считают вполне вероятным полный переход на онлайн-взаимодействие. Анализ ответов респондентов показывает, что молодое поколение не готово полностью погрузиться в мир сетевой коммуникации.

Можно сделать вывод, что способы взаимодействия молодых людей с близкими очень разнообразны и субъективны, однако основные тенденции

межпоколенного общения сохраняются. И все же, технические новшества внесли свои коррективы и открыли новые векторы развития коммуникации внутри семьи. Это подтверждается мнением других исследователей:

«Становится очевидным влияние гаджетизации на все уровни общественных отношений. Однако опосредование социальных практик гаджетами – это сложный неоднозначный процесс, который совершенно неправильно оценивать по шкале «положительное – отрицательное». На наш взгляд, изучение гаджетизации является перспективным постмодернистским дискурсом не только с теоретической, но и с практической точки зрения» [2].

Исходя из полученных данных, было выявлено, что способ взаимодействия зависит не от самой молодежи, а от близких людей, особенностей их поколения и навыков работы с интернетом.

Список литературы

1. ВЦИОМ/Новости/Социальные сети и мессенджеры: вовлеченность и предпочтения https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/socialnye-seti-i-messendzhery-vovlechennost-i-predpochtenija (дата обращения: 25.03.2024)

2. Захаркина Т.Н. Гаджетизация: эффекты влияния на общественные процессы / Т.Н. Захаркина, И.А. Исакова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2019. N 3(55). С. 115-121.

ON-LINE MEANS OF COMMUNICATION OF MODERN YOUNG PEOPLE WITH THEIR FAMILY MEMBERS ARE ANALYZED WITH THE REFERENCE TO STUDENTS FROM NIZHNY NOVGOROD

K.E. Gruntovich

The article analyses how and via which means young people communicate with members of their families. The aim of the research is to reveal what types of media are typical for each generation and how digital technologies changed person-to-person and group-to-group communication among relatives. The object of the study is intra-family relationships in the era of digitalization. The subject of the study is the most common way of interaction between young people and representatives of other generations within a family.

Keywords: youth, students, social networks, online communication, generations, family, digitalization, communication, Internet.

УДК 316

ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОВ ННГУ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ГАДЖЕТОВ НА ЗАНЯТИЯХ

А.А. Девяткин
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Исследуется отношение студентов ННГУ им. Лобачевского к использованию гаджетов на учебных занятиях. Анализ проведен на базе данных, полученных в результате онлайн-опроса студентов ННГУ им. Лобачевского. Целью исследования является частота использования гаджетов, и как она влияет на их восприятие учебного процесса. Проанализировано понимание понятия «гаджет», а также выявлены различия в отношении студентов к тем или иным аспектам. Эти результаты могут быть полезны для педагогической практики, направленной на разработку эффективных методик обучения с использованием современных технологий.

Ключевые слова: гаджеты, отношение к гаджетам, обучение, влияние, студенты.

Современные технологии стали неотъемлемой частью нашей повседневной жизни, включая и учебную среду. Гаджетами являются электронные устройства – смартфоны, планшеты, ноутбуки, умные часы и другие многофункциональные устройства. Ни один человек, а тем более студент, не может представить свою жизнь без гаджетов. Гаджеты проникли в повседневную жизнь, именно поэтому гаджетизация – неотъемлемая составляющая нашей жизнедеятельности, влияющая на развитие всех пластов социума [1, с. 277]. В последние годы все больше студентов приносят на пары с собой гаджеты. Однако, возникает вопрос, какое отношение студенты имеют к использованию гаджетов на учебных занятиях? Использование гаджетов на паре может иметь как положительные, так и отрицательные последствия. Применение современных гаджетов может принести пользу, если контролировать время, проведенное учащимися с электронными устройствами [2, с. 174]. Однако, с другой стороны, использование гаджетов на паре может отвлекать студентов от учебного процесса. Социальные сети, мессенджеры и другие развлекательные приложения могут стать искушением, отвлекающим внимание студента от преподаваемого материала. Это может привести к снижению концентрации, ухудшению запоминания информации и, в конечном счете, к ухудшению академических результатов.

Студенты все чаще стали пользоваться гаджетами на парах. Малоподвижный образ жизни и активное использование компьютерных

технологий способствуют утомлению органов зрения. Проведение занятий на интернет платформах, подготовка к занятиям и дальнейшая сдача работ в онлайн-формате увеличивают среднее время, проведённое за компьютером [3, с. 40]. Студенты все чаще стали пользоваться гаджетами на парах не только из-за удобства, но и из-за необходимости. Помимо того, что современное образование включает использование интернет-платформ для проведения занятий, подготовки к ним и сдачи работ, совсем недавно мир был поглощен эпидемией COVID-19, в связи с чем все обучение на какое-то время перешло в онлайн формат, что способствовало вхождению в привычку использование гаджетов на парах студентами.

Когнитивная сфера личности, будучи подструктурой, которая позволяет человеку обучаться и пополнять свой опыт на протяжении всей жизни, адаптируясь тем самым к изменяющимся условиям, очень важна для человека. Познавательные или когнитивные процессы являются важнейшими компонентами сознания человека. Именно они помогают людям познать окружающий мир и подстроиться под него в зависимости от ситуации [4, с. 201]. Действительно, «клиповое мышление» хорошо влияет на когнитивную сферу личности, в том числе и студентов. При чтении каких-либо научных материалов, будь то книги или статьи, умение выделять самое нужное среди бесполезной информации для студента очень важно. Как и умение быстро переключаться между различными изучаемыми сферами, демонстрируя гибкость. Однако есть и отрицательные моменты в «клиповом мышлении». Потеря качества из-за быстрого переключения между информацией, потеря концентрации и развитие кратковременной памяти.

Развитие информационных технологий и гаджетов дали возможность студентам быстро искать нужную информацию. Ведь зачем читать целую книгу, когда можно прочитать краткое содержание, это же экономит кучу времени. Однако некоторым преподавателям не нравится такая тенденция. Все чаще и чаще они сталкиваются с некачественными ответами студентов, невнимательностью на семинарских и лекционных занятиях, а также со сложностью донесения до студента учебной информации. Гаджеты могут не только помогать в поиске информации, но и отвлекать студента от занятий, например, провождение времени в социальных сетях и мессенджерах прямо на занятии или же банальные мобильные игры. При оценке зависимости от гаджетов было выявлено, что больше половины студентов (62%) чувствовали бы себя не комфортно без постоянного доступа к информации со своего устройства, и только 38% ответили, что не обращали бы внимания [5, с. 823].

Отношение студентов к использованию гаджетов на паре представляет интересную исследовательскую тему. За последние десятилетия количество доступных технических устройств значительно возросло. Учащиеся все чаще используют телефоны в ходе обучения, что вполне ожидаемо приводит к негативным последствиям. Одним из вариантов пресечения данной тенденции выступает запрет использования телефонов. О положительном влиянии запрета мобильных телефонов и смартфонов на учебный процесс сегодня говорят 62% россиян, хотя год назад эта доля была выше (69%). Однако среди родителей, имеющих детей-школьников, эта доля составляет 66%, а среди тех, чьи дети не пользуются гаджетами, она еще выше – 84%. Наряду с этим абсолютный запрет гаджетов на территории школы не поддерживается большинством россиян (55%), за исключением представителей старшей возрастной группы 60+ (53%). [6, с. 1]. Можно сказать, что больше половины опрошенных согласны с запретом использования телефонов на занятиях, чтобы не было проблем с успеваемостью.

Изучая отношение студентов ННГУ к использованию гаджетов на парах, можно рассмотреть различия во взглядах и мнениях по тем или иным вопросам относительно использования техники на учебе и определить, какие факторы влияют на их выбор. Это позволит лучше понять процесс обучения с использованием технологий и разработать рекомендации для преподавателей и студентов по оптимальному использованию гаджетов на парах.

Результаты исследования

По данным исследования, объектом которого выступили студенты ННГУ им. Н.И. Лобачевского, смартфоны являются наиболее популярными гаджетами. 94% студентов используют смартфоны часто, что свидетельствует о широком распространении этого устройства и его значимости в повседневной жизни студентов. Ноутбуки тоже пользуются высокой популярностью, с частым использованием 43% студентов.

Количество времени, которое студенты тратят на гаджеты в учебных целях, значительно варьируется – от менее часа до более 10 часов в сутки. Большинство студентов тратит от 2 до 4 часов в день на использование гаджетов для обучения.

Наиболее часто студенты ННГУ используют смартфоны для связи и обмена информацией (96%), а также для фото- и видеосъемки (66%) и для воспроизведения музыки и видео (78%).

Большинство студентов считают, что смартфоны (81%), ноутбуки (79%) и планшеты (83%) допустимо использовать на занятиях в учебных целях. Однако, есть небольшая часть студентов (около 10%), которые считают использование этих устройств на занятиях скорее недопустимым или недопустимым. На

лекциях, семинарских занятиях и на лабораторных использование смартфона во внеучебных целях студенты считают вполне приемлемым, но на зачетах это считается скорее недопустимым или вовсе недопустимым (18% и 63%) или на экзаменах (15% и 66%).

Планшет тоже имеет довольно высокий процент использования, (10% и 7%). Некоторые студенты предпочитают использовать планшеты вместо ноутбуков или смартфонов для учебных целей. Электронная книга используется реже других гаджетов, особенно среди студентов, которые никогда не используют ее на парах в учебных целях (78%).

Большинство студентов (55%) считают, что университет недостаточно оснащен необходимой техникой. Только 12% студентов отметили, что на занятиях используются гаджеты университета, а 34% указали, что университет предоставляет возможности использования своих гаджетов, но им удобнее пользоваться своими устройствами.

Практически половина студентов относятся к запрету использования смартфонов на парах негативно (45%). Почти треть студентов скорее негативно (29%) и нейтрально (23%) относится к данному запрету. Только небольшое количество студентов имеют скорее положительное (2%) или положительное (1%) отношение к запрету. Около половины студентов (49%) продолжат использовать смартфоны на парах, но будут делать это скрытно. Чуть меньше половины студентов (37%) заявляют, что будут использовать смартфон лишь в экстренных случаях, и только малая часть студентов (4%) полностью откажутся от использования смартфона в случае запрета.

Практически половина студентов (45%) предпочитают комбинированный формат обучения, когда семинарские и лабораторные занятия проводятся очно, а лекции онлайн. Значительная часть опрошенных (33%) предпочитает традиционный формат обучения с полностью очными занятиями. Онлайн формат обучения (лекции, семинары, лабораторные работы) предпочитает лишь 12% опрошенных. Вероятно, это связано с тем, что онлайн обучение может иметь некоторые ограничения в доступе к оборудованию или проблемы с организацией самостоятельной работы. Небольшая часть респондентов (10%) заявили, что им все равно, в каком формате проходить занятия. Это может быть связано с тем, что для них не имеют особого значения условия обучения, а самое важное качество преподавания и получение знаний.

Наиболее часто при подготовке домашних заданий студенты пользуются следующими источниками: простой поиск в интернете (72%), лекционные материалы, которые выслал преподаватель (49%), специализированные сайты (научные онлайн библиотеки, сайты научных журналов) (49%), собственные

материалы, записанные на лекциях (45%). Наименее популярными источниками являются: нейросети (24%), библиотечные ресурсы (13%) Интересно, что некоторые студенты никогда не пользуются лекционными материалами, которые выслал преподаватель, а также собственными записями.

В заключение можно сказать, что большинство студентов ННГУ положительно относятся к использованию гаджетов на занятиях и видят в этом возможность для улучшения учебного процесса. Важно учитывать индивидуальные особенности и потенциальные негативные аспекты такого подхода для создания более эффективной и продуктивной образовательной среды.

Список литературы

1. Костюченко В.Ф., Зверев В.Д., Кожедуб М.С., Лебедь А.Д. Гаджеты в жизни студентов факультета физической культуры // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2022. № 11 (213). С. 276–282.

2. Щадная М.А. Влияние гаджетов на процесс обучения // Научные междисциплинарные исследования. 2020. № 3-2. С. 171-175.

3. Бобкова С.Н., Зверева М.В. О проблеме соблюдения правил гигиены зрения при дистанционном обучении // Проблемы современного педагогического образования. 2021. № 72. С. 39-42.

4. Курашинова А.Х., Бураева Л.А. Клиповое мышление и его влияние на качество когнитивной деятельности слушателей в условиях профессионального обучения // Проблемы современного педагогического образования. 2021. № 72. С. 200-202.

5. Кормилкина Т.П., Попов В.Ю., Бурыгина Т.А., Шеметова Г.Н. Использование гаджетов среди студенческой молодежи и их воздействие на здоровье студентов и формирование патологии // Бюллетень медицинских интернет-конференций. 2017. № 6. Т. 7. С. 823-824.

6. Мобильные телефоны в школах: запретить или оставить (15 июля 2019) // ВЦИОМ [сайт]. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mobilnye-telefony-v-shkolakh-zapretit-ili-ostavit (дата обращения: 19.12.2023).

ATTITUDE OF NNGU STUDENTS TO THE USE OF GADGETS IN THE CLASSROOM

A.A. Devyatkin

This article investigates the attitudes of students at Lobachevsky NNGU towards the use of gadgets in academic classes. The analysis is based on the data obtained from an online survey of students from Lobachevsky NNGU University. The purpose of the study is the frequency of gadget use and how it affects their perception of the learning process. The understanding of the concept of "gadget" is analyzed, and differences in students' attitudes towards certain aspects are revealed. These results can be useful for pedagogical practice aimed at developing effective teaching methods using modern technologies.

Keywords: gadgets, attitude to gadgets, learning, influence, students.

УДК 316

САМОРАЗВИТИЕ КАК ЦЕННОСТЬ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ: ВОЗРАСТНОЙ АСПЕКТ

А.А. Дягилева
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Исследуется отношение студенческой молодежи различных возрастных групп к саморазвитию. Рассмотрены трактовка понятия саморазвития, его конечный результат. Выявлены виды деятельности, которые студенты осуществляют для самосовершенствования, а также их готовность к определенным действиям ради саморазвития.

Ключевые слова: саморазвитие, молодежь, студенты, отношение к самосовершенствованию, развитие личностных качеств, анкетный опрос.

Введение

В современном обществе одной из ключевых концепций является саморазвитие – совершенствование индивидом личностных способностей во всех сферах деятельности [1]. Оно представляет собой процесс стремления к постоянному улучшению в различных аспектах.

Среди молодежи саморазвитие становится более актуальным в условиях технологического прогресса: чтобы успешно адаптироваться к переменам, необходимо развивать навыки. Они чаще выражают желание саморазвиваться: по результатам исследования ВЦИОМ 2021 г., россияне не желают пройти обучение по самосовершенствованию (78%). О противоположном мнении заявили 19%, причем чаще это молодежь в возрасте от 18 до 24 лет (34%) [2].

Разные возрастные группы молодежи имеют различное отношение к саморазвитию. Например, по данным исследования Ю.В. Шмариона и А.П. Волкова, 70% первокурсников точно вовлечены, а остальные 30% студентов скорее склонны к процессу самосовершенствования [3]. Первокурсники ориентированы на собственное развитие в большей степени, чем старшекурсники.

Целью исследования является определение разницы в отношении к саморазвитию студентов разных возрастных групп.

Методология

В ноябре 2023 г. был проведен анкетный опрос «Саморазвитие как ценность студенческой молодежи» с помощью платформы «Google Forms». Опрошено 202 студента возрастом от 16 до 25 лет. Состав выборки – студенты из различных вузов страны: ННГУ им. Н.И. Лобачевского, МГТУ

им. Н.Э. Баумана, ВятГу, БелГу, РТУ МИРЭА, СПБГУПТД и другие. Доля студенческой молодежи до 19 лет составила 55% (111 чел.), а 20 лет и старше – 45% (91 чел.).

Результаты исследования

Для определения отношения к саморазвитию студентам был предложен вопрос, как они понимают понятие в целом (рис. 1). Возрастные группы молодежи различно толкуют самосовершенствование. Студенты до 19 лет (45%) чаще видят его как процесс личностного роста, а 20-ти лет и старше (35%) – как постоянное обучение.



Рис. 1. Трактовка понятия «саморазвитие», %

Результатом саморазвития (рис. 2), по мнению студентов обеих возрастных групп, является улучшение физического и морального состояния. Но мнения разделились в других аспектах: старшекурсники склонны к тому, что самосовершенствование ведет к достижению собственных целей (17%) и к духовному развитию (9%), что говорит о более глубоком взгляде. Молодежь до 19 лет, скорее, считает, что результатом саморазвития является поддержка здоровой самооценки (43%), т.к. молодежь испытывает необходимость в укреплении уверенности в себе. Другая группа демонстрирует более низкий процент в этой категории – 29%. Показатели у более молодой группы выше в следующем: развитие профессиональных навыков (42%), личностных качеств (34%), улучшении своих навыков (20%).

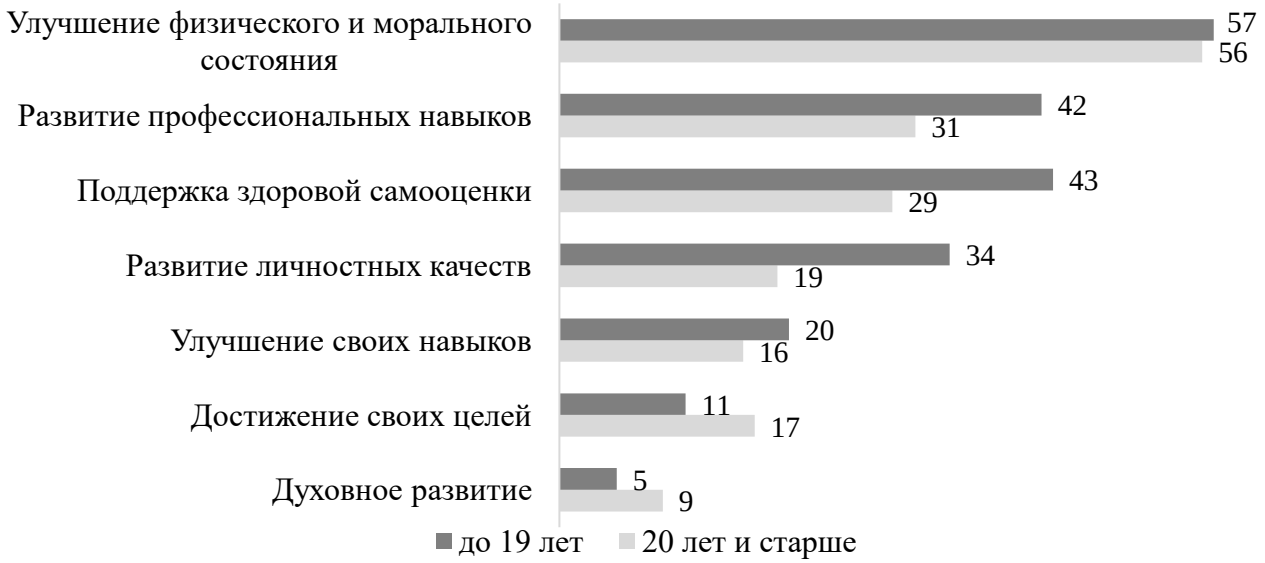


Рис. 2. Результат работы над собой*, %

**Была предоставлена возможность выбора нескольких вариантов ответа*

Стремление к самопознанию не исключает наличия разнообразной активности молодежи (табл. 1). Студенты до 19 лет, по сравнению с другой группой, проводят много времени в интернете (47%), где могут общаться и изучать новое. Старшекурсники в большей степени предпочитают прогулки (27%), спорт (19%) и культурные мероприятия (18%), более осознанно развиваясь через различные виды творчества и физической активности. Другая группа склонна к просмотру фильмов (39%) и посиделкам с друзьями (45%).

Таблица 1

Наиболее популярные виды деятельности студентов в свободное время*, %

Вид деятельности	до 19 лет	20 лет и старше
Проводят время в интернете	47	40
Проводят время с друзьями	45	39
Смотрят фильмы/сериалы	39	30
Выходят на прогулки	21	27
Занимаются спортом	8	19
Посещают культурные мероприятия	8	18
Посвящают время самоанализу	9	9

**Была предоставлена возможность выбора нескольких вариантов ответа*

Восприятие пределов саморазвития различно: молодежь до 19 лет (табл. 2) согласна с тем, что самосовершенствоваться можно до определенного возраста (80%), в то время как у старшей категории этот процент немного ниже – 73% (табл. 3). Студенты до 19 лет чаще сталкиваются с социокультурным и образовательным давлением в определенном возрастном диапазоне и

испытывают на себе воздействие общественных ожиданий относительно того, когда и как они должны достичь определенных целей или успеха, о чем говорит и результат исследования. Старшая категория студентов менее согласна с данным пределом.

Таблица 2

Степень согласия студентов до 19 лет в отношении предела саморазвития, %

Утверждения	1*	2	3	4	5
Саморазвиваться можно до определенного возраста	80	14	5	0	1
Заканчивается после достижения определенной цели	76	14	6	0	5
У каждого есть индивидуальные ограничения для саморазвития	19	16	24	30	11
Предел связан с ограниченностью человеческих возможностей	23	15	22	32	7
У самосовершенствования нет предела	5	8	14	24	48

**1 – согласны, 2 – скорее согласны, 3 – скорее не согласны, 4 – не согласны, 5 – затруднились ответить.*

Таблица 3

Степень согласия студентов старше 20 лет про предел саморазвития, %

Утверждения	1*	2	3	4	5
Саморазвиваться можно до определенного возраста	73	24	2	0	1
Заканчивается после достижения определенной цели	68	29	1	1	1
У каждого есть индивидуальные ограничения для саморазвития	25	24	13	26	12
Предел связан с ограниченностью человеческих возможностей	10	24	20	29	18
У самосовершенствования нет предела	8	10	14	25	43

**1 – согласны, 2 – скорее согласны, 3 – скорее не согласны, 4 – не согласны, 5 – затруднились ответить.*

Студенты младших курсов чаще соглашаются с тем, что саморазвитие заканчивается после достижения цели (76%), в то время как старшекурсники чаще видят возможность личностного развития за пределами конкретных целей (68%). Молодежь старше 20 лет чаще признает наличие индивидуальных ограничений для саморазвития (25%), а студенты до 19 лет связывают предел саморазвития с ограничением человеческих возможностей в целом (23%). Таким образом, взгляды студентов на пределы самосовершенствования личности связаны с их возрастом и опытом.

Способ достижения собственного развития у студентов различен (рис. 3): старшая возрастная группа чаще получает дополнительное образование (81%), к чему в меньшей степени обращены младшие студенты (66%); более ответственно подходит к финансовой грамотности (18%), чем молодые до 19 лет (11%). Студенты 20 лет и старше активнее проходят онлайн-курсы (16%), чем молодежь с первых курсов (8%).



Рис. 3. Проявление саморазвития в жизни студентов*, %

**Была предоставлена возможность выбора нескольких вариантов ответа*

В сфере отдыха и развлечений старшие студенты проявляют больший интерес к путешествиям (22%) и культурным мероприятиям (46%), тогда как молодые предпочитают хобби (74%).

Стоит отметить и разницу в отношении к проработке психологических проблем со специалистом. Согласно данным, студенты до 19 лет проявляют менее выраженный интерес к данной сфере, лишь 13% обращаются за консультацией. У студентов в возрасте 20 лет и старше этот показатель выше и составляет 23%. Различие может говорить о более осознанном и ответственном подходе более старших возрастов к своему психологическому благополучию. Возможно, студенты становятся более готовыми искать профессиональную поддержку для решения внутренних проблем и стрессов.

Выводы

Проведенное исследование доказывает разнообразие взглядов молодежи на саморазвитие, выявляя значительные различия в зависимости от возрастных групп. Представленные результаты раскрывают, что студенты до 19 лет, в большинстве своем, воспринимают саморазвитие как непрерывный процесс личностного роста, тогда как студенты, достигшие возраста 20 лет и старше, чаще связывают его с постоянным обучением и стремлением к углубленному пониманию.

В зависимости от возраста студенты выбирают различные собственные стратегии для достижения цели саморазвития. Возможности активного онлайн-взаимодействия у молодежи до 19 лет и участия в спортивной и культурной сфере студентов 20 лет и старше становятся важными инструментами в этом процессе, выражая разнообразие путей личностного роста.

Отношение к саморазвитию существенно зависит от возраста студенческой молодежи. Важно подчеркнуть, что высокий уровень осознания молодежью важности саморазвития выделяет его фундаментальную роль в стремлении к личностному и профессиональному росту. Эта осведомленность служит основой для формирования устойчивого ментального жизненного пути, направленного на постоянное улучшение себя.

Список литературы

1. Осипов Г.В. Социологический энциклопедический словарь / Г.В. Осипов. – М.: Издательская группа ИНФРА М. 1998. 488 с.

2. Россияне – о тренингах личностного роста: официальный сайт ВЦИОМ. 2021 // Wciom.ru [Электронный ресурс] – URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rossijane-o-treningakh-lichnostnogo-rosta (дата обращения: 10.12.2023).

3. Шмарион Ю.В., Волков А.П. Социальные технологии саморазвития первокурсников в период адаптации к новой социальной среде / Ю.В. Шмарион, А.П. Волков // Философия. Социология. Право. 2022. 47(2). С. 199-209.

SELF-DEVELOPMENT AS A VALUE STUDENT YOUTH: THE AGE ASPECT

A.A. Dyagileva

The article is devoted to the study of the attitude of student youth of different age groups to self-development. The paper considers the interpretation of the concept of self-development, its final result. It also reveals the types of activities that students carry out for self-improvement, as well as their readiness for certain actions for the sake of self-development.

Keywords: self-development, youth, students, attitude to self-improvement, development of personal qualities, age aspect, questionnaire survey.

УДК 316

ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОК МЛАДШИХ И СТАРШИХ КУРСОВ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ГАДЖЕТОВ НА ЗАНЯТИЯХ

А.А. Есина
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Исследуется отношение студенток младших и старших курсов к использованию гаджетов на учебных занятиях. Анализ проведен на базе данных, полученных в результате онлайн-опроса студенток из разных университетов России. Целью исследования является частота использования гаджетов студентками младших и старших курсов, и как она влияет на их восприятие учебного процесса. Проанализировано понимание термина «гаджет», а также выявлены различия в отношении студенток разных курсов к данной проблеме. Результаты могут быть полезны для педагогической практики, направленной на разработку эффективных методик обучения с использованием современных технологий.

Ключевые слова: гаджеты, отношение к гаджетам, студенты, обучение, влияние, различия.

Введение

В современном обществе девушки, являясь неотъемлемой частью образовательного процесса, занимают важное место на всех уровнях образования. Однако, в зависимости от статуса в учебном заведении – младший или старший курс – девушки по-разному относятся к гаджетам в учебном процессе. Использование гаджетов становится распространенным явлением во многих сферах, включая учебную среду.

Гаджетами являются электронные устройства, которые являются неотъемлемой частью жизни. Они включают в себя смартфоны, планшеты, ноутбуки, умные часы и другие многофункциональные устройства. Ни один человек, а тем более студент, не может представить свою жизнь без гаджетов. Гаджеты прочно обосновались в повседневной жизни, именно поэтому гаджетизация – неотъемлемая составляющая нашей жизнедеятельности, влияющая на развитие всех пластов социума [1, с. 277].

Зависимость от гаджетов стала серьезной проблемой среди студентов. Современные технологии предоставляют бесконечное количество информации и развлечений, которые могут быть привлекательными для студентов во время учебы. Однако, чрезмерное использование гаджетов может привести к отвлечению, снижению производительности и даже проблемам со здоровьем. Студенты все чаще стали пользоваться гаджетами на парах. У них стало развиваться «клиповое мышление» [2, с. 173], т.е. учащиеся воспринимают в

большей степени визуальную информацию, что может привести к нарушению вербальной информации. При развитии только одного канала восприятия информации, другие каналы будут оставаться не востребованными, что может привести к затормаживанию развития.

Портфель Правительства Российской Федерации [3, с. 116] демонстрирует востребованность таких задач, как развитие информационного общества; формирование цифровой образовательной информационной среды; становление цифровой экономики. С помощью данных программ и стратегий развития появляются образовательные ресурсы. К факторам, влияющим на отношение студенток младших и старших курсов к использованию гаджетов на парах, можно причислить удобство использования смартфонов студентками на занятиях. Гаджеты позволяют легко получать доступ к необходимой информации, включая учебные материалы, расписание занятий и дополнительные материалы.

Как известно, студентки активно пользуются гаджетами во время обучения. Отношение их к использованию гаджетов на занятиях представляет интересную исследовательскую тему. За последние десятилетия количество доступных технических устройств значительно возросло, что они стали востребованными молодежью. По данным ВЦИОМ [4], молодые россияне 18-24 лет чаще называли мобильный телефон и другие гаджеты как важную составляющую обычного дня (31%). Молодое поколение активно использует современные технологии и считает их полезными для своей повседневной деятельности. Гаджеты помогают поддерживать коммуникацию, выступают в роли развлечений и получения информации.

Девушки часто испытывают стресс и, чтобы как-то отвлечься, они, по мнению ВЦИОМ [5] смотрят телевизор (18%), сериалы (16%), сидят в телефоне просто так (14%). Большая частота использования гаджетов девушками может оказать негативные последствия, такие как сужение реальных социальных контактов, нежелание выполнения социальных функций, трудности в межличностных отношениях. Эти последствия могут вылиться в виртуальную зависимость (номофобию) [2, с. 278].

Результаты исследования

По данным исследования, объектом которого выступили студентки младших (1,2 курс) и старших (3,4,5) курсов различных ВУЗов, обучающиеся на курсах ежедневно пользуются гаджетами в учебных целях около 3-4 часов. Старше курсницы используют гаджеты в учебных целях больше, около 5-6 часов.

Смартфонами студентки младших и старших курсов пользуются часто в равной степени (95% и 92%). Вторым смартфоном пользуются реже (5% и 3%), но, стоит отметить, что большинство не имеют данного гаджета (73%, 81%). Ноутбуком студентки старших курсов пользуются чаще, чем младшие (56%, 39%), это связано с тем, что одна пятая студенток младших курсов не имеет ноутбука, а у старших курсов у каждой есть этот гаджет.

Смартфонами студентки младших и старших курсов пользуются практически в равной степени, поэтому необходимо обратить внимание на степень значимости функций. Связь и обмен информацией через интернет, мессенджеры и социальные сети очень важны как для девушек 1, 2 курса (89%), так и 3, 4, 5 курса (97%). Игры и развлечения имеют значительную важность для обеих категорий студенток. Треть студенток младших курсов считают эти функции одновременно и значимыми, и не значимыми, однако студенток старших курсов больше, практически половина (47%). Большое различие пришлось на функцию управлением домашней техникой, часть студенток старших курсов подчеркнули эту функцию как важную (14%), а студенток младших курсов оказалась совсем небольшая часть (3%).

Стоит обратить внимание на цель, с которой используют смартфон. И та, и другая группа больше всего обмениваются информацией и связываются друг с другом (96%), они предпочитают делать это в социальных сетях (67%, 86%).

Общий процент допустимости использования смартфона в учебных целях варьируется в зависимости от типа занятий и курса студенток. Однако, большинство студенток считают использование смартфона в учебных целях приемлемым, если это не относится к зачетам и экзаменам. Девушки 1, 2 курса выразили недопустимую позицию (38%, 42%), а девушки 3, 4, 5 курса выразили скорее недопустимую позицию (33%, 39%) относительно использования смартфона в учебных целях на зачетах и экзаменах.

При использовании смартфона на занятиях студентки разных курсов занимаются различными активностями. Наиболее популярной для общения в социальных сетях является использование смартфона на лекциях, причем наибольшее количество студенток 3, 4 и 5 курсов предпочитают общаться в социальных сетях как на лекциях, так и на семинарах (67%). В отношении мобильных игр часть студенток не занимаются ими на занятиях, особенно на лекциях. Однако некоторые студентки старших курсов предпочитают играть в мобильные игры как на лекциях, так и на семинарах (19%). Телефонные звонки также не являются популярными на занятиях, особенно на лекциях. Однако, старшие курсы занимаются этим больше в четыре раза (2%, 8%). Чтение книг/фанфиков/комиксов является достаточно популярным на занятиях, как на

лекциях, так и на семинарах. Студентки старшего курса занимаются чтением чаще в два раза, чем младшие курсы (25%, 12%).

На утверждение «смартфон влияет на мотивацию студентов к изучению учебных материалов» мнение студенток старших и младших курсов разделилось. Девушки 3,4,5 курса не согласны, в то время как студенток 1, 2 курса меньше (17%, 12%).

С учебными целями наибольшая потребность в использовании смартфона на парах наблюдается у девушек 1-2 курсов, где 59% студенток используют смартфон на большинстве пар. У девушек 3-5 курсов этот показатель составляет 47%.

Для сокращения использования бумажных материалов наибольшая потребность в использовании смартфона наблюдается у девушек 3-4 курсов, где 47% студенток на большинстве пар используют смартфон для этой цели. У девушек 1-2 курсов этот показатель ниже (38%).

Необходимо отметить, что среди девушек старших курсов отсутствуют те, кто не использует смартфон в учебных целях вовсе, в то время как среди девушек младших курсов таких 6%.

На вопрос «Как Вы поступите в случае запрета использования смартфона на парах», выявлено расхождение между студентками младших и старших курсов. Девушек 3, 4, 5 курсов, которые продолжат пользоваться смартфонами, но скрытно, больше половины (58%), в то время как девушек 1, 2 курсов 45%. Отказаться полностью от использования смартфонов на парах готовы как младшие, так и старшие курсы, но младших курсов больше практически в три раза (8% против 3%).

Использование гаджетов на занятиях в значительной степени изменяет образовательный процесс. В целом, студентки отмечают повышение интерактивности занятий, хотя у тех, кто находится на старших курсах, это изменение ощущается сильнее (39% против 27%). Важным достоинством использования гаджетов на занятиях является возможность получения доступа к учебным материалам в любом месте и в любое время. Студентки 1, 2 курсов в основном оценивают этот аспект образовательного процесса высоко – 94%, 3, 4, 5 курсов (89%). Сокращение бумажной документации тоже является изменением, вызванным использованием гаджетов на занятиях. Студентки старших курсов оценили этот аспект выше, чем студентки младших курсов (72%, 55%).

Таким образом, смартфон является важным инструментом для достижения учебных целей у всех студенток, но способы его использования различаются в зависимости от курса обучения.

Список литературы

1. Костюченко В.Ф., Зверев В.Д., Кожедуб М.С., Лебедь А.Д. Гаджеты в жизни студентов факультета физической культуры // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2022. № 11 (213). С. 276–282.

2. Щадная М.А. Влияние гаджетов на процесс обучения // Научные междисциплинарные исследования. 2020. № 3-2. С. 171-175.

3. Ельцова О.В. Методологические подходы к формированию цифровой грамотности обучающихся // Современная высшая школа: инновационный аспект. 2021. № 2. (52). Т. 13. С. 115–121.

4. Обязательные вещи, или без чего мы не мыслим свой день (17 января 2022) // ВЦИОМ [сайт]. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/objazatelnye-veshchi-ili-bez-chego-my-ne-myslim-svoi-den (дата обращения: 19.12.2023).

5. Стресс – и как с ним бороться (25 июля 2022) // ВЦИОМ [сайт]. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/stress-i-kak-s-nim-borotsja (дата обращения: 18.12.2023).

ATTITUDES OF JUNIOR AND SENIOR GIRLS TOWARDS THE USE OF GADGETS IN THE CLASSROOM

A.A. Esina

This article investigates the attitude of junior and senior girls to the use of gadgets in classrooms. The analysis is based on the data obtained from an online survey of female students from different universities in Russia. The aim of the study is the frequency of gadget use by junior and senior female students and how it affects their perception of the educational process. The understanding of the term "gadget" is analyzed, and differences in the attitude of female students of different courses to this problem are revealed. These results can be useful for pedagogical practice aimed at developing effective teaching methods using modern technologies.

Keywords: gadgets, attitudes towards gadgets, students, learning, influence, differences.

УДК 316.7

НЕДОПУСТИМЫЕ ТЕМЫ В ИНТЕРНЕТ-МЕМАХ

А.О. Жаднов
Национальный Исследовательский Нижегородский государственный университет им Н.И. Лобачевского

Современная интернет-культура включает множество уникальных явлений и практик, формирующих виртуальный ландшафт сетевого сообщества. Особое место среди них занимает феномен интернет-мема, выступающий не только как форма развлечения, но и как важный инструмент взаимодействия между людьми. Мемы имеют свой собственный этический компонент, который влияет на формирование мировоззрения и культуры молодого поколения. Изучаются недопустимые темы в интернет-мемах, реакции студентов на мемы такого формата. Полученные данные не только позволяют оценить чувствительность молодежи к определенным темам, но могут помочь выявить актуальные проблемы, которые беспокоят современное поколение.

Ключевые слова: интернет-мемы, мемы, коммуникация в интернете, молодежь, интернет-культура, культурно-специфические темы, черный юмор.

Для выявления наиболее спорных, острых и табуированных тем, которые могут затрагиваться в интернет-мемах, а также определения отношения и реакции пользователей на такого рода контент было проведено исследование в формате онлайн опроса, созданного с помощью сервиса Google Forms и распространявшегося в социальной сети «ВКонтакте» в студенческих беседах и на портале Нижегородского университета им. Лобачевского с 1 ноября по 1 декабря 2023 г. Выборочную совокупность составили студенты 17-28 лет трех Нижегородских вузов: ННГУ им. Лобачевского (80%), НГПУ им. К. Минина (11%), НИУ ВШЭ-НН (9%). В общем был опрошен 441 человек, среди них 172 юноши (39%) и 269 девушек (61%). В основном, в качестве респондентов выступали студенты очной формы обучения (91%) по программе бакалавриата (79%) и специалитета (21%). Студенты магистранты и аспиранты не опрашивались. Студенты были разделены на две возрастные группы: младше 20 лет (52%) и 20 лет и старше (48%). Данные группы в дальнейшем обозначаются как студенты младших курсов и старших курсов. Статистическая обработка данных была осуществлена в программном пакете SPSS Statistics 23.

Онлайн общение сформировало множество новых уникальных культурных практик, одна очень популярная из них – использование «мемов» в коммуникации между пользователями социальных сетей. Мемы часто появляются как ответ на события, происходящие в мире. Они могут высмеивать эти события или привлекать к ним внимание. Злободневность интернет-мемов

объясняется тем, что они выступают как способ свободного, анонимного выражения мнения. Получается, что мемы играют роль своеобразных зеркал общественных ценностей, отражая нравственные качества аудитории, которой чаще всего выступают молодые люди. Эти коммуникативные формы обретают свой собственный этический компонент, который влияет на формирование мировоззрения и культуры молодого поколения. Итак, анализ недопустимых тем в интернет-мемах представляет собой важный аспект понимания социокультурных практик, существующих в онлайн-пространстве.

Большая часть студентов иногда сталкивается с недопустимыми, на их взгляд, мемами (67%). Это может говорить о том, что такие мемы существуют, и обсуждаемая проблема имеет место быть. Стоит заметить, что девушкам такие мемы попадаются чаще, чем молодым людям, в соответствии с результатами опроса, 30% юношей не сталкивались с ними вообще никогда (табл. 1). Скорее всего это связано не только с тем, что студенты разных полов подписаны на различные сообщества и группы, но и с тем, что женский пол обычно более чувствителен к спорным, деликатным темам.

Таблица 1

Периодичность столкновения с недопустимыми мемами, %

Периодичность	**Все**	**Юноши**	**Девушки**
Часто	12	12	12
Иногда	67	58	72
Никогда	21	30	16

Рассмотрим взаимосвязь между любимыми тематиками мемов и периодичностью, с которой студенты встречают неприятные мемы. Между этими переменными можно установить связь, так как молодые люди обычно подписываются на те сообщества и группы в социальных сетях, которые публикуют интересные для них мемы. С помощью данной взаимосвязи мы можем узнать, в связи с какими темами чаще всего публикуются неприемлемые мемы. Было проведено взвешивание опрошенных по любимой тематике мемов. Опираясь на полученные результаты, можно сделать вывод, что чаще всего мемы неподобающего содержания встречаются в группах, ориентированных на политику, историю. Действительно, часто мемы политической направленности высмеивают политических деятелей, их идеи, взгляды, что может быть неприятным для их единомышленников. Неприемлемые мемы часто попадаются любителям мемов с животными, это можно объяснить тем, что в таких группах может попадаться контент,

связанный с жестоким обращением с животными. Стоит отметить, что мемы, вызывающие негативные эмоции, иногда попадаются в группах с любой тематикой, но реже всего такие мемы можно найти в сообществах, посвященных фильмам, сериалам, образованию и науке (табл. 2).

Таблица 2

Связь между любимой тематикой мемов и периодичность столкновения с неприемлемыми мемами, %

Периодичность / **Любимая тематика**	**Часто**	**Иногда**	**Никогда**
Политика	21	9	12
История	19	10	11
Животные	15	11	8
Психологическое и физическое здоровье	11	12	6
Компьютерные игры	9	11	13
Романтические отношения	8	14	5
Социально-актуальные темы	7	10	17
Фильмы и сериалы	5	12	11
Образование и наука	4	11	16

В большинстве случаев, наткнувшись на неприятный мем, студенты никак не реагируют и продолжат листать новостную ленту (75%). Тем не менее, 38% из них воспользуются функцией скрытия или блокировки контента при наличии таковой. Стоит заметить, что девушки пользуются данной функцией значительно чаще, они так же чаще жалуются на публикации в социальных сетях (табл. 3). Скорее всего данное распределение снова связано с большей чувствительностью девушек по отношению к вопросу неприемлемого содержания мемов и онлайн-контента в целом. Интересно, что среди ответных реакций со стороны мужчин выделяется такой вариант, как «создание подобного мема в ответ». Это связано с тем, что мужчины, в принципе, чаще женщин создают мемы (56% и 44% соответственно).

Таблица 3

Реакция на неприятный мем (распределение по полу) *, %

Реакция	Все	Юноши	Девушки
Никак не отреагирую (проигнорирую)	75	80	71
Воспользуюсь функцией скрытия или блокировки контента, если такая опция доступна	38	29	43
Обсужу данный мем с близкими друзьями	17	12	21
Пожалуюсь на публикацию	17	15	19
Напишу комментарий / отправлю сообщение со своим несогласием в общую беседу	3	2	3
Создам подобного характера мем в ответ	3	6	1

** Была предоставлена возможность выбора любого числа вариантов ответа*

Недопустимыми темами в мемах студенты в основном считают смерть и трагические события без уважительного отношения (39%), насилие и жестокость в любой форме (37%), дискриминацию по полу, расе, национальности, ориентации (31%). Можно заметить сильную разницу в ответах между учащимися разных полов. По мнению 43% юношей, таких тем вообще нет, и в рамках юмора возможно все, с ними согласны лишь 22% девушек. В 2 раза чаще девушки отмечают оскорбительные и уничижительные тематики мемов как недопустимые. Молодые люди не поддерживают мемы, нацеленные на пропаганду вредного поведения, включая употребление наркотиков и алкоголя. Тем не менее, студенты обоих полов солидарны с тем, что политические споры, партийная принадлежность, личная жизнь и сексуальные темы не являются запрещенными и выбирают данные категории реже остальных (табл. 4).

Таблица 4

Недопустимые темы в мемах (распределение по полу) *, %

Запрещенные темы	Все	Юноши	Девушки
Смерть и трагические события без уважительного отношения	39	30	45
Насилие и жестокость в любой форме	37	22	47

Дискриминация по полу, расе, национальности или ориентации	31	18	39
Таких тем нет, в рамках юмора можно всё	30	43	22
Религиозные предпочтения	25	23	27
Оскорбительные и уничижительные высказывания	21	13	26
Политические споры и партийные предпочтения	13	13	13
Вредное поведение, включая употребление наркотиков и алкоголя	9	13	6
Личная жизнь	8	9	7
Сексуальные темы и контент для взрослых	6	7	5

** Была предоставлена возможность выбора любого числа вариантов ответа.*

Было предложено описать мем, недавно вызвавший у студентов негативные эмоции. По результатам анализа можно выделить несколько конкретных тем, к которым они относятся негативно. В первую очередь, такие мемы связаны с темой смерти человека или животного. Например, упоминался «мем с мертвой лисой во льду» (девушка, 21 год, ННГУ им. Н.И. Лобачевского), «мем про кролика, над которым издевались» (девушка, 19 лет, ННГУ им. Лобачевского), «мемы про недавно умерших людей, где высмеивается факт смерти человека» (юноша, 18 лет, ННГУ им. Н.И. Лобачевского). Часто упоминались мемы, дискриминирующие людей по различному признаку, указывались мемы расистской направленности, содержащие дискриминацию по половому признаку: «увидела мем с грубым оскорблением мужчин как пола» (девушка, 18 лет, НГПУ им. К. Минина). Часто студенты упоминали мемы про СВО: «украинские мемы, оскорбляющие участников СВО» (юноша, 20 лет, ННГУ им. Лобачевского), «украинский мем, где на солдата с квадрокоптера скидывают гранату» (юноша, 22 года, ННГУ им. Н.И. Лобачевского). Развернутый ответ по этому вопросу дала девушка 19 лет, обучающаяся в ННГУ им. Н.И. Лобачевского: «во многих пабликах слишком часто пользуются текущими событиями на границе Украины и России для чёткого выражения своей ненависти к другим нациям, или же чисто для “хайпа”, от этого становится немного страшно». Исходя из ответов, можно увидеть взволнованность

студентов по поводу данного вопроса. Часто встречались ответы про недопустимость мемов, связанных с женщинами, женской логикой, гендерными стереотипами, причем недовольство такими мемами высказывали в основном мужчины. «Что-то связанное с “женщина = на кухню”» (юноша, 19 лет, ННГУ им. Лобачевского), «высмеивание “обще-женской” логики» (юноша, 21 год, НИУ ВШЭ-НН), «мем про золотое поколение девушек, готовых на все ради денег» (юноша, 20 лет, ННГУ им. Лобачевского).

По результатам исследования было выяснено, что студенты, действительно, часто встречаются с мемами неприемлемого содержания. Такого рода мемы попадаются в группах с любой тематикой. Наиболее чувствительно к неприятным мемам относятся девушки, в то время как мужчины чаще выдвигают мнение о том, что в рамках юмора возможно все, а запрещенных тем нет. Недопустимыми темами в мемах молодые люди в основном считают смерть и трагические события без уважительного отношения, насилие и жестокость в любой форме, дискриминацию по полу, расе, национальности, ориентации.

INAPPROPRIATE TOPICS IN INTERNET MEMES

A.O. Zhadnov

Modern Internet culture includes many unique phenomena and practices that shape the virtual landscape of the online community. A special place among them is occupied by the phenomenon of the Internet meme, which acts not only as a form of entertainment, but also as an important tool for interaction between people. Memes have their own ethical component, which influences the formation of the worldview and culture of the younger generation. The article is devoted to the study of unacceptable topics in Internet memes, the reaction of students to memes of this format. The data obtained not only allows us to assess the sensitivity of young people to certain topics, but can also help identify current issues that concern the modern generation.

Keywords: Internet memes, memes, communication on the Internet, youth, Internet culture, culturally specific topics, black humor.

УДК 316

ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЁЖИ К САМОРАЗВИТИЮ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ОБРАЗОВАНИЯ

С.А. Жуйкова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Исследуется отношение студенческой молодежи к саморазвитию в зависимости от уровня образования. Анализ основан на обработке данных, полученных в результате онлайн-опроса студентов университетов России. Подробно рассматривается важность саморазвития как ценности, а также его влияние на личностное развитие. Основное внимание уделено определению самосовершенствования и степени вовлеченности студентов в данную деятельность. Были выявлены мотивы, причины и факторы, влияющие на стремление студентов к личностному росту, а также рассмотрены основные источники информации, из которых студенческая молодежь получает знания о саморазвитии. В процессе анализа было изучено понимание понятия "саморазвитие", а также выявлены различия в отношении к данному процессу среди студенческой молодёжи в зависимости от их образования.

Ключевые слова: социологическое исследование, образование, процессы саморазвития, способы самосовершенствования, самореализация, студенческая молодежь.

Введение

В современном обществе вопросы саморазвития стали ключевыми в контексте формирования личностной и профессиональной идентичности молодого поколения. Стремительные общественно-экономические и технологические изменения создают потребность в постоянном росте и развитии, что подчеркивает важность изучения отношения молодежи к процессам саморазвития.

Саморазвитие – это процесс личностного роста и совершенствования, основанный на постоянном приобретении новых знаний, навыков, умений, а также на практическом опыте и самоанализе. Этот процесс направлен на раскрытие потенциала личности, осознанное развитие компетенций, улучшение качеств жизни, а также достижение личных и профессиональных целей [1].

Саморазвитие включает различные аспекты: образование, профессиональное развитие, личностный рост, физическое и духовное совершенствование. Оно предполагает постоянное стремление к улучшению, осознанное участие в процессе собственного развития, поиск новых областей для изучения и развития навыков, а также принятие изменений при достижении нового уровня профессиональной или личной компетентности [2]. Саморазвитие связано с развитием креативности, способности к самоорганизации, принятием

ответственности за собственную жизнь и способностью приспосабливаться к переменам. Этот процесс является ключевым элементом стремления к личностному совершенству и обогащению жизни новыми знаниями, опытом и общением [3].

Профессиональное образование играет важную роль в развитии личности по многим причинам. Оно способствует развитию профессиональных компетенций, личностного роста, а также осознанию гражданской и социальной ответственности. Полученное образование открывает двери для лучших карьерных возможностей, улучшения рабочих условий, возможностей карьерного и профессионального роста [4]. Профессиональное образование не только предоставляет студентам необходимые знания и навыки для работы в конкретной области, но способствует личностному и профессиональному развитию, подготовке к активной жизненной деятельности в обществе [4].

Саморазвитие и профессиональное образование представляют собой важные компоненты современной молодежной культуры и имеют важное значение для формирования будущего поколения, компетентных и саморазвивающихся специалистов, способных активно участвовать в современном обществе и вносить значительный вклад в его развитие.

Исследование посвящено выявлению отношения студенческой молодёжи к процессу саморазвития, степени значимости в их жизни. Проанализировано место самосовершенствования в системе ценностей респондентов, виды проявлений данного процесса и какие из них наиболее эффективны. Целью исследования является выявление различий в понимании и отношение к процессу саморазвития в зависимости от уровня образования.

Методология

В период с ноября по декабрь 2023 г. было проведено авторское социологическое исследование «Саморазвитие как ценность студенческой молодежи: гендерный аспект». Опросная методика представляла анкетный онлайн-опрос на тему «Саморазвитие как ценность» и была реализована с помощью платформы Google Forms. Анализ и первичная обработка социологических данных осуществлялись при помощи аналитического программного обеспечения IBM SPSS Statistics 23.

Исследование фокусировалось на значимости саморазвития в 2023 г. для студентов. Общее количество опрошенных – 200 студентов из различных университетов России, в возрасте от 16 до 25 лет, обучающихся на очной форме. Доля девушек в выборке составила 75%, в то время как молодых людей – 25%.

Результаты исследования

Рассматривая тему саморазвития, необходимо было проанализировать, как понимает данный термин молодежь в зависимости от её образования. Молодежь с неполным средним образованием считает, что саморазвитие – это постоянное обучение и приобретение новых знаний и навыков – 67%. Для прошедших такие ступени образования, как среднее общее, – 46%, среднее специальное – 53% и высшее – 37%, саморазвитие в первую очередь – процесс личностного роста и духовного совершенствования.

Процесс саморазвития непременно приносит какие-либо результаты для человека. В равной степени все представители молодежи оценивают как результат процесса саморазвития улучшение физического и психологического состояния и в меньшей степени поддержание здоровой самооценки, уверенности в себе. Развитие профессиональных навыков и карьерный рост оказались более важны для представителей неполного среднего и среднего специального образования, что составила по 67%, а вот молодежь со средним специальным и высшим образованием оценили данный результат на 32% и 33% соответственно.

Саморазвитие имеет ряд последствий, их нельзя оценить однозначно, но можно выяснить отношение молодежи к некоторым из них. Молодежь считает, что знания, полученные в процессе саморазвития, слабо применяются на практике, что приводит к бездействию, более 33% представителей молодежи с разным уровнем образования считают так. Представители с неполным средним образованием тоже отмечают, что саморазвитие занимает бóльшую часть времени, нежели семья/учёба/работа. Молодежь со средним специальным образованием – саморазвитие приводит к чрезмерной идеализации реальности, постановке нереалистичных целей и истощает эмоционально, приводит к выгоранию. О чрезмерной идеализации реальности и постановке нереалистичных целей говорят и люди с высшим образованием. По сравнению с представителями среднего общего, среднего специального и высшего образования, представители неполного среднего образования относятся категоричнее к тому, что саморазвитие может помочь найти смысл жизни, поддерживать здоровую самооценку, веру в свои силы, способствовать карьерным достижениям и продуктивности в учебе и влиять на взаимоотношения с людьми и выбор близкого окружения, каждый из этих вариантов как негативный оценили по 50% молодежи с неполным средним образованием.

Все, кроме молодежи с высшим образованием, практически в равной степени выделяют как эффективный способ саморазвития самостоятельный поиск себя, медитации и работу с психологом. Представители с высшим

образованием в свою очередь выделяют в качестве наиболее эффективного способа контроль за физическим состоянием, занятия спортом – 54% и самостоятельный поиск себя, медитации, работу с психологом – 47%. Молодежь с неполным средним образованием выделяет также как эффективные способы саморазвития посещение очных тренингов, лекций, семинаров – 50%, онлайн-курсы от известных университетов, вузов, компаний – 50%, онлайн-курсы от дипломированных специалистов различных сфер – 50% и индивидуальные занятия с репетитором – 50%. Представители среднего общего уровня образования в качестве способа саморазвития отмечают также контроль за физическим состоянием и занятия спортом – 50%. Молодежь со средним специальным образованием выделили больше всего из способов саморазвития – онлайн-курсы от дипломированных специалистов различных сфер – 60%, чтение книг, газет, журналов, научной литературы – 53%, посещение очных тренингов, лекций, семинаров – 53%, обучение в специализированных онлайн-школах – 53% и индивидуальные занятия с репетитором – 53%.

Выводы

Данное исследование позволило выявить отношение студенческой молодёжи к теме саморазвития, степень её включенности и заинтересованности в данном процессе. Фактор уровня образования имеет значительное влияние на мнение респондентов по исследуемой теме, так как во многих вопросах ответы очень разнятся. Данные различия связаны с разным багажом жизненного опыта, знаний, кругозора, так как представители высшего образования старше и проходили предыдущие ступени образования.

По результатам исследования, процесс саморазвития занимает высокое место в системе ценностей студенческой молодёжи. Понимание данного термина, мотивация активно заниматься самосовершенствованием, принятие последствий напрямую зависит от уровня образования индивида.

Список литературы

1. Никонова Э.И. Проблемы саморазвития студенческой молодежи в условиях изменений цифровой среды //Вестник экономики, права и социологии. 2022. №. 4. С. 98-102.

2. Потемкин В.К. Самопознание, самопоиск и саморазвитие молодежи в современной России // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. 2021. №. 4.

3. Ожиганова Г.В. Саморазвитие, способность к саморазвитию и высшая способность к саморазвитию //Научно-педагогическое обозрение. Pedagogical Review. 2021. №. 6 (40). С. 190-198.

4. Леонова Т.И. Саморазвитие личности в ценностной структуре студентов-волонтеров // Психолого-педагогическое сопровождение образовательного процесса. 2021. С. 262-266.

ATTITUDE OF STUDENT YOUTH TO SELF-DEVELOPMENT DEPENDING ON EDUCATION

S.A. Zhuikova

The article is devoted to the study of student youth attitude to self-development depending on education. This research analysis is based on the processing of data obtained from an online survey of university students in Russia. The study details the importance of self-development as a value, as well as its impact on personal development. The main attention is paid to the definition of self-improvement and the degree of students' involvement in this activity. Motives, reasons and factors influencing students' aspirations for personal growth have been identified, and the main sources of information from which student youth gain knowledge about self-development have been considered. In the process of analysis the understanding of the concept of "self-development" was studied, as well as differences in the attitude to this process among student youth depending on their education were revealed.

Keywords: sociological research, education, self-development processes, ways of self-improvement, self-actualization, student youth.

УДК 808.5

ОСНОВЫ ОРАТОРСКОГО МАСТЕРСТВА КАК ОДНА ИЗ ВАЖНЕЙШИХ КОММУНИКАТИВНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖЕРА

К.М. Загаштокова
Пятигорский институт (филиал)
Северо-Кавказского федерального университета

Речь идет о силе ораторского мастерства и о необходимости освоения основ этого мастерства современными менеджерами, чья работа состоит непосредственно из коммуникаций.

Ключевые слова: ораторское мастерство, менеджер, речевая коммуникация, убеждение, **к**оммуникативная компетенция.

Наша жизнь строится на коммуникациях, поэтому практически все люди в разной степени владеют искусством публичного выступления с целью убеждения. Сила ораторского искусства огромна: если мы овладеем им, мы сможем убедить наших оппонентов, затронуть чувства собеседников. Красноречие имеет решающее значение для публичных выступлений и, без сомнения, является ключом к ораторскому мастерству, навыку, который обеспечивает плавную, элегантную и убедительную речь.

Как известно, в процессе коммуникации мы решаем следующие задачи: эффективное получение информации; эффективная передача информации; получение дополнительной информации о собеседнике; достижение поставленной цели путем убеждения собеседника; позитивная самопрезентация. И от степени развития всех видов речевой деятельности человека – говорения, чтения, письма, слушания – напрямую зависит успешность коммуникации.

Особенно важным ораторское искусство является в сфере менеджмента. Речевая деятельность менеджера обусловлена специфической для его профессиональной деятельности интенсивной речевой коммуникацией и предполагает высокий уровень культуры общения, включающий совершенное владение языком в соответствии с современными нормами, умение использовать языковые единицы для построения адекватных речевых высказываний с учетом ситуации и задач общения, умение использовать речь как инструмент не только воздействия, но и взаимодействия с собеседником, как инструмент генерации в нём нового, творческого отношения к своей деятельности и к деятельности коллег.

Часто менеджеру приходится не только проводить деловые встречи, но и выступать перед большой или малой аудиторией. Многие руководители, несмотря на свой высокий статус, длительный и успешный опыт работы, избегают публичных выступлений, предпочитая индивидуальные обращения к сотрудникам или общение через промежуточные инстанции.

В организации в основном используют три вида красноречия: деловое, академическое и социально-бытовое. Деловое красноречие представлено выступлениями на деловых совещаниях, в процессе деловой беседы и деловых переговоров, что предполагает использование специальных терминов, слов в прямом значении, коротких фраз, отсутствие экспрессии. Социально-бытовое красноречие представлено поздравлением юбиляра, напутствием; для этого вида характерны эмоциональность, ярко выраженная ориентация на одобрительную реакцию собравшихся, изложение мыслей в разговорной непринужденной манере, ситуативный характер. Особенностью академического красноречия (доклад, выступление на конференциях) в организации является предназначенность для узкого круга специалистов, информационная насыщенность, научность стиля языка. Некоторые виды академического красноречия предполагают использование текста, что требует тщательной аргументации, владения искусством полемики.

Ораторское искусство считается трансверсальным умением. Это навык, который можно изучить, улучшить и который дает бесконечные преимущества. Реальность такова, что умение выражать себя перед другими является основным инструментом профессиональной деятельности в любом секторе. Но ораторское искусство выходит далеко за рамки слов: это не только речь, но и общение. И это мы делаем с помощью других, не менее ценных элементов, таких как интонация, жесты, взгляды, позы тела. Овладение ими поможет нам разумно излагать свои идеи перед другими. Техника ораторского искусства будет работать независимо от проблемы, с которой мы имеем дело, от ситуации, в которой мы находимся, или от типа говорящего, который находится перед нами.

Преодоление страха и неуверенности перед публичными выступлениями повышает уверенность в себе. Это также доказывает, что мы можем противостоять своим страхам и преодолеть их. Нужно научиться справляться с любой ситуацией, требующей публичного выступления, контроля стресса и сохранения спокойствия. Для этого нужна серьезная подготовка и практика, которая предполагает постоянное совершенствование навыков устного общения. И когда мы осознаем это улучшение, наша уверенность будет расти так же, как и личное удовлетворение.

Ораторское мастерство предполагает улучшение коммуникативных и речевых навыков. Ораторское искусство поможет нам более эффективно освоить интонацию, ритм, артикуляцию, использовать паузы и результативно располагать временем. Мы должны подготовить эффективную речь с богатым и гибким словарным запасом, не забывая также о возможности импровизировать.

Улучшение исследовательских навыков – ещё один плюс от подготовки к устному выступлению. Успешное представление темы в публичном предварительном исследовании имеет важное значение. Это обяжет нас искать заслуживающие доверия и соответствующие источники. Наличие качественной информации тоже поможет нам сделать правильный выбор.

Ораторское искусство обязывает нас основываться на определенном посыле и продвигаться к выводу на основании информации, полученной в ходе исследования, что усиливает дедуктивное мышление. Это тип очень полезных рассуждений как в личной, так и в профессиональной жизни. Более того, он исходит из критического мышления, которое позволяет нам построить эффективную речь, способную убедить нашу аудиторию.

Овладение ораторским искусством позволяет передавать не только свои собственные идеи, но и идеи других. Делать это плавно и ясно, а также уметь убеждать аудиторию – это один из ключевых навыков лидера, жизненно важный для стимулирования перемен. Более того, защита наших идей перед аудиторией из многих людей уже сама по себе приводит к изменениям и помогает нам больше реализоваться, развивает лидерство.

Публичное выступление вызывает интерес у тех, кто нас слушает, не только к нашему посланию, но и к нам самим. Таким образом, ораторское искусство дает нам возможность установить связи с другими профессионалами и ораторами, таким образом помогает создать своеобразную профессиональную сеть.

Ораторский стиль является устной разновидностью публицистического стиля. Как известно, основными целями устного высказывания являются сообщение, убеждение и развлечение. Самая очевидная цель ораторского искусства – убеждение, и оно требует красноречия.

Непосредственный контакт со слушателями позволяет сочетать синтаксические, лексические и фонетические особенности письменной и устной разновидностей языка. Однако по своей ведущей черте ораторский стиль принадлежит к письменной разновидности языка, хотя и модифицируется устной формой высказывания и использованием жестов.

Определенными типичными особенностями разговорной разновидности речи, присутствующими в этом стиле, являются:

а) прямое обращение к собравшимся по специальным формулам (Дамы и господа!; Господин Председатель!; Высокоуважаемые участники конференции!; Уважаемые товарищи! или в менее официальной обстановке: Дорогие друзья!). Выражения прямого обращения могут повторяться в ходе речи и выражаться по-разному (Заметьте! Имейте в виду!);

б) специальные формулы в конце выступления, чтобы поблагодарить аудиторию за внимание (Большое спасибо; Спасибо за уделённое время; Благодарю за встречу);

в) употребление местоимения 1-го лица множественного числа *мы* (Мы считаем эти истины самоочевидными, что все люди созданы равными…) [2];

г) особенности разговорного стиля, такие как вопросы аудитории, когда говорящий пытается установить более тесный контакт: Иногда говорят, что человеку нельзя доверять управление самим собой. Можно ли ему тогда доверять управление другими людьми? Или обращение к аудитории: «Давайте же смело и уверенно следовать нашим собственным принципам» [2].

Как и разговорный стиль, ораторское искусство обычно характеризуется эмоциональной окраской и подтекстом, но есть и отличие. Эмоциональная окраска публицистического стиля высока; оно может быть торжественным или ироничным, но не может иметь пониженных коннотаций (шутливых, грубых, вульгарных или жаргонных), встречающихся в разговорной речи. Лексика выступлений обычно тщательно подбирается и остается преимущественно в сфере высокопарного стиля.

Стилистические приёмы, применяемые в ораторском стиле, определяются условиями общения. Если желание оратора состоит в том, чтобы возбудить аудиторию и держать её в напряжении, он будет использовать различные традиционные стилистические приёмы. Стилистические приёмы тесно переплетаются и дополняют друг друга, образуя сложный узор. Например, антитеза обрамляется параллельными конструкциями, которые, в свою очередь, сопровождаются повторами, а кульминация может образовываться повторами разного рода.

Поскольку аудитория полагается только на память, оратор часто прибегает к повторению, чтобы дать возможность слушателям следовать за ним и запомнить основные моменты речи. К повторам прибегают и для того, чтобы убедить аудиторию, придать вес мнению говорящего. Простое повторение одной и той же мысли и в одной и той же языковой форме может утомить аудиторию и разрушить контакт говорящего с аудиторией, поэтому вместо нее используется синонимический повтор фразы, наполняющий речь деталями и

приукрашивающей ее. Смена интонации нарушает монотонность интонационного рисунка и оживляет внимание слушателей.

Желание говорящего убедить и воодушевить аудиторию приводит к использованию сравнений и метафор, но они, как правило, традиционные, поскольку свежие стилистические приемы могут отвлечь внимание слушателей от основной мысли речи. Кроме того, неожиданные и оригинальные изображения труднее уловить, и этот процесс требует времени.

В наше время существует много возможностей для саморазвития в сфере ораторского мастерства: большое количество коучей, курсов, видео. Среди многообразия информации все же можно выделить основные общеобязательные моменты при подготовке к выступлению:

1. Необходимо заранее чётко и лаконично сформулировать цель, то есть ту идею, ради которой руководитель / менеджер / оратор выступает.
2. Следует прибегать к понятным коллективу речевым стандартам и стереотипам.
3. Выступать рекомендуется не с трибуны, а выйдя вперёд, ближе к аудитории.
4. В случае некоторой враждебности разрядить ситуацию поможет юмор.
5. Желательно заранее заручиться поддержкой некоторых сотрудников относительно темы выступления.
6. Необходимо заранее подготовить ответы на возможные деловые и провокационные вопросы.
7. Какова бы ни была тема выступления, заключение должно быть оптимистичным.

Сегодня обучение ораторскому искусству необходимо для успеха и хорошей профессиональной репутации. Это становится все более важным, учитывая ценность, которую оно дает при объединении команд, их вдохновении и передаче корпоративных ценностей. Правильно выражать идеи, передавать уверенность и энтузиазм, убеждать и влиять на других гораздо ценнее знаний. Они являются краеугольными камнями эффективного и успешного лидерства, основанного на престиже, влиянии и способности вдохновлять других. Кроме того, то, как мы выражаем свои мысли, будет определять, как нас будут воспринимать и ценить другие коллеги. Овладение ораторским искусством может открыть профессиональные возможности, позволяющие нам выделяться на встречах и мероприятиях и прогрессировать в профессиональной карьере.

Список литературы

1. Гойхман О.Я. Речевая коммуникация / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. – М.: Инфра-М, 2008. 272 с.

2. Ильина А.И. Typical features of oratory and speeches / Материалы XII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». URL: https://scienceforum.ru/2020/article/2018023554 (дата обращения: 15.11.2023).

3. Пронякина В.Е. Роль ораторского искусства в работе современного менеджера / Материалы V Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». URL: https://scienceforum.ru/2013/article/2013003663 (дата обращения: 10.11.2023).

4. Шульгина Ю.В. Роль ораторского искусства в менеджменте / Научный словарь-справочник от Автор24 по техническим и гуманитарным дисциплинам. URL: https://spravochnick.ru/menedzhment/rol_oratorskogo_iskusstva_v_menedzhmente/ (дата обращения: 11.11.2023).

5. Ionescu-Caibulea Petru. The Power of Oratory in Modern Leadership / Petru Ionescu-Caibulea // Manager Journal, Faculty of Business and Administration, University of Bucharest. 2014. Vol. 19(1). Pp. 132-138. URL: https://europub.co.uk/articles/-A-440426 (дата обращения: 9.11.2023).

THE BASICS OF PUBLIC SPEAKING AS ONE ONE OF THE MOST IMPORTANT COMMUNICATION COMPETENCIES A MODERN MANAGER

K.M. Zagashtokova

The article talks about the power of public speaking and the need for modern managers to master the basics of this skill, whose work consists directly of communications.

Keywords: oratorical skills, manager, speech communication, persuasion, communicative competence.

УДК 316

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГАДЖЕТОВ СТУДЕНТАМИ С РАЗЛИЧНОЙ АКАДЕМИЧЕСКОЙ УСПЕВАЕМОСТЬЮ

А.Э. Зайцева
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Рассматривается актуальность использования гаджетов в образовании, исследуется влияние использования гаджетов на академическую успеваемость студентов. В ходе исследования были опрошены студенты из разных университетов, которые использовали гаджеты в своей повседневной жизни. Результаты исследования показали, что использование гаджетов имеет как положительные, так и отрицательные последствия для академической успеваемости студентов.

Ключевые слова: гаджеты, успеваемость, студенты, студенческая молодежь, образовательный процесс, образование.

Современные гаджеты – смартфоны, планшеты и ноутбуки играют важную роль в образовательном процессе студентов. Они позволяют получать доступ к информации и учебным материалам, работать над своими заданиями и проектами в любое время и в любом месте, облегчая процесс обучения. Они могут использовать приложения для заметок, электронные таблицы и другие инструменты для создания и организации своих материалов. Однако гаджеты могут отвлекать студентов от учебного процесса. Студенты могут легко увлечься социальными сетями и другими развлекательными приложениями, что может привести к снижению производительности и качества обучения.

По мнению Е.В. Виноградова, гаджеты способны дать новое качество образования при правильном их применении. Уже сейчас они позволяют обучаться по индивидуальным образовательным траекториям, выполнять виртуальные лабораторные работы, использовать компьютерные тренажеры [1]. В статье Е.В. Петровой описаны результаты исследования использования гаджетов в образовательном процессе российскими студентами. Основной причиной использования смартфона на учебных занятиях студенты назвали использование шпаргалок (60%). Самым удобным устройством для обучения студенты назвали мобильный телефон (75%) [2]. Л.В. Сметанкина в статье «Успеваемость и gadgets» описывает результаты исследования бельгийских ученых университетов Гента и Антверпена о влиянии гаджетов на успеваемость студентов. Согласно полученным результатам, устройства отрицательно воздействуют на успеваемость. Если нет необходимости использовать их в

учебных целях, студенты отвлекаются на просмотр своих гаджетов в течение занятия от трех до пяти раз или, минимум, два раза в час [3].

В данном исследовании будет отображено актуальное отношение к гаджетам студентов с различной успеваемостью. Проанализированы мнения студентов о допустимости использования гаджетов на учебных занятиях, времяпровождение в смартфоне во время образовательного процесса, а также влияние на академическую успеваемость такого навыка, как многозадачность при использовании гаджета и оценка продуктивности студентов при использовании гаджетов. Целью исследования является выявление особенностей использования смарт-устройств студентами с различной учебной успеваемостью.

Методология

Авторское социологическое исследование «Использование гаджетов студентами с различной академической успеваемостью» было проведено в ноябре-декабре 2023 г. Методом сбора информации послужил анкетный онлайн-опрос «Гаджеты и учебный процесс». В качестве площадки размещения анкеты использовалась платформа Google Forms. Обработка и первичный анализ социологических данных осуществлялись с использованием аналитического программного обеспечения IBM SPSS Statistics 23.

Исследование посвящено изучению вопроса использования студентами с различной успеваемостью гаджетов и влияние гаджетов на результаты обучения студентов в 2023 г. Всего было опрошено 142 студента региональных ВУЗов (бакалавриат и специалилитет). Доля студентов первого курса составила 34%, второго – около 24%, третьего – около 28%, четвёртого – около 10% и пятого – около 3%. Соотношение по академической успеваемости представлено следующим образом: отлично – около 26%, хорошо – около 58%, удовлетворительно – 9%, были пересдачи – около 5%.

Цель данного исследования – выявление особенностей активного использования гаджетов в учебном процессе и академической успеваемости студентов.

Результаты

Наиболее часто используемый гаджет для всех студентов – смартфон. Не имеют его лишь 2% опрошенных. На втором месте – ноутбук, третье место занимает персональный компьютер. Студенты с хорошей успеваемостью чаще используют второй смартфон, чем студенты-отличники. Студенты с оценкой «удовлетворительно» гораздо чаще используют второй смартфон, чем студенты с опытом пересдач. Среди неуспевающих студентов наиболее высока доля тех, кто не имеет второго смартфона.

Большинство опрошенных студентов с любой успеваемостью допускают возможность использования гаджетов на обычных занятиях, а также склоняются к недопустимости их применения на зачетах и экзаменах. По результатам исследования отличники и студенты, у которых были пересдачи, в большей степени считают допустимым использование гаджетов на зачетах и экзаменах, чем студенты с оценками «хорошо» и «удовлетворительно».

Среди опрошенных студентов в тройку наиболее часто называемых форм времяпровождения в смартфоне во время учебного процесса попадают «Использую в учебных целях», «Общение в социальных сетях», «Поиск информации для подготовки к другим парам» для студентов любой успеваемости. Примечательно, что менее успевающие студенты чаще прослушивают музыку как на лекциях, так и на семинарах, студенты с опытом пересдач чаще других отвлекаются на изучение посторонней литературы.

Студенты с отличной и хорошей успеваемостью, а также студенты с опытом пересдач почти в равной степени на всех парах используют гаджет для фиксирования информации, тем самым сокращая количество использования бумажных материалов. На большинстве пар «студенты-отличники» и «студенты-троечники» гораздо чаще, чем остальные группы, используют смартфон в учебных целях. Самой многочисленной группой, ответившей, что никогда не использовала смартфон в образовательных целях, стала групп студентов с опытом пересдач.

Большинство опрошенных студентов с любой успеваемостью склоняются к согласию с тем, что смартфон неоднократно помогал им во время сдачи контрольных работ, зачетов и экзаменов. Обратная ситуация возникла с утверждением «Смартфон заменил мне тетради, все конспекты пишу в нем»: превалирующее число представителей каждой группы по успеваемости склонны не согласиться с данным утверждением (сумма показателя «не согласен» превышает сумму показателя «согласен» в каждой группе).

Самым частым способом выполнения домашних заданий опрошенные студенты с различной успеваемостью назвали простой поиск в интернете. Примечательно, что среди неуспевающих студентов с опытом пересдач чаще всего отмечали, что при выполнении домашних заданий никогда не прибегали к использованию нейросетей (43%), тогда как другие группы реже говорили о том, что не пользуются искусственным интеллектом для выполнения учебных задач. Студенты с отличной успеваемостью – единственная группа, кто совершенно точно использовали специализированные сайты (сайты научных журналов, библиотек). Показатель «никогда» в этой группе 0%.

Термин «многозадачность» в данном социологическом исследовании обозначает способность одновременного выполнения нескольких задач с помощью смартфона или другого девайса. Согласно полученным данным, опрошенным студентам с любой успеваемостью в той или иной степени многозадачность в использовании гаджетов помогает в получении высоких оценок. Лишь среди неуспевающих студентов почти 30% отмечают, что способность выполнять несколько функций в гаджете не помогает им в получении хороших оценок.

Таблица

Получение высоких оценок благодаря многозадачности, %

отлично				**хорошо**				**удовлетворительно**				**были пересдачи**			
Всегда помогает	Иногда помогает	Не помогает	Затрудняюсь ответить	Всегда помогает	Иногда помогает	Не помогает	Затрудняюсь ответить	Всегда помогает	Иногда помогает	Не помогает	Затрудняюсь ответить	Всегда помогает	Иногда помогает	Не помогает	Затрудняюсь ответить
32	58	5	5	27	54	6	13	23	69	8	0	43	14	29	14

Использование гаджетов в образовательном процессе способствует повышению продуктивности студентов, что проявляется в более качественном выполнении учебных заданий. Доступность различных онлайн-ресурсов и приложений помогают студентам более эффективно организовывать свое время и учебный процесс. Среди опрошенных студентов любой успеваемости наиболее высокий показатель ответов набрало утверждение о возрастании продуктивности при использовании гаджетов. В трех группах, за исключением студентов с опытом пересдач, около ¼ ответов набрало утверждение, что их продуктивность не изменилась. Среди группы неуспевающих студентов почти 30% говорят о том, что их продуктивность снизилась.



Рис. Продуктивность при использовании гаджетов, %

Заключение

Смартфоны, планшеты, ноутбуки и другие гаджеты стали неотъемлемой частью учебного процесса. Студенты используют смарт-девайсы как на лекциях и семинарах, так и на зачетах и экзаменах. Согласно результатам проведенного исследования, студенты с отличной успеваемостью и студенты с опытом пересдач в большей степени допускают использование гаджетов во время сессии.

Смартфон – наиболее используемый студентами гаджет. Во время учебного процесса молодые люди чаще всего применяют его для общения в социальных сетях, в учебных целях и для поиска информации к другим парам. Менее успевающие студенты («удовлетворительно» и «были пересдачи») чаще остальных отвлекаются на прослушивание музыки во время занятий, чтение неучебной литературы.

Студенты с отличной и хорошей успеваемостью, а также студенты с опытом пересдач чаще всего используют смартфон с целью фиксирования информации на учебных занятиях. Студенты с любой успеваемостью отмечали, что использование смартфона во время сессии и контрольных работ очень им помогало.

Использование гаджетов во время учебного процесса может влиять на продуктивность студентов как положительно, так и отрицательно. Большая часть опрошенных студентов в каждой группе отметили, что использование смарт-девайсов способствовало повышению их продуктивности. Лишь среди студентов с опытом пересдач почти 1/3 опрошенных высказали, что их продуктивность снизилась.

Таким образом, использование гаджетов в учебном процессе имеет свои плюсы и минусы. Чаще всего для неуспевающих студентов гаджеты становятся отвлекающим фактором, мешающим сосредоточиться на образовательном процессе, и, как следствие, их академическая успеваемость ухудшается. Студенты с хорошей успеваемостью чаще используют гаджеты в учебных целях, способны выполнять в смарт-устройствах несколько задач: благодаря гаджетам их успеваемость и продуктивность улучшается. Правильное применение гаджетов в образовательном процессе может поспособствовать лучшему освоению учебного материала, более активному участию в занятиях, повышению продуктивности и улучшению успеваемости студентов.

Список литературы

1. Виноградов Е.В. Использование современных гаджетов как элемент повышения качества самостоятельной работы студентов // Сфера знаний в вопросах культуры, науки и образования. 2018. С. 159-167.
2. Петрова Е.В. Роль гаджетов в сфере образования // Постулат. 2022. №6. С. 3-4.
3. Сметанкина Л.В. Успеваемость и gadgets // Педагогические и социальные вопросы образования. 2020. С. 16-19.

THE USE OF GADGETS BY STUDENTS WITH DIFFERENT ACADEMIC

A.E. Zaiceva

The article discusses the relevance of using gadgets in education and explores the impact of gadget use on students' academic grades. During the research, students from different universities who used gadgets in their daily lives were surveyed. The results showed that the use of gadgets has both positive and negative consequences for students' academic grades.

Keywords: gadgets, grades, students, student youths, educational process, education.

УДК 316.65

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВОСПРИЯТИЯ СТАРОЙ ОДЕЖДЫ И ЕЕ РОЛИ В ОБНОВЛЕНИИ ГАРДЕРОБА МОЛОДЕЖИ

К.Р. Закерова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет имени Н.И. Лобачевского

Представлены результаты социологического исследования «Отношение молодежи к старой одежде». Использован метод анкетного онлайн-опроса. Исследование охватывает различные аспекты, включая мотивацию сохранения старой одежды, преимущества и недостатки ее использования, стратегии обновления гардероба. Через систематический опрос девушек и юношей были выявлены ключевые тенденции и различия в подходах к управлению гардеробом. В результате исследования было выявлено, что восприятие старой одежды молодежью обширно и многогранно, охватывает аспекты эстетики, сентиментальности, практичности и устойчивости.

Ключевые слова: старая одежда, устойчивое потребление, символическая сила одежды, быстрая мода, медленная мода.

Отношение к старой одежде становится важным исследовательским аспектом в социологии современного потребления и образа жизни. В мире, где модные тренды меняются с бешеной скоростью и поток новых коллекций непрерывен, вопрос о том, как люди воспринимают и взаимодействуют со своей старой одеждой, приобретает новый смысл. Это не только вопрос индивидуального выбора, но и зеркало социокультурных изменений и отражение отношения к ресурсам, потреблению и устойчивости. Возможности повторного использования одежды сопровождаются разнообразными противоречиями – социальными, экономическими, экологическими, мировоззренческими аспектами. С одной стороны, его значение возрастает, в связи с тенденцией избыточного потребления в развитых странах. По данным Британского агентства Waste & Resources Action Programme, только в Великобритании £44 млрд. тратится каждый год на одежду, £4000 стоит вся одежда у средней семьи, 30% одежды остается неношеной в течение года, £140 млн стоит одежда, которая выбрасывается ежегодно [1, с. 150]. В России тоже уделяется внимание вторичной переработке вещей. Одежда, текстиль рано или поздно оказываются на свалках и загрязняют почву и воздух. Площадь свалок в России достигает 4 млн. га, а текстиль составляет от 2% до 7% мусора на полигонах [2].

Жан Бодрийяр отмечал, что продолжительность жизни вещей в современных капиталистических обществах значительно сократилась, именно поэтому он описывал их как «цивилизацию мусорной корзины». Этим

обществам присуща культура безграничной расточительности и фантастической демонстративности, а современные герои – это, прежде всего, герои потребления [3].

Другой феномен получил название «быстрая мода». Этот стало возможным благодаря появлению транснациональных розничных сетей, таких как Zara и H&M. Основной принцип их деятельности – быстрое реагирование на запросы потребителей и оперативное подхватывание модных тенденций с последующим быстрым производством и доставкой товаров. Такие компании способны точно угадывать запросы рынка и обеспечивать эффективный товарооборот. «Технология позволяет осуществлять производство точно в срок и увеличивать товарооборот. Дизайны, как и сами вещи, производятся с расчетом на более ограниченную продолжительность жизни» [4, с. 428]. Потребительская рациональность в быстрой моде состоит в том, что люди ценят новизну, современность и доступную цену, и в гораздо меньшей степени их заботят качество и долговечность вещей. Феномен быстрой моды привел к значительному увеличению производства и потребления одежды, что, в свою очередь, привело к возрастанию объемов неиспользуемой и выброшенной одежды. Принципы функционирования индустрии быстрой моды схожи с теми, которые описал Джордж Ритцер, рассматривая рынок фаст-фуда. Ритцер назвал феномен, при котором все эти качества приобретают гипертрофированные масштабы, распространяясь на различные сферы общества, «процессом макдональдизации» [5].

Недавно появилась новая концепция, выступающая в противовес «быстрой моде». В отличие от быстрой моды, медленная мода призывает к долгосрочному использованию одежды, уважению к местным ресурсам и прозрачности в производстве. Она ставит перед собой цель создания высококачественных изделий с длительным сроком службы, а также поддерживает идею ответственного потребления, где каждая покупка рассматривается как инвестиция в качественные и долговечные вещи, способные сохранить свою актуальность на протяжении длительного времени. [4, с. 428].

Ключевой точкой в анализе исследования отношения к старой одежде является осознание силы символов, которые каждая вещь несет в себе. Одежда становится не просто элементом гардероба, но и источником рассказов о прошлом, свидетельством событий и переживаний. Символическая сила старой одежды может быть огромной. Например, носить наследованную одежду или предметы, связанные с определенными событиями или людьми, может быть способом сохранения связи с прошлым и сохранения ценных памятных моментов. В то же время, отношение к старой одежде может быть связано с

модой и трендами, поскольку некоторые вещи могут приобрести новую ценность, благодаря ретростилю или возврату модных тенденций.

Социологическое исследование «Отношение молодежи к старой одежде» было проведено в ноябре 2023 г. Методом сбора информации выступил анкетный онлайн-опрос. В качестве площадки размещения анкеты использовалась платформа Google Forms. Обработка и первичный анализ социологических данных осуществлялись с использованием аналитического программного обеспечения IBM SPSS Statistics 23. Исследование посвящено изучению социальных и культурных аспектов отношения молодежи к старой одежде, а также роли, которую она играет в их гардеробе. Изучается, как старая одежда вписывается в современные тенденции моды и каким образом она может быть использована для обновления гардероба. Состав выборки – молодежь Нижегородской области, в их числе 74% девушки и 26% юноши. Возраст респондентов 18-35 лет. Опрошено 155 человек (N=155).

Процесс обновления гардероба может быть вызван различными факторами: приход нового сезона, изменение работы или личных обстоятельств, стремление следовать модным тенденциям. Например, около 18% девушек и 33% юношей предпочитают не переживать по поводу обновления гардероба, пока старые вещи не приходят в негодность. У мужчин этот процент выше, что может указывать на более практический и функциональный подход к моде, ответственному потреблению и более осознанному отношению к покупкам.

Понимание, из каких компонентов состоит гардероб молодых людей, даёт взгляд на динамику модных предпочтений в современном мире и на осознанность потребления. Большинство опрошенных, особенно девушек (54%), предпочитают сбалансированный подход, интегрируя как доступные, так и дорогие вещи. Это отражает стремление к разнообразию стиля и готовность вкладываться в более качественные предметы одежды.

Большинство опрошенных – юноши (46%) и девушки (57%) признают наличие в гардеробе вещей, которые либо не подходят им по размеру, либо давно не использовались. Далее мы задали вопрос, «Беспокоит ли Вас количество одежды, которое Вы не носите?». В варианте ответа – «Нет, я не обращаю на это внимания и просто храню все свои вещи без разбора» – отмечается более выраженная тенденция у юношей (33%) сохранять вещи без активного внимания к необходимости избавления от старой одежды по сравнению с девушками (8%).

Значительное большинство девушек (80%) считают, что старую одежду можно использовать для конкретных целей – защита от грязи при работе в саду. Юноши, хотя в меньшей степени (61%), тоже видят практичность в

использовании старой одежды для подобных целей. Более половины юношей (53%) считают, что старая одежда может быть более удобной.

Рассмотрим преимущества использования старой одежды. Оба пола в целом высоко ценят устойчивые методы использования старой одежды, включая благотворительность, переработку и творческое преобразование. Наибольший акцент женщин сосредоточен на благотворительности (61%) и экологии (44%), в то время как у мужчин более выражен интерес к экономии денег через повторное использование старых вещей (56%).

Теперь рассмотрим недостатки использования старой одежды. Опрошенные в основном обращают внимание на проблемы изношенности (78% – девушки, 69% – юноши). Интересно отметить, что юноши (15%) более часто, чем девушки (3%), не видят серьезных недостатков в использовании старой одежды. Это может отражать более практический подход молодых мужчин к управлению гардеробом.

Понимание того, когда пришло время избавиться от определенной одежды, является неотъемлемой частью эффективного управления гардеробом. Практически все опрошенные (девушки 81%, юноши 85%) согласны, что поврежденная одежда, которую нельзя отремонтировать, должна быть выброшена. Достаточно большой процент респондентов, особенно среди мужчин (82%), указывают, что размер одежды становится основанием для её замены, среди девушек это мнение не так популярно (56%). Девушки (26%) чаще, чем юноши (5%), обращают внимание на модные тенденции и соответствие стилю как факторы для избавления от старой одежды.

Рассмотрим предпочтения юношей и девушек в отношении возможных способов вторичного использования одежды. Девушки (43%) проявили больший интерес к идее создания кукол из старой одежды по сравнению с юношами (23%), что может отражать более распространенное восприятие кукольного творчества женской аудиторией. Интерес к переделке старой одежды в предметы интерьера более выражен у юношей (33%), девушки (18%).

Можно сделать вывод, что обновление гардероба представляет собой сложный и многогранный процесс, отражающий не только модные предпочтения, но и ценности, связанные с устойчивостью, индивидуальностью и эмоциональной привязанностью молодежи к одежде. Беспокойство по поводу количества неиспользуемой одежды раскрывает различия в подходе к управлению гардеробом. Девушки оказались более систематичными и проактивными в регулярном пересмотре гардероба, в то время как у юношей выражена тенденция сохранять вещи без активного внимания к необходимости избавления от старой одежды. В отношении вторичного использования старой

одежды девушки и юноши проявляют интерес к творческим подходам. Создание новых предметов одежды, участие в экологически ответственных проектах и даже кукольное творчество находят своих поклонников. Это свидетельствует о стремлении молодежи к устойчивому и творческому обращению с одеждой.

Список литературы

1. Лысова М.Ю. Вторичное использование одежды: противоречия и перспективы // Взаимодействие науки и общества: проблемы и перспективы: сборник статей Международной научно-практической конференции: в 4 частях, Казань, 08 июня 2017 года. Том Часть 1. – Казань: Общество с ограниченной ответственностью "ОМЕГА САЙНС", 2017. С. 149-152.

2. Утилизация промышленных отходов в России и в мире: проблемы и решения. URL: https://magazine.neftegaz.ru/articles/ekologiya/536780-utilizatsiya-promyshlennykh-otkhodov-v-rossii-i-v-mire-problemy-i-resheniya/?ysclid=lqzh89z36m815192879 (дата обращения: 30.12.2023).

3. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М.: Культурная революция; Республика, 2006. 269 с.

4. Clark H. SLOW + FASHION – an oxymoron – or a promise for the future...? // Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture. Vol. 12. No. 4. 2008. P. 427-446.

5. Ritzer G. The McDonaldization of society. 6th ed. Los Angeles: SAGE, 2011.

SOCIOLOGICAL ANALYSIS OF THE PERCEPTION OF OLD CLOTHES AND ITS ROLE IN UPDATING THE WARDROBE OF YOUNG PEOPLE

K.R. Zakerova

The results of a sociological study on the topic "The attitude of young people to old clothes" are presented. An online questionnaire survey was used for the study. The study covers various aspects, including the motivations for keeping old clothes, the advantages and disadvantages of using them, as well as wardrobe renovation strategies. Through a systematic survey among girls and boys, key trends and differences in approaches to wardrobe management were identified. As a result of the study, it was revealed that the perception of old clothes among young people is extensive and multifaceted, covering aspects of aesthetics, sentimentality, practicality, and sustainability.

Keywords: old clothes, sustainable consumption, symbolic power of clothing, fast fashion, slow fashion.

УДК 316.77

НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫЕ ПРОЕКТЫ НА YOUTUBE: ТЕМАТИКА И ДОВЕРИЕ К НИМ СТУДЕНТОВ

А.В. Зеленова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Представлены результаты социологического исследования «Отношение студентов разных специальностей к научно-популярным проектам на YouTube» (n=202). Тематика научно-популярных каналов на YouTube связана с получаемой специальностью. Студенты склонны рассматривать научно-популярные ролики как совмещение образовательной и досуговой практик, при этом внимательно относятся к полученной информации, проверяя её дополнительно.

Ключевые слова: научно-популярные каналы на YouTube, популяризация науки, досуговые практики студентов, медиатизация образования, образовательные ролики.

В современном информационном обществе потребность получения новых знаний, повышения профессиональных компетенций, изучения новых технологий возникает изо дня в день. Это обусловлено вызовами «текучей современности» [1], которые определяются трансформацией социальных, политических, экономических и культурных факторов.

Чтобы идти в ногу со временем, необходимым становится постоянное развитие и образование. Отмечается колоссальное расширение источников знаний, рост числа участников образовательных процессов, разнообразие форм представления и получения информации и хабитуализацией онлайн обучения. Эти процессы – результат медиатизации образовательной деятельности – взаимовлияния институтов образования и медиа. Мультимедийные обучающие материалы становятся неотъемлемой частью методического и информационного обеспечения образовательного процесса, а различные формы и способы представления обучающей информации позволяют обращается к ней и как с целью повышения образовательного уровня, так и для проведения досуга.

Одна из наиболее популярных площадок размещения информации – видеоплатформа YouTube. Согласно данным ВЦИОМ, в России почти 60% опрошенных людей активно пользуются данным видеохостингом (около 90 млн человек) [2]. Ежедневно она пополняется новыми видеороликами различного характера, в том числе и образовательного. Многие каналы на YouTube предлагают качественный контент, который помогает получить новые знания и навыки. Видеохостинги становятся средством коммуникации, в которых

формируется особая культура интернет-общения, обладающая своим собственным языком [3].

В апреле-мае 2023г. было проведено социологическое исследование «Отношение **студентов разных специальностей к научно-популярным проектам на YouTube**» с целью выявления специфики отношения студентов разных специальностей ННГУ им. Н.И. Лобачевского к научно-популярным проектам на YouTube. Метод исследования – анкетный онлайн-опрос студентов ННГУ (n=202).

Примерно половина студентов просматривают научно-популярные ролики на YouTube несколько раз в месяц, около трети опрошенных – несколько раз в неделю.

Таблица 1

Частота просмотра научно-популярных проектов, %

Ежедневно	9
Несколько раз в неделю	29
Несколько раз в месяц	51
Не смотрю	11

Среди наиболее интересных тем выделяются психология и история, несколько больше указанными темами интересуются студенты гуманитарных направлений, однако уровень заинтересованности психологией среди студентов естественно-научных и технических направлений тоже высок. Интерес представляют научные открытия и изобретения, здесь распределение по направлениям примерно одинаковое. Студенты технических направлений отмечали, что наибольший интерес для них представляют научно-популярные ролики по математике и программированию.

Таблица 2

Темы научно-популярных проектов, которые интересны для студентов

	Гуманитарное направление	**Естественно-научное направление**	**Техническое направление**	**По всем направлениям**
	Количество	**Количество**	**Количество**	**Количество**
Астрономия	15	25	26	66
Биология	26	31	13	70
Физика	13	28	35	76
Химия	4	35	10	49
История	49	25	36	110
Научные открытия и изобретения	29	35	33	97
Психология	55	41	40	136
Другое	11	6	9	26

На основе открытого вопроса студентам «Какие научно-популярные каналы на YouTube Вы чаще всего смотрите?», был выявлен топ-10 научно-популярных проектов:

1. Топлес
2. Правое полушарие интроверта
3. Utopia Show
4. Физика от побединского
5. Постнаука
6. SciOne
7. QWERTY
8. Станислав Дробышевский
9. TED
10. Тамара Эйдельман

Большинство из этих каналов ведут профессионалы в своей сфере вещания, исключение составили Топлес, Utopia Show и SkiOne. Первые два из них ведут блогеры, а последний – журналист. Основным форматом данных каналов является «говорящая голова», то есть в кадре присутствует спикер, который что-то рассказывает, на фоне может быть видео или отдельные вставки с видеофрагментами.

Среди преимуществ научно-популярных проектов перед другими способами получения информации выделяется простота и доступность изложения сложных тем, а также наличие интересных фактов и качество анимации и визуализации.

Таблица 3

Основные преимущества научно-популярных проектов на YouTube перед другими источниками информации о науке, %

	Простота и доступность изложения сложных тем	Качество анимации и визуализации	Интересные факты	Профессионализм ведущих	Большой выбор тем и каналов	Другое
Гуманитарное	61	7	17	3	10	3
Естественно-научное	59	13	13	0	11	5
Техническое	59	12	12	5	9	3

Студенты всех направлений подготовки готовы рассматривать потребление научно-популярного контента как досуговую практику. Однако, несмотря на это, молодые люди относятся к информации, полученной таким образом, очень внимательно: с одной стороны, студенты в большей степени доверяют профессионалам, чем блогерам или журналистам; с другой – большинство студентов проверяют полученную информацию дополнительно.



Рис. 1. Уровень доверия к информации, полученной из научно-популярных роликов на YouTube, %

Таким образом, научно-популярные ролики играют важную роль в образовательном процессе, поскольку, благодаря визуальной ясности материала и техническим возможностям медиаформата (повтор, пауза), позволяют лучше понять сложные концепции. Среди преимуществ такого способа самообразования студенты отмечают простоту и доступность изложения сложных концепций.

Среди наиболее популярных тем выделяются психология и история, а студенты технических направлений отмечают среди приоритетных тем научно-популярных роликов математику и программирование.

Студенты склонны совмещать досуговые практики и процессы образование, но несмотря на это, они внимательно относятся к полученной информации и проверяют её. Интересным является тот факт, что среди наиболее популярных YouTube каналов, по мнению студентов, в 7 из 10 случаев спикерами являются профессионалы.

Молодые люди считают, что научно-популярные ролики являются важным каналом популяризации науки. Они позволяют повысить общую грамотность и образование в целом, поскольку большинство из них охватывают широкий круг тем, объясняют простым языком сложные вещи и тем самым заинтересовывают большое количество людей.

Список литературы

1. Бауман З. Текучая современность. – СПб.: Питер, 2008. 240 с.
2. Пресс-выпуск ВЦИОМ: «YouTube – «телевидение» XXI века». [online]. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/youtube-televidenie-xxi-veka. (дата обращения: 15.08.2023).
3. Горшкова Л.А. Коммуникативные особенности социального медиа YouTube в современном информационном пространстве // Медиасреда. 2020. №2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-osobennosti-sotsialnogo-media-youtube-v-sovremennom-informatsionnom-prostranstve (дата обращения: 15.08.2023).

POPULAR SCIENCE PROJECTS ON YOUTUBE: TOPICS AND TRUST IN INFORMATION

A.V. Zelenova

The article presents the results of a sociological study "The attitude of students of different specialties to popular science projects on YouTube" (n=202). The topic of popular science channels on YouTube is related to the specialty being received. Students tend to consider popular science videos as a combination of educational and leisure practices, while carefully considering the information received, checking it additionally.

Keywords: popular science channels on YouTube, popularization of science, leisure practices of students, mediatization of education, educational videos.

УДК 159.99

РОЛЬ ШКОЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ПЕДАГОГОВ И ПСИХОЛОГОВ В ПРОФИЛАКТИКЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ТРАВЛИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

А.Д. Зубова
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Раскрывается сущность понятия «психологическая травля в сети Интернет», проанализированы ее признаки и виды. Рассмотрена ролевая модель психологической травли в сети Интернет. Раскрыта роль школьных социальных педагогов и психологов в профилактике психологической травли в подростковой среде.

Ключевые слова: психологическая травля в сети Интернет, кибербуллинг, профилактика, подростки, школьная социально-психологическая служба, арт-терапия.

Благодаря развитию современных гаджетов, информационное пространство стало важной средой социализации подростков. Помимо реализации важнейшего мотива поиска друзей путем установления социальных связей, виртуальная среда стала пространством выражения агрессии и подросткового негативизма, одной из форм проявления школьного насилия. Вследствие широкого распространения и тяжести последствий, школьная травля, или буллинг, является одной из актуальных проблем современного образования. На первый взгляд, отсутствие физического контакта делает психологическую травлю в сети Интернет менее опасной формой деструктивного поведения, чем прямое физическое воздействие «агрессора» на «жертву». Однако многие исследования свидетельствуют о тяжелых немедленных и отдаленных последствиях у людей, подвергавшихся психологическому насилию в подростковом возрасте.

Психологическая травля в сети Интернет определяется как агрессивная, умышленная, продолжительная во времени активность, совершаемая одним лицом или группой лиц с использованием электронных форм контакта и повторяющаяся неоднократно в отношении жертвы, которой трудно защитить себя [1].

Социальная модель психологической травли в сети Интернет включает следующие типовые роли участников [1].

«Преследователи» – являются инициаторами травли. Их характеризует маниакально высокий уровень активности в среде Интернет, привлекающий внимание большого количества последователей в социальных сетях.

Издевательства над «жертвами» позволяют «преследователям» демонстрировать своей аудитории силу и влияние, что способствует вербовке новых последователей.

«Жертвы» – участники социального взаимодействия в виртуальной среде, которые подвергаются психологической травле. «Жертвами», как правило, становятся эмоционально неустойчивые школьники, которых «преследователи» легко находят с помощью разного рода провокаций в сети Интернет. Вследствие низкого социального статуса «жертвам» трудно получить поддержку от сверстников для организации отпора «преследователю».

«Помощники преследователей» – участники травли в социальных сетях, которые помогают «преследователю» осуществлять психологическое давление на «жертву». Их мотивирует возможность посредством таких действий получить одобрение социально значимого агрессора и тем самым повысить свой социальный статус в группе.

«Защитники» – движимые альтруистическими мотивами эти подростки стараются устранить деструктивное напряжение между «преследователем» и «жертвой». Для «защитников» свойственны такие личностные особенности, как эмпатия и понимание, готовность прийти на помощь.

«Наблюдатели» – свидетели психологической травли, которые косвенно участвуют в социальном взаимодействии между «преследователем» и «жертвой». Эти подростки составляют ту значимую аудиторию, для которой «преследователь» устраивает публичную травлю «жертвы». Без их внимания и соответствующей реакции в сети Интернет издевательства над «жертвой» теряют для «преследователя» всякий смысл.

Описанная социальная модель реализуется в виде одной формы или, что встречается чаще, при сочетании нескольких форм агрессивного онлайн-преследования. Наиболее часто подростки подвергаются следующим формам психологической травли в сети Интернет: словесная перепалка – обмен короткими эмоциональными репликами между двумя и более людьми, разворачивающаяся на публичных страницах; нападки – повторяющиеся оскорбительные сообщения, направленные на жертву (например, сотни сообщений, постоянные звонки), с перегрузкой персональных каналов коммуникации; клевета – распространение оскорбительной и неправдивой информации (текстовые сообщения, фото, песни); самозванство – преследователь позиционирует себя как жертву, используя ее пароль доступа к аккаунту в социальных сетях, в блоге и т.д., либо создает страничку от имени жертвы [2].

Поскольку прекращение психологической травли в подростковой среде или работа с ее последствиями является очень сложной проблемой, требующей межведомственного и междисциплинарного подхода, более продуктивной стратегией является деятельность по предупреждению возникновения этого деструктивного явления. Системообразующим субъектом такой профилактической работы может стать школьная социально-психологическая служба, в которой работают социальные педагоги и психологи. Именно эти специалисты обладают необходимой квалификацией для проведения различных форм профилактической работы с подростками, а также включения в эту важную работу представителей администрации, педагогов общеобразовательных школ, педагогов дополнительного образования и родителей школьников.

Работа по профилактике психологической травли в сети Интернет, организуемая специалистами школьной социально-психологическая службы, должна опираться на ряд важных принципов, а именно: гуманизм, демократичность, конфиденциальность и учет возрастных особенностей. Их реализация создает оптимальные условия для установления субъект-субъектного взаимодействия между специалистами школьной социально-психологической службы и подростками, составляющими группу риска возникновения случаев агрессивного онлайн-преследования.

Содержание профилактической работы школьных социальных педагогов и психологов с подростками включает ряд основных этапов. Прежде всего, на основе диагностики специалисты школьной социально-психологической службы должны выделить группу риска. Знание личностных характеристик и поведенческих стратегий потенциальных участников психологической травли в сети Интернет позволяет сделать этот этап максимально эффективным. Для проведения этой работы могут применяться разные диагностические методики, например, психологические тесты на самооценку и на определение уровня тревожности подростков.

Вторым важным этапом профилактики психологической травли является развивающая работа, направленная на развитие личностных потенциалов подростков группы риска, повышение уровня их самооценки и уверенности в себе. Одним из направлений такой работы могут быть творческие занятия с элементами арт-терапии, организуемые специалистами школьной социально-психологической службы совместно с педагогами дополнительного образования. Разнообразие направленностей современного дополнительного образования детей позволяет в зависимости от личностных особенностей и индивидуальных предпочтений подростков выбирать разнообразные формы таких занятий. К основным формам развивающих занятий с элементами арт-

терапии можно отнести следующие: основанные на музыкотерапии (восприятие музыки), вокалотерапии; изотерапии (рисуночная терапия) – воздействие средствами изобразительного искусства: рисование, лепка, декоративно-прикладное искусство; кинезитерапии (танцевальная терапия, коррекционная ритмика); имаготерапии (воздействие через образ, театрализацию): куклотерапия, образно-ролевая драматизация, психодрама; психогимнастики (воздействие основывается на двигательной экспрессии, мимике и пантомиме) [2].

Проблема профилактики деструктивных явлений в подростковой среде, таких, как психологическая травля в сети Интернет, требует целенаправленной работы в каждом общеобразовательном учреждении. Развитие кадрового, методического и материально-технического потенциала школьных социально-психологических служб является одним из путей повышения эффективности этой работы.

Список литературы

1. Содатова Г.У., Ярмина А.Н. Кибербуллинг: особенности, ролевая структура, детско-родительские отношения и стратегии совладания // Национальный психологический журнал. 2019. № 3 (35). С. 17–27.

2. Зинцова А.С. Социальная профилактика кибербуллинга // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2014. № 3 (35). С. 122- 128.

THE ROLE OF SCHOOL SOCIAL PEDAGOGUES AND PSYCHOLOGISTS IN THE PREVENTION OF PSYCHOLOGICAL BULLYING ON THE INTERNET

A.D. Zubova

The essence of the concept of «psychological bullying on the Internet» is revealed, its signs and types are analyzed. The role model of psychological bullying on the Internet is considered. The role of school social pedagogues and psychologists in the prevention of psychological bullying in the teenager environment is revealed.

Keywords: psychological bullying on the Internet, cyberbullying, prevention, teenagers, school social and psychological service, art-therapy.

УДК 316

КОММУНИКАЦИЯ ПОДРОСТКОВ В МОЛОДЕЖНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Ю.А. Исаева
Национальный Исследовательский Нижегородский государственный университет им Н.И. Лобачевского

Развитие молодёжного движения в России очень актуально, для поддержания траектории активистского и добровольческого направлений необходимо грамотно выстроить коммуникацию в молодёжных организациях, в первую очередь между её участниками. Цель данного исследования на примере деятельности Координационного совета Ассоциации учащейся молодёжи «Единство» в г. Нижнем Новгороде показать положительный опыт в построении коммуникации подростков в молодёжной организации.

Ключевые слова: молодежная организация, подростки, коммуникация.

Поведение несовершеннолетних определяется ключевыми задачами их развития, которые обусловлены такими факторами, как пубертатные и когнитивные изменения, принадлежность к определенному полу и социальному классу, а также включают необходимость формирования своей идентичности, автономии и установления межличностных отношений [1]. Молодежные организации играют важную роль в социализации подростков и формировании их мировоззрения. Важнейшим фактором адаптации подростков в социокультурной среде является общение. Из этого следует, что особенности межличностной коммуникации являются показателем адаптивности личности. Ключевую роль во взаимоприспособлении субъектов коммуникации играет толерантность как позитивное отношение к окружающим людям и механизм регуляции моделей поведения. Чем меньше негативных ассоциаций испытывает подросток в контексте межличностной коммуникации, тем выше его способность к адаптации [2]. Такие организации предоставляют возможность для общения и обмена опытом между подростками разных возрастов и социальных групп, помогают развивать навыки и таланты. Коммуникация между подростками и взрослыми может способствовать формированию более глубокого взаимопонимания поколений. Это важно для создания эффективных команд и успешного решения задач.

Тема коммуникации подростков внутри молодежного сообщества становится все более актуальной. Организация деятельности внутри детского объединения является одним из основополагающих факторов для развития и существования данного коллектива, так как подростки являются важным

ресурсом, который может способствовать развитию общества и улучшению качества жизни.

Коммуникация подростков внутри организации может способствовать их социализации и адаптации в обществе. Исследователи обращают внимание на значимость для личностного развития подростков вектора направленности общения со сверстниками: если подросток не может найти адекватную своим потребностям группу и установить конструктивное взаимодействие с членами данной группы, происходят серьезные нарушения в его личностной сфере – замкнутость, закрытость, агрессивность, тревожность, чувство одиночества и ощущение ненужности [2]. Подростки могут научиться работать в команде, решать конфликты и уважать мнение других людей. Регулирующая роль общения связана с тем, что оно не просто объединяет людей для совместных действий и общей деятельности, а укрепляет, упрочивает их отношения. В процессах общения коммуникативные функции направлены на конструирование разных по направленности, содержанию и длительности связей человека с другими людьми. Важно отметить, что общение между подростками в рамках молодежных организаций может быть более продуктивным и безопасным, чем общение в других контекстах.

Однако, несмотря на все преимущества, существуют и определенные проблемы, связанные с коммуникацией подростков внутри организации. Например, некоторые подростки могут испытывать трудности в общении со взрослыми или своими сверстниками из-за различных барьеров. Кроме того, некоторые организации могут не учитывать особенности подросткового возраста, что может привести к конфликтам и неудовлетворенности.

Коммуникация между подростками может происходить в различных формах, включая общение в социальных сетях, участие в форумах и конференциях, а также личное общение на мероприятиях, организованных молодежными организациями [3].

Как писали Х.Х. Алисова и Л. Х. Трамова [4], – проявление интереса к подростковой среде при оценке влияния средств массовой коммуникации и выбора социальной группы подростков в качестве объекта анализа обусловлено тем, что подростки представляют собой особую общественно демографическую группу в социуме, так как отличительным признаком их социальной стратификации по сравнению с остальными социальными группами, является нахождение в поиске индивидуальной идентичности и самоопределения, поиска и утверждения собственного «Я».

Подростковая среда находится в наиболее рискованной зоне, которая подвержена трансформационным процессам, меняющим традиционные формы

социализации подрастающей личности. В силу возрастных и ментальных особенностей, ярко проявляющихся в открытых взглядах на жизнь, именно подростки быстрее других впитывают и усваивают возникающие под влиянием динамичных изменений общественной жизни новые ценностные поведенческие и мировоззренческие установки. Вместе с тем следует заметить, что положительное качество открытости к новым веяниям времени и технологического прогресса у подростков имеет и обратную сторону медали, проявляющуюся в меньшей степени социальной и культурной защищенности указанной социальной группы и нуждающейся в проявлении должного внимания со стороны взрослых для гармоничной интеграции молодых людей в социокультурное сообщество. Различные способы и формы восприятия окружающей действительности, а также особенности социализации и процессов усвоения правил поведения и культурных ценностей, выступающих отличительными признаками подростковой группы, обусловливают кардинальное изменение ценностных установок и формирует соответствующие специфические поведенческие модели у подростков. Трансформационные процессы в подростковой среде, как правило, детерминированы динамичными процессами социальных изменений, происходящих в обществе. Социализация подростков происходит через институты и личности, которые выполняют в их жизни роль агентов социализации, осуществляя непосредственное влияние на их интеграцию в существующую модель общества на конкретном этапе его развития.

Результаты исследований, которые посвящены вопросу оценки влияния средств массовой коммуникации на подростковую среду, и, в частности, на процесс их социализации, дают основания считать, что именно они являются наиболее мощным инструментом, влияющим вообще на становление подростка как личности в современном мире.

В настоящее время основной формой реализации добровольческих инициатив в средних образовательных учреждениях Нижнего Новгорода являются детские общественные объединения. Согласно определению Международного союза детских общественных объединений «Союз пионерских организаций – Федерация детских организаций», детские общественные объединения (ДОО) – общественное формирование, в котором добровольно объединились дети и взрослые для совместной социально значимой деятельности, удовлетворяющей их интересы.

В июле 2022 г. была активизирована программа детского движения «Движение первых» для воспитания, организации досуга подростков и формирования мировоззрения «на основе традиционных российских духовных и

нравственных ценностей». Отделения движения открылись в каждом муниципалитете России.

В Нижегородской области детское движение развито уже давно и успешно применяет на практике программы «Движения первых». Одним из главных и сильнейших представителей таких организаций можно назвать Координационный совет ассоциации учащейся молодёжи «Единство». Он действует с 1992 г. и является преемником пионеров и комсомольцев. Совет является главным органом в системе ученического самоуправления, которая так же действует с 1992 г. в Нижнем Новгороде и организует досуговую деятельность для всех школьников. Система состоит из трёх уровней: первый – самый многочисленный, это школьные советы обучающихся, далее второй уровень (средний) – районные советы старшеклассников, третий верхний слой – это координационный совет. Организация деятельности в совете и в целом во всей системе ученического является хорошим примером для изучения организации коммуникации подростков. Деятельность совета и всей системы освещается в официальных информационных источниках – сообществах Вконтакте, у каждого совета есть персональный информационный орган, где публикуются сведения о деятельности организаций – отчёты по проведённым мероприятиям, участии и организации конкурсов, акций и т.д. Координационный совет ассоциации учащейся молодёжи «Единство» выступает главным связующим и организующим органом системы ученического самоуправления. Работа в совете чётко распределена таким образом, что каждый участник имеет возможность реализоваться в той области, которая его больше привлекает. Каждый год совет выпускает участников и набирает новых, этот процесс проходит во время Лидерских сборов на базе лагеря «Звёздочка» путём деловой игры, первые полгода идёт разделение совета на 2 части – посвящённых и непосвящённых участников, до официального посвящения в члены Координационного совета. То есть, новые участники проходят этап стажировки, учатся работе у участников, которые дольше находятся в совете, изучают организацию и устройство работы, проявляют себя. Коммуникация и организация деятельности выстроены таким образом, что участники разделяются на рабочие группы по подготовке мероприятий, акций, участий и организации конкурсов. В совете нет возрастного ограничения, здесь главную роль играет не возраст, а талант и способности, зачастую самым младшим участникам может быть от 13 лет, самым старшим 18. В координационный и районные советы входят школьники всех классов включительно и учащиеся средних профессиональных заведений. У советов есть постоянный состав – в координационном от 20 человек, в районных от 10, так как меньше объём работы

и подготовки. Некоторая часть вновь присоединившихся участников со временем отсеивается. Чем больше участник себя проявляет и принимает участие в подготовке и работе, тем больше он получает признания и тем скорее становится полноценным членом коллектива, и наоборот, чем реже участник появляется на собраниях, участвует в деятельности, тем скорее он сам отсеется из совета. В течение года в системе ученического самоуправления Координационный совет организует не менее 7 мероприятий. Это традиционный осенний и зимние балы, осенние и весенние сборы старшеклассников в лагере «Чайка», летние сборы в лагере «Звёздочка», конкурсы «Мы-класс» и «PROсмотр», так же организация акций и мероприятий к праздникам (1 сентября, День учителя, День матери, Новый год). Структура советов представляет собой несложную систему. В координационном совете есть должность президента, вице-президента и дальше все остальные участники, в районных советах существуют должности председателя, заместителя председателя, ответственного за информационный орган, а также фиксированная должность секретаря. В координационном совете нет закреплённой должности заведующего информационным органом, потому что ведением социальных сетей является медиаорган «Грани», это команда до 10 человек, участники Координационного совета, которые занимаются ведением социальных сетей не только самого совета, но ещё и сообществ мероприятий и выездов.

С каждым годом система ученического самоуправления развивается, набирает всё больше участников и выходит на более масштабные уровни мероприятий и конкурсов. Участие в системе ученического самоуправления является уровнем престижа, занимая места в районных советах старшеклассников подростки становятся представителями активной части школьников города. Участники координационного совета принимают роль представительства всех школьников Нижнего Новгорода.

Самоуправление входит и во взрослую жизнь как самообразование и самодисциплина, оно даёт возможность взять на себя ответственность за большие проекты, организацию работы в команде и крупных мероприятий.

Участие в Координационном совете старшеклассников помогает в развитии навыков общения и лидерства. Программа большинства мероприятий, организуемых советом, нацелена на получение новых знакомств и обмен опытом, что способствует адаптации и социализации подростков в обществе. Одним из примеров может служить традиционное мероприятие Осенний бал, где районные советы в интерактивной форме представляют свой совет. На осенних и весенних лидерских сборах традиционным мероприятием является «Здравствуй, друг», где советы представляют себя и свою команду в форме

небольшого творческого номера. Организатором обоих мероприятий является координационный совет, а участниками районные советы.

Деятельность в совете даёт возможность приобретения новых полезных знакомств. 17 апреля члены КС АУМ «Единство» приняли участие в городском дне самоуправления. Ребята стали дублёрами главы города, его заместителей и директоров департаментов на весь день. Было проведено итоговое заседание, на котором обсудили инициативы, выдвинутые всеми школьниками города в рамках проекта «Я для города – город для меня». При долгой работе в совете участники становятся друзьями, почти ежедневные контакты на собраниях и работе по группам заочно сближают их.

У совета много направлений деятельности. Каждый участник может выбрать себе занятие по душе, если это процесс подготовки мероприятий, то состав делится на рабочие группы по задачам – подготовка сценария, техническое обеспечение, декорации, ведущие/актёры/кураторы. Участники развивают свои навыки и способности в разных областях, учатся работать в команде, решать конфликты и уважать мнение других людей. Участие в деятельности совета предоставляет возможность проявить свои лидерские качества и получить опыт руководства. Это может помочь подросткам развить уверенность в себе и мотивацию для достижения успеха в будущем.

Одним из самых значимых мероприятий в системе ученического самоуправления являются летние лидерские сборы на базе ДОЛ «Звёздочка». Участниками сборов являются представители районных советов старшеклассников и городского совета, также выделяются наградные путёвки для самых активных ребят. Участников заранее распределяют на 6 отрядов, чтобы делегации от районных советов были перемешаны. Сборы длятся 21 день, программа включает занятия по различным направлениям обучающих блоков в рамках школы «Лидер», разработанной и подготовленной педагогическим отрядом «Комиссар». Во время сборов проходит больше 45-ти мероприятий по различным направлениям – спорт, досуг, учёба и т.д. Некоторые из этих мероприятий организуются участниками смены, это даёт возможность проявить себя во время подготовки к сборам ещё в городе и во время пребывания в лагере.

Кроме того, отряды принимали участие в спортивных соревнованиях по волейболу и лапте, где было важно продемонстрировать командную работу.

Ежегодно участники Координационного совета ассоциации учащейся молодёжи «Единство» представляются к почётным наградам от Дворца детского творчества имени В.П. Чкалова, главы города Нижнего Новгорода Ю.В. Шалабаева, организации «Молодой Нижний». Участники являются

победителями и призёрами всероссийского конкурса «Большая перемена» и представляются к наградам от администрации города Нижнего Новгорода.

Большая часть организаций настроена на решение определённых задач. Координационный совет ассоциации учащейся молодёжи «Единство» способствует развитию и распространению организации внеурочной деятельности школьников, адаптации к взрослой жизни, решению задач, креативному и нестандартному мышлению подростков. Поддерживать развитие деятельности подростковых сообществ необходимо, так как они способствуют социализации детей, позволяя им учиться работать в команде, общаться с другими детьми и взрослыми, решать конфликты и развивать социальные навыки. Участие в детском движении помогает осознать свою роль в обществе и способствует их вовлечению в общественные дела, стать активными гражданами, заинтересованными в развитии своего сообщества и страны.

Список литературы

1. Райс Ф. Психология подросткового и юношеского возраста / Ф. Райс, К. Долджин. – СПб.: Питер, 2012. 816 с.

2. Вислова А.Д. Формирование толерантности в межличностных отношениях в детском и подростковом возрасте (на материале Кабардино-Балкарской Республики): дис. ... д-ра психол. наук. М., 2016. 415 с.

3. Посохова С.Т., Изотова М.Х. (2019) Ментальный фактор в интеграции эмоций и коммуникации подростков. Психология человека в образовании. Т. 1. № 3. С. 266-275.

4. Алисова Х.Х., Трамова Л.Х. Влияние средств массовой коммуникации на социализацию подростков // Известия Чеченского государственного педагогического университета Серия 1. Гуманитарные и общественные науки 2022. №3. С. 60-67.

COMMUNICATION OF TEENAGERS IN A YOUTH ORGANIZATION

Yu.A. Isaeva

The development of the youth movement in Russia is very important, in order to maintain the trajectory of the activist and volunteer directions, it is necessary to competently build communication in youth organizations, primarily between its participants. The purpose of this study is to use the example of the Coordinating Council of the Association of Students of Youth "Unity" in Nizhny Novgorod to show a positive experience in building communication among teenagers in a youth organization.

Keywords: youth organization, teenagers, communication.

УДК 316

ОСОБЕННОСТИ ОТНОШЕНИЯ МОЛОДЕЖИ К ОНЛАЙН-КУРСАМ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ УРОВНЯ ДОХОДА

Ю.В. Катреча
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Представлены результаты социологического исследования «Социология как ценность», а именно части, посвященной отношению молодежи к онлайн-курсам. Затрагивается тема опыта и причин прохождения молодыми людьми онлайн-курсов как способа саморазвития. Исследуется востребованность молодежью определенных типов онлайн-курсов и уровень доверия к их эффективности. Представлена проверка дополнительной гипотезы исследования о влиянии уровня дохода на опыт прохождения онлайн-курсов и доверия к их эффективности. Определены направления исследования в этой области.

Ключевые слова: молодежь, онлайн-курсы, уровень дохода, способы саморазвития.

Введение

Саморазвитие – это не просто широкое и субъективное понятие, это, скорее, модная тенденция, которая стремительно набирает обороты. Данный тренд связывают, в первую очередь, с большим влиянием цифрового пространства – социальных сетей [1]. В этом плане ему больше подвержены молодые люди, которые чаще проводят время в социальных сетях.

Сочетание тренда на саморазвитие с цифровой средой породило онлайн-курсы, школы, платформы, тренинги и др. Они могут существовать в разных сферах, связанных не только с онлайн-образованием, но и с развитием навыков и личных качеств, духовным ростом, спортом, здоровьем.

Немаловажно, что большое количество таких курсов – платная услуга. По этой причине, кроме возраста, на вовлечение в тренд саморазвития и в прохождение онлайн-курсов может влиять уровень дохода. Этот фактор влияния требует некоторого пояснения, так как объектом нашего исследования выступали молодые люди (средний возраст опрошенных 19 лет). Источник дохода часто связан с семьей. По исследованию Д.Ю. Рогачева, в котором приняли участие более 1,2 тыс. студентов (средний возраст так же 19 лет), большинство (88%) обеспечивают их родители, а более половины (61%) совместно с ними проживают [2]. Это указывает на то, что мы будем говорить, скорее, об уровне дохода родителей опрашиваемого.

Цель данного анализа – проверка гипотезы о том, что уровень дохода оказывает влияние на отношение к онлайн-курсам и опыту его прохождения.

Методология

Материалами для анализа послужили результаты социологического исследования «Саморазвитие как ценность», в ходе которого методом онлайн-опроса опрашивались молодые люди от 15 до 30 лет из разных городов России. Опрос был проведен в ноябре – начале декабря 2023 г. Статистическая обработка данных осуществлена в программе IBM SPSS Statistics.

Статистический анализ осуществлен на основе данных, полученных из 202 анкет. По уровню дохода было выделено 3 основные группы: очень высокий доход – 11% (24), высокий доход – 32% (64), средний доход – 53% (107). Группа с низким доходом составила всего 4% (8), и была исключена из анализа, так как является слишком маленькой по объему. Это говорит о необходимости расширения выборки и проведения дополнительного анкетирования для более полного анализа проблемы.

Результаты

Онлайн-курсы востребованы молодежью: опыт их прохождения есть у половины опрошенных. Такая тенденция сохраняется в каждой из групп по уровню дохода. При этом, группа с очень высокими доходами не чаще проходит онлайн-курсы (разница максимум 2% с группами с высоким и средним доходом).

Так как опрос проходил преимущественно среди возрастной группы 18-20 лет, ещё возможно, что желание исходило не от самого респондента. Например, от родителей или учителей, так как онлайн-курсы как способ подготовки к ОГЭ / ЕГЭ – самый популярный тип пройденных онлайн-курсов (82% от всех респондентов с опытом прохождения онлайн-курсов). Также, это подтверждают ответы «другое», когда мы спрашивали о причинах прохождения онлайн-курсов. Были такие ответы: «добровольно-принудительно», «нужно было готовиться к ЕГЭ», но, к сожалению, это не было учтено при составлении анкеты, и, скорее, всего мы потеряли определенный процент респондентов, которые проходили онлайн-курсы не по своему желанию.

В целом, можно выделить недоверие к их эффективности, более половины во всех группах не видят в них уникальной информации. К тому же, не считают онлайн-курсы источником вдохновения для саморазвития. Это в каком-то смысле отделяет наличие опыта прохождения онлайн-курсов от темы саморазвития. Возможно, часть респондентов проходили онлайн-курсы, но не посчитали, что это способ саморазвития и, следовательно, не отметили это в анкете.

Группа с очень высоким доходом чаще, чем другие группы, отмечает, что цена на курсы неоправданно завышена, несмотря на то что, казалось бы, у этой группы больше всего ресурсов. Скорее всего, это показывает завышенные требования к курсу. Группа с высоким доходом имеет самое негативное отношение к онлайн-курсам и чаще соглашалась с негативными утверждениями о них. Например, они видят самостоятельное обучение более эффективным и считают, что цель таких преподавателей онлайн-курсов – заработать деньги, а не обучить людей (44%) (табл. 1).

Таблица 1

Отношение к онлайн-курсам, %

	Очень высокий доход	**Высокий доход**	**Средний доход**
Положительное отношение			
Онлайн-курсы могут быть источником вдохновения для саморазвития	17	16	12
Онлайн-обучение позволяет быстрее и эффективнее освоить необходимые навыки	22	19	22
Онлайн-курсы доступны для всех, независимо от местоположения и образования	17	20	17
Негативное отношение			
В онлайн-курсах практически нет полезной / уникальной информации.	61	64	62
Для того чтобы достичь результата надо проходить очень большое количество курсов	60	64	57
Преподаватели онлайн курсов нацелены на получение прибыли, а не на обучение людей	34	44	34
Цена онлайн-курсов неоправданно завышена	56	34	32

Влияние уровня дохода особенно можно увидеть на вопросе о типах курсах. Группа с очень высоким доходом чаще проходит их, они разнообразнее (табл. 2). Группа с очень высоким доходом чаще проходит все типы курсов, кроме для подготовки к ОГЭ / ЕГЭ. Здесь лидерами являются другие две группы. В целом, по распределению ответов мы можем сказать, что, чем выше доход, тем больше курсов проходит человек по разным типам. Исключения составляют только творческие курсы и курсы, направленные на развитие навыков личности: их группа, со средним доходом, проходила чаще, чем группа с высоким.

Таблица 2

Типы пройденных онлайн-курсов, %

	По всей анкете	Очень высокий доход	Высокий доход	Средний доход
Курсы для подготовки к ОГЭ/ЕГЭ	82	79	85	81
Языковые курсы	55	57	55	53
Творческие курсы	44	57	36	45
Курсы, направленные на развитие навыков личности	42	57	33	41
Курсы, направленные на здоровье	37	50	36	33
Курсы по программированию	31	43	36	24
Курсы предпринимательства	17	29	21	10

Группы с очень высоким и высоким доходами чаще проходят курсы от дипломированных специалистов – это чаще всего репитигры, индивидуальные занятия. Для группы со средним доходом более близки онлайн-курсы от известных университетов, ВУЗов и компаний. Такие курсы обычно предполагают только групповую работу, часто даже без обратной связи.

Логично, что у группы с очень высоким доходом больше возможностей для прохождения онлайн-курсов, так как многие из них платные. Действительно, можем наблюдать зависимость прохождения исключительно платных курсов от уровня дохода (рис. 1). И, соответственно, обратную зависимость с платными и бесплатными курсами. Но стоит заметить, что бесплатные онлайн-курсы проходят одинаково во всех трёх группах (около 20%), удивительно, что в группе с очень высоким доходом этот показатель на 3% – 4% выше, чем у других групп.



Рис. 1. Опыт прохождения платных и бесплатных курсов, %

Если же мы возьмем прохождение платных и бесплатных курсов по всем типам онлайн-курсов, то увидим, что не всегда это связано только с деньгами. Сравнивая разные группы доходов, видно, что практически во всех типах курсов группа с очень высоким доходом проходит бесплатные курсы чаще, чем другие.

Саморазвитие молодежи является интересным и относительно новым в научно-исследовательском поле феноменом. Интересно, что, несмотря на то что более половины (83%) согласны с тем, что саморазвитие – это насилие над собой, тоже больше половины (86%) занимаются саморазвитием, это противоречие демонстрирует актуальность исследований по теме саморазвития.

Выводы

Уровень дохода оказывает влияние на отношение к онлайн-курсам и опыту их прохождения, что подтверждает первую часть нашей гипотезы. Чем выше доход, тем большее количество курсов проходил человек. Но, определенно, это не самый важный фактор влияния, потому что не везде была выявлена зависимость.

Молодые люди из семей с более высоким уровнем дохода склонны к выбору платных онлайн-курсов по подготовке к экзаменам (ОГЭ / ЕГЭ). Но это не говорит о том, что они выбирают только платные услуги по другим типам курсов. У группы с очень высоким доходом, в целом, больше опыта в прохождении онлайн-курсов, в том числе, и бесплатных. Можем сделать вывод, что они более заинтересованы в теме онлайн-курсов, чем другие группы с более низким доходом.

Вторая часть гипотезы не может быть до конца опровергнута, так как мы не имеем достаточно респондентов с низким доходом для сравнения. Но в ходе анализа группа с низким доходом уже значительно отличается. На этапе сравнения ответов видно, что пройденных курсов меньше, а отношение более положительное, но это остается лишь предположением, которое требует повторного или дополнительного исследования.

Направления продолжения исследования по теме онлайн-курсов

Проблема данного анализа заключается в малом количестве людей с низким доходом в выборке и полном отсутствии группы с очень низким доходом.

Проблемой являлся малый возрастной разброс, то есть опрошены преимущественно люди 18-20 лет. Это влияет на источник доходов, что ограничивает многих в выборе онлайн-курса, а также создает новые причины для их прохождения. Интересно посмотреть, готовы ли люди с собственным заработком и без внешних причин вкладывать деньги в своё саморазвитие посредством онлайн-курсов.

Остается вопрос о причинах прохождения онлайн-курсов и при проведении повторного исследования следует отделить внешние и внутренние причины.

Список литературы

1. Калинина Н.В. Саморазвитие и самореализация как тенденции модного поведения молодежи // Страховские Чтения. 2020. № 28. С. 150-155.
2. Рогачев Д.Ю. Особенности финансового поведения студенческой молодежи // Народонаселение. 2021. Т. 24. № 2. С. 41-52.

FEATURES OF THE ATTITUDE OF YOUNG PEOPLE TO ONLINE COURSES DEPENDING ON INCOME LEVEL

U.V. Katrecha

The article presents the results of the sociological research "Sociology as a value", namely its part devoted to the attitude of young people to online courses. The topic of experience and the reasons for young people taking online courses as a way of self-development is touched upon. The relevance of certain types of online courses among young people and the level of confidence in their effectiveness are being investigated. An additional hypothesis of the study on the impact of income level on the experience of online courses and the credibility of their effectiveness is tested. In addition, we have made recommendations to continue research in this area.

Keywords: youth, online courses, income level, ways of self-development.

УДК 316

САМОРАЗВИТИЕ КАК ЦЕННОСТЬ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ: ГЕНДРНЫЙ АСПЕКТ

И.О. Ковалев, М.Ю. Юркина
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Исследуются отношения студенческой молодежи к саморазвитию в рамках гендерного аспекта. Проведенный анализ основан на базе данных, полученных в результате онлайн-опроса студентов разных университетов России. Рассмотрены важность саморазвития как ценности, участие студентов в данной деятельности; мотивы и причины, влияющие на работу над собой; меры, на которые готова пойти молодежь ради самосовершенствования. Проанализировано понимание термина «саморазвитие», выявлены различия в отношении к самосовершенствованию девушек и юношей, составлены группы молодежи по отношению к саморазвитию. Исследование позволяет понять, как студенческая молодежь воспринимает и осуществляет процесс саморазвития, что может являться важным фактором для формирования образовательных программ.

Ключевые слова: вовлеченность, результаты саморазвития, способы самосовершенствования, самореализация, студенческая молодежь, гендерный аспект, типология.

Введение

Теоретически под саморазвитием понимают собственную активность человека в изменении себя, раскрытии, обогащении своих духовных потребностей, всего личностного потенциала, реализации веры в возможности самовоспитания в процессе естественного физиологического, психического и социального развития [1].

Различные проекты по саморазвитию, принимающие форму видео-форматов, реализуются в России. Доля россиян, кто слышал о подобных проектах, составляла 46% в 2019 г. Среди молодежи зафиксирована наиболее высокая заинтересованность и готовность принять участие в подобных практиках по материалам социальных сетей (75%) [2]. По данным исследования ВЦИОМ 2021 года, саморазвитие и образование занимают третью строчку среди наибольшего интереса аудитории [3].

В исследовании 2023 г. отражено мнение, что большинство россиян считают труд и самосовершенствование наиболее важными пунктами в жизни для достижения наибольшего успеха [4].

Целью нашего исследования является выявление различий в отношении к саморазвитию студентов и студенток.

Методология

Авторское социологическое исследование было проведено в ноябре-декабре 2023 г. Метод сбора информации – анкетный онлайн-опрос «Саморазвитие как ценность». Обработка и первичный анализ социологических данных осуществлялись с использованием аналитического программного обеспечения IBM SPSS Statistics 23.

Исследование было посвящено изучению вопроса важности саморазвития для студентов. Всего было опрошено 200 студентов в возрасте от 16 до 25 лет, из разных вузов России, очной формы обучения.

Планировалось выявить представления и отношение к саморазвитию студентов, участие в саморазвитии и основные способы осуществления деятельности и их связь с актуальными ценностными ориентирами.

Результаты исследования

По данным проведенного исследования, юноши выделяют трактовку понятия, связанную с непрерывным обучением, направленным на получение знаний (37%), а девушки – на совершенствование духовного и личного роста (46%). Практически в равном соотношении, упоминается определение, связанное с развитием своих способностей. Студенческая молодежь понимает термин «саморазвитие» в рамках личностного роста, постоянного развития и приобретения знаний/навыков.

Улучшение психологического и физического состояния организма (56%) является лидером среди результатов саморазвития. Юноши выделяют практическую значимость саморазвития чаще, чем девушки. Они отмечают развитие личностных качеств, улучшение навыков и достижение своих целей. Кроме того, только юноши отметили повышение заработной платы как результат саморазвития (2%). Девушки представляют результативность самосовершенствования как повышение самооценки и уверенности в себе (38%).

Результат саморазвития молодежь чаще представляет только в теоретическом плане, так как реализуют практики саморазвития немногие. Лидером причин отсутствия саморазвития у девушек является нехватка мотивации (40%), юноши, наоборот, отмечают, что им ничего не мешает (41%). Кроме того, только 5% студенческой молодежи указали, что в саморазвитии нет необходимости (рис. 1).

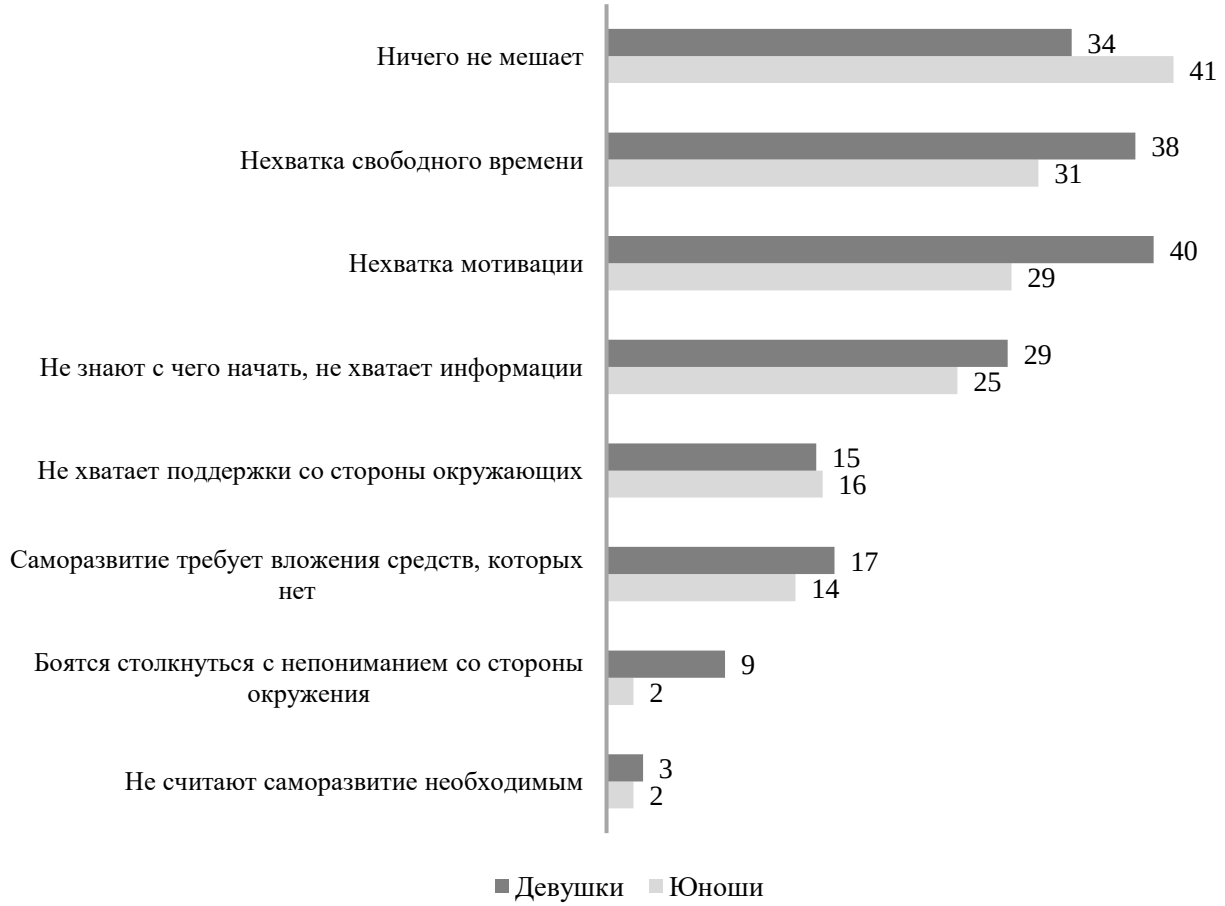


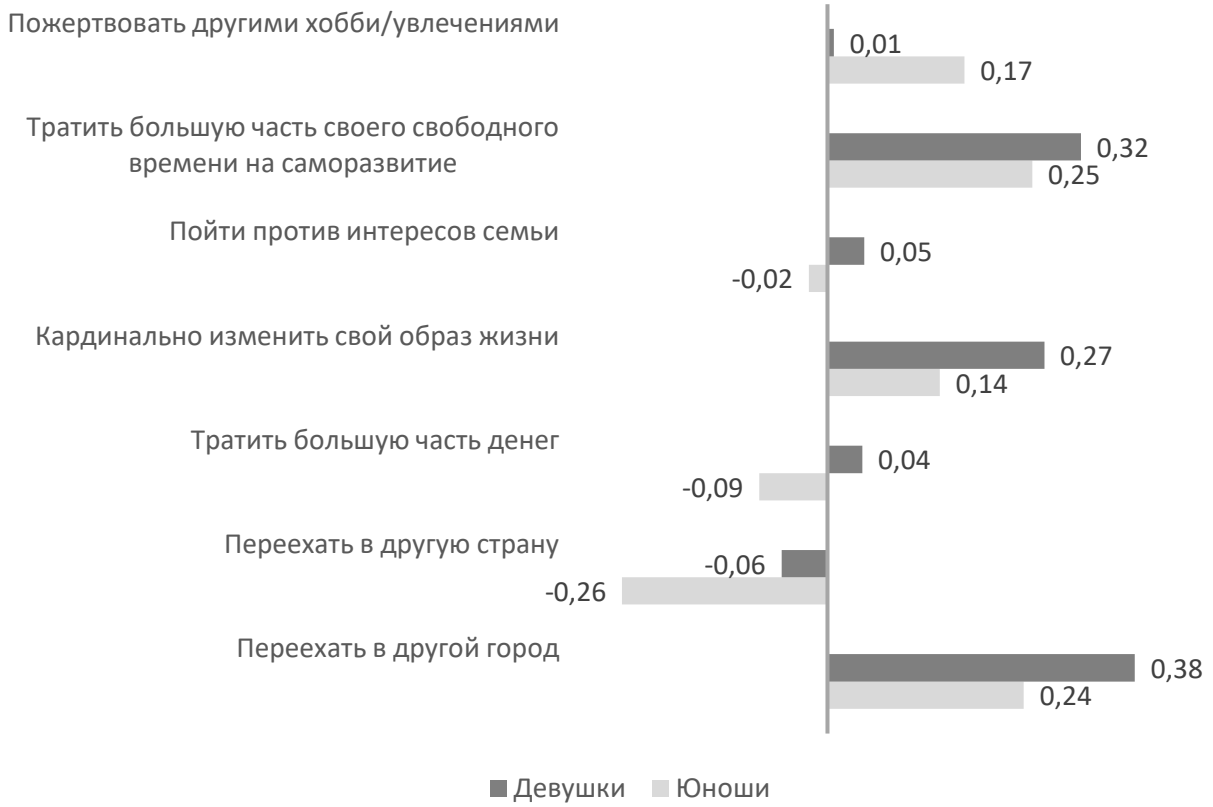
Рис. 1. Причины отсутствия саморазвития в жизни, %

На желание молодежи работать над собой влияют не только внутренние аспекты личности, но внешние. На первом и втором местах стоят определенные люди – лидеры и группы, освещающие сферы интересов молодежи.

Около 63% юношей негативно относятся к влиянию конференций и семинаров. Больше половины девушек не видят эффективности влияния университетских программ и практик на желание саморазвиваться.

Необходимо было узнать, на что готова пойти молодежь ради саморазвития (рис. 2). Практически половина юношей склоняются к тому, что будут готовы тратить все свое свободное время на самосовершенствование (49%), а вот девушки скорее готовы изменить привычный уклад жизни (38%).

Девушки по сравнению с юношами намного решительнее. Им проще изменить свой образ жизни, вплоть до места проживания ради самосовершенствования. Юноши скорее готовы жертвовать материальным состоянием и своими увлечениями.



Индекс готовности, где «-1» – Не готовы; «-0,5» – Скорее не готовы; «0,5» – Скорее готовы; «1» – Готовы

Рис. 2. Меры, на которые готова пойти студенческая молодежь ради саморазвития

На основании результатов исследования можно выделить группы молодежи по отношению к саморазвитию:

Адепты – молодые люди, активно занимающиеся саморазвитием и посвящающие ему свободное время. Они открыто говорят о важности самосовершенствования, чаще других определяют саморазвитие и как постоянное обучение, направленное на получение знаний и улучшение навыков. Результативность самосовершенствования измеряется в профессиональном и карьерном росте.

Стремящиеся – студенческая молодежь, которая проявляет интерес к практикам саморазвития. Для них самосовершенствование – это процесс, связанный с развитием таланта и потенциала. Следовательно, и результат саморазвития для данной группы – улучшение личностных качеств человека.

Третью группу – инертных, составила молодежь, не практикующая самосовершенствование. Они не видят в нем никакой необходимости и не считают важной частью своей жизни. Саморазвитие, по их мнению, – это

духовное самосовершенствование, а его результат – здоровая самооценка и уверенность в собственных силах.

Выводы

Студенты воспринимают саморазвитие в рамках личностного роста и улучшения навыков или их приобретения. Юноши относятся к самосовершенствованию как к практической ценности, а девушки отдают предпочтение духовной составляющей.

Юноши считают, что результат должен быть практическим, поэтому видят его как улучшение физического состояния, навыков и способностей, а также достижение конкретной цели. Девушки видят в саморазвитии духовный аспект, поэтому и результаты связаны со здоровой самооценкой, повышением уверенности в себе.

Основными причинами отказа от самосовершенствования стали нехватка времени, отсутствие необходимой информации и низкий уровень мотивации. Некоторая доля юношей отметила, что все же нет каких-либо причин.

Однако, на желание совершенствоваться у студенческой молодежи оказывают влияние лидеры и группы, существующие в сети, отражающие определенную сферу. Никакого влияния в данном случае на девушек не имеют преподаватели, а на юношей – организация различных семинаров и конференций.

Девушки готовы пойти на кардинальные изменения: поменять привычный уклад жизни, переехать в другую страну или город, но при этом не готовы лишаться большей части материальной составляющей. Юноши же склонны тратить на самосовершенствование большую часть свободного времени.

На основе представленных данных была составлена типология студенческой молодежи в зависимости от активности использования практик саморазвития. В нее вошли – адепты, стремящиеся и инертные. Каждая из групп основана на определении понятия, отношения к его результативности и применения практик саморазвития в жизни.

Таким образом, самосовершенствование находится в рейтинге интересующих тем и не теряет свою популярность.

Список литературы

1. Жмуров Д., Иванов Д., Социологическая энциклопедия // Национальная энциклопедическая служба. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://voluntary.ru/termin/samorazvitie.html?ysclid=lq6ixoc1j5167514036 (дата обращения: 12.01.2024)

2. Карьера, мобильность, развитие. ВЦИОМ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/karera-mobilnost-razvitie- (дата обращения: 15.01.2024)

3. Медиапотребление и активность в Интернете. ВЦИОМ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotreblenie-i-aktivnost-v-internete (дата обращения: 15.01.2024)

4. Русская формула успеха. ВЦИОМ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/russkaja-formula-uspekha (дата обращения: 18.01.2024)

SELF-DEVELOPMENT AS A VALUE AMONG STUDENTS: GENDER ASPECT

I.O. Kovalev, M.Y. Yurkina

The article is devoted to the study of the attitude of students to self-development within the framework of the gender aspect. The analysis is based on a database obtained as a result of an online survey among students from different universities in Russia. This paper considers the importance of self-development as a value, the participation of students in this activity; motives and reasons influencing the work on oneself; Measures that young people are ready to take for the sake of self-improvement. The understanding of the term "self-development" is analyzed, differences in attitudes to self-improvement among girls and boys are revealed, and groups of young people in relation to self-development are compiled. The study allows us to understand how students perceive and carry out the process of self-development, which can be an important factor in the formation of educational programs.

Keywords: involvement, results of self-development, ways of self-improvement, self-realization, student youth, gender aspect, typology.

УДК 316

ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОВ СОЦИОЛОГОВ К ОБРАЗОВАНИЮ

А.А. Козлова, С.В. Солодянникова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Исследуются предпочтения студентов 3 курса социологов. Рассматривается отношение к образовательным услугам, предоставляемым высшим учебным заведением. В процессе фокус-группы был выявлен предпочтительный формат обучения. Определены достоинства и недостатки системы высшего образования в рамках факультета социальных наук. Выделены два основных тренда в обучении – непрерывное образование и интерактивные способы преподавания. Представлены стратегии поведения студентов после выпуска из вуза. В рамках стратегий определены необходимые навыки при трудоустройстве. Установлено отношение студентов к промежуточной аттестации. Выявлены основные факторы доступности образования – материальный, географический. В ходе рассуждения о доступности образования было раскрыто отношение студентов к ЕГЭ.

Ключевые слова: образование, студенты, дистанционное обучение, стратегии выпускников.

Введение

Одна из функций образования – социальный лифт воспринимается студентами как основополагающая. Однако отсутствие понимания у выпускников школы о сущности профессии во многом способствует выбору специальности, не связанной с личными предпочтениями, а выбранную в ходе обстоятельств. Духовная значимость образования теряется, вследствие желания изменить социальный статус за счет высшего образования [1, с. 104].

Специалистов в определенной области не хватает, а в другой – избыток. Тогда государство искусственно создает бюджетные места. Однако многочисленные примеры свидетельствуют, что без мотивации внедрения «сверху» не работают. Образовательные ориентации молодежи должны основываться на личных убеждениях [2, с. 7].

Установка молодежи на получение образования сохраняется, однако растет и понимание, что выбранная специальность и качество получаемого образования не являются гарантами успешного трудоустройства [3, с. 57].

Методология исследования

Социологическое исследование «Отношение студентов социологов к образовательным услугам» проводилось 5 апреля 2023 г., методом фокус-группы на базе учащихся ННГУ им. Лобачевского. В исследовании приняли участие 7 студенток социологов 3 курса ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Результаты исследования

• Изменения в системе высшего образования за последние 5 лет

В процессе фокус-группы было выявлено, что, по мнению студентов, главным изменением в системе высшего образования является появление и распространение дистанционного формата обучения.

«…за последние 5 лет у нас произошли такие события, как, например, ковид, который перенёс многие сферы нашей жизни в дистанционный формат. Это коснулось и системы образования».

Были отмечены изменения во взаимодействии студентов и преподавателей, в основном в худшую сторону, что тоже является следствием внедрения дистанционного формата.

«Изменилось взаимодействие учеников и преподавателей. Я считаю, что оно немного ухудшилось, потому что личное взаимодействие куда лучше, чем через экран. Студенты стали больше и чаще молчать».

Из положительных последствий было названо появление возможности прохождения дополнительных курсов от вуза в онлайн-формате.

«…изменилось то, что гораздо больше возможностей помимо обучения в определенном вузе, и у тебя есть возможность прохождения каких-либо курсов параллельно основным занятиям».

• Предпочтительный формат обучения.

Рассуждая на тему форматов обучения, большинство выразили предрасположенность к смешанному формату обучения, который подразумевает дистанционные лекции и очные практические занятия.

«…удобнее всего – это смешанный формат, лекции гораздо удобнее слушать в дистанционной форме, а семинарские занятия проще проводить лицом к лицу, то есть общаться со своими одногруппниками, преподавателями».

Были мнения о том, что дистанционный формат отрицательно сказывается на продуктивности обучения и подходит не всем студентам.

«…минус в дистанционном формате: занятия в зуме расслабляют студентов, пропадает дисциплина».

Были предложены альтернативные способы использовать дистанционный формат.

«…было бы хорошо ввести возможность присутствовать на паре, не присутствуя в аудитории, то есть одновременно вести и зум, и очную пару, допустим, если ты физически, по болезни или ещё по какой-либо причине не можешь не пропускать знания».

• Достоинства современной системы образования

В ходе фокус-группы студенты называли различные достоинства системы высшего образования:

1) возможность поступить в любой вуз страны, не зависимо от места проживания,

2) градация ступеней образования, позволяющая людям получать больше знаний в конкретной сфере или остановиться после получения базы,

3) большое количество курсов дополнительного образования, повышения квалификации и переквалификации,

4) универсальность получаемых знаний и навыков, которая расширяет возможности при выборе профессии.

«...люди из любого региона, из любого города могут поступить туда, куда хотят».

«Ты можешь закончить свое обучение на бакалавриате и понять, что тебе этого достаточно, и развиваться в какой-то вообще другой сфере, либо не развиваться в принципе».

«...можно пройти огромное количество курсов…. Благодаря этим курсам можно освоить какие-то новые профессии или переквалифицироваться. То есть, человек может получить дополнительное образование благодаря курсам».

«…бакалавриат дает возможность выбрать магистратуру по другой специальности, в отличие от специалитета».

• Недостатки современной системы образования

Студенты отметили следующие недостатки системы:

1) отсутствие взаимосвязи и взаимодополнения между предметами,

2) наличие общеобразовательных дисциплин, которые преподаются без уклона на специальность,

3) нежелание студентов работать по профессии после выпуска, что связано со сложностью самоопределения и выбора специальности в раннем возрасте,

4) отсутствие взаимодействия ВУЗов с потенциальными работодателями, следствием чего является отсутствие возможности прохождения стажировок,

5) неактуальность образовательных программ и способов преподавания, что ведет к отсутствию у студентов навыков, необходимых для высокого уровня конкурентоспособности на рынке труда.

«необходимо выбирать, а человек, по сути, не знает, чем он хочет заниматься».

«…во многих сферах так получается, что работодатель и ВУЗ не связаны между собой».

«…система устарела, то, что сейчас актуально на рынке труда, программирование или иностранные языки, у нас это на очень низком уровне или вообще никак не преподаётся».

Система образования, действительно, претерпевает изменения, но рынок труда постоянно развивается, а учебная программа не успевает адаптироваться под новые тенденции, так как задача – обучить именно базе профессии, а нововведения освоить на практике у работодателя самостоятельно.

• Доступность образования

Анализируя ответы студентов о доступности образования, были выявлены следующие аспекты:

Студенты считают, что нужно увеличить количество бюджетных мест на некоторые специальности, например, юриспруденцию, так как талантливые и способные выпускники, в связи с тяжелым материальным положением, не могут обучаться на платной основе.

«По количеству бюджетных мест – на юридическом факультете вообще нет, а где-то очень много, например, на «Социологии». Это, наверное,… плохо, кто-то не может себе позволить платное обучение…»

Также студенты считают, что излишнее количество бюджетных мест может привести к тому, что на специальности будут обучаться те, кому эта деятельность не интересна. И эти студенты займут место того, кто хотел бы учиться, но финансы семьи не позволяют.

«*На «социологию» поступает много людей, которые не хотят быть социологами и учиться на «Социологии», потом они либо учатся «на отвали», либо уходят. Получается, они заняли чье-то бюджетное место…»*

• Значимость ЕГЭ

В ходе рассуждения о доступности образования была затрону тема ЕГЭ. К государственному экзамену обучающиеся отнеслись скептически. Студенты считают, что ЕГЭ – не показатель знаний и уровня подготовки. Высказывались, мнения связанные с удачей, возможностями школьной подготовки, материальным положениям семьи.

«У кого-то нет возможности пойти на платное – идут в колледж. …они горели желанием учится, и на ЕГЭ не повезло с вариантом, набрали мало баллов – пошли в колледж. А человек, который потом будет учиться «кое-как» – поступил».

«Учителя готовы дать школьную базу, а ЕГЭ – это немного другое, там больше шаблонное мышление, которое нужно прям заточить под определенные рамки».

Участниками фокус-группы были выдвинуты предложения по изменению системы приема в ВУЗ. Предлагали использовать квотную систему, и при поступлении смотреть не только на баллы ЕГЭ, но и на материальное положение семьи, и в связи с этим определять стоимость обучения.

«На самом деле, может стоит смотреть не только на балл ЕГЭ, но и, допустим, на уровень доходов семьи… Грубо говоря, если человеку не проблема отдать 100 тыс. руб за год и даже если у него хороший ЕГЭ (балл)...»

Подобное предложение отчасти имеет рациональное зерно, но в действительности не может быть применено. ЕГЭ – оптимальное решение, которое дает возможность всем слоям поступить при должных знаниях и усердной подготовке.

«...Сейчас такое есть, что можно без ЕГЭ сдавать экзамены в вузе. И, возможно, правда, человек немного недобрал баллов, но у него в семье проблемы с финансами, то делать скидки или бюджет (место)…».

ЕГЭ проверяет школьные базовые знания, поэтому это эффективный способ отбора людей. Предоставлять бюджетное место нужно только на основе ЕГЭ, а не исходя из материального положения семьи. Но предоставление скидок на обучении на платной основе для абитуриентов, которые немного не добрали баллов, вполне приемлемо.

У студентов подготовка к ЕГЭ проходила с помощью репетиторов, и сейчас они считают, что абитуриентам необходимо заниматься подготовкой к экзамену с помощью дополнительных ресурсов. Это связано с несколькими причинами. Во-первых, некоторые предметы в школе преподаются в недостаточном объеме и качестве, во-вторых, скорость обучения у всех разная, и кто-то может уходить по программе вперед, а кто-то, наоборот, может отставать. Наладить систему обучения в связи с этим очень сложно.

Финансовое положение семьи тоже влияет на подготовку к ЕГЭ. Ученики, отстающие по программе и нуждающиеся в репетиторе, не могут себе его позволить, и из-за этого уровень их знаний становится ниже.

«Все сводится к материальному положению семьи. Поэтому, у кого есть деньги, могут позволить репетиторов…»

• Причины переезда в другой город

Иногородние студенты, обучающиеся в ННГУ Лобачевского, переехали из родного города, в связи с тем, что в их городе не было подходящего для них вуза. Учебные заведения не подходили им по престижности. У некоторых студентов в родном округе вообще не было высших учебных заведений.

«*Я поменяла место жительства, потому что статус вуза меня не устраивал».*

«Я переехала через половину страны, потому что в округе вообще нет ВУЗов».

• Отношение к промежуточной аттестации

В результате проведения фокус-группы было выявлено, что мнения студентов о промежуточной аттестации расходятся, причем сами учащиеся не могут однозначно сказать, нужен ли такой вид контроля. С одной стороны, оценки важны для самих студентов, так они сами могут отслеживать уровень знаний. С другой стороны, оценки могут повлиять на психологическое состояние человека и на контрасте с одногруппниками, получившими оценку выше, студент может разочароваться в самом себе.

«…с одной стороны, они (оценки) помогают человеку поддерживать себя в тонусе... Иногда, это может навредить психике человека: он видит, что у всех «5», а у него «3». Он всё – «я глупый», «я не буду ничего делать», «у меня не получается».

Говоря о формате проведения экзаменов и зачетов, студентам интереснее, когда они могут проявить себя не только в заучивании материалов, но и в творческой деятельности, через проекты.

«Если есть возможность, например, проводить аттестацию в практическом или творческом формате, где студент свои навыки преподносит нестандартно. То есть, не просто написал на бумажке ответы на вопросы, а какой-либо проект интересный. Это квинтэссенция всего, чему ты научился за курс».

Стоит упомянуть о том, что для студентов важны хорошие оценки, потому что от этого зависит их дополнительный доход в виде стипендии.

«…обучающиеся получают оценки не ради знаний, а чтобы остаться со стипендией».

Было выдвинуто предложение о том, чтобы наличие стипендии не зависело от оценок в зачетной книжке.

«Просто оставить стипендию, чтобы она была, и ни под каким предлогом не уходила».

• Стратегии после окончания вуза.

Отвечая на вопрос о возможном продолжении обучения на магистратуре, студенты высказали мнение, что не хотели бы продолжать обучение на специальности «Социология». Причиной этого является узкий круг возможностей трудоустройства, так как можно будет работать только по полученной специальности, а обучающимся хотелось бы попробовать себя в смежных профессиях.

«Наверное, это связано с тем, что мы не хотим быть именно социологами. Поэтому, хочется чего-то дополнительного…»

«Я бы, например, тоже не стала поступать на социолога, скорее, в какую-нибудь смежную специальность. Например, с политологией что-то связанное».

Один из участников фокус-группы высказал мнение о причинах поступления в магистратуру, одной из которых является нежелание вступать во взрослую и самостоятельную жизнь, которое проявляется в продлении срока проживания в студенческом общежитии.

«У всех людей разные поводы идти в магистратуру. Я знаю, людей, которые жили в общежитии 4-5 лет, бакалавриат\специалитет, а потом пошли в магистратуру, чтобы жить (в общежитии) еще 2 года. Они как будто боятся войти во взрослую жить, уйти в полную самостоятельность».

• Трудоустройство

Трудоустройство – тяжелый момент, которому сопутствует недостаток знаний о том, как себя преподнести. А умение «продать себя» – главный навык при трудоустройстве.

«Один из главных навыков, наверное, это умение преподнести себя, в любом собеседовании, если ты себя показал, тебя возьмут и научат всему, чего хочешь».

• Навыки, необходимые для трудоустройства.

В ходе дискуссии студенты пришли к выводу, что для трудоустройства необходимо иметь не только технические навыки, но и, так называемы soft skills, которые подразумевают умение выстраивать коммуникацию, правильно себя презентовать, взаимодействовать с коллективом и т.д.

«…если мы идём по гуманитарным направлениям, там спрашиваются, скорее, soft skills, чем hard skills. Но опять же, это очень специфично для каждой сферы».

«…знать какие-то программы, необходимые для аналитики данных… С другой стороны, нам нужно уметь общаться с людьми, выстраивать коммуникацию с работодателем, правильно составлять резюме, правильно себя презентовать на собеседованиях, выстраивать взаимоотношения с коллегами, потому что это такая профессия, где придётся взаимодействовать с другими людьми в коллективе».

• Отношение к дополнительному образованию

Студенты высказали следующие позиции:

1) необходимо, лучше по своей специальности.

«Образование, мне кажется, оно везде является плюсом, если у тебя есть какие-то, допустим, курсы законченные»;

2) не обязательно по своей специальности, главное интересно;

3) в зависимости от дальнейших планов человека, но в принципе достаточно базового образования;

4) не обязательно заканчивать курсы, нужно уметь адаптироваться и углубляться в интересную для себя сферу.

«Надо смотреть на конкретного человека, чем он хочет заниматься, и от этого отталкиваться, какие нужны профессиональные навыки. Например, если трудоустраиваешься в организацию аналитическую, то тут, понятно, без программирования никуда, мне кажется, тебя не возьмут».

Дополнительное образование – хороший бонус для трудоустройства и саморазвития, но при этом все зависит от желаний, возможностей человека и сферы его деятельности.

• Тенденции, которые отмечают студенты

Социологи 3 курса высказали следующие позиции:

1) нужно проходить дополнительные курсы до поступления в вуз, чтобы понимать кем ты хочешь работать;

2) получаются примерные профессии;

3) тенденция непрерывного образования – переквалификация.

«Получения непрерывного образования – это очень важно. ...если раньше… получил профессию, скорее всего будешь всю жизнь работать по этой профессии. Сейчас же люди имеют возможность переквалифицироваться».

4) тенденция «интерактивного» образования, когда читают не скучные лекции, а преподаватели пытаются заинтересовать студентов, связанное с проблемой поколений (жили в разное время), поэтому возникает жесткая субординация.

«В условиях жесткой субординации очень некомфортно учиться и тяжело».

5) про заинтересованность студентов и преподавателя

«…молодые преподаватели пытаются вести новые форматы, заинтересовать, что, конечно, повышает интерес к предмету».

В рамках исследования выделили два основных тренда – непрерывное образование и интерактивные способы обучения. Эти тенденции имеют позитивную эмоциональную окраску.

По мнению студентов, система высшего образования в большинстве аспектов устарела, а в некоторых – развивается. Были выделены достоинства и недостатки системы высшего образования. Смешанный – дистанционный и очный формат обучения признали оптимальным. Среди основных тенденций выделялось непрерывное и интерактивное образование. Студенты по теме

доступности образования выделили позитивные и негативные моменты большего количества бюджетных мест на той или иной специальности. Социологи 3 курса переживают из-за трудоустройства, в том числе поэтому откладывают этот шаг на потом, предпочитая после бакалавриата пойти в магистратуру. Эта стратегия позволяет уменьшить тревожность, так как студенты считают, что магистратура должна стать плюсом при поиске работы.

Список литературы

1. Зубок Ю.А. Отношение молодежи к образованию как фактор повышения эффективности подготовки высококвалифицированных кадров / Ю.А. Зубок, В.И. Чупров // Социологические исследования. 2012. № 8. С. 103-111.

2. Константиновский Д.Л. Отношение молодежи к образованию в современной России / Д.Л. Константиновский, Е.С. Попова // Общественные науки и современность. 2016. № 1. С. 5-19.

3. Буланова М.Б. Образование в жизненном мире российской молодежи / М.Б. Буланова // Вестник РГГУ. Сер. Философия. Социология. Искусствоведение. 2015. № 7. С. 54-57.

THE ATTITUDE OF STUDENTS OF SOCIOLOGY TO EDUCATION

A.A. Kozlova, S.V. Solodyannikova

The article is devoted to the preferences of 3rd year students of sociologists in aspects of education. The article considers the attitude of students to educational services provided by a higher educational institution. During the focus group, the preferred learning format was identified. The advantages and disadvantages of the higher education system within the Faculty of Social Sciences are determined. Two main trends in learning are highlighted – continuing education and interactive teaching methods. This article presents strategies for the behavior of students after graduation. As part of the strategies, the necessary skills for employment are defined, according to students. The attitude of students to the intermediate certification has been established. The main factors of accessibility of education are identified – material, geographical. During the discussion about the accessibility of education, the attitude of students to the Unified State Exam was revealed.

Keywords: education, students, distance learning, graduate strategies.

УДК 316.62

ПУШКИНСКАЯ КАРТА В СОВРЕМЕННЫХ СМИ: МЕТОД КОНТЕНТ-АНАЛИЗА

К.А. Колодкина, К.Д. Тютюлина
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Пушкинская карта – это крупный социальный проект, направленный на поддержку молодёжи и её культурное развитие. Интерес к данной теме стремительно растет, в том числе и в средствах массовой информации. В апреле 2023 г. в рамках исследования был проведен сбор новостных статей, опубликованных в период с 2022 г. Определены ключевые темы новостей в СМИ про пушкинскую карту. Проведен анализ изменения интереса к теме пушкинской карты в течение выбранного периода. Выявлены события, которые повлияли на изменения интереса к теме пушкинской карты.

Ключевые слова: пушкинская карта, культура, средства массовой информации, молодежь.

Методология

В апреле 2023 г. в рамках исследования «Пушкинская карта в современных СМИ: метод контент-анализа» был проведен сбор новостных статей, опубликованных в период с 2022-2023 гг. в российских СМИ. Исследование проводилось методом контент-анализа с использованием программного обеспечения Lekta, был подсчитан факторный анализ, где были получены факторные нагрузки. Объектом исследования являются новости, связанные с различными аспектами пушкинской карты. В генеральную совокупность вошли новости 2022-2023 гг. на тему «Пушкинской карты». Выборочная совокупность формировалась методом простой случайной выборки. Выборка представлена 79 новостями на тему Пушкинской карты. Базовый словарь составил 21548 слов, из которого в дальнейшем было сформировано 153 лексемы. В ходе работы было выделено 12 факторов, которые были объединены в 5 сюжетов.

Результаты исследования. В современной России повышение общей культуры молодежи, в том числе и духовно-нравственной культуры студентов вуза, становится одной из наиболее приоритетных установок в политике государства. Необходимо искать формы и виды социально-культурной деятельности, которая будет значимой и способной развивать духовно богатую, высоконравственную личность (с сформированной нравственной позицией и поведением), а также создавать условия для самоутверждения и самовыражения студенческой молодёжи.

Сюжет 1 – запуск проекта «Пушкинская карта» (факторы: Пушкинская карта, реализация проекта). Из-за влияния электронных средств массовой информации было решено пересмотреть государственную политику в области культурного развития молодежи. 30 августа 2021 г. в Государственном музее имени А.С. Пушкина состоялась презентация программы «Пушкинская карта», которая призвана приобщить молодежь к культуре и искусству. С 1 сентября российская молодежь могла оформить «Пушкинскую карту», которая дает возможность оплаты билетов на культурные мероприятия за счет государства. Проект был объявлен президентом Владимиром Путиным во время прямой линии 30 июня 2021 г., а на первый этап программы выделены 3,9 млрд рублей [1].

Министр культуры РФ Ольга Любимова внесла большой вклад в развитие культуры нашей страны. Именно она отвечает за реализацию национального проекта «Культура», в который входит и проект «Пушкинская карта». Министерство культуры так же обеспечивает эксплуатацию и развитие платформы. За полтора года существования Пушкинской карты с сентября 2021 г. по февраль 2023 г. – её оформили восемь миллионов молодых россиян. Об этом рассказала министр культуры РФ Ольга Любимова [2].

Сюжет 2 – покупка билетов по пушкинской карте (факторы: место оформления карты, покупка билетов онлайн). В современных реалиях молодёжь все больше совершает онлайн-покупки, поэтому и билеты на культурные мероприятия удобно приобрести на сайте с виртуальной картой. Карту можно выпустить очень легко, достаточно зарегистрироваться на портале «Госуслуги».

Сюжет 3 – отечественный кинематограф (факторы: кассовые сборы, отечественные фильмы). Данные показывают, что интерес молодёжи к культурным мероприятиям возрос, все больше студентов и школьников посещают музеи и экскурсии. С момента запуска программы в сентябре 2021 г. было приобретено 32 млн билетов в культурные учреждения по всей стране – театры, кино, музеи, концерты. За 4 месяца (с ноября 2022 г.) общая сумма трат по картам выросла почти вдвое – с 10 до 17 млрд рублей. Это рекордный рост с момента запуска программы [3].

По пушкинской карте можно купить билеты на российские фильмы. С уходом из РФ иностранных компаний зрители чаще стали ходить в кино на отечественные фильмы. По словам премьер-министра Михаила Мишустина, кассовые сборы от проката отечественных кинолент растут, в январе 2023 г. стали максимальными за пять лет [4].

Сюжет 4 – мошенничество с пушкинскими картами (факторы: мошенники, театры). Пушкинская карта – это прекрасная возможность получить

скидки на различные мероприятия и культурные объекты. Однако, несмотря на все ее преимущества, существует риск столкнуться с мошенничеством. Такое мошенничество затронуло зрителей МХАТа, которые хотели попасть на спектакль. Проблему с билетами решили, но все же остается вероятность появления новых мошеннических акций.

Сюжет 5 – популярность пушкинских карт (факторы: программа «Пушкинская карта», количество "Пушкинских карт", школьники и студенты, посетители музеев). У школьников и студентов, благодаря этому проекту, появляется больший интерес к посещению музеев, театров, выставок, концертов. Некоторые учреждения столкнулись с тем, что билеты на концерты полностью выкупали школьники и студенты, поэтому приходилось их повторять, чтобы выступлениями могли насладиться и слушатели постарше. По Пушкинской карте в новогодние праздники 2023 г. федеральные музеи, например, посетило почти 100 тыс. молодых людей, то есть каждый десятый посетитель [5].

Пушкинская карта дает возможность получать скидки на все данные мероприятия, что делает их более доступными для молодежи. Благодаря этому многие молодые люди начали интересоваться культурой и искусством, что положительно сказалось на их культурном развитии.

Внедрение пушкинской карты оказало положительное влияние на культуру молодежи. Кроме того, Пушкинская карта стала своего рода символом культурного развития и образованности. Многие молодые люди гордятся тем, что имеют эту карту и используют ее для посещения различных культурных мероприятий.

Заключение

На основе факторного анализа были выделены часто встречающиеся сюжеты, которые показывают интерес молодежи к "Пушкинской карте" и ее актуальность в современном обществе. Результаты исследования показали, что "Пушкинская карта" вызывает оживленный интерес молодежи, и количество покупок при помощи карты значительно растет с каждым годом. Интерес возникает во многом благодаря современным технологиям и доступности информации, а также связан с тенденцией увлечения молодежи историей и культурой своей страны. Значительное влияние на интерес к "Пушкинской карте" оказали различные события, привлекающие внимание молодежи. Например, проведение кинопоказов, музыкальных и литературных фестивалей, спектаклей, выставок, концертов и других культурных мероприятий, которые можно посетить с помощью "Пушкинской карты". Стоит отметить, что "Пушкинская карта" позволяет молодежи расширять кругозор и познакомиться

с культурным достоянием России, музеями, выставками и памятниками истории и архитектуры.

Список литературы

1. Официальные сетевые ресурсы Президента России. [Электронный ресурс] // URL: http://government.ru/news/42943/ (дата обращения: 20.04.2023).

2. Исследование: Больше всего покупок по Пушкинской карте было совершено в Москве и Санкт-Петербурге [Электронный ресурс] // Российская газета. URL: https://rg.ru/2023/03/03/reg-szfo/issledovanie-bolshe-vsego-pokupok-po-pushkinskoj-karte-bylo-sovershenо-v-moskve-i-sankt-peterburge.html (дата обращения: 20.04.2023).

3. Пушкинскую карту за все время ее действия оформили восемь миллионов человек [Электронный ресурс] // Российская газета. URL: https://rg.ru/2023/03/02/pushkinskuiu-kartu-za-vse-vremia-ee-dejstviia-oformili-vosem-millionov-chelovek.html (дата обращения: 20.04.2023).

4. Мишустин рассказал о спросе на "Пушкинскую карту" среди россиян [Электронный ресурс] // РИА Новости. URL: https://ria.ru/20230323/karta-1860018231.html (дата обращения: 20.04.2023).

5. Более миллиона человек посетили федеральные музеи в новогодние праздники [Электронный ресурс] // Российская газета. URL: https://rg.ru/2023/01/12/bolee-milliona-chelovek-posetili-federalnye-muzei-v-novogodnie-prazdniki.html (дата обращения: 20.04.2023).

THE PUSHKIN CARD IN MASS MEDIA: A METHOD OF CONTENT ANALYSIS

K.A. Kolodkina, K.D. Tyutyulina

Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod

The Pushkin Card is a major social project aimed at supporting young people and their cultural development. Interest in this topic is growing rapidly, including in the media. In April 2023, as part of the study, a collection of news articles published in the period from 2022 to the time of the study in the Russian media was conducted. The key topics of news in the media about the Pushkin card have been identified. The analysis of the change in interest in the topic of the Pushkin card during the selected period is carried out. The events that influenced the changes in interest in the topic of the Pushkin card are revealed.

Keywords: The Pushkin Card, culture, mass media, young people.

УДК 316.72

РОССИЙСКИЕ ФАНДОМЫ К-ПОП КАК МОЛОДЕЖНЫЕ СООБЩЕСТВА

А.С. Комарова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Представлены результаты социологического исследования «Российские фандомы к-поп как молодежные сообщества». Для исследования использован метод анкетного онлайн-опроса. Российские фандомы к-поп представляют собой уникальное культурное явление, объединяющее миллионы поклонников корейской популярной музыки и культуры. За последние десятилетия эти фандомы стали неотъемлемой частью молодежной культуры. Большинство фанатов состоят в фандоме уже несколько лет. Активно поддерживают своих кумиров в социальных сетях, так как подписаны на их странички и связанные с ними паблики.

Ключевые слова: фандом, к-поп, бойз-бенд, айдолы, «корейская волна».

Введение

К-поп – это стиль современной музыки, возникший в Южной Корее, который сочетает элементы различных жанров – хип-хоп, электроника, рок и баллады [1, с. 56]. Особенностью к-попа является его визуальная составляющая: артисты, помимо своих музыкальных талантов, обладают великолепными хореографическими навыками и привлекательным внешним видом. Технология подготовки айдолов (артистов) в к-поп включает создание идеального образа, который служит положительным примером для подростков и молодежи. Понятие «айдол» имеет универсальный характер и охватывает не только круг способностей и талантов артиста, но и его имидж, и стиль жизни. Айдолы должны быть воспитанными, без вредных привычек, им запрещается вступать в личные отношения. Для артиста разрабатывают модель ролевых отношений для общения с фанатами, например, модель старшего брата или сестры. Айдолы имеют идеальную репутацию и личные качества, которые дополняют их сценический образ. Все это делает к-поп уникальным явлением в мире музыки и привлекает к нему все больше поклонников по всему миру.

За последние два десятилетия корейская культура активно популяризуется среди молодежи по всему миру, и Россия не является исключением. Феномен глобального распространения корейской культуры получил название «халлю», или «корейская волна». Включение «волны» в описание данного феномена можно связать, во-первых, с быстротой его распространения глобально, а, во-вторых, с поэтапностью популяризации современной корейской культуры. В

России к-поп стал популярен благодаря интернету и социальным сетям, где фанаты могут обмениваться информацией о своих любимых группах и исполнителях, смотреть клипы, слушать музыку и участвовать в разнообразных активностях [2, с. 193].

Российские фанаты к-поп, используя социальные сети, создают сильное сообщество, где они могут общаться, находить единомышленников и делиться переживаниями и мыслями о корейской поп-музыке. Например, в социальной сети «Вконтакте» можно найти группы, связанные с к-поп культурой. Всего их нашлось 88 324 тыс. групп. В самом популярном сообществе «Корейский вайб» состоят 59 806 подписчиков. Там российские фанаты к-поп активно обмениваются информацией, обсуждают новости, создают каверы и танцевальные видео, организуют встречи и концерты своих любимых артистов. Эти молодежные сообщества играют важную роль в популяризации к-поп в России и помогают укрепить связи между различными культурами и странами.

Методология

Социологическое исследование «Российские фандомы как молодежные сообщества» было проведено в ноябре 2023 г. Методом сбора информации выступил анкетный онлайн-опрос «Влияние иностранной индустрии на российских школьников и студентов». В качестве платформы размещения анкеты использовался Google Forms. Обработка и анализ данных производилась в программе IBM SPSS Statistics 21.

Исследование посвящено изучению влияния фандомов к-поп на российскую молодежь, а именно школьников и студентов. Целью анкеты является изучение фандомов к-поп групп. Анкета была размещена в сообществе, посвященном к-поп. Возраст респондентов 13-35 лет.

Результаты исследования

По результатам исследования можно сказать, что 70% школьников и студентов считают себя фанатами. Остальные 30% не причисляют себя к фанатам к-поп. Некоторые люди могут считать, что термин «фанат» подразумевает более глубокую и длительную привязанность и преданность определенному музыкальному жанру или артисту. Они могут считать, что до достижения определенного возраста они не обладают достаточным опытом и стажем в фандоме к-поп. В целом, решение считать себя фанатом к-поп или любого другого музыкального жанра является индивидуальным и может быть основано на личных предпочтениях, самоидентификации и обстоятельствах.

Наиболее популярными у фанатов фандомами, в которых они состоят, оказались арми (52%) и эри (55%). Фанаты могут и не знать некоторые фандомы, например, стей (18%), сиджени (30%), мидзи (21%).

Большинство фанатов состоят в своем фандоме более двух лет (61%). Лишь 11% находятся в фандоме меньше года. От года до двух состоят в фандоме 28% фанатов (табл. 1). Фанаты могут долго состоять в к-поп фандомах по разным причинам.

Таблица 1

Время нахождения в фандоме, %

	Фанаты к-поп
Меньше года	11
Год-два	28
Больше двух лет	61

В таблице представлено распределение ответов на вопрос: «Сколько времени Вы уже состоите в фандоме?»

Больше половины фанатов состоят в группах в социальных сетях, посвященных фандому (83%). Лишь 17% фанатов не состоят в фанатских сообществах в социальных сетях (табл. 2). Участие фанатов в социальных сетях оказало важное влияние на формирование индустрии к-попа и способствовало выстраиванию более тесных отношений между артистами и их фанатами. Свидетельством подобной близости является проведение лайвов на различных медиа-площадках, а также практика более неформального общения с фанатами, например, когда артист заходит в онлайн-чаты фанатов, присоединяется к их играм онлайн.

В целом, фандомы к-поп представляют собой активное и вовлеченное сообщество поклонников, которые используют различные социальные сети для обмена новостями, участия в дискуссиях и поддержки своих любимых групп и артистов.

Таблица 2

Социальные сети фандома, %

Участие в социальных сетях	**Признание себя фанатом к-поп культуры**	
	Фанаты к-поп	**Не фанаты к-поп**
Состоят в социальных сетях, посвященных фандому	83	16
Не состоят в социальных сетях, посвященных фандому	17	84

В таблице представлено распределение ответов на вопрос: «Состоите ли Вы в группах в социальных сетях, посвященных вашему фандому?»

Важно обратить внимание на взаимоотношения с членами фандомов. В большинстве случаев отношения внутри одного фандома, скорее,

положительные, дружелюбные. 57% фанатов считают атмосферу внутри фандома дружелюбной, и только 2% считают, скорее, враждебной (табл. 3). Никто не считает взаимоотношения внутри своего фандома враждебными.

Немаловажную роль в создании дружелюбной атмосферы внутри фандома играют сами айдолы. Они являются объектами восхищения и подражания для многих поклонников, и их присутствие в социальных сетях и на мероприятиях помогает поддерживать связь с фанатами. Айдолы тоже активно участвуют в благотворительных мероприятиях и проектах, что способствует укреплению связей между ними и поклонниками.

Таблица 3

Отношения внутри фандома, %

Взаимоотношение	Фанаты к-поп
Дружелюбные отношения	57
Скорее дружелюбные отношения	35
Нейтральные отношения	6
Скорее враждебные отношения	2
Враждебные отношения	0

В таблице представлено распределение ответов на вопрос: «Какие, по вашему мнению, отношения между членами Вашего фандома?»

Большинство фанатов состоят в фандоме более двух лет. Они активно поддерживают своих кумиров в социальных сетях, так как подписаны на их странички и связанные с ними паблики. Важную роль играет и атмосфера внутри фандома. Поклонники к-поп артистов считают себя дружелюбными, приятными, так как их примером являются сами айдолы.

Выводы

Российские фандомы к-поп можно охарактеризовать как активные молодежные сообщества, которые проявляют большой интерес к корейской популярной музыке и культуре. Благодаря своей преданности и поддержке, российские фандомы играют важную роль в распространении к-поп культуры и укреплении связей между Россией и Южной Кореей. Общаясь и сотрудничая друг с другом, российские фанаты к-поп создают сильное сообщество, которое продолжает расти и развиваться.

Фандом к-поп отличается дружелюбной атмосферой, потому что поклонники этой музыки обычно очень преданы своим любимым группам и артистам. Они часто поддерживают друг друга и помогают распространять информацию о своих любимых исполнителях.

Список литературы

1. Андреева О.В., Полникова В.И. Музыкальная молодежная субкультура К-pop: характерные признаки и типичный представитель // Территория новых возможностей. 2023. № 3.
2. Якушенова О.С. k/j/c-pop и образы «азиатскости» в российском сегменте интернет // Galactica Media: Journal of Media Studies 2020. №4. С. 187-212.
3. Четина Е.М., Клюйкова Е.А. Фандомы и фанфики: креативные практики на виртуальных платформах // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2015. №3 (31). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/fandomy-i-fanfiki-kreativnye-praktiki-na-virtualnyh-platformah (дата обращения: 16.12.2023).

RUSSIAN K-POP FANDOMS AS YOUTH COMMUNITIES

A.S. Komarova

The results of the sociological study "Russian k-pop fandoms as youth communities" are presented. An online questionnaire survey was used for the study. Russian k-pop fandoms represent a unique cultural phenomenon that unites millions of fans of Korean popular music and culture. Over the past decades, these fandoms have become an integral part of youth culture. Most of the fans have been in the fandom for several years. They actively support their idols on social networks, as they subscribe to their pages and related publications.

Keywords: fandom, k-pop, boy band, idols, "Korean wave".

УДК 316.752

ФИЛЬМЫ ПРО ВОЙНУ В ПОИСКОВЫХ ЗАПРОСАХ В GOOGLE

А.В. Комелькова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Представлены результаты анализа поисковых запросов, сопряженных с празднованием Дня Победы 9 мая, а также анализ динамики популярности запроса «Фильмы про войну» в онлайн-сервисе Google Trends. Рассмотрена динамика в период с 5 по 12 мая 2023 г. и в аналогичные периоды 2020-2022 гг., также для анализа был взят пятилетний период с 2018 по 2023 гг. и с 2005 по 2023 гг. (с начала сбора данных сервисом). Проведено сравнение динамики популярности запросов «Фильмы про войну новые» и «Фильмы про войну советские» в период с 2011 по 2023 гг. Сделаны выводы о цикличности интереса к фильмам о войне и значительной роли политики Правительства РФ в его формировании.

Ключевые слова: Великая Отечественная война, кино, поисковые запросы, веб-аналитика.

День Победы 9 мая является самым важным праздником для большинства россиян. Согласно опросу ВЦИОМ, в 2023 г. 65% ставят его на первое место [1]. В российской культуре закрепились различные практики празднования этого дня: Бессмертный полк, парад, салют, возложение цветов к вечному огню. Одной из таких традиционных практик в последние годы стали просмотр и трансляция в кинотеатрах и по ТВ фильмов о войне. Тема Великой Отечественной войны и сама по себе в российском кинематографе очень популярна, каждый год на экраны выходят несколько фильмов об этом событии, многие из них спонсируются государством. То, насколько людям интересны фильмы о Великой Отечественной войне, можно выявить с помощью анализа поисковых запросов, так как, как правило, именно с поисков начинается поиск любой информации. Для анализа динамики популярности поисковых запросов применяется онлайн-сервис Google Trends (https://trends.google.ru/trends/).

Традиции, связанные с празднованием 9 мая, отразились в поисковых запросах россиян в Гугле, одной из двух самых популярных поисковых систем. Например, 9 мая 2023 г. среди всех остальных запросов преобладали связанные с праздником, они заняли практически все позиции в трендах, хотя на первых местах были запросы на тему футбола (в этот день был важный для футбольных фанатов матч) [2]. Самые востребованные традиции на День Победы – праздничный салют и парад. Популярностью пользуются «первый канал», который вел прямую трансляцию парада, песня «День Победы», поздравления и открытки. В День Победы из военных фильмов россиян интересовали только «Диверсант: идеальный

штурм», вышедший ровно год назад, 9 мая 2022 г., и советский фильм «В бой идут одни старики», который является у россиян одним из самых любимых фильмов о Великой Отечественной войне. [3]. А вот общий запрос «фильмы про войну» вошел в тренды поиска только на следующий день, 10 мая. Он оказался на 15-ом месте, после запросов про политику, спорт и шоу-бизнес, что тем не менее говорит о значительно возросшем в эти сутки интересе к этой категории кино (тренды поиска выделяют запросы, трафик которых значительно увеличился среди всех поисковых запросов за последние 24 часа). Всплеск интереса к военным фильмам уже после самого праздника говорит о том, что, во-первых, празднование не ограничивается одним днем, и фокус внимания на войне сохраняется и на следующий день. Подготовка ко Дню Победы тоже начинается заранее – уже 8 мая в трендах лидируют соответствующие темы. Во-вторых, праздничные мероприятия и общественная повестка побуждают россиян искать фильмы про войну и вызывают интерес к ним, то есть сам по себе этот интерес является не только частью празднования, но и его следствием.

Несмотря на всплеск интереса к фильмам про войну относительно других запросов 10 мая, в сравнении с другими периодами пик востребованности этой темы все же приходится на 9 мая, о чем говорит динамика популярности запроса в последние годы. В 2020-2023 гг. в течение нескольких дней до и после 9 мая наблюдается рост уровня интереса к запросу «фильмы про войну», который начинается 6 мая и достигает максимума 9 мая, после чего популярность запроса снижается и возвращается к исходному уровню 12 мая (рис. 1).

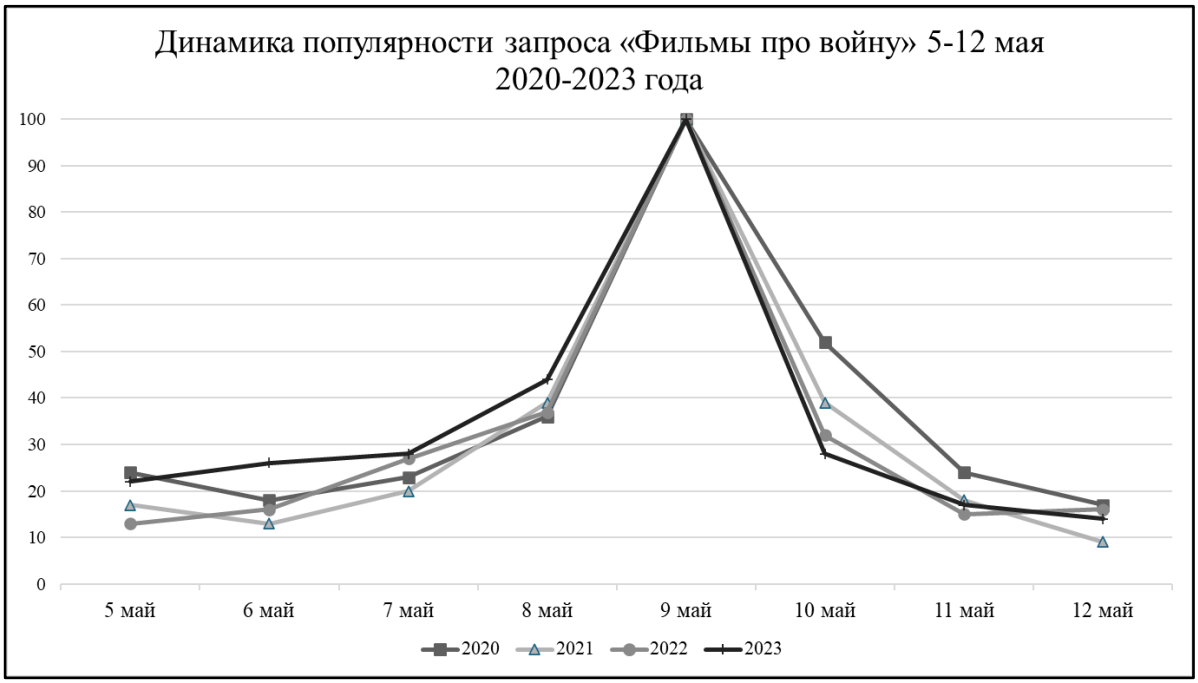


Рис. 1. Динамика популярности запроса «Фильмы про войну» 5–12 мая 2020–2023 гг.

На более широком интервале последних 5 лет (апрель 2019 – апрель 2024) видна цикличность возникновения повышенного интереса к фильмам о войне, ежегодно возникает резкий скачок количества запросов 9 мая при почти неизменном уровне в остальное время (рис. 2).



Рис. 2. Динамика популярности запроса «Фильмы про войну» за 5 лет (2019–2024)

Однако эта цикличность существовала не всегда, описанная динамика установилась в 2011-2012 гг., до этого никакой закономерности в росте и падении интереса к фильмам про войну не было, пики возникали в различные периоды (рис. 3). Начиная с 2011 г. регулярно повторяются всплески уровня популярности этого запроса в мае (им предшествуют меньшие скачки в феврале, вероятно, в связи с празднованием Дня защитника Отечества 23 февраля). Интерес к фильмам о войне напрямую связан с памятными датами, кроме того, максимальных значений он достигает в мае 2015 и 2020 гг., то есть в годы юбилеев Победы. В остальное время присутствуют малозначительные колебания, в целом средний уровень популярности запроса растет с 2010 по 2015 гг., а после 2020 г. наблюдается снижение. В последние годы фильмы о войне стали менее интересны россиянам как в праздники, так и в обычное время, хотя, возможно, такая динамика вызвана развитием стриминговых сервисов, которые заменили поисковые системы при поиске кино.

Появление традиции просмотра военных фильмов в День Победы и рост интереса в 2010-2015 гг. можно связать с утверждением Правительством РФ 5 октября 2010 г. государственной программы «Патриотического воспитания граждан Российской Федерации на 2011-2015 гг.» [4] и мерами по ее реализации. В этой программе отдельный раздел посвящен победе в Великой Отечественной войне: «Организация патриотического воспитания граждан в ходе подготовки и

проведения мероприятий, посвященных юбилейным и другим памятным событиям истории России. Работа по патриотическому воспитанию граждан в ходе подготовки празднования 70-летия Победы советского народа в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг.». Был сделан упор на массовость и сферу кинематографа и значительно увеличено количество мероприятий и их финансирование. Таким образом установление и популяризацию традиционной практики просмотра фильмов про войну 9 мая в значительной степени индуцировала политика Правительства РФ.



Рис. 3. Динамика популярности запроса «Фильмы про войну», 2005–2024 гг.

Сам запрос «фильмы про войну» является обобщенным, в нем нет конкретного указания на Великую Отечественную войну, однако чаще всего именно она имеется в виду. Об этом свидетельствует то, что пользователи, которые искали фильмы про войну, искали и конкретные фильмы, и почти все они посвящены Великой Отечественной войне. Советский фильм или новый – важный критерий при выборе, уточняющие запросы «фильмы про войну новые» и «фильмы про войну советские» лидируют в топах похожих запросов, однако их популярность относительно друг друга меняется. В период с 2011 по 2023 гг. соотношение уровня интереса к новым и советским фильмам про войну изменялся так, что до 2015 г. интерес к обеим категориям был примерно на одинаковым, 2015-2020 гг. – период наибольшего разрыва и преобладания запросов на новые фильмы, особенно в пиковых точках (май) (рис. 4). В то же время, это период наиболее высокого интереса к фильмам про войну в целом. Следовательно, высокий интерес к фильмам про войну – это по большей части интерес к новым фильмам. Как и в случае с общим запросом «фильмы про войну», пики уровня интереса к новым фильмам в юбилейные годы – 2015 и 2020, для советских же фильмов нет ярко выраженных скачков. В эти же годы

более активно выпускаются фильмы про Великую Отечественную войну, что может быть как причиной, та и следствием повышенного интереса. После 2020 г. проявилась тенденция к снижению популярности новых фильмов про войну, в 2023 г. интерес к ним почти сравнялся с интересом к советским фильмам. В последние годы нарастает критика современного российского кинематографа в целом и, в частности, фильмов про войну, все чаще россияне отдают предпочтение старым фильмам.

Итак, просмотр фильмов про войну – одна из традиционных практик празднования Дня Победы, о чем говорит цикличность интереса к таким фильмам, которая установилась после 2011 г. во многом благодаря реализации политики Правительства РФ. Период наибольшей популярности фильмов про войну между двумя юбилеями Победы – 2015 и 2020 гг., на которые пришлись максимальные показатели уровня интереса. Новые фильмы были более востребованы, чем советские, однако в последние годы вместе со снижением интереса к военным фильмам в целом, снижается и интерес к новым фильмам, выходя на один уровень с советскими. Если такая тенденция продолжится, в ближайшие годы советские фильмы про войну станут более востребованы, чем современные.

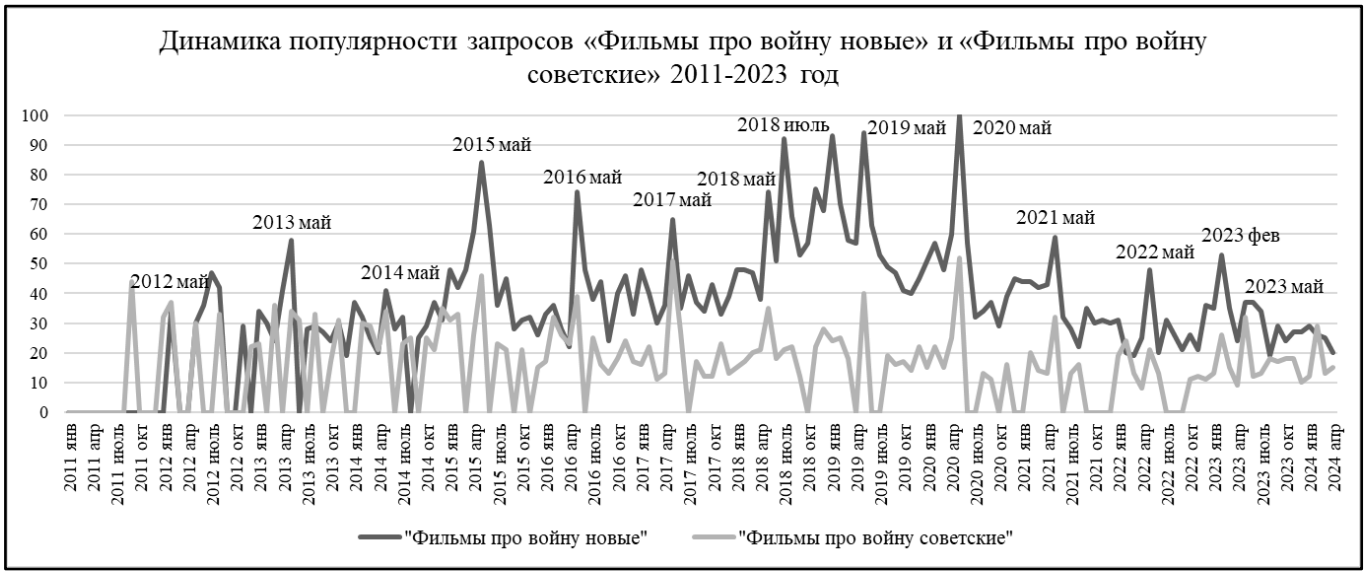


Рис. 4. Динамика популярности запросов «Фильмы про войну новые» и «Фильмы про войну советские» 2011–2024 гг.

Список литературы

1. День Победы – 2023. Исследование ВЦИОМ. 04.05.2023. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/den-pobedy-2023 (дата обращения: 03.05.2023)

2. Онлайн сервис Google Trends. URL: https://trends.google.ru/trends/explore?date=2023-05-09%202023-05-09&geo=RU&hl=ru (дата обращения: 03.05.2023)

3. Любимые фильмы о войне. Исследование ВЦИОМ. 08.05.2019. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/lyubimye-filmy-o-vojne (дата обращения: 04.05.2023)

4. Постановление Правительства РФ от 5.10.2010 г. №795 «О государственной программе “Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2011-2015 годы”». URL: http://government.ru/docs/all/74168/ (дата обращения: 05.05.2023)

FILMS ABOUT THE WAR IN GOOGLE SEARCH QUERIES

A.V. Komelkova

The article presents the results of the analysis of search queries associated with the celebration of Victory Day on May 9, as well as an analysis of the dynamics of the popularity of the query "Films about the war" in the online service Google Trends. The dynamics in the period from 5 to 12 May 2023 and in similar periods of 2020-2022 were considered, and the five-year period from 2018 to 2023 and from 2005 to 2023 (since the beginning of data collection by the service) was also taken for analysis. The dynamics of the popularity of the queries "New War films" and "Soviet war films" in the period from 2011 to 2023 were compared. Conclusions are drawn about the cyclical interest in films about the war and the significant role of the policy of the Government of the Russian Federation in its formation.

Keywords: The Great Patriotic War, cinema, search queries, web analytics.

УДК 316.65

БАЛАНС МЕЖДУ ЖЕЛАНИЕМ ИМЕТЬ НОВЫЕ ВЕЩИ И УДОВЛЕТВОРЕНИЕМ ОТ ТОГО, ЧТО УЖЕ ЕСТЬ В ГАРДЕРОБЕ

А.И. Кондратьева
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Представлены результаты социологического исследования «Поведение студенческой молодежи в отношении старой одежды». Исследование было проведено с помощью метода анкетного онлайн-опроса. Рассматривается проблема потребления молодежью, умения находить баланс между покупкой новых вещей и удовлетворением от того, что уже есть в гардеробе, а также отношения молодежи к старой одежде в целом. Целью исследования является выявление возможных способов использования старой одежды студенческой молодежью. Результаты исследования позволят понять, как молодежь относится к старой одежде и какие практические подходы они могут применить для рационального использования одежды в своем гардеробе. В рамках исследования было выявлено, что молодежь относится к старой одежде положительно и готова повторно использовать ее. Однако, несмотря на это, они также признали, что по определенным причинам часто покупают новые вещи.

Ключевые слова: молодежь, новая одежда, старая одежда, гардероб, индивидуальность

Введение

Потребление одежды стало неотъемлемой частью жизни молодежи. И как отмечает Л.И. Ятина, «выбор одежды – проблема, встающая каждый день [1]. По мере появления молодежь все больше обращает внимание на модные тенденции и марки одежды, стремясь быть в тренде и выглядеть стильно. Сегодня культ моды, вещизма, потребления овладевает сознанием и приобретает универсальный характер, что сказывается на стремлении большей части молодежи ориентироваться на внешние признаки принадлежности к той или иной группе [2, с. 34].

Однако, среди некоторых молодых людей возникает новый тренд – возрождение и использование старой одежды. Они отказываются от покупки новых вещей в магазинах и предпочитают искать уникальные и оригинальные предметы одежды, например, в секонд-хенде.

Отношение молодежи к старой одежде претерпело значительные изменения в последние годы. Раньше использование вторичной одежды было признаком отсутствия возможностей приобрести новые вещи. Однако, сегодня это стало не только способом экономии, но и проявлением индивидуальности.

Старая одежда теперь рассматривается не только как дешевый вариант для тех, кто не может себе позволить новую одежду, но и как источник уникальных и стильных находок. Однако, несмотря на популярность этой тенденции, представители молодежи, есть и такие, кто остается скептически настроенными по отношению к старой одежде. Они могут считать ее непригодной для использования из-за износа или просто не видеть пользы в покупке уже использованных вещей.

По результатам исследования всероссийского центра изучения общественного мнения, ненужные предметы гардероба россияне отдают знакомым и родственникам (44%), 37% отправляют их в мусорный бак. Более четверти россиян отправляют старые вещи (одежду, обувь и технику, мебель) в кладовку, на дачу или в гараж (28% и 26% соответственно). Столько же жертвуют ненужную одежду и обувь на благотворительность (28%) [3].

Тренд осознанного потребления в России задают, как правило, женщины и молодежь 18-24 лет. Им чаще других удается избавляться от предметов гардероба с пользой для других: отдавать знакомым и родственникам (56% и 50% соответственно) [3].

В данном исследовании на примере студенческой молодежи Нижегородской области будет рассмотрена проблема потребления одежды молодежью, умения находить баланс между покупкой новых вещей и удовлетворением от того, что уже есть в гардеробе, а также отношения молодежи к старой одежде в целом.

Методология

Социологическое исследование «Баланс между желанием иметь новые вещи и удовлетворением от того, что уже есть в гардеробе» было проведено в ноябре – декабре 2023 г. Методом сбора информации выступил анкетный онлайн-опрос «Поведение студенческой молодежи в отношении старой одежды». В качестве площадки размещения анкеты использовалась платформа Google Forms. Обработка и первичный анализ социологических данных осуществлялись с использованием аналитического программного обеспечения IBM SPSS Statistics 21.

Исследование посвящено изучению представлений студенческой молодежи об отношении к одежде в целом. Целью исследования является выявление возможных способов использования старой одежды для студенческой молодежи. Состав выборки – студенты Нижегородской области вузов (ННГУ им. Н.И. Лобачевского, НГТУ им. Алексеева, НГПУ им. Козьмы Минина, ННГАСУ, ПИМУ), в их числе 74% девушки и 26% юноши. Возраст респондентов 16-44 года. Опрошено 154 человека (N=154).

Результаты исследования

В жизни людей одну из значимых ролей занимает потребление, люди постоянно стремятся к приобретению новых вещей, будь то одежда, обувь, техника или другие материальные составляющие, при этом забывая о том, что в гардеробе есть вещи, которые не менее значимы и ценны.

Например, исходя из представленных данных по исследованию о балансе одежды в гардеробе, молодежь в возрасте от 18 до 23 лет примерно раз в месяц покупает себе новые вещи (57%). Из которых 33% составляет молодежь в возрасте 18-20 лет. Стоит отметить, что молодые люди в этом возрасте примерно раз в год покупают спортивную и повседневную одежду – 31% и 32% соответственно. Молодежь в возрасте 21-23 покупает ту же одежду, а именно спортивную и торжественную реже одного раза в год – 54% и 46% соответственно.

Факторы, оказывающие влияние на покупку новых вещей, могут быть разными, в том числе зависеть от цены и качества товара. На основе полученных данных можно увидеть, что у молодежи гардероб, в основном, состоит 50 на 50, как из дорогих, так и дешевых вещей (54% и 49% соответственно). Меньше одной десятой в двух возрастных группах молодежь отметила, что их гардероб состоит преимущественно из дорогой одежды и есть немного дешевых вещей (7% и 8% соответственно). В то же время, не было обнаружено молодых людей, чей гардероб состоит только из дорогой одежды.

Большинство молодых людей сохраняют старую одежду из-за ее удобства и приспособленности к телу. Это отмечено 41% и 37% опрошенных в возрасте 18-20 и 21-23 лет соответственно. Молодежь в возрасте 18-20 лет чаще сохраняет старую одежду, чтобы сэкономить время на поиски новых вещей и их покупку (40%) по сравнению с молодежью в возрасте 21-23 года (29%). Стоит отметить, что 33% молодых людей в возрасте 18-20 лет и только 6% в возрасте 21-23 года сохраняют старую одежду, чтобы использовать ее как источник вдохновения для создания новых модных образов и экспериментов со стилем. Еще было отмечено, что «Мода цикличная, поэтому старые вещи когда-то станут снова трендами».

Молодые люди хранят одежду по таким причинам – «жалко выбрасывать», «воспоминание», хотят «оставить другим поколениям: своим детям, может даже внукам».

К основным причинам избавления от одежды молодежь в обеих возрастных группах в первую очередь относит порванные вещи или не подлежащие ремонту 82% и 84% соответственно, износ и утрату первоначального вида (78% и 78%). С другой стороны, для молодежи в возрасте 18-20 лет значимы такие факторы, как необходимость освобождения места в

шкафу для новой одежды (63%), а также потеря комфорта при ношении (53%), в то время как, молодежь в возрасте 21 – 23 лет избавляется от одежды, когда вещь вышла из моды и не соответствует стилю.

Вещи, которые хранятся в гардеробе, могут иметь как преимущества, так и недостатки. К преимуществам использования старой одежды молодежь в возрасте 18-20 лет относит возможность отдать старую одежду в благотворительные организации или на переработку (67%). Стоит отметить, что они креативнее подходят к использованию старых вещей по сравнению с группой 21-23 лет. Чаще перешивают старую одежду, например, из джинсов в юбку или сумку, делают из футболок подушки или пледы (31%). Помимо этого, они отмечают, что из старой одежды можно сделать новые вещи, которые позволят выразить свою индивидуальность. Для молодежи в возрасте 21-23 лет главным преимуществом в использовании старой одежды является экономия денег на покупках новых вещей.



Рис. 2. Преимущества использования старой одежды, %

К недостаткам молодежь в возрасте 18-20 лет относит изношенность одежды (80%), неподходящий размер (67%), а молодежь в возрасте 21-23 лет выделяет необходимость дополнительного ухода за старой одеждой, что может быть затратным по времени и деньгам (43%).

Использование старой одежды имеет свои недостатки, которые могут быть причиной нежелания носить ее. Однако, при правильном выборе и уходе старая одежда может быть хорошей альтернативой покупке новой. Она может сэкономить деньги, помочь окружающей среде и даже выразить индивидуальность.

Выводы

Исходя из представленных данных, можно сделать вывод, что потребление одежды молодежью в возрасте от 18 до 23 лет является активным и частым. Молодые люди чаще обновляют свой гардероб, особенно в возрасте от 18 до 20 лет.

Молодежь в возрасте от 18 до 23 лет имеет различные мотивы для сохранения старой одежды, причем эти мотивы могут меняться в зависимости от возраста.

Одним из основных мотивов сохранения старой одежды для молодежи в возрасте 18-20 лет является удобство и приспособленность к телу. Это может быть связано с тем, что в этом возрасте молодые люди активно ищут свой стиль и находят вещи, которые подходят к их фигуре. Они также чаще сохраняют старую одежду, чтобы сэкономить время на поиск новых вещей, использовать ее как источник вдохновения для создания новых модных образов.

С другой стороны, молодежь в возрасте 21-23 лет чаще сохраняет старую одежду из-за жалости выбросить или как воспоминание, с целью переделки или передачи кому-то из друзей или родственников.

Можно сказать, что молодежь в возрасте от 18 до 23 лет проявляет активный интерес к моде, обновляя свой гардероб и стремясь к балансу между дорогими и более доступными вещами. Мотивы сохранения старой одежды тоже различны в зависимости от возраста, однако общим является стремление сохранить удобство, комфорт, а также использование ее как источник вдохновения. В целом, потребление одежды молодежью является активным, разнообразным и интересным процессом.

Список литературы

1. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. М.: Наука, 1994. 160 с.

2. Старым вещам – новую жизнь! Аналитический обзор ВЦИОМ, 2022 г. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/starym-veshcham-novuju-zhizn (дата обращения: 24.12.2022).

3. Ятина Л.И. Мода глазами социолога. Результаты эмпирического исследования // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. Т. 1. № 2. С. 121-133.

BALANCE BETWEEN THE DESIRE FOR NEW THINGS AND SATISFACTION WITH WHAT IS ALREADY IN THE CLOSET

A.I. Kondratieva

The results of the sociological research "Behavior of student youth in relation to old clothes" are presented. The study was conducted using the method of online questionnaire survey. This article examines the problem of clothing consumption among young people, the ability to find a balance between buying new things and satisfaction with what is already in the closet, as well as the attitude of young people to old clothes in general. The purpose of the study is to identify possible ways of using old clothes among student youth. The results of the study will provide insight into how young people feel about old clothes and what practical approaches they can take to rationalize the use of clothes in their closet. The study revealed that the youth have a positive attitude towards old clothes and are willing to reuse them. However, despite this, they also recognized that they often buy new clothes for certain reasons.

Keywords: youth, new clothes, old clothes, closet, individuality.

УДК 316.62

ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О ГЕНДЕРНЫХ РОЛЯХ В ПРОЦЕССЕ УХАЖИВАНИЯ: ОПЫТ СТУДЕНТОВ ННГУ

О.А. Королькова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Исследование рассматривает влияние гендерных стереотипов на студентов, особенно в контексте внешности, эмоций и финансовых отношений. Результаты указывают на осознанность стереотипов и стремление к их преодолению, а также на важность открытой коммуникации в партнёрских отношениях.

Ключевые слова: гендерные роли, культурные нормы, романтические ухаживания, финансовая адаптация, свидания.

В нашем быстро меняющемся обществе, когда время становится ценным ресурсом, традиционные формы ухаживания кажутся устаревшими. Однако, наиболее крепкие союзы обычно формируются благодаря эмоциональной близости, которую достичь не так просто, как хотелось бы. Исследования в области межличностных отношений долгое время не получали должного внимания. Только с начала 90-х годов в России появились первые работы по этой теме, что связано с возрастающим интересом к исследованиям в области гендерных взаимоотношений.

Существуют научные работы, посвященные продуктивному коммуникативному поведению в сфере ухаживания, крайним формам проявления активной стратегии в сфере ухаживания, например, Д.В Берлюбская «Специфика добрачного консультирования студенческих пар» [1], В.Н. Булдыжова «Современные тенденции добрачного поведения молодежи и его структура» [2].

Выводы основаны на 16 интервью, (опрошено 50% юношей, 50% девушек), первая половина учится на 1-2 курсе, а вторая на 3-4 курсе. 8 студентов обучаются на технических специальностях, а другие 8 на гуманитарных. Интервью проводились с 1 ноября по 30 ноября 2023 г. В интервью отталкивались от понятия «романтические ухаживания», которые включают такие аспекты, как внешность, эмоциональность, финансовые вопросы и некоторые другие. Остановимся на вышеперечисленных аспектах, выделенных в процессе операционализации понятия.

Рассмотрим аспект внешности – это первое, что мы видим при знакомстве. Бессознательно каждый человек в первую очередь оценивает внешнюю

привлекательность. Некоторые студенты упоминали, что из-за определённых внешних данных (большое количество татуировок и пирсинга) девушки и юноши, возможно, даже не обратят внимания на этого человека, так как он не в их вкусе. В аспект внешности мы включили различные процедуры ухода за собой, наличие пирсинга и татуировок, одежду и обувь, цвет и длину волос и т.д. В ходе проведения 16 интервью студентов технических и гуманитарных специальностей различных курсов пришли к следующим выводам:

• Главной составляющей во внешности как для девушек, так и для юношей, действительно, является гигиена и опрятность. Это основные аспекты, которые формируют первое впечатление о человеке и оказывают влияние на его общее восприятие в обществе. Кроме того, важно отметить, что существуют индивидуальные предпочтения в стрижках и стиле волос как для молодых людей, так и для девушек.

• Девушкам и юношам часто не нравится изобилие пирсинга и татуировок на теле партнера. Это может быть связано с индивидуальными предпочтениями и восприятием эстетики. Некоторые люди могут считать, что избыточное количество пирсингов или татуировок могут отвлекать от естественной красоты или могут ассоциироваться с определенными стереотипами или образами.

• К женщинам предъявляются более высокие ожидания относительно удаления волос на теле (ноги, подмышки и т.д.), что может отражать социокультурные стандарты красоты и гигиены. Однако, в современном обществе макияж, маникюр и ношение каблуков часто воспринимаются как дело личного выбора и выражения стиля, а не как обязательные требования к женской внешности. В связи с этим, на них часто не накладываются ожидания со стороны окружающих, хотя некоторые женщины могут предпочитать использовать их для создания определенного образа или самовыражения. В конечном итоге, вопрос о макияже, маникюре и ношении каблуков остается делом личного выбора каждой женщины, и она вольна решать, как она хочет выглядеть и выражать себя.

Рассмотрен аспект, связанный с эмоциями, то есть как девушки и юноши проявляют различные эмоции, существуют ли гендерные стереотипы в период свиданий и ухаживаний?

• Девушки и юноши часто подчеркивали бóльшую эмоциональную закрытость мужчин. Этот феномен может быть связан с социокультурными ожиданиями и стереотипами, согласно которым мужчинам часто приписывается роль сильного и независимого, что может затруднять выражение эмоций и проявление уязвимости. Кроме того, существующие социальные нормы могут создавать давление на мужчин, чтобы они демонстрировали стойкость и

контроль над своими эмоциями. В результате этого мужчины могут быть менее склонными к открытому обсуждению своих чувств и переживаний, что может восприниматься окружающими как эмоциональная закрытость.

• Во взаимоотношениях студенты часто предпочитают партнёрские, основанные на открытой коммуникации, где каждый из пары имеет возможность выговориться и поделиться своими эмоциями и мыслями. Это позволяет создать атмосферу взаимопонимания, доверия и поддержки, что является основой здоровых и устойчивых отношений. Важно, чтобы обе стороны чувствовали себя комфортно в выражении своих чувств и могли быть открытыми друг с другом без страха суждений или осуждений. Такой подход способствует более глубокому соединению и близости между партнёрами и помогает создать основу для долгосрочных и счастливых отношений.

Ещё один из аспектов, который рассмотрим, – это финансовый аспект, то есть кто должен платить в кафе, ресторанах, на свиданиях во время ухаживаний, какие подарки дарить и будет ли увеличиваться их стоимость с продолжительностью отношений. В итоге предварительно можно сделать такие выводы:

• Юноши готовы заплатить за девушку, поскольку это рассматривается как признак хороших манер и заботы о партнёре, особенно если они чувствуют взаимность и симпатию. Для многих юношей оплата за свидание может быть не только проявлением вежливости и галантности, но и способом выразить свои чувства и заботу о девушке. Это также может восприниматься как жест уважения и внимания к партнёрше, что важно для установления положительных взаимоотношений и создания приятной атмосферы на свидании. Важно, чтобы данное действие было воспринято позитивно и с уважением к выбору каждого человека.

• Студенты стараются финансово адаптироваться к нормам во время свидания, так как иногда не понимают, кто должен платить. Это может вызывать некоторые затруднения и неловкость, особенно в начале знакомства или в случае отсутствия ясных социокультурных ожиданий. Однако, в современном обществе некоторые молодые люди придерживаются принципа разделения расходов или предпочитают альтернативные формы оплаты, такие как поочередное оплачивание счета или взаимная оплата. Главное, чтобы студенты находили взаимопонимание и обсуждали этот вопрос открыто, учитывая индивидуальные финансовые возможности и предпочтения друг друга.

Исследование аспекта внешности и его роль в межличностных отношениях предоставило ценные инсайты в современную динамику ухаживания и свиданий. Результаты показали, что, несмотря на разнообразие индивидуальных

предпочтений и эстетических взглядов, гигиена и опрятность остаются ключевыми факторами, формирующими первое впечатление о человеке.

Кроме того, наблюдается некоторое несоответствие между общественными стереотипами и реальными предпочтениями в отношении пирсинга, татуировок и ухода за телом. Важно учитывать индивидуальные особенности и стремления каждого человека в формировании мнения о его внешности.

В отношении выражения эмоций во время ухаживания, стереотипы мужской закрытости и женской эмоциональной экспрессивности подтверждаются, однако признание этих различий и открытая коммуникация между партнерами способствуют созданию здоровых и долгосрочных отношений.

Финансовый аспект ухаживаний подчеркивает важность обсуждения и согласования между партнерами, чтобы избежать недопониманий и неловкости. Разнообразие подходов к оплате счета и дарению подарков свидетельствует о разнообразии взглядов и практик молодежи.

В целом, материал позволяет лучше понять взаимосвязь между внешностью, эмоциями и финансовыми аспектами в межличностных отношениях, что способствует развитию более осознанных и гармоничных форм ухаживания и связей между людьми.

Список литературы

1. Берлюбская Д.В. Специфика добрачного консультирования студенческих пар/ Вестник эксперементального образования. 2021. № 2(27). С. 87-96.

2. Булдыжова В.Н. Современные тенденции добрачного поведения молодежи и его структура/ E-Scio. 2022. № 2(65). С. 245-250.

IDEAS ABOUT GENDER ROLES IN THE COURTSHIP PROCESS: THE EXPERIENCE OF UNN STUDENTS

O.A. Korolkova

The study examines the influence of gender stereotypes on students, especially in the context of appearance, emotions and financial relationships. The results indicate awareness of stereotypes and the desire to overcome them, as well as the importance of open communication in partnership relations.

Keywords: gender roles, cultural norms, romantic courtship, financial adaptation, dating.

УДК 316

СПЕЦИФИКА КОММУНИКАЦИИ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

А.А. Кузянина, В.А. Спорынина, В.И. Маринкина
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Исследуется специфика коммуникации молодежи в условиях современного информационного пространства. Представлен обзор исследований коммуникации в интернет-пространстве и социальных сетях, выявлены основные формы активности молодёжи в социальных сетях. Приведены результаты научно-поискового исследования, проведенного методом онлайн опроса в апреле 2023 г. Выборка исследования составила 144 человека. Актуальность проблемы обусловлена изменениями интернет-пространства для российских пользователей после начала специальной военной операции. Отсутствие доступа к некоторым зарубежным социальным сетям и реформы внутренней политики многих других интернет-площадок привели к изменениям коммуникативных практик молодёжи. В ходе исследования рассмотрены такие темы, как средства выражения эмоций, ограничение доступа к социальным сетям, изменения в сетевом пространстве.

Ключевые слова: социальные сети, коммуникация, коммуникативные практики, молодежь, интернет, информационное пространство.

В общем смысле, коммуникация – это процесс передачи информации, некий акт общения между людьми, целью которого является взаимопонимание. Как правило, коммуникация происходит на нескольких уровнях – между индивидами и социальными группами, а также в рамках одного сообщества или между сообществами [1]. Социологи ограничиваются рассмотрением социальной коммуникации, то есть коммуникативной деятельности людей, которая осуществляется между индивидами, группами, организациями, государствами, культурами посредством знаковых систем (языков).

Однако коммуникация людей не ограничивается только реальным взаимодействием. В процессе технического прогресса коммуникация начала переходить в виртуальную среду. Так по данным ВЦИОМ, *в российской аудитории социальных сетей и мессенджеров почти каждый третий (29%) тратит на них более трех часов в день (72% среди 18-24-летних), 16% – от двух до трех часов, 25% – один-два часа в день, 19% – полчаса, а 9% – менее получаса [2]. Кроме этого, наиболее явной становится позиция молодежи как одной из самых активных групп населения в интернете.*

В авторском исследовании рассматривалась коммуникация молодёжи в социальных сетях после начала специальной военной операции. Связано это с тем, что и*зменения информационного пространства, которые происходят на фоне спецоперации и неизбежно отражаются на процессе коммуникации, и выборе социальных сетей для неё.* Научно-поисковое исследование было проведено методом онлайн опроса в апреле 2023 г. молодежи Нижнего Новгорода в возрасте от 18 до 35 лет. Опрошено 144 человека. Главная цель исследования – определить, какие изменения в коммуникации молодёжи произошли после начала специальной военной операции. Распределение по полу среди девушек и юношей составило 59% и 41%, соответственно.

Результаты опроса показали, что практически каждый представитель молодого поколения ежедневно использует интернет. Чаще всего молодёжь проводит своё время в социальных сетях или мессенджерах. Н*аиболее популярными социальными сетями среди опрошенных стали* Вконтакте (99%), Telegram (94%), Instagram[1] (69%) и TikTok (65%). При этом, стоит отметить, что особой возрастной дифференциации при выборе социальных сетей нет, вся опрошенная молодежь имеет практически одинаковую посещаемость указанных социальных сетей, и выбор площадки в большей степени зависит от мотивов их посещения.

Процесс коммуникации в виртуальной среде чаще всего сопровождается эмоциональными реакциями, которые необходимо донести собеседнику. Текстовые сообщения, не способные в полной мере донести чувства и эмоции человека, заменяются картинками, стикерами или голосовыми сообщениями. Для выражения эмоций в процессе коммуникации молодёжь чаще всего использует такие средства, как голосовые сообщения (24%), смайлики (21%) и стикеры (21%). Менее используемыми оказались гифки (5%) и видео сообщения (15%). Однако, стоит отметить, что данные функциональные возможности были не всегда представлены в популярных и доступных социальных сетях. Например, во Вконтакте, наиболее посещаемой среди опрошенных социальной сети, видеосообщения появились только 21 декабря 2022 г. и в период проведения исследования представители молодежи недостаточно часто использовали эту функцию.

По результатам исследования было выявлено, что пользователи социальных сетей заметили изменения в новостных лентах. Контент многих из них заполнился различной информацией на тему спецоперации. Были определены, по мнению опрошенных, два типа реакций на информацию про

[1] Признана экстремистской организацией и запрещена на территории РФ.

специальную военную операцию. Первые чаще всего читают новость про СВО, но никогда не комментируют её и не отправляют её своим друзьям или знакомым. Вторые просто пролистывают новость в ленте и не заостряют на ней своего внимания. Независимо от типа реакции, молодежь в равной степени связало своё поведение с усталостью и тревогой от большого потока информации. Многие и вовсе не хотели бы погружаться в данную тему, но в сложившейся ситуации просто не могут этого избежать. Пользователями было замечено, что в новостных лентах значительно увеличился объем записей политического характера и все сильнее развивается русофобия.

Стоит обратить внимание и на тот факт, что после начала спецоперации у молодых людей возникли трудности с использованием некоторых социальных сетей. В основном проблема заключалась в авторизации пользователей на некоторых интернет-платформах. Более половины опрошенных нашли другие способы входа, через различные программы и приложения. Остальные анкетируемые либо не сталкивались с проблемами авторизации и продолжают заходить в социальные сети без помощи других программ, либо никогда ими не пользовались. Подобные ограничения доступа к социальным сетям заставляют молодое поколение переходить в иные интернет-платформы, из-за чего процесс коммуникации становится более проблематичным.

Следует отметить*, что молодёжь активно осваивает доступные им функции и платформы для общения. По результатам исследования можно чётко сказать, что молодёжь вовлечена в информационное пространство, активно использует функционал социальных сетей в процессе коммуникации. Однако стоит обратить внимание и на то, что после начала специальной военной операции происходит* заметное увеличение политического контента, русофобия и нескончаемые обсуждения специальной военной операции в комментариях. Все это приводят к усталости и нежеланию углубляться в данную тему. Молодежь Нижнего Новгорода ощущает на себе изменения, связанные с коммуникацией в интернет-пространстве. Связано это, прежде всего, с проблемами, которые возникают при использовании некоторых социальных сетей и обострением напряжённости между пользователями.

Список литературы

1. Аберкромби Н. Социологический словарь / Н. Аберкромби, С. Хилл, Б.С. Тернер // пер. с англ. И.Г. Ясавеева под ред. С.А. Ерофеева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЗАО «Изд-во «Экономика». 2004. 620 с.

2. Аналитический обзор ВЦИОМ: «Медиапотребление и активность в интернете». // ВЦИОМ [Электронный ресурс] – URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotreblenie-i-aktivnost-v-internete (дата обращения: 10.03.2024)

SPECIFICS OF COMMUNICATION OF RUSSIAN YOUTH IN THE CONDITIONS OF MODERN INFORMATION SPACE

A.A. Kuzyanina, V.A. Sporynina, V.I. Marinkina

The article is devoted to the study of the specifics of youth communication in the modern information space. The review of communication studies in the Internet space and social networks is presented, the main forms of youth activity in social networks are identified. The article presents the results of a scientific search study conducted by an online survey in April 2023. The sample of the study was 144 people. The urgency of the problem is due to changes in the Internet space for Russian users after the start of a special military operation. The lack of access to some foreign social networks and the internal policy reforms of many other Internet platforms have led to changes in the communication practices of young people. In the course of the study, topics such as the means of expressing emotions, the most affected topics in social networks, reactions to posts, as well as changes in the network space were considered.

Keywords: social networks, communication, communication practices, youth, Internet, information space.

УДК 316

ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ К ПОЛОВОМУ ВОСПИТАНИЮ В УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ

М.А. Кулепанова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В статье раскрывается тема отношения к половому воспитанию в учебных заведениях. Приводятся результаты эмпирического исследования, проведенного методом анкетного опроса среди молодежи Нижнего Новгорода с целью изучения отношения нижегородских студентов к половому воспитанию в школах. В ходе исследования рассмотрены гендерные различия во мнениях о половом воспитании в школах. Результаты исследования показали, что молодёжь, в целом, положительно относится к практикам внедрения и считает половое воспитание важным этапом формирования сознания и психики ребенка. Однако, наблюдаются гендерные различия у студентов, а также противоречия с возрастом ознакомления школьников с данной темой. Девушки придают большее значение половому образованию в школах.

Ключевые слова: половое воспитание, учебные заведения, половое образование, отношение к половому образованию.

Введение

Во второй половине XIX века возникли дискуссии, связанные с половым воспитанием детей. Как отмечает С.Ю. Девятых, на рубеже XIX-XX вв. было проведено много эмпирических исследований, результаты которых свидетельствовали об изменении добрачного поведения молодежи в сторону полового недержания, показали беспрецедентный рост числа заболеваний, связанных с половой распущенностью, криминальными абортами и отказом от новорожденных [1]. Один из эффективных способов просветительской деятельности в данном вопросе – внедрение уроков полового воспитания школах.

Первая в мире программа полового воспитания родилась из практической необходимости: борьба с венерическими заболеваниями и нежелательной (особенно ранней) беременностью. Сегодня половое воспитание ведется в большинстве европейских стран, США, Канаде, а шведская система полового воспитания до сих пор считается самой прогрессивной. Она включает обсуждение различных аспектов близких отношений между людьми и всего, что может на них повлиять, в том числе разговоры об алкоголе, обсуждение гендерных вопросов и представлений школьников о собственном теле [2]. Одним

из эффективных способов просветительской деятельности в данном вопросе – внедрение уроков полового воспитания в школах.

Однако, в России такая практика является, скорее, исключением, чем правилом. СМИ распространяют ложную информацию о принципах полового воспитания, половой жизни, анатомии и физиологии женских и мужских половых органов. В результате у детей и подростков формируется неадекватное отношение к сексуальной жизни. Удручающим фактором является увеличение числа людей, инфицированных ВИЧ. За последний год Российская Федерация обогнала страны Африки, Эфиопию и Буркина-Фасо по распространению данного заболевания [4]. Ещё один тревожный факт – это распространение абортов, как средства контрацепции. Росстат обозначил, что по статистике доля искусственных абортов в России составляет около 72%. Самый безопасный метод – медикаментозный – насчитывает только около 8%. Всё это может свидетельствовать о низком уровне полового воспитания граждан РФ.

Актуальность данного исследования обусловлена потребностью изучения полового воспитания в школах и введению уроков в систему обучения.

Методология

В рамках изучения вопроса о том, нужно ли половое воспитание в школах, в декабре 2023 г. был проведен социологический опрос. Целью исследования было узнать, считает ли студенческая молодёжь данную проблему существенной, и в какой мере поддерживает внедрение полового воспитания в школы. Проверялась гипотеза о том, что и юноши, и девушки в равной степени поддерживают введение в школьные программы уроки о половом воспитании. В исследовании приняли участие 141 респондент. Распределение по полу составило 57% и 43%, соответственно. Возраст респондентов составил от 18 до 24 лет.

Результаты исследования

В результате исследования было выявлено, что молодёжь считает половое воспитание важным этапом формирования сознания и психики ребенка. Если современные образовательные программы включат в себя уроки полового воспитания, то таким образом могут снизить риски нежелательных беременностей и заболеваний, передающихся половым путем. Таким образом, наблюдаем одобрение на введение образовательных программ, направленных на половое воспитание детей в школах (табл. 1).

Таблица 1

Отношение к тезисам, связанным с половым воспитанием

Тезисы	Коэффициент согласия
Половое воспитание является важным этапом формирования сознания и психики ребенка	1,8
Современные образовательные программы должны включать уроки полового воспитания	1,5
Наличие уроков полового воспитания в образовательных учреждениях способствует снижению количества нежелательных беременностей и заболеваний, передающихся половым путем	1,2
Наличие уроков полового воспитания в образовательных учреждениях способствует снижению количества психологических и эмоциональных травм	1,1
Некоторая информация на уроках полового воспитания может намеренно искажаться	0,3
Некоторая информация на уроках полового воспитания может намеренно умалчиваться	0,4

*Коэффициент согласия высчитывается как среднее арифметическое по 5-балльной шкале, где 2 балла – полностью согласен, 1 балл – скорее согласен, 0 баллов – затрудняюсь ответить, -1 балл – скорее не согласен, -2 балла – полностью не согласен.

Однако, по поводу преподнесения сексуального образования в школах часть студентов считает, что некоторая информация на уроках полового воспитания может намеренно искажаться и умалчиваться. Задача школы – заложить основы, расставить некоторые общезначимые ориентиры, избегая бестактности и навязчивости, не придавая этой сфере воспитания чрезмерно опережающего характера.

Что касается гендерных различий, они есть, хотя и небольшие. Девушки придают большее значение половому образованию в школах. Они больше склоняются к мнению, что наличие уроков полового воспитания в образовательных учреждениях способствует снижению количества нежелательных беременностей и заболеваний, передающихся половым путем. Юноши же придают больше значение снижению количества психологических и эмоциональных травм (табл. 2).

Таблица 2

Отношение к тезисам, связанным с половым воспитанием (юноши и девушки)

Тезисы	Юноши	Девушки
Половое воспитание является важным этапом формирования сознания и психики ребенка	1,7	1,9
Современные образовательные программы должны включать в себя уроки полового воспитания	1,5	1,4
Наличие уроков полового воспитания в образовательных учреждениях способствует снижению количества нежелательных беременностей и заболеваний, передающихся половым путем	1,1	1,3
Наличие уроков полового воспитания в образовательных учреждениях способствует снижению количества психологических и эмоциональных травм	1,3	1,1
Некоторая информация на уроках полового воспитания может намеренно искажаться	0,3	0,2
Некоторая информация на уроках полового воспитания может намеренно умалчиваться	0,5	0,4

**Коэффициент доверия высчитывается как среднее арифметическое по 5-балльной шкале, где 2 балла – полностью согласен, 1 балл – скорее согласен, 0 баллов – затрудняюсь ответить, -1 балл – скорее не согласен, -2 балла – полностью не согласен.*

Студенты полагают, что знакомить детей с основными темами сексуального воспитания следует в нужный период их жизни. О начале сексуальных отношений, профилактике инфекций, передающихся половым путём, и контрацепции стоит рассказывать детям от 10 до 14 лет (табл. 3). Именно подростковый период обусловливается всплеском гормонов. Появляется необходимость в освещении актуальной для них информации. Однако, часть студентов склоняются к мнению, что мальчиков стоит знакомить с вышеперечисленными темами немного раньше, чем девушек. Такое мнение может быть связано с гендерными предрассудками, которые не всегда имеют под собой объективные основания.

Таблица 3

С какого возраста следует начать знакомить мальчиков и девочек со следующими темами, %

		Мальчики	Девочки
Начало сексуальных отношений	<6 лет (дошкольный возраст)	0,7	0,7
	6-9 лет (младший школьный возраст)	13	11
	10-14 лет (подростковый возраст)	67	62
	15-17 лет (период юношества)	18	25

	18+ лет (период совершеннолетия)	0,7	1,4
	Нет необходимости	0,0	0,0
Профилактика инфекций, передающихся половым путем	<6 лет (дошкольный возраст)	0,7	0,7
	6-9 лет (младший школьный возраст)	13	10
	10-14 лет (подростковый возраст)	65	62
	15-17 лет (период юношества)	20	25
	18+ лет (период совершеннолетия)	0,7	1,4
	Нет необходимости	0,0	0,0
Предохранение от нежелательной беременности	<6 лет (дошкольный возраст)	0,7	0,7
	6-9 лет (младший школьный возраст)	10,6	8,5
	10-14 лет (подростковый возраст)	65	60
	15-17 лет (период юношества)	23	30
	18+ лет (период совершеннолетия)	0,7	1,4
	Нет необходимости	0,0	0,0

Стоит отметить, что при полном одобрении введения образовательных программ в сфере полового воспитания наблюдается полное недоверие к учебной литературе (пособиям) и учителям неспециализированных предметов. Студенты склоняются доверять только преподавателям специализированных предметов. Отношение к школьным психологам в этом вопросе неоднозначное (табл. 4).

Таблица 4

Доверие к каналам передачи информации о половом воспитании в школах, %

Тезисы	Коэффициент доверия
Учителя неспециализированных предметов	-0,5
Учителя специализированных предметов (биология, анатомия)	0,7
Школьные психологи	0,3
Учебная литература (пособия)	-0,6

**Коэффициент доверия высчитывается как среднее арифметическое по 5-балльной шкале, где 2 балла – полностью согласен, 1 балл – скорее согласен, 0 баллов – затрудняюсь ответить, -1 балл – скорее не согласен, -2 балла – полностью не согласен.*

Такие показатели могут быть связаны с общим недоверием к общественным институтам, которое распространяется и на школу, и массовым недовольством практически всех слоев общества ее деятельностью и процессами ее реформирования. Учебники воспринимаются как устаревшая информация, не поспевающая за современными открытиями и исследованиями.

Заключение

Подводя итоги данного исследования, отметим, что студенческая молодежь в целом положительно относится к введению образовательных программ, связанных с половым воспитанием детей в школах, и особых гендерных различий не наблюдается. Повышение осведомленности учащихся способствует снижению количества нежелательных беременностей, заболеваний, передающихся половым путем, психологических и эмоциональных травм.

Школьная программа должна быть построена таким образом, чтобы к ее работе привлекались специалисты в этой области (учителя биологии и анатомии). Однако, вопрос внедрения средств обучения в этом аспекте остается открытым, так как отсутствует доверие к этому источнику информации. Возможно, не стоит делать учебник основным источником информации по половому воспитанию и частично заменять его фильмами или видеороликами по половому воспитанию детей.

Список литературы

1. Девятых С.Ю. Психосексуальная социализация молодежи и ее сопровождение в образовательной среде // Смоленск / Изд-во СмолГУ. 2011. 122 с.

2. Европейское региональное бюро ВОЗ и ФЦПЗС. Стандарты сексуального образования в Европе. Федеральный центр просвещения в сфере здравоохранения [Электронный ресурс] – URL: https://srhhivlinkages.org/wp-content/uploads/2013/04/who_bzga_standards_ru (дата обращения: 04.04.24)

3. Открытая база данных. ВИЧ статистика 2021[Электронный ресурс] – URL: https://openbase.online/vich-statistika-2020/#TOP-10_stran_po_rasprostraneniu_VIC-infekcii_v_2021_godu (дата обращения: 04.04.23)

4. Статистика абортов в России по данным Росстат. Режим доступа: https://rosinfostat.ru/statistika-abortov-v-rossii-podannym-rosstat/ (дата обращения: 10.04.2024).

5. Шульгина Е.В. Сексуальное образование и возраст сексуального просвещения в западной социологии // Социологическая наука и социальная практика. № 3(11). 2015. С. 128-141.

THE ATTITUDE OF STUDENTS OF THE NIZHNY NOVGOROD REGION TO SEX EDUCATION IN EDUCATIONAL INSTITUTIONS

M.A. Kulepanova

The article reveals the topic of attitudes towards sex education in educational institutions. The results of an empirical study conducted using a questionnaire survey among young people in Nizhny Novgorod are presented in order to study the attitude of Nizhny Novgorod students to sex education in schools. The study also looked at gender differences in opinions about sex education in schools. The results of the study showed that young people, in general, have a positive attitude towards implementation practices and consider sex education to be an important stage in the formation of a child's consciousness and psyche. However, there are gender differences among students, as well as contradictions with the age at which schoolchildren become familiar with this topic. Girls attach more importance to sex education in schools than boys.

Keywords: sex education, educational institutions, sex education, attitude towards sex education.

УДК 316

ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ TELEGRAM-КАНАЛОВ КАК МЕДИАПЛАТФОРМ

А.К. Мартынова
Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва

Рассматриваются специфика подачи медиаконтента и роль журналиста в ведении канала СМИ в Telegram. Автором проведено исследование Telegram-каналов, обнаружен ряд закономерностей и выявлены различия с другими медиаканалами в социальных сетях.

Ключевые слова: Telegram-канал; журналистика; медиаплатформа; информация; мессенджер.

Telegram изначально представлял мессенджер с многогранным функционалом, что явилось причиной его популярности у аудитории и СМИ. Современные массмедиа масштабно применяют преимущества социальных сетей для размещения контента, и в ряду площадок, позволивших развиваться журналистике, Telegram стал одним из важнейших инструментов в оперативном распространении информации за счет возможности создания публичных каналов.

С одной стороны, мессенджер Telegram и социальные сети, такие как «ВКонтакте», «Одноклассники» и Instagram*, составляют конкуренцию традиционным СМИ и интернет-изданиям, с другой – очевиден факт взаимосвязи, который позволяет говорить об утрате их самостоятельности в медиапространстве, поскольку «Вконтенте» часто используют готовые полноценные тексты, информационные поводы с других площадок, зачастую происходит ретрансляция представителей официальных СМИ» [1, с. 327-333]. Тем самым сращение СМИ с новыми медиа образует конвергентное поле, позволяющее журналистике создавать всеобъемлющий контроль над массовой аудиторий. Но как отдельный субъект Telegram оказался адаптированнее предшествующих платформ новых медиа, став их уникальной альтернативой.

Оказавшись в числе социальных сетей, распространяющих материал для привлечения аудитории, Telegram появился позже других площадок, что позволяет считать его одной из молодых медиаплатформ на современном этапе развития интернет-журналистики. Эта особенность отразилась на совокупности признаков, расширяющих мультимедийное поле таким образом, что это дало

* Организация, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации

формирование для новых стандартов в заинтересованности читателя. К такой специфике, отличающей Telegram от иных соцсетей, относится создание публичных каналов, где возможность коммуницирования значительно выше, поскольку мультиплатформенный контент концептуально представляет чат, и пользователь может прочитать этот материал через сообщения с помощью оповещения или при самостоятельном просмотре Telegram-каналов. Подобное функционирование отсутствует у соцсетей «ВКонтакте», «Одноклассники», Instagram* и TikTok, их передача информации аудитории осуществляется через ленту новостей, которая позволяет пользователям пропустить контент того или иного паблика из-за большого информационного потока публикаций.

При преимуществе передачи контента технологизм не вытесняет релевантные навыки Digital-журналиста при создании материала для Telegram-канала, напротив, дополняет и помогает в максимальном привлечении внимания читателей к полномерному прочтению. «Новым и сильным средством выразительности сетевых СМИ становятся структурные возможности гипертекстовых технологий, позволяющие размещать на главном месте самую важную информацию, при этом заголовком текста становится его первая фраза, одновременно содержащая информацию о сути события, остальной же текст − подробности события − находится на других уровнях гиперструктуры и при желании может быть открыт для прочтения» [2, с. 34-38.]. Поэтому одна из специфик ведения Telegram-канала строится на балансе технологического фактора и правилах традиционного СМИ. Публичные каналы активно демонстрируют свое превосходство в оперативной передаче материала и его лаконичности. Подписчику удобнее увидеть во сплывающем окне заголовок текста и пройти к прочтению, если данная тема актуальна для него (рис. 1), а СМИ имеют возможность контролировать точный охват аудитории.



Рис. 1

Telegram-каналы тоже трансформируют характер массово-коммуникационного процесса, опираясь на двустороннее общение. Публичные каналы предоставляют возможность комментирования публикаций, а также использование читателями многосторонних ответных реакций в виде эмодзи и способности участвовать в опросах (рис. 2). Обратная

связь от пользователей позволяет Telegram-каналам набирать число подписчиков и привлекать потенциальную аудиторию через дублирование информации с помощью других каналов со ссылкой на источник. Особенность, заключенная в интерактивной способности этого мессенджера, может утрачиваться по произвольному выбору самого СМИ (рис. 3), которое рискует потерять часть аудитории. Однако такое решение имеет смысл во избежание негативного воздействия читателей. Так, безучастность пользователей не мешает продвигаться Telegram-каналам, ориентирующихся исключительно на предоставлении медиаконтента. «Отсутствие комментариев к постам делает коммуникацию однонаправленной, полностью субъект-объектной, но при этом позволяет максимально привлечь внимание к каналу и повысить просмотры» [3. Т. 20. С. 131-144].

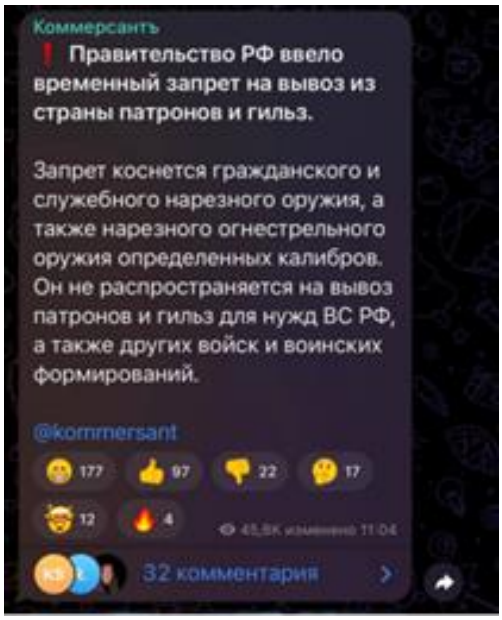


Рис. 2

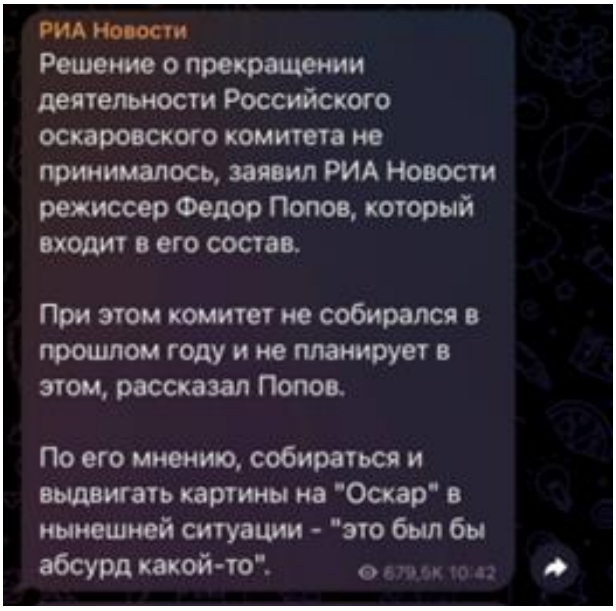


Рис. 3

Привычные традиционной журналистике жанры нашли свое отражение и в медиапространстве Telegram-каналов. Мессенджер, предоставляя собой новый тип медиа, вовлек пользователей в цифровую журналистику в первую очередь через информационные и аналитические жанры. Безусловно, вступившие в интернет-среду эти жанры видоизменились под действием технического прогресса, а также в условиях потребности аудитории получать предельно эффективное предоставление информации. Образовавшиеся сетевые жанры СМИ устоялись в Telegram-каналах и являлись для большинства аудитории доступными (опрос, запись голоса, прогноз, советы),

поэтому Telegram как медиаплощадка вывел гражданскую журналистику на новый уровень.

В числе отличительных признаков ведения публичных каналов можно заметить гиперболизацию свободы в размещении материала. Telegram дает возможность создания анонимных каналов любому пользователю, кроме этого, допускает к публикациям разнотематический материал. На этой основе в мессенджере активно развивается СМИ и блогосфера, традиционная и гражданская журналистика. Эти ниши делают Telegram уникальной медиаплатформой во всей интернет-журналистике, воссоздавая в ней слияние конкурентоспособности, выражаемое в соперничестве охвата аудитории, и благоприятного взаимовлияния, строящееся путем ретрансляции между каналами. Важно сказать, что их задачи совпадают с самим определением рода деятельности журналистки, однако методы осуществления приобретают многочисленные вариации.

Telegram-каналы в своем тематическом разнообразии являются для читателей нескончаемым полем для выбора, подходящего под его интересы источника медиаконтента. Для авторов в ведении публичных каналов важен подход творческого и публицистического дискурса с целью воздействия на сознание потенциальной аудитории и уже имеющихся подписчиков. Быстро распространяющаяся информация чаще всего моментально фиксируется подписчиками, поэтому подача материала требует тщательного подбора и предоставления публикации, особенно это важно для официальных СМИ. Независимость же гражданских журналистов при ведении публичных каналов предоставляет им возможность полностью удовлетворять потребность в освещении информации, исходя из своих желаний. Часто ведение Telegram-каналов такими лицами направлено на коммуникативный контент, где интерактивная особенность мессенджера проявляется в особой манере. Открытость комментирования иногда способна переходить в вид переписки между автором канала с подписчиками, или же на коннект внутри аудитории, развивая тем самым межличностные отношения.

Но даже имея широкие возможности контроля аудитории, журналисту важно сохранить ее внимание, поскольку интерфейс мессенджера Telegram позволяет пользователю отключать уведомления, поступающие не только из личных переписок, но и от публичных каналов, что уменьшает уровень вовлеченности в публикуемый медиаконтент. Причина, по которой подписчик ограничивает поступления новых сообщений от Telegram-каналов, может крыться в чрезмерно частой публикации материала, что создает образ

навязывания информации. Поэтому роль журналиста при ведении канала базируется и на разграничении нужного количества публикаций за определенный промежуток времени. Эта особенность перекликается с признаком периодичности, характерным для массовой прессы, можно сказать, что это и есть его воплощение через интернет-пространство.

Визуальная составляющая Telegram-каналов не отличается широким диапазоном, который представляет газетно-журнальная журналистика или веб-сайты СМИ, поскольку мессенджер способен предложить для ведения платформу, где оформление зависит от самого пользователя и настроенный дизайн распространяется только с одного аккаунта. Поэтому один из вариантов автономного влияния визуала в ведении канала основывается на формировании самого поста, а именно в сочетание прикрепляемых фото и составляемого текста, способного «зацепить» внимание читателя и привнести запоминающийся стиль. В этом случае журналист выступает не только создателем текста, но и дизайнером, если этого требует Telegram-канал.

Telegram демонстрирует постоянно обновляющийся функционал, и новая возможность для данного мессенджера заключена в публикации «Историй» (Stories). Создатели на первоначальном этапе внедрения сделали доступной эту функцию для обладателей подписки Premium. Кроме этого, с появлением «Историй» ограничение ощутили и публичные каналы, но с 22 сентября 2023 г. они стали доступны и им, а не только отдельным пользователям. Для журналистов Telegram-каналов «Истории» − это новый инструмент взаимодействия с аудиторией. Материал, поданный в публичном канале, теперь важно также преподнести с помощью нововведенной функции, поскольку это представляет коммуникационный процесс и способствует распространению информации.

Таким образом, как медиаплатформа Telegram-каналы развиваются крайне активно. Значение журналистики в этом мессенджере возрастает с учетом его частого пользования обществом. Более того, ссылаясь на исследование, проведенное командой TGStat, можно заметить тенденцию трансформации Telegram из мессенджера в полноценную медиаплатформу [4]. Из статистики видно, что преобладающий процент пользователей выбирают Telegram для прочтения новостей, тем самым ведение публичных каналов приобретает характер глубоко общественной значимости (рис. 4).

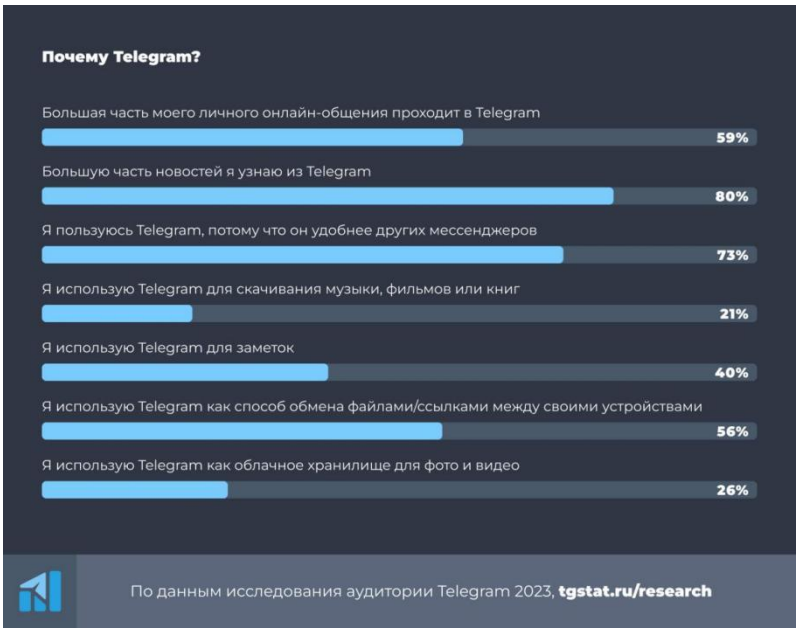


Рис. 4

Список литературы

1. Яшина А.Р. Telegram-журналистика: как мессенджеры изменили СМИ // Материалы XXIV научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов Национального исследовательского Мордовского государственного университетаим. Н.П. Огарёва: в 3 ч. [Электронный ресурс] / сост. А.В. Столяров; отв. за вып. П.В. Сенин. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2021. С. 332-337.

2. Карпова Т.Б. Сетевые СМИ как тип дискурса современной России // Мир русского слова. 2010. № 2. С. 34-38.

3. Дементьева К.В. Развитие Telegram-каналов в медиапространстве российских регионов: специфика, типология, перспективы развития (на примере Telegram-каналов Республики Мородовия) // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. 2021. Т.20. № 6. С. 131-144.

4. Исследование аудитории Telegram 2023 – TGStat // https://tgstat.ru/research-2023 (дата обращения: 22.05.2023).

FEATURES OF MAINTAINING TELEGRAM CHANNELS AS A MEDIA PLATFORM

A.K. Martynova

This article discusses the specifics of media content submission and the role of a journalist in running a media channel in Telegram. The author conducted a study of Telegram channels, found a number of patterns and identified differences with other media channels in social networks.

Keywords: Telegram channel; journalism; media platform; information; messenger.

УДК 316

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГАДЖЕТОВ НА ПАРАХ: ОТНОШЕНИЕ МЛАДШИХ И СТАРШИХ КУРСОВ

А.А. Милаева
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Главный атрибут современного человека – гаджеты. Новые технологии не могли не затронуть и сферу образования. В современном обществе все больше и больше студентов по всему миру не представляют своего обучения без применения гаджетов.

Исследуется отношение студенческой молодежи к использованию гаджетов на парах и сравнению отношения старших и младших курсов. Анализ проведен на базе данных, полученных в результате онлайн-опроса студентов российских вузов. Рассмотрены и изучены: мотивы использования гаджетов, основные сферы применения гаджетов на парах, отношение к запрету использования гаджетов на парах, влияние использования гаджетов на проявление многозадачности у студентов. А также дано определение термина «гаджеты».

Ключевые слова: гаджеты, использование гаджетов, молодежь, студенты, учебный процесс, многозадачность.

Введение

Современное общество характеризуется трансформацией социальной реальности, которая в первую очередь означает проникновение новых информационных технологий в общественные процессы. Наблюдается изменение социальных отношений и социальных процессов. Изменилось отношение к информации, способам ее производства, обработки, хранения и распространения. Влияние информационных технологий прослеживается во всех социальных, экономических, политических и культурных процессах – изменился сам образ человека в современном обществе. Характеризуя современные тенденции, Ж.В. Федорова справедливо подчеркивает: «Основной тенденцией общественного развития становятся революционные изменения в информационной сфере бытия. В первую очередь, это связано с технологической обусловленностью социально-культурного ландшафта – развитием медиатехнологий, компьютеризацией, глобальной «медиатизацией» и «гаджетизацией мира и человека» [1].

Главный атрибут современного человека – гаджеты, портативная цифровая новинка, предназначенная для усовершенствования и облегчения жизни человека. К ним относятся смартфоны, планшеты, ноутбуки, девайсы для прослушивания музыки, отслеживания состояния здоровья. Наблюдая за человеком, все чаще можно увидеть его с гаджетом в руках, все жизненные

процессы современной личности находятся в его смартфоне или компьютере. Анализ ежегодного отчета от DataReportal «Digital 2023: Global Overview Report» выявил, что среднее экранное время пользователей в России оставляет 48,01% (7 часов 57 минут). В рейтинге частоты использования смартфона Россия занимает 18-ое место, 22,14% времени от бодрствования жители нашей страны проводят в смартфоне. В рейтинге частоты использования компьютеров Россия находится в тройке лидеров, занимая второе место – 25,87% от времени бодрствования жители страны проводят в ПК [2].

Новые технологии не могли не затронуть и сферу образования – сферу приобщения человека к знаниям о мире, ценностям, опыту, накопленному предшествующими поколениями. Методика использования информационно-компьютерной технологии обучения предполагает наличие и использование информационного обеспечения в учебном заведении; использование электронных учебников, компьютерных программ, ресурсов сети Интернет; организацию проектной деятельности с использованием ИКТ-технологий; внедрение компьютерной системы мониторинга [3]. Каждый из нас является участником образовательного процесса в течение своей жизни. В современном обществе все больше и больше студентов не представляют своего обучения без современных гаджетов.

В первую очередь использование гаджетов в учебном процессе предполагает применение их с целью получения нового знания и облегчения самого процесса получения этого знания. С помощью смартфона можно быстро найти ответы на вопросы, получить дополнительные материалы, разнообразить пары интерактивными методиками. Однако помимо учебных целей студенты зачастую используют гаджеты для собственных нужд – просмотр новостей, переписки в социальных сетях на отвлеченные темы, мобильные игры. Данные аспекты могут снижать внимание студентов к получаемым знаниям иметь еще ряд негативных последствий. В некоторых случаях применение телефона может быть целесообразным и даже необходимым для достижения лучших результатов обучения. Однако, в других ситуациях необходимо придерживаться правил и ограничений, чтобы избежать отвлекающих моментов и обеспечить более качественное и продуктивное использование времени на парах. Применительно к сфере образования И.А. Молодцова высказывается: «Увеличение темпов цифровизации образования должно сопровождаться комплексом мероприятий на основе новых норм, правил и методик работы. Необходимы расчет индивидуальных рисков воздействия разных видов информации и прогнозирование их последствий для здоровья подростков и молодежи с последующей разработкой программы профилактической и оздоровительной

работы, что требует изменений в общеметодологических оценках, регламентациях, технологиях» [4].

Представим актуальное отношение студентов российских вузов к использованию гаджетов во время учебного процесса, которое выявилось в авторском социологическом исследовании «Использование гаджетов на парах: отношение младших и старших курсов», проведенном в ноябре-декабре 2023 г. Всего было опрошено 142 студента из российских вузов, очной формы обучения, гуманитарных, экономических, технических и естественно-научных специальностей, в их числе 28% юноши и 72% девушки. Доля студентов младших курсов (1-2 курс) составила 59%, старших курсов (3-5 курс) – 41%.

Результаты исследования

В первую очередь необходимо выяснить, какие гаджеты студенческая молодежь использует чаще всего. Исходя из ответов, чаще всего смартфон, ноутбук и персональный компьютер. Смартфоном младшие и старшие курсы пользуются одинаково часто – 93% и 90% соответственно, с персональным компьютером ситуация схожа – 19% представителей младших курсов и 17% старших курсов. Однако пользователей ноутбуком больше среди старших курсов – 47%, доля младших курсов, пользующихся ноутбуком – 36%.

При выборе самых важных функций в смартфоне старшие и младшие курсы тоже придерживаются одинакового мнения. Самая важная функция для них – связь и обмен информацией, более 95% старших и младших курсов выбрали данный вариант ответа. Наиболее часто студенты пользуются приложениями мессенджеров и социальных сетей. Социальные сети более востребованы у старших курсов – 81%, а мессенджеры у младших курсов – 90%.

Студенческая молодежь в своем большинстве считает, что допустимо пользоваться смартфоном на лекциях, семинарах и практических занятиях. А вот пользование смартфоном вовне учебных целях оценивается не так однозначно, по 25% студентов считают, что пользование смартфоном за рамками учебных целей, во время семинаров и практических занятий скорее недопустимо, а 30% оценивают использование смартфона на лекциях нейтральным.

Применение смартфона во время зачетов и экзаменов – недопустимо. Однако важно заметить – 35% студентов смартфон не раз выручал на контрольных, экзаменах, зачетах, поэтому, несмотря на их позицию недопустимости использования смартфона во время экзамена и зачета, большинство из них переступает свои принципы и использует смартфон в качестве своего помощника.

Зачастую использование смартфона на парах – не просто желание, но и необходимость. С учебными целями на большинстве пар используют смартфон

63% младших курсов и 47% старших курсов, при этом использование смартфона на всех парах выше у старших курсов – 36%, доля младших курсов – 25%. В данном случае нельзя говорить о весомых различиях между старшими и младшими курсами в необходимости использования смартфона, можно лишь сказать, что для современных студентов смартфон является неотъемлемым инструментом в процессе обучения.

Основные учебные цели – запись лекций и важной информации, использование электронных учебных материалов, ответ домашнего задания, прохождение онлайн тестов – для данных целей смартфон старшие и младшие курсы используют в равной степени. Интересный момент – старшие курсы чаще используют смартфон в качестве шпаргалки, доли отметивших данный вариант ответа – 48% среди студентов старших курсов и 33% среди студентов младших курсов.

Зачастую необходимость воспользоваться на занятиях гаджетами возникает не из личного желания студентов, а по просьбе преподавателя. Самым часто используемым гаджетом стал смартфон – 53% студентов отметили, что преподаватели просят использовать его у себя на парах. Электронная книга реже всего вызывает необходимость в использовании – 75% студентов отметили, что никогда не приходилось пользоваться ей по просьбе преподавателя, все ее функции при необходимости может закрыть смартфон.

Говоря о конкретных целях, с которыми преподаватели просят использовать гаджеты, самым популярным ответом стал поиск информации, данный вариант ответа выбрали 53% представителей младших курсов и 52% старших курсов. С одинаковой частотой все студенты используют гаджеты на парах для участия в онлайн тестированиях, создания и отправки заданий и демонстрации материалов для обсуждения. Групповая работа и обмен информацией с помощью гаджетов тоже более актуальная для студентов младших курсов – 40% используют их для данной цели, среди старшекурсников 28% используют гаджеты для обмена информацией и совместной работы.

В исследовании рассматривался аспект отношения к запрету использования смартфонов на парах, ведь далеко не во всех учебных заведениях положительно относятся к гаджетам и их применению. Студенты в своем большинстве отреагируют негативно на запрет гаджетов. При этом больше негативного отношения проявляют студенты старших курсов – 48% отнесутся негативно, 34% скорее негативно. Младшие курсы более спокойны в своем отношении к аспекту запрета смартфонов – 40% отнеслись бы негативно, 29% скорее негативно.

Помимо отношения к запрету использования смартфонов были выяснены и конкретные действия, которые были бы предприняты студентами. Старшие курсы более поверхностно подойдут к пользованию смартфоном в период запрета. Лишь 2% старшекурсников откажутся полностью от его использования, 31% будут пользоваться лишь в экстренных случаях, 55% продолжат пользоваться скрытно. Ситуация с младшими курсами отличается – 6% откажутся от использования, 41% будет пользоваться лишь в экстренных случаях, 40% продолжат пользоваться, но скрытно. Это может быть связано с меньшей приспособленностью студентов младших курсов, для них важнее заработать уважение преподавателя и лишний раз не нарушать установленные правила.

В ходе исследования рассматривалась многозадачность как навык, формирующийся при использовании смартфона в учебном процессе. Многозадачность – это навык выполнения сразу нескольких задач или быстрого переключения между ними. Студенты считают, что могут выполнять несколько задач в смартфоне и делают это на постоянной основе, что составило 73% ответов студентов.

Многозадачность во время учебного процесса позволяет студентам одновременно искать информацию и принимать участие в дискуссиях на парах, 70% студентов отметили данный вариант ответа. Важным многозадачными навыками для студентов являются одновременное прослушивание лекции и запись заметок (69%) и одновременное прослушивание лекции и отправка материалов в мессенджерах (63%). Навык многозадачности зачастую является помощником для получения высоких оценок – 54% студентов считают, что многозадачность иногда помогает им получать более высокие оценки.

Кроме позитивных аспектов многозадачности в учебном процессе и использовании смартфона есть и ряд негативных. Один из них – снижение внимания, 44% студентов отмечают, что иногда замечают снижение внимания при выполнении нескольких дел одновременно, 27% студентов не замечали снижения внимания, 24% студентов ответили твердое "да".

Среди тех, кто замечал за собой снижение внимания наиболее частой причиной выделяется потеря фокуса внимания на теме занятия – 59% выделили данную причину, также влияние оказывают неспособность глубокого погружения (15%) и усталость (10%).

В современном мире гаджеты являются неотъемлемой частью жизни студенческой молодежи. Они составляют их досуг, а также помогают закрывать многие учебные задачи и формируют у студентов новые привычки и навыки.

Список литературы

1. Федорова Ж.В. Информационное пространство как сфера социально-экономических отношений // Kant. 2019. №4(33). С. 194-198.
2. Ежегодный отчет от DataReportal «Digital 2023: Global Overview Report» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report (дата обращения: 24.01.2024)
3. Dzobeiova V., Yablochnikov S., Semenova L. 2019. Practical application analysis of information and communication technologies in the socio-economic sphere. In Proceedings of Communicative strategies of the information society (CSIS'19). ACM, Saint-Petersburg, Russia.
4. Молодцова И.А. Социально-психологические проблемы здоровьесбережения Z-поколения в современных условиях: информационная гигиена // Психолого-педагогическое сопровождение образовательного процесса: проблемы, перспективы, технологии: материалы VII Международной научно-практической конференции / под ред. А.И. Ахулковой. Орел: Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева. 2020. С. 266–270.

USE OF GADGETS IN THE CLASSROOM: ATTITUDES OF JUNIOR AND SENIOR STUDENTS

A.A. Milaeva

The main attribute of modern man is gadgets. New technologies could not fail to affect the sphere of education. In modern society, more and more students around the world do not imagine their education without the use of gadgets.

The article is devoted to the study of the attitude of students to the use of gadgets in pairs and comparison of the attitude of senior and junior students to this aspect. The analysis is based on the data obtained from an online survey of Russian university students. This paper considers and studies: the motives for using gadgets, the main areas of gadget use in the classroom, the attitude to the prohibition of gadget use, the impact of gadget use on the manifestation of multitasking in students. And also the definition of the term "gadgets" is given.

Keywords: gadgets, gadget use, youth, students, learning process, multitasking.

УДК 316

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ СОВМЕЩЕНИЯ ОЧНОЙ УЧЕБЫ И РАБОТЫ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ СТУДЕНТОВ

А.М. Миленина
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Исследование рассматривает актуальный вопрос совмещения учебы и работы студентами в контексте финансовой нестабильности. Статистика показывает, некоторая часть студентов уже совмещают учебу с работой, подчеркивая важность финансовой стабильности. Такие факторы, как социокультурный фон и индивидуальные ценности, оказывают значительное влияние на решение о совмещении или отказе от него. Исследование выявляет преимущества этого совмещения: финансовая независимость и развитие управления временем и самодисциплины. Однако, студенты сталкиваются с проблемами нехватки свободного времени и усталости. Трудовая занятость влияет на академическую успеваемость студентов, при этом значительная часть планирует работать по специальности после окончания университета.

Ключевые слова: студенты, работающие студенты, работа, трудовая деятельность, молодежь, преимущества, недостатки.

Введение

В современной России многие студенты вынуждены совмещать работу и учебу из-за финансовых затруднений, низких стипендий и желания собственного самообеспечения. Это явление вызывает интерес, так как позволяет изучить влияние финансовой нестабильности на стремление получить высшее образование. Однако совмещение работы и учебы может привести к проблемам с успеваемостью, мотивацией и психоэмоциональным состоянием студентов. Изучение мотивации, которая побуждает студентов к этому выбору, а также выявление возникающих трудностей, поможет лучше понять этот аспект и предложить решения.

Методология

На факультете социальных наук ННГУ им. Н.И. Лобачевского проведено исследование на тему "совмещение обучения и работы" с использованием онлайн-опроса через Google Form и анализа данных при помощи IBM SPSS Statistics 26. В исследовании приняли участие 257 студентов различных курсов, большинство из них – девушки. Цель исследования – выявить плюсы и минусы совмещения учебы и работы, а также изучить взаимодействие этих сфер в жизни студентов.

Результаты

Вопрос совмещения учебы и работы остается актуальным, особенно в контексте финансовой нестабильности. Исследователи выделяют целый ряд причин, по которым студенты совмещают учебу и работу. Во-первых, им приходится работать, чтобы финансово обеспечить получение высшего образования: стоимость высшего образования растет вместе с осознанием его ценности широкими слоями населения (особенно с точки зрения финансовой отдачи на рынке труда), в процесс получения высшего образования вовлекаются студенты из семей с невысоким доходом [1].

С ростом числа студентов, поддерживающих свою финансовую независимость и приобретающих опыт для будущей карьеры, проблема становится все более острой. Большинство студентов (69%) уже совмещают учебу с работой, что подчеркивает важность финансовой стабильности для них. Некоторые (31%) предпочитают избегать такого совмещения, возможно, из-за того, что их финансово обеспечивают или по иным причинам, предположительно, из-за учёбы (табл. 1).

Однако, важно понимать, что факторы, такие как социокультурный и экономический фон, а также индивидуальные ценности и цели, играют значительную роль в принятии решения о совмещении или его отказе, о чём свидетельствуют ответы респондентов (табл. 2).

Таблица 1

Совмещение работы с учёбой, в %

Да, уже это делаю	69
Нет, не планирую	31

Таблица 2

Роль образования и учёбы, в %

Да	48
Нет	2
Скорее да, чем нет	41
Скорее нет, чем да	9

Многие студенты вынуждены работать для обеспечения себя финансово, что делает совмещение работы и учебы необходимым. Это предоставляет им финансовую независимость и развивает навыки управления временем и самодисциплины. Более того, позволяет применять учебные знания на практике, повышать квалификацию и расширять свои горизонты в плане личностного и профессионального развития. По данным студентов, основное преимущество совмещения работы и учебы – финансовая стабильность (71%). Далее, важными

являются навыки управления временем (52%) и улучшение самодисциплины (46%). Студенты также отмечают личный рост (43%) и применение теории на практике (33%). Улучшение квалификации и возможность получить новый опыт тоже важны (22% и 11% соответственно) для профессионального и личностного развития при совмещении работы и учебы. (Рис. 1).



Рис. 1. Преимущества совмещения работы и учёбы, %

Студенты, которые параллельно занимаются учебой и трудоустройством, сталкиваются с рядом существенных проблем, которые важно рассмотреть в контексте социологических исследований. Эти проблемы включают недостаток свободного времени, который отмечается 85% респондентов, а также усталость, выявленная у 84% учащихся. Эти аспекты дополняются конфликтами в графиках, что отметили 54% студентов, и ограниченными возможностями для учебы, о чём заявили 51% опрошенных (Рис. 2).

Важно отметить, что трудовая занятость студентов имеет влияние на их академическую успеваемость, заставляя их пересматривать свои приоритеты и распределение времени между работой и учебой. В контексте трудоустройства большинство респондентов (49%) имеют официальный трудовой статус, однако существует немалая доля студентов (31%), работающих неофициально (табл. 3). Ограниченные возможности для карьерного роста (16%) и неопределенность относительно работы по специальности (36%) тоже представляют социологически значимые аспекты (Рис 2).

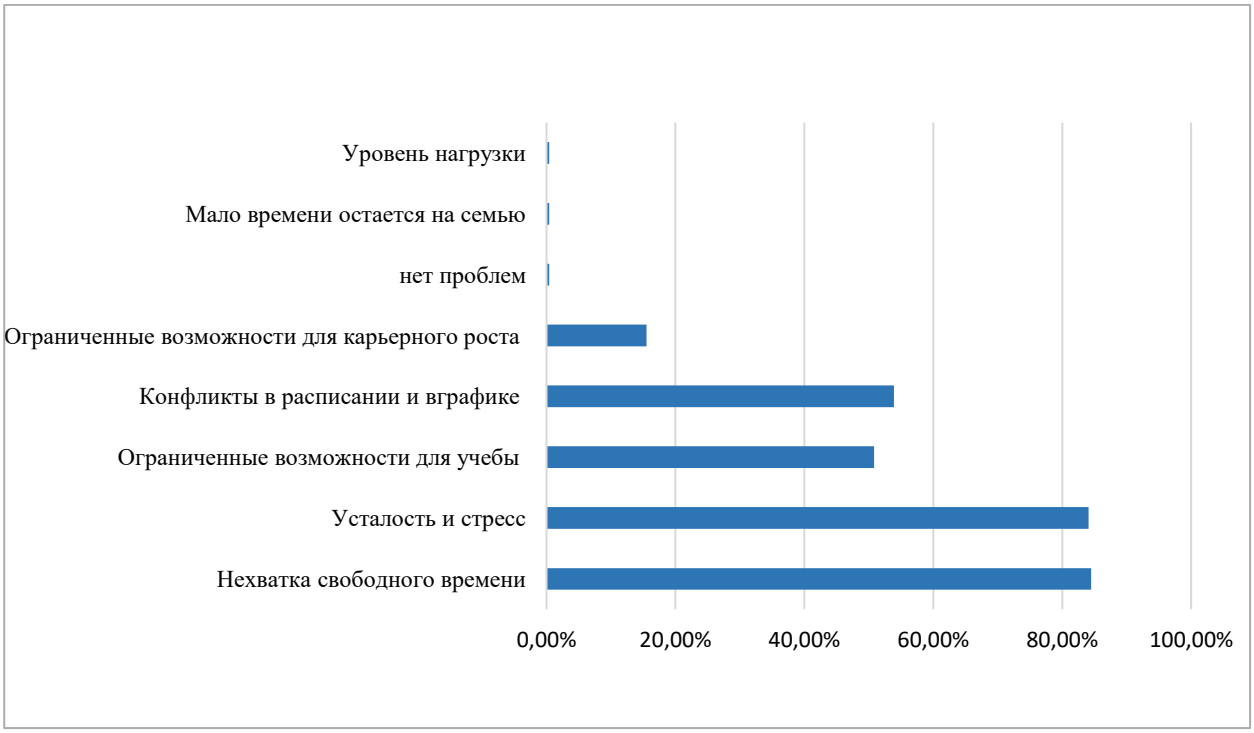


Рис. 2. Недостатки совмещения работы и учёбы, в %

Таблица 3

Трудоустройство, в %

Официально	49
Неофициально	31
Был неофициально, сейчас официально	5
Был официально, сейчас неофициально	4

По данным ВЦИОМ, представляющее большинство респондентов, кому приходилось совмещать учебу с работой (66% против 25%), считают, что это пошло на пользу их дальнейшей профессиональной деятельности [2].

Необходимо отметить, что при всей сложности, значительная часть студентов (46%) все же планируют работать по специальности после окончания университета. Это свидетельствует об их стремлении применить полученные знания и навыки в будущей профессиональной деятельности, что представляет интерес для дальнейших социологических исследований в данной области (табл. 4).

Таблица 4

Работа после вуза по специальности, в %

Да	46
Затрудняюсь ответить	36
Нет	18

Заключение

Проведенный анализ позволяет выделить как положительные, так и отрицательные стороны слияния учебы и профессиональной деятельности в университетской жизни студентов. На фоне разнообразных перспектив, рассмотрим грани этого сочетания. Один из ключевых плюсов этой гармонии учебы и работы заключается в обеспечении финансовой стабильности, сопровождаемой расцветом профессиональных умений. В работе студенты воплощают свои теоретические знания, получая ценный опыт в своей отрасли и имеют возможность оценить свои перспективы в данном направлении. Однако не следует забывать, что это сочетание требует огромных усилий и времени, что, в свою очередь, может стать источником стресса и отрицательно сказаться на академической успеваемости, нанести урон физическому и психологическому благополучию. Чтобы успешно маневрировать между учебой и работой, критически важно обладать навыками организации времени и умением эффективно планировать свои действия. Гибкий график и возможность дистанционного обучения оказывают существенное воздействие на облегчение этого сложного процесса. Слияние учебы и трудовой деятельности, кроме того, способствует формированию профессиональной идентичности, способствуя развитию самостоятельности и ответственности. Этот уникальный опыт открывает путь студентам к самопознанию и достижению финансовой независимости.

Таким образом, для многих студентов – это сочетание выглядит как важный шаг в сторону профессионального роста и реализации личных целей. Представляя широкий спектр возможностей, совмещение учебы и труда становится стратегическим шагом в культивировании личного и профессионального потенциала.

Список литературы

1. Рощин С.Ю., Рудаков В.Н. Совмещение учебы и работы студентами российских вузов // Вопросы образования. 2014. №2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sovmeschenie-ucheby-i-raboty-studentami-rossiyskih-vuzov (дата обращения: 29.03.2024)

2. Пресс-выпуск ВЦИОМ: «Большинство россиян позитивно относятся к работающим студентам». URL: https://www.rbc.ru/society/20/09/2006/5703c61b9a7947dde8e0e166?from=copy (дата обращения: 29.03.2024)

ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF COMBINING FULL-TIME STUDY AND WORK IN TERMS OF PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF STUDENTS

A.M. Milenina

The study examines the topical issue of combining study and work among students in the context of financial instability. Statistics show that some students are already combining their studies with work, emphasizing the importance of financial stability. Factors such as sociocultural background and individual values have a significant impact on the decision to combine or reject it. The study also reveals the benefits of this combination, such as financial independence and the development of time management and self-discipline. However, students face problems such as lack of free time and fatigue. Employment affects the academic performance of students, while a significant part of them plan to work in their specialty after graduation.

Keywords: students, working students, work, work activity, youth, advantages, disadvantages.

УДК 316

ЭВОЛЮЦИЯ И ПОПУЛЯРНОСТЬ МЕМОВ

С.С. Мустафаева
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Информационное пространство последние несколько лет наполнено разнообразным развлекательным контентом (ток-шоу, игровые программы, мемы). Для подобного вида информации в сети есть даже своё отдельное название – инфотейнмент (от англ. *info*rmation – информация; enter*tainment* – развлечение). Это материал нацелен как на развлечение, так и на информирование аудитории, тем самым оказывая влияние на культурные коды, формируя общественное восприятие. Рассматривается в соответствии с временной характеристикой возникновение, популярность различных видов мемов формата картинок, делается упор на их уровень сложности. Определяются причины популярности мемов, а также тенденции их эволюции. Особое внимание уделяется различиям между постироничным и метаироничным мемом. Выявлена зависимость между пониманием различий и уверенностью в эволюции мемов.

Ключевые слова: мемы, студенты, мем-постирония, мем-метаирония, формы мемов, тенденции эволюции мемов.

Введение

Одним из видов развлекательного контента является интернет-мем. Примененный биологом-эволюционистом Ричардом Докинсом в 1976 г. термин «мем» для описания единиц культурной передачи сегодня известен почти каждому [1]. Подобно настоящему генетическому материалу, эти мемы воздействуют на то, как мы строим бизнес, обучаемся, взаимодействуем друг с другом даже на то, как мы воспринимаем реальность [2]. Мемы часто используют для выражения юмора, сарказма и иронии, но сейчас мемы стали использоваться и в качестве эффективных форматов политической агитации, фреймов в материалах медиа, вовлекательного и нативного контента [3].

Актуальность темы обусловлена, во-первых, всеобщей популярностью и распространенностью интернет-мемов, их ролью в формировании общественных связей. Во-вторых, актуальность обоснована небольшим количеством исследований на русском языке в данной области. В основном в публикациях мем рассматривается как форма коммуникации: Т.А. Тихонов «Мемы как элемент глобальной коммуникации» [4], В.А. Галкина, Е.К. Бормашева «Мем как социокультурный феномен XXI века» [5], Н.А. Зиновьева «Интернет-мемы как форма современного самиздата» [6].

Исследование направлено на выявление трансформации мемов и понимание этих изменений объектом исследования – студентами.

Методология

Сбор социологических данных проведен в ноябре-декабре 2023 г. на территории Нижнего Новгорода. Данные собирались методом анкетирования студентов из трёх вузов города: ННГУ им. Лобачевского, НН ВШЭ и НГПУ им. Минина (все вузы, взятые в выборку, имеютт как гуманитарные, так и технические направления обучения, что позволяет более полно изучить представления учащейся молодёжи об исследуемой проблеме). В ходе исследования был опрошен 441 студент, из которых 39% юношей и 61% девушек. В выборку попали студенты 17-24 лет.

Результаты

Интерес студентов к мемам подтверждается высокой частотой взаимодействия с ними в различных социальных сетях (69% постоянно встречают в своей ленте мемы, а 53% встречают их в публикациях онлайн-групп, на которые подписаны). Это свидетельствует о том, что мемы стали неотъемлемой частью онлайн-потока информации.

В ходе исследования мы рассмотрели 7 видов жанра мемов формата картинок. Здесь стоит также отметить, что статичные картинки располагают к себе абсолютное большинство студентов (90% нравятся мемы в виде фотографий или картинок). Кроме того, в вопрос анкеты, который предполагал загрузку любимого мема, студенты чаще загружали мемы формата картинок. Хотелось бы ещё отметить, что текстовый формат получил больше всего негативных оценок (12% студентам нравится такой формат), предполагаем, отчасти от того, что текст – это долго, а мем – это «фастфуд».

Появление разных видов жанра мемов можно наложить на временну́ю сетку. Однако, стоит подчеркнуть некоторую условность, в связи с трудностью фиксации точной даты и авторства первоначального мема. Предпочтительным является использование даты, принятой обществом, либо определение на основе пика популярности, учитывая невозможность точного определения первоначального авторства.

Таблица 6

Временны́е показатели появления и популярности мемов*

	Дата появления	Пик популярности
Фотожабы	До 2000	-
Макросы	2004	начало 2010-х
Демотиваторы	1998	начало 2000
Персонажи из видео	2005-2006	-
Эдвайсы	2006	2010-2013
Rage comics	2008	начало 2010-х
Открытки	-	2019

* по данным веб-сайта KnowYourMeme.com [7], который «*создан для документирования феноменов Интернета: вирусных видео, изображений-макросов, крылатых фраз, веб-знаменитостей и т.п.*».

Для начала стоит заметить, что все виды жанров мемов зарождались до 2010 г. Каждый жанр имеет свою структуру сложности. Начиная с простых фотографий с подписями, фотожабы стали популярны благодаря легкости создания с использованием доступных инструментов. Демотиваторы (плакаты в черной рамке, призванные лишить человека моральных сил и понизить его самооценку), в свою очередь, позже включили эмодзи в качестве подписи.

Развитие технологий способствовало появлению макросов и эдвайсов, которые используются для передачи чувств, реакций или остроумных фраз, которые произносит персонаж. С появлением крупного видеохостинга YouTube в интернете стали распространятся и набирать популярность персонажи из видео, которые либо запомнились крылатыми фразами, либо реакцией на что-то. В 2008 году появились комиксы Rage Comics, ставшие популярными для рассказа историй с заключительной юмористической фразой. Нелепые открытки, созданные в ответ на потоки поздравлений, тоже стали частью мем-культуры, используя нелепые поводы и выразительный дизайн.

Относительно распространенности мемов среди студентов можно отметить, что 72% из них утверждают, что мемы легко понимать. В то же время студенты высоко оценивают такие виды мемов, как персонажи из видео (87%), демотиваторы (80%) и фотожабы (87%). Популярность мемов зависит от легкости восприятия и отражения текущих событий. Но студенты считают, что немаловажным является широкий культурный контекст (48%), формат мема (43%) и платформа, на которой он размещен (41%).

Эволюцию и трансформацию мемов однозначно замечают 54% студентов. Каждый третий студент склонен видеть изменения в мемах, но, возможно, с некоторой осторожностью или не с такой ярко выраженной уверенностью, как те, кто ответил «однозначно». Большинство студентов (68%) отметили разнообразие форматов мемов, что свидетельствует о постоянных изменениях в стилях контента, способных сохранять интерес аудитории. Выделяется тенденция к краткосрочности мемов (68%), зависящей от актуальных событий и трендов, что отражает быстротечность интернет-культуры. Около 57% студентов отметили, что влияние мемов на культуру усилилось. Половина участников (49%) указали на коммерческое использование мемов, подчеркивая интерес бизнеса к этому контенту в маркетинге и рекламе.

В исследовании «Entropy and complexity unveil the landscape of memes evolution» [8] отмечается, что в эволюции мемов замечается тренд на усложнение понимания смысла. Такие стили юмора, как постирония и метаирония, становятся более актуальными [9]. При этом мы замечаем, что каждый четвертый студент отмечает увеличение сложности в сравнении с 29%, которые отмечали

снижение сложности. Это вполне подтверждает тенденцию к переходу юмора к постиронии и метаиронии. В чём суть таких мемов? Чтобы лучше понять, стоит выделить различные слои иронии [9]: Нулевой слой – совпадение смысла высказывания с произносимым. Первый слой – противопоставление смысла слова и реального значения. Это типичная форма иронии, когда сказанное иронически противоречит подлинному мнению. Во втором слое, который называется постиронией, используется ирония вместе с некоторой искренностью. Это означает, что сообщение может казаться правдивым, но на самом деле оно несет скрытый смысл или добавляет дополнительные идеи. Понимание этого вида иронии требует внимательности и иногда дополнительного размышления, чтобы полностью понять его смысл.

Метаирония – игра с ожиданиями об искренности высказывания и придает ему новый смысл. Мем-метаирония использует мемы для создания иронического эффекта, который обращается к самому мему или его контексту. Это может включать деконструкцию первого слоя, игру с обычным смыслом мема или иронический комментарий к мему, его культурному контексту. В итоге, мем-метаирония часто приводит к абсурдным результатам.

Треть студентов умеют уверенно различать метаироничные мемы и постироничные. Около 43% студентов частично понимают разницу между мемом-постиронией и мемом-метаиронией, поэтому испытывают трудности в объяснении этой разницы другому человеку.

Возвращаясь к мему-метаиронии и «абсурду». На один из открытых вопросов, «Почему мем, который Вы загрузили, Вам нравится?» 206 человек из 441 дали ответ, и около 10% указывали в качестве причины, по которой они любят данный мем, его абсурдность. Вот некоторые из ответов: «*Максимально абсурдно*», «*Обожаю абсурдные мемы, когда пропитываешься их атмосферой, они начинают казаться очень смешными и для элиты*», «*абсурдность*». Пример:



Рис. 1. «абсурдность», 18 лет, девушка

Студенты, которые различают мемы-постиронию и мемы-метаиронию, чаще замечают эволюцию/трансформацию мемов. Большинство студентов, которые уверенно замечают трансформацию мемов, выделяют следующие

тенденции в их эволюции: увеличение сложности (65%), краткосрочность (60%) и увеличение влияния на культуру (60%).

Заключение

Проведенный анализ полученных социологических результатов показывает, что эволюция мемов существует, и она ощутима для потребителей мемов. Новые технологии, социальные платформы и культурные тренды влияют на эволюцию мемов в техническом плане – появляются разные виды мемов со своим уровнем сложности. Понимание различных слоев иронии, особенно постиронии и метаиронии, является важным фактором для осознания эволюции мемов. Степень осведомленности студентов об этих слоях иронии влияет на их способность замечать изменения и трансформации в мемах. Студенты, которые различают эти два жанра, склонны отмечать долгосрочность и коммерциализацию мемов, вероятно, потому что понимают их многогранный характер и широкий спектр использования. С другой стороны, студенты, имеющие лишь частичное понимание различий, часто наблюдают за мемами увеличение сложности и краткосрочность, а также их использование в коммерческих целях.

Исследование показывает, что популярность мемов среди студентов частично объясняется их легким восприятием, особенно в отношении таких форматов, как персонажи из видео, демотиваторы и фотожабы. Однако, помимо легкости восприятия, важным фактором в популярности мемов является их способность отражать текущие события и культурный контекст.

Список литературы

1. Докинз Р. Эгоистичный ген // пер. с англ. Н. Фоминой. – М.: АСТ: CORPUS. 2013. 509 с.
2. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. М.: Ультра. Культура, 2003. 368 с.
3. Кузнецов И. Мемы. Научный взгляд на феномен поп-культуры, захвативший мир // М.: Бомбора. 2022. 208 с.
4. Тихонов Т.А. Мемы как элемент глобальной коммуникации // Этнос и культура в эпоху глобализации: Сборник материалов IV Международной научной очно-заочной конференции. 2021. С. 784-788.
5. Галкина В.А. Мем как социокультурный феномен XXI века // Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации. 2020. С. 26-30.
6. Зиновьева Н.А. Интернет-мемы как форма современного самиздата // Mass-media. Действительность. 2018. Т. 17. С. 50-55.
7. KnowYourMeme.com URL: https://knowyourmeme.com/ (дата обращения: 19.12.2023).

8. Valensise C.M., Serra A., Galeazzi A. Entropy and complexity unveil the landscape of memes evolution // Sci Rep. 2021. V. 11. p. 1-9. URL: https://doi.org/10.1038/s41598-021-99468-6 (дата обращения: 19.12.2023).

9. Юсько И.А. Понятие мета пост и ирония через призму мемов // Инновационные технологии и образование. 2022. С. 268-270.

EVOLUTION AND POPULARITY OF MEMES

S.S. Mustafaeva

The information space has been filled with various entertainment content (talk shows, game programs, memes, etc.) for the last few years. There is even a separate name for this kind of information in the network – infotainment. This is material that aims to both entertain and inform the audience, thereby influencing cultural codes and shaping public perception. The article considers in accordance with the temporal characteristic the emergence, popularity of different types of picture format memes, emphasizing their level of complexity. The reasons for the popularity of memes are identified, as well as trends in the evolution of memes. The paper emphasizes the differences between postironic and meta-ironic memes. The correlation between understanding the differences and confidence in the evolution of memes is revealed.

Keywords: memes, students, meme-postirony, meme-metirony, meme forms, meme evolution trends.

УДК 796.028

АНАЛИЗ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ ШКОЛ Г. НИЖНЕГО НОВГОРОДА СОРМОВСКОГО РАЙОНА)

А.А. Нестерова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Поднимается проблема материально-технического обеспечения, занятий спортом в образовательных организациях, которая была проанализирована с помощью следующих индикаторов: количество объектов спорта, состояние спортивных раздевалок, состояние спортивных залов, доступность и использование спортивных сооружений, наличие приспособлений для лиц с ОВЗ. В результате выявляются школы, испытывающие дефицит материально-технической оснащённости.

Ключевые слова: материально-техническое обеспечение, образовательные организации, физическая культура, спорт.

Проблема развития физической культуры и спорта (ФКС) в Российской Федерации не снижает своей актуальности, на что направлена Стратегия развития физической культуры и спорта в РФ на период до 2030 г. [1]. Особое внимание уделяется физическому и духовному здоровью детей, формированию здорового образа жизни у порастающего поколения. Стратегически важную роль занимает материально-техническое обеспечение в образовательных организациях.

На осеннем форуме «Россия – спортивная держава», прошедшего в г. Пермь в 2023 г., Президент РФ поставил одной из основных задач сферы ФКС – интеграция в данную сферу деятельности 70% россиян к 2030 г. [1]. Для выполнения этой задачи необходимо оснастить образовательные организации комплексом материальных и технических средств, предназначенных для обеспечения подготовки обучающихся в соответствии с государственными образовательными стандартами, учебными планами и программами.

Исследователь проблемы материально-технического обеспечения в образовательных организациях С.А. Рогожин актуализировал ряд проблем, связанных: с недостаточностью финансирования, с необходимостью обновления школьных зданий и оборудования спортивных залов, с необходимостью подготовки и переподготовки педагогических кадров [2], что подтолкнуло нас к авторскому исследованию, направленному на выявление материально-

технического обеспечения, в частности, школ Сормовского района г. Н. Новгорода. Статистическая информация была взята из открытых источников, а именно с официальных сайтов 10 школ Сормовского района г. Нижнего Новгорода.

Объект исследования: материально-техническое обеспечение школ Сормовского района г. Н. Новгорода.

Предмет исследования: уровень материально-технического обеспечения школ Сормовского района г. Н. Новгорода.

Цель исследования: дать оценку материально-технического обеспечения занятий спортом в образовательных организациях Сормовского района г. Н. Новгорода.

Анализ материально-технического обеспечения образовательных организаций поможет выявить сильные и слабые стороны в каждой школе и создать основу для планов действий по улучшению ситуации.

Анализ проводился по 5 составляющим: количество объектов спорта, состояние спортивных раздевалок, состояние спортивных залов, доступность и использование спортивных сооружений, приспособление для лиц с ОВЗ.

Таблица 1

Результаты сравнительного анализа материально-технического обеспечения школ

Школа	Количество объектов спорта	Состояние спортивных раздевалок	Состояние спортивных залов	Доступность и использование	Приспособлен для лиц с ОВЗ Нет / Да
Школа №9	1	3	4	3	Нет
Школа №26	4	4	5	3	Нет
Школа №27	1	5	5	4	Да
Школа № 77	2	5	5	5	Нет
Школа №78	1	4	4	4	Нет
Школа №79	2	3	3	3	Нет
Школа №85	3	4	5	4	Да
Школа №117	2	3	3	4	Да
Школа №141	2	4	4	4	Да
Школа №156	2	4	5	3	Нет

Состояние спортивных раздевалок, а также спортивных залов оценивалось по 5-ти балльной шкале, где каждой оценке был присвоен соответствующий критерий [3]:

- 5: спортивная раздевалка или спортивный зал находятся в отличном состоянии, не требует ремонта. Оборудование исправно, нет повреждений, все необходимые средства для проведения занятий и мероприятий доступны;
- 4: спортивная раздевалка или спортивный зал в хорошем состоянии, но требуют незначительных ремонтных работ или замены некоторых элементов оборудования. Возможно, есть незначительные повреждения, которые не влияют на функциональность зала;
- 3: спортивная раздевалка или спортивный зал в удовлетворительном состоянии, но нуждаются в существенных ремонтных работах. Могут быть заметные повреждения, проблемы с оборудованием или нехватка необходимых средств для проведения занятий;
- 2: спортивная раздевалка или спортивный зал в плохом состоянии и требуют срочного ремонта. Возможно, имеются серьезные повреждения, неполадки с оборудованием или недостаточное количество необходимых средств для занятий;
- 1: спортивная раздевалка или спортивный зал находятся в аварийном состоянии и требуют немедленного капитального ремонта или полной замены. Отсутствуют необходимые средства и оборудование, зал непригоден для проведения занятий и мероприятий.

Критерий доступности и использования тоже имеет пятибалльную систему, где:

- 5: спортивный зал широко доступен для аренды другим организациям или сообществу. Зал активно используется как школьными, так и внешними спортивными группами или организациями;
- 4: спортивный зал доступен и используется в основном для занятий физической культурой и спортом;
- 3: спортивный зал доступен и используется, но существуют некоторые ограничения или проблемы в доступности или использовании;
- 2: спортивный зал имеет значительные ограничения и проблемы в доступности или использовании;
- 1: спортивный зал практически недоступен или не используется.

Лидером по материально-техническому обеспечению является школа №27 Сормовского района г. Нижнего Новгорода. Она имеет самые высокие баллы за «состояние залов и раздевалок» и «доступность и использование», а также стоит отметить приспособленность для лиц с ОВЗ.

Следующие 6 школ имеют также хорошее материально-техническое обеспечение: школа №26, школа №77, школа №78, школа № 85, школа №141, школа №156. Однако, в них, как правило, отсутствуют приспособления для лиц с ОВЗ.

Только 3 школы имеют низкие по некоторым критериям баллы: школа №9, школа №79 и школа №117, в которых следует улучшить состояния спортивных залов и раздевалок, а также создать среду для инклюзивного образования.

Следовательно, большинство образовательных организаций Сормовского района г. Нижнего Новгорода удовлетворяют предложенным критериям, соответствуют федеральным стандартам. Тем не менее, следует обратить внимание на проблему отсутствия дополнительного оборудования для лиц с ограниченными возможностями здоровья. Улучшение материально-технического обеспечения поможет повысить уровень физических качеств у занимающихся и приобщить большее количество людей к занятиям физической культурой и спортом.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства РФ от 24 ноября 2020 г. № 3081-р Об утверждении Стратегии развития физической культуры и спорта в РФ на период до 2030 года [Электронный ресурс] https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/74866492/ (дата обращения: 10.04.2024)

2. Рогожин С.А. «Материально-техническое обеспечение учебного процесса – необходимое условие качества образования» // Университетское управление: практика и анализ. 2004. N 4. С. 19-26. Библиогр.: с. 26 (3 назв.).

3. Алижанова Х.А. Управление образовательными системами: учебное пособие / Х.А. Алижанова. Махачкала: ДГПУ. 2022. 110 с.

ANALYSIS OF MATERIAL AND TECHNICAL SUPPORT OF EDUCATIONAL ORGANIZATIONS (USING THE EXAMPLE OF SCHOOLS IN NIZHNY NOVGOROD, SORMOVO DISTRICT)

A.A. Nesterova

The problem of the equipment of educational organizations with material and technical support is raised, which was analyzed using the following indicators: the number of sports facilities, the condition of sports locker rooms, the condition of gyms, the availability and use of sports facilities, the availability of devices for people with disabilities. As a result, schools experiencing a shortage of material and technical equipment are identified.

Keywords: logistics, educational organizations, physical education, sports.

УДК 316

ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЙ САМОРАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖИ С РАЗНЫМ УРОВНЕМ ДОХОДА

В.С. Николаева
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Представлены результаты социологического исследования, посвященного изучению отношения к саморазвитию молодежи с разным уровнем дохода. Дается обзор различных трактовок понятия «саморазвитие» и определяется его значение в жизни российской студенческой молодежи. Дается характеристика различных проявлений работы над собой, стратегий саморазвития и рассматриваются факторы, оказывающие влияние на желание саморазвиваться.

Ключевые слова: саморазвитие как ценностная ориентация, социокультурное развитие, стратегии саморазвития, самореализация, студенческая молодежь, уровень дохода.

Введение

Саморазвитие является одним из важнейших аспектов личностного роста и самореализации. Стремление к саморазвитию особенно важно для молодежи, поскольку в период становления и формирования идентичности наиболее ярко проявляется интерес к самопознанию и раскрытию своего потенциала [1].

Социальные установки, нормы и ожидания могут влиять на восприятие молодыми людьми ценности саморазвития и их готовности предпринимать действия, способствующие самореализации в различных жизненных сферах. Социологические исследования показали, что работа и трудоустройство являются значимыми ценностями для молодых людей. Согласно исследованию, проведенному в 2020 г. среди 5002 студентов восьми региональных российских вузов, для 61% студентов важно быть лично заинтересованными в своей профессиональной деятельности и работать над собой [2]. Данные подтверждаются результатами исследования, проведенного в 2021 г. среди 984 молодых людей в возрасте от 16 до 35 лет: каждый третий молодой человек объясняет свой профессиональный выбор перспективными возможностями профессионального и карьерного роста, 27% соответствием выбора личным интересам, 24% возможностями самореализации, творчества и проявления инициативы [3].

Методология

Используются результаты социологического исследования «Саморазвитие как ценность студенческой молодежи», проведенного в ноябре 2023 г. Метод

исследования – анкетный онлайн-опрос (*N*=202). Состав выборки – студенты из разных городов России (Нижний Новгород, Москва, Глазов, Киров, Санкт-Петербург, Иваново). Возраст респондентов 16–25 лет. Деление респондентов на группы производилось в соответствии с уровнем дохода: средний уровень дохода – 57%, высокий – 43%.

Результаты исследования

Трактовка понятия «саморазвитие» студенческой молодежью со средним и высоким уровнем дохода, в первую очередь, включает характеристику процесса личностного роста и духовного развития (рис. 1). Второе место занимает стремление к постоянному обучению и получению новых знаний, навыков, к чему больше склоняются молодые люди с высоким уровнем дохода (34%). Студенты со средним уровнем дохода в два раза чаще студентов с высоким уровнем дохода отмечали важность развития талантов и потенциала (20%).



Рис. 1. Сущность понятия «саморазвитие»

Результаты исследования показали, что молодые люди, внезависимости от уровня дохода, считают саморазвитие и личностный рост нужными и важными аспектами жизни (рис. 2). Даже среди студентов с высоким уровнем дохода, у которых, как правило, есть больше возможностей и ресурсов, лишь незначительное меньшинство не считают самосовершенствование необходимым.

Периодически занимаются работой над собой 59% студентов со средним доходом и 56% – с высоким (рис. 3). Меньшая часть студентов занимаются саморазвитием на постоянной основе, здесь превалирует доля молодых людей с высоким уровнем дохода (30 и 27% соответственно). Следовательно, вне зависимости от уровня дохода поддерживается положительная тенденция в заинтересованности молодежи стратегиями саморазвития.

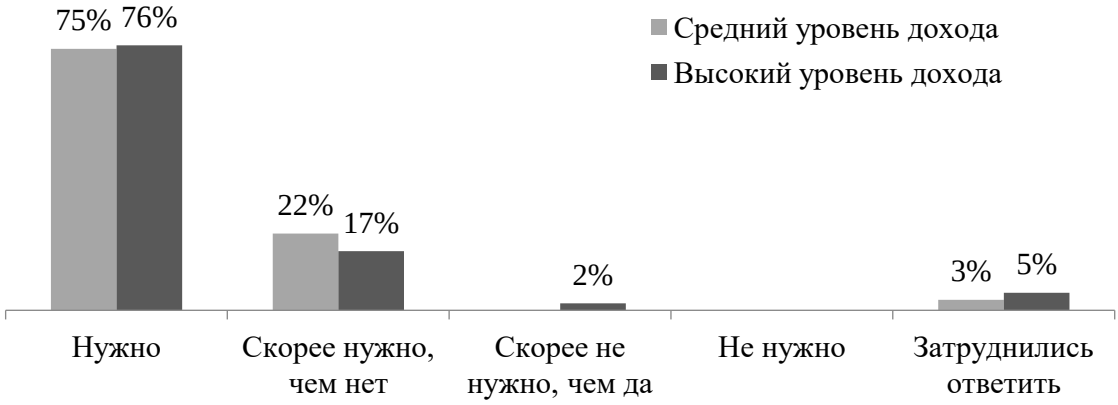


Рис. 2. Необходимость саморазвития

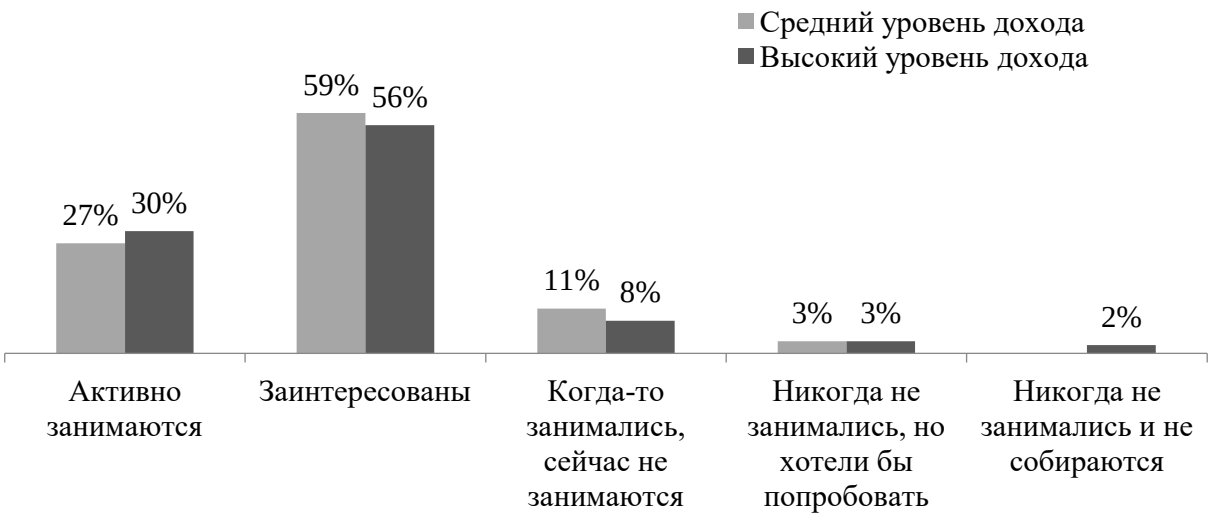


Рис. 3. Актуальность саморазвития в настоящее время

На первом месте у студентов со средним уровнем дохода получение основного и дополнительного образования (77%), далее идет хобби (70%) и культурные мероприятия (46%) (табл. 1). У студентов с высоким доходом на первом месте хобби (71%), на втором – образование (70%), на третьем – культурный досуг (44%). Стоит отметить, что молодые люди со средним достатком чаще уделяют внимание проработке психологических проблем со специалистом. Студенты с высоким уровнем дохода сравнительно чаще занимаются повышением своей финансовой грамотности.

Наибольшее влияние на стремление к саморазвитию молодежи со средним достатком оказывают авторитетные личности, лидеры в сферах, интересующих студента (57%), также сильное влияние оказывают группы и сообщества по интересам (43%) (табл. 2). Второстепенное значение имеет влияние коллег по работе и однокурсников, университетских программ курсов. Молодежь с высоким уровнем дохода аналогично наиболее подвержена влиянию групп и сообществ по интересам (46%), а также авторитетных личностей (44%).

Таблица 1

Проявления работы над собой, %

Деятельность	Средний уровень дохода	Высокий уровень дохода
Получают образование / дополнительное образование	77	70
Уделяют время хобби	70	71
Посещают культурные мероприятия	46	44
Путешествуют	19	23
Прорабатывают психологические проблемы со специалистом	24	9
Учатся финансовой грамотности	11	21
Пользуются услугами коуча / проходят онлайн-курсы	15	8
Занимаются волонтерской деятельностью	10	14
Другое	7	5

Таблица 2

Акторы, оказывающие влияние на стремление к саморазвитию, %

Варианты ответа	Средний уровень дохода			Высокий уровень дохода		
	1*	**2**	**3**	**1**	**2**	**3**
Преподаватели	19	42	39	16	39	45
Лидеры в области интересов студента	57	27	16	44	29	28
Блогеры в социальных сетях	18	40	42	31	30	39
Коллеги и товарищи по работе	30	43	27	32	34	33
Организации конференций и семинаров	20	38	42	18	36	46
Университетские программы и курсы	21	42	36	23	41	36
Группы и сообщества по интересам студента	43	31	26	46	26	28

**1 – сильно влияют, 2 – имеет второстепенное значение, 3 – не влияют*

Больше всего студенты, вне зависимости от уровня дохода, готовы сменить место жительства в пределах своей страны (табл. 3, 4). Студенты со средним уровнем дохода выделяются своей готовностью тратить основную часть свободного времени на саморазвитие (31%). Молодежь с высоким уровнем дохода тоже готова тратить большую часть свободного времени на саморазвитие (27%) и кардинально сменить образ жизни (24%). Однако, студенты не готовы эмигрировать, что может быть связано с привязанностью к родной стране, обусловлено культурными или социальными факторами, а также с желанием оставаться рядом с семьей и друзьями.

Таблица 3

Готовность предпринимать какие-либо меры для саморазвития (средний уровень дохода), %

Варианты ответа	Готовность				
	1*	2	3	4	5
Переезд в другой город	39	30	18	9	4
Переезд в другую страну	28	18	29	32	8
Значительные финансовые затраты (большая часть сбережений)	21	37	26	22	9
Кардинальные перемены в образе жизни	23	47	29	9	7
Противостояние интересам семьи	20	37	29	17	12
Значительные затраты свободного времени	31	49	20	9	6
Жертвование другими хобби/увлечениями	13	35	32	16	19

**1 – готовы, 2 – скорее готовы, 3 – скорее не готовы, 4 – не готовы, 5 – затруднились ответить*

Таблица 4

Готовность предпринимать какие-либо меры для саморазвития (высокий уровень дохода), %

Варианты ответа	Готовность				
	1*	2	3	4	5
Переезд в другой город	37	25	18	11	8
Переезд в другую страну	20	12	17	27	11
Значительные финансовые затраты (большая часть сбережений)	16	21	26	16	8
Кардинальные перемены в образе жизни	24	29	17	9	8
Противостояние интересам семьи	14	22	16	19	16
Значительные затраты свободного времени	27	26	22	8	4
Жертвование другими хобби/увлечениями	18	25	25	8	11

**1 – готовы, 2 – скорее готовы, 3 – скорее не готовы, 4 – не готовы, 5 – затруднились ответить*

Результаты исследования показывают, что молодые люди с высоким уровнем дохода более склонны вкладываться в свое саморазвитие. Молодые люди тоже осознают важность психологического благополучия и стремятся развивать свою морально-нравственную и духовную сферы. Современная студенческая молодежь предпочитает различные методы и индивидуальные стратегии в вопросах саморазвития, выбор которых так или иначе связан с материальным положением.

Выводы

Исследование особенностей стратегий саморазвития студенческой молодежи демонстрирует нацеленность молодых людей с разным уровнем дохода на личностный рост и духовное развитие, получение новых знаний. Отмечается, что студенты со средним уровнем дохода активнее стремятся к развитию своих талантов и личностного потенциала. Большинство молодых людей, вне зависимости от материального положения, склонны заниматься работой над собой. Это указывает на высокую заинтересованность молодежи в стратегиях саморазвития.

Существуют определенные различия в предпочтениях и приоритетах студентов со средним и высоким уровнем дохода. Первые больше склонны уделять время образованию и хобби, а также уделяют больше внимания решению психологических проблем, что может быть обусловлено различиями в ценностях и подходах к саморазвитию. Вторые же акцентируют внимание на развитии своих финансовых знаний и навыков, что может быть связано с особенностями воспитания.

Необходимо отметить, что велико влияние авторитетных личностей и сообществ на молодежь как со средним достатком, так и с достатком выше среднего. Это свидетельствует о желании находить вдохновение и руководство в сферах, которые представляют интерес для студентов. Таким образом, молодые люди готовы предпринимать конкретные действия и преодолевать трудности, чтобы достичь своих целей, независимо от их уровня дохода.

Список литературы

1. Попова В.В. Проблемы формирования социальной идентичности молодежи (теоретические подходы) // StudArctic forum. 2021. № 3 (23). С. 38-45.

2. Безруков А.В. Социальное самоопределение молодежи в современном российском обществе: дис. ... канд. соц. наук. Пермь, 2021. 232 с.

3. Матюшина Ю.Б., Петров Д.С., Петрова В.Д. Доходы в бюджете современного российского студента // Социология. 2021. №1. С. 173–185.

FEATURES OF YOUTH SELF-DEVELOPMENT STRATEGIES WITH DIFFERENT INCOME LEVELS

V.S. Nikolaeva

The article presents the results of a sociological study of attitudes to self-development of young people with different levels of income are presented. A review of various interpretations of the concept of «self-development» is given and its importance in the life of Russian student youth is determined. Various manifestations of self-development work, self-development strategies are characterized and the factors influencing the desire for self-development are considered.

Keywords: self-development as a value orientation, sociocultural development, self-development strategies, self-realization, student youth, income level.

УДК 316

МОТИВАЦИЯ К ТАТУИРОВАНИЮ КАК МЕХАНИЗМ КОНСТРУИРОВАНИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Я.А. Николаева, О.И. Прохорова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Рассматривается татуирование как один из методов конструирования телесного образа, как элемент идентичности. Представлены результаты социологического исследования «Молодежные практики татуирования: социологический анализ», проведенного методом полуформализованного интервью со студентами разных курсов и факультетов ННГУ им. Н.И. Лобачевского в возрасте от 21 до 24 лет, имеющие хотя бы одну татуировку (n=20). На основании результатов исследования были выделены мотивы нанесения татуировок молодежью на основе смыслов, вкладываемых в рисунки на теле. В основе желания нанести татуировку у молодых людей могут лежать: эстетический мотив, мотив самоидентификации, мотив самоутверждения, терапевтический, мотив самовыражения, «запечатлеть момент», «татуировка ради татуировки». Исходя из мотива нанесения татуировки выполняют информативную, компенсаторную, регулятивную или интегрирующую функции.

Ключевые слова: татуировки, телесные практики, мотивация, конструирование идентичности, студенты, социальная идентичность, социология тела.

В современном обществе особое внимание уделяют индивидуализму и самореализации, что может вызывать у индивида внутренние конфликты и поиск собственной уникальности. Формирование идентичности напрямую связано с созданием «Я»-образа, частью которого является телесный образ. Татуировка является одним из способов конструирования телесного образа.

Исторически татуировки были распространены в «закрытых» социальных группах, но с изменением социокультурных тенденций и развитием моды отношение к феномену татуирования изменилось. Сегодня татуировки рассматриваются как способ выразить свою индивидуальность, украсить свое тело, «рассказать» о себе окружению. С 2020 г. по 2021 г. спрос на татуировки вырос в 2,5 раза [1], а к концу 2022 г. объем рынка на 5,8% больше, чем в 2021 г. [2]. Всплеск интереса к татуированию связан с появлением новых трендов в медиапространстве: Интернет-блогеры и «селебрити» все чаще демонстрируют свои татуировки и позиционируют их как способ выразить свою индивидуальность, внести элементы искусства на свое тело и создать уникальный образ. Благодаря вдохновляющим образцам и идеям, которые появляются в онлайн-пространстве, люди становятся более открытыми к

экспериментам с дизайном татуировок. Современные рисунки на теле могут отражать как социальные взгляды, принадлежность к определённым группам, так и данные о личных переживаниях.

Татуировка – это не только способ украшения собственного тела, но и отражение реакции, определенной группы людей на социальные события, один из путей интеграции, что актуализирует исследование мотивов, побуждающих к татуированию, в первую очередь, молодёжи, и выявление социального контекста и посыла, вкладываемого молодыми людьми в выбор тату.

Методология

Социологическое исследование «Молодежные практики татуирования: социологический анализ» было проведено в марте-апреле 2023 г. Цель исследования состояла в определении мотивов нанесения татуировок студенческой молодежью, а также социальных посылов, вкладываемых в рисунки на теле.

Для создания типологии мотивов, были проведены 20 полуформализованных интервью со студентами разных курсов и факультетов ННГУ им. Н.И. Лобачевского в возрасте от 21 до 24 лет, имеющие хотя бы одну татуировку. В интервью приняли участие 10 девушек и 10 юношей. Распределение по количеству татуировок у респондентов: шестеро студентов имеют одну татуировку, пятеро – две татуировки, четверо обладают тремя татуировками, один студент – четыре татуировки и один – семь нательных рисунков, трое имеют больше 10 татуировок.

Результаты

Татуировки рассматриваются студенческой молодежью как один из способов демонстрации свободы выбора и власти над своим телом. Когда молодые люди принимают решение о нанесении нательного рисунка, выбирают эскиз и место расположения, происходит акт свободы выбора. Студенты воспринимают себя взрослыми, независимыми от оценки окружающих.

Практики татуирования отвечают социальным условиям определенных исторических эпох. В настоящее время с появлением новых форм контента в социальных сетях появляются оригинальные тренды в практиках татуирования. Среди молодёжи популяризируется тенденция «тату, как у кумира». Например, с ростом популярности дорамы «Я знаю, но…» стала популярна татуировка бабочки на шее, которая была у главного героя.

Другим трендом современности является «татуировка ради татуировки». У многих молодых людей после первого сеанса появляется желание нанести следующий нательный рисунок, а студенты с более, чем десятью татуировками, не уверены, что смогут остановиться. Одной из причин популярности

множественных тату стала Интернет среда, например, челлендж «Кто больше набьет тату?», запущенный известным блогером Габара в Ютубе. Молодым людям был «брошен вызов»: студенты стремились набить больше татуировок, чем герои из видео, чтобы победить в челлендже. Итак, цифровая среда оказывает большое влияние на мотивы татуирования студенческой молодёжи.

Молодые люди через татуировки сохраняют моменты, которые считают важными и значимыми, рассматривают татуировки как фотоальбом, коллекцию воспоминаний. При этом воспоминания могут касаться как личных, так и значимых общественных событий. В поддержку российских войск во время специальной военной операции некоторые студенты нанесли военный символ «Z», означающий «За победу».

Зигмунд Фрейд под идентификацией подразумевал процесс отождествления одного человека (субъекта) с другим (объектом) [3]. Данный процесс протекает на основе тесной связи между субъектом и объектом и желания походить на своего кумира, близкого человека. Среди студенческой молодежи распространен такой феномен, как «татуировка за компанию» или «парные татуировки», которые наносятся партнерами для укрепления взаимоотношений. Популярность партнерских тату связана с тем, что в современном мире вещей и технологий люди одиноки и разъединены. Они чувствуют потребность в социальной связанности.

Главным отличием татуировки от других средств репрезентации своей идентичности является постоянство. Студенческая молодежь большое значение придает внешнему виду татуировки, качеству выполнения. Для большинства студентов татуировка способ продемонстрировать свой социальный статус, принадлежность к определенной группе и идеологии.

Татуировка оказывает терапевтическое воздействие на студентов, помогая им прийти к внутреннему равновесию. Противоречия между собственными желаниями и требованиям общества, между старыми социальными ролями и новыми провоцируют возникновение внутренних конфликтов. Татуировка помогает переносить социальные потрясения, интегрироваться, чувствовать большую солидарность с социальными группами и обществом. Именно поэтому в COVID-19 появилось много татуировок, люди хотели чувствовать связь с другими.

Феномен татуирования выступает механизмом конструирования как личной, так и социальной идентичности. В основе желания нанести татуировку у молодых людей лежат следующие мотивы: эстетический, самоидентификации, запечатлеть момент, самоутверждения, терапевтический, мотив самовыражения, татуировка ради татуировки.

Исследование мотивов татуирования, прежде всего, имеет значение для социологов, поскольку позволяет анализировать процессы самопрезентации в обществе, самоидентификации с определенными социальными группами, например, в медиапространстве, а также наиболее значимые социальные события и уровень интереса к ним.

Список литературы

1. В России вырос спрос на СПА-процедуры и татуировки 17.08.2021 // ПРАЙМ агентство экономической информации [Электронный ресурс] – URL: https://1prime.ru/consumer_markets/20210817/834464832.html (дата обращения: 18.09.2022).

2. Как изменился объем российского рынка тату-салонов с 2018 по 2022 год? // РБК [Электронный ресурс] – URL: https://marketing.rbc.ru/articles/14329/ (дата обращения: 05.04.2024).

3. Фрейд З. Массовая психология и анализ человеческого «Я» // Фрейд З. «Я» и «Оно». Труды разных лет. Кн. 1. – Тбилиси: Мерани, 1991. С. 71-138.

FORMATION OF MOTIVATION FOR TATTOOING AS A MECHANISM FOR CONSTRUCTING IDENTITY AMONG STUDENTS

Y.A. Nikolaeva, O. I. Prokhorova

The article considers tattooing as one of the methods of constructing a bodily image, as an element of identity. The results of the sociological study "Youth tattooing practices: a sociological analysis" conducted by the method of semi-formalized interviews with students of different courses and faculties of N.I. Lobachevsky National Research University aged 21-24 years with at least one tattoo (n=20) are presented. Based on the results of the study, the motives for tattooing by young people were identified based on the meanings embedded in the drawings on the body. The desire to get a tattoo in young people may be based on: aesthetic motive, motive of self-identification, motive of self-affirmation, therapeutic, motive of self-expression, "capture the moment", "tattoo for tattoo's sake". Based on the motive of tattooing, they perform an informative, compensatory, regulatory or integrating function.

Keywords: tattoos, body practices, motivation, identity construction, students, social identity, sociology of the body.

УДК 316

ОСОБЕННОСТИ СОВМЕЩЕНИЯ РАБОТЫ И УЧЁБЫ СТУДЕНТАМИ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ СТУДЕНТОВ НИЖНЕГО НОВГОРОДА)

У.Р. Олькова
Национальный исследовательский нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Рассматривается влияние внешних и внутренних факторов, особенности совмещения работы и учёбы студентами очной формы обучения, то есть мотивы выхода студентов-очников на рынок труда. Исследование основывается на результатах опроса студентов очной формы обучения Нижнего Новгорода (преимущественно ННГУ им. Лобачевского). Среди исследовательских факторов было выделено большое количество критериев: официальный статус оформления на работу, важность совмещения работы и учёбы, трудности, возникающие у студентов очной формы обучения, влияние очной учёбы на рабочий процесс. Настоящее исследование позволило сформулировать предварительную гипотезу – студенты очной формы обучения совмещают работу и учёбу, чтобы получить опыт работы, использовать в будущем на рынке труда при трудоустройстве на предприятия и учреждения по направлению подготовки, а также опыт работы может дать в будущем экономическую отдачу в виде повышенной заработной платы сразу после окончания университета. Настоящая гипотеза требует эмпирической проверки.

Ключевые слова: высшее образование, очная форма обучения, направления подготовки, рынок труда, совмещение учёбы и работы, мотивы.

Введение

Студенты очной формы обучения являются особенной социальной группой, которой присущ ряд признаков. Важными среди них – непрерывный учебный процесс в очном формате, прохождение рассредоточенной практики, участие в университетских мероприятиях. Данные факторы накладывают отпечаток на возможность занятости студентов в целях дополнительного заработка в виде устройства на работу.

Сегодня большое количество студентов-очников заняты в официальном и (или) неофициальном трудоустройстве: здесь всё зависит от направления подготовки обучения.

Мотивы совмещения работы и учёбы у всех студентов разные. Однако, ключевым является массовое вовлечение выпускников школ и средних профессиональных образовательных организаций в систему высшего образования. М. Троу высказывал своё мнение о том, что, когда в системе образования начинаются подобные процессы, то это говорит о значительном снижении качества образования [1]. Данное предположение имеет место быть и

порождает зависимость между увеличением мест в рамках контрольных цифр приёма в образовательные организации высшего образования и усугубления проблемы трудоустройства студентов, обучающихся на очной форме обучения. Помимо контрольных цифр приёма, большое количество студентов обучается на местах по договорам об оказании платных образовательных услуг.

Основополагающей для настоящего исследования является работа Р. Эренберга и Д. Шермана, которые в 1970-е годы предложили специфичную модель, основанную на прогнозировании предложений рынка труда для студенческого сектора с учётом таких факторов, как качество вуза, академическая успеваемость и желаемая заработная плата [2]. В ходе такого исследования не была выявлена зависимость влияния очной формы обучения на последующие заработки, однако, была выявлена зависимость будущих доходов от текущей академической успеваемости.

Социологические исследования показывают усиление прагматизма современной молодежи [3].

Синтезировав некоторые исследования в области сформулированной проблемы исследования, можно назвать несколько причин, в соответствии с которыми студенты очной формы обучения идут на работу. Среди них: оплата образовательных услуг получения высшего образования; обеспечение высокого качества жизни, в связи с постоянным повышением цен и небольшой суммой стипендии; предоставление современным рынком труда большого количества предложений по подработке и официальному трудоустройству: получают развитие нетрадиционные формы занятости (например, самозанятость), работа в режиме аутсорсинга и фриланса; приобретение конкурентоспособности на рынке труда, которая подтверждается только наличием опыта и стажа. Отдавая приоритет получению и освоению теоретических знаний, которые дает вуз, студенты не имеют возможности развивать свои профессиональные навыки [4].

Перед любым высшим учебным заведением Российской Федерации в настоящий момент стоит острейшая проблема: как улучшить методы преподавания и приспособить их к требованиям современного рынка труда [5].

В такой ситуации, характеризующейся охватом высшим образованием даже самых низших слоёв населения, у работодателей возникает трудность, которая заключается в выборе конкретного выпускника для трудоустройства: академическая успеваемость не является качественным подтверждением благополучности и ответственного подхода к труду студента-претендента. Активные студенты стремятся подтвердить свою квалификацию до государственной итоговой аттестации в ВУЗЕ приобретением опыта, специальных навыков. В такой ситуации обучающийся-очник становится перед

выбором, где, с одной стороны, можно проявить инициативу и получать дополнительные теоретические знания в области направления подготовки (если профиль соответствует вакантному месту) или идти «в поля» и стараться самому приобрести практические навыки на работе.

Ориентация образования на запросы рынка труда, создание рабочих мест, предоставление социальных гарантий для молодых специалистов – это только малый перечень вопросов, которые активно поддерживаются государством для решения проблемы трудоустройства молодых специалистов [6].

Конкретные факторы, влияющие на данный выбор, являются важной частью проблемы настоящего исследования.

Результаты исследования

Рассматривая тему совмещения очной учебы и работы, необходимо понять, что вообще значит очная форма обучения для студентов, и какие возможности они видят для себя. Студенты очного отделения в большей степени говорят о том, что высшее образование для них – это шанс на успешное будущее и профессиональный рост. Чтобы цель получения высшего образования совпадала с возможностями подработки или работы нужны значительные временны́е и физические ресурсы, которые поступают и от ВУЗа, и от самого студента, то есть данный синтез должен обеспечить единое стремление не упустить ни одно, ни другое.

Данная проблема могла бы решиться только с помощью официального разрешения студенту очной формы обучения работать (так сейчас решается проблема) или составления индивидуального учебного плана и расписания по согласованию между всеми участниками образовательных отношений.

Однако, если исходить из варианта решения данного вопроса об индивидуальном учебном плане, оно идёт в разрез с предпочитаемой большинством студентов формой обучения. 60% студенческой молодежи говорят о том, что большее предпочтение они отдают смешанному обучению, которое сочетает в себе элементы классического обучения и онлайн-курсов, то есть для работающих студентов важен, в том числе, контакт с преподавателем постоянный и качественный, который даёт необходимые знания по направлению подготовки.

Подкрепляет решение проблемы позиция большинства студентов-очников, в том плане, что, несмотря на желание большинства посещать учебные занятия именно в классе (учебной аудитории), более половины высказывают среднюю значимость учебного процесса для себя: большинство предпочитают активно участвовать только там, где хочется, а в основном предпочитают пассивно осваивать информацию.

То есть, перед нами появляется модель студента, обучающегося на очной форме обучения, который, с одной стороны, желает совмещать работу и учёбу, а с другой стороны, предпочитает посещать очные занятия в учебной аудитории, но при этом его учёба будет носить исключительно пассивный характер, то есть от учебного процесса он (студент) будет брать только ту информацию, которая нужна ему для решения учебных задач.

Помимо самих занятий, будь то обучение офлайн или онлайн, студент обязан выполнять задания вне «аудитории». Разумеется, для качественного высшего образования тратить менее пяти часов в неделю на выполнение учебных заданий – недостаточно, но большая часть студентов придерживается именно такого временно́го отрезка в своем плане. Здесь проблема приоритетов студенческой общественности в сторону досуга и свободного времени.

Можно предположить, что 28% и 38% студентов, которые тратят на выполнение учебных задач менее 5 или от 5 до 10 часов в неделю соответственно, и являются «рабочей молодёжью». Отсюда вывод, что у данных выпускников, при условии допуска к государственной итоговой аттестации, будет сомнительный набор знаний по направлению подготовки: здесь психолого-педагогический вопрос приоритетов.

В целом такая картина современного студенчества вполне понятна, ведь твёрдо определивших значение учёбы в жизни маленькое количество, и это подтверждает проблему, указанную выше: у каждого свои причины получения высшего образования, однако, осознанность поступления на программы высшего образования твёрдо подтверждена меньше, чем половиной студентов. Полагаю, что к большей их части относятся именно те, кто при очной учёбе успевает где-то работать.

Дополняя модель студента-очника, можно сказать, что стремятся работать именно те студенты, которым нужно оплачивать учёбу, то есть обучающиеся на местах по договорам об оказании платных образовательных услуг, и те иногородние студенты, которые не попали или не захотели жить в общежитии, то есть оплачивают жильё, находящееся в найме. Это, действительно, является проблемой для студенческой общественности, так как очное обучение на коммерческой основе является дорогостоящей услугой. Следовательно, почти половина студентов работают сейчас актуально; больше половины трудоустроены официально.

Меньше половины студентов готовы работать по своей специальности (направлению подготовки), а 18% студенческой молодежи говорят об обратном. Причины в большинстве случаев – отсутствие интереса или маленькая заработная плата, которая не привлекает студенческую молодежь, и она идет на

заработки в сферу услуг, где труд оплачивается выше. При такой оплате труда студенты чувствуют финансовую стабильность, хотя и испытывают некоторые трудности в своей учёбе.

Особую значимость приобретает вопрос, поменялась ли продуктивность студентов от учебы и работы. Здесь большая часть работающей молодежи (36 %) заявили, что их учебная деятельность стала более продуктивной. Однако, проблемы с учёбой испытывают больше половины тех, кто трудоустроен на данный момент, с разной периодичностью: от нескольких раз в месяц до практически ежедневных.

Полный график (40 часов в неделю) является приемлемым для тех студентов, которые посвящают учёбе 5 и менее часов в неделю. Данный факт опять же говорит о качестве подготовки такого специалиста и выходе его на рынок труда с соответствующим набором знаний. Выдвинуто предположение о том, что по такому графику могут работать только те студенты-очники, которые практически не посещают аудиторные занятия.

Наиболее приемлемым будет именно гибкий график, что подтверждается эмпирическими данными и занимает среднюю позицию по результатам опроса.

По мнению работающих студентов, тем, кто собирается совмещать учебу и работу можно посоветовать *«Выбирать гибкий график, чтобы грамотно распланировать время не в ущерб работе или учебе»; «Главное правильно составлять расписание, вести ежедневник или как-то структурировать информацию на бумаге. Также я считаю, что для совмещения работы и учебы необходимо выбирать место работы с возможностью гибкого графика»; «Если есть возможность не работать, лучше не работать, а учиться. Конечно, если учеба ваш приоритет. Но если у вас есть возможность работать для получения опыта в профессии еще и за денежку, еще и с удобным графиком, то пробовать все же стоит»; «Не брать слишком много работы, всё-таки лучше учиться «наполную», пока есть возможность и время»; «Правильно расставлять приоритеты, делая больший акцент на учебе. Важно оставлять свободные дни для отдыха, чтобы не заработать разного рода проблемы со здоровьем».*

Список литературы

1. Троу М. Социология образования / М. Троу // Американская социология. М.: Прогресс, 1972.

2. Ehrenberg G., Sherman R. Employment While in College, Academic Achievement, and Postcollege Outcomes: A Summary of Results // Journal of Human Resources. 1987. № 23 (1). P. 1–23. – DOI 10.2307/145864.

3. Ситникова ИВ. Профессиональное самоопределение студенчества: мотивационно-ценностный аспект // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2021. № 2(58). С. 83-99. – DOI 10.21685/2072-3016-2021-2-9.

4. Боева А.О. Трудоустройство студентов очного обучения Академии гражданской защиты МЧС России: проблема и пути решения / А. О. Боева, Н. Б. Горшенина // ГосРег: государственное регулирование общественных отношений. 2018. № 1(23). С. 1-13.

5. Саенко И.И. Актуальные проблемы трудоустройства студентов и выпускников высших учебных заведений / И.И. Саенко, Н.С. Хандримайло, И.В. Завгородняя // Colloquium-Journal. 2019. № 26-9(50). С. 167-168.

6. Черноусова Н.В. Из опыта работы по содействию трудоустройству студентов института и выпускников / Н.В. Черноусова, Н.Г. Ерохина // Modern Science. 2021. № 12-4. С. 197-200.

FEATURES OF COMBINING WORK AND STUDY BY FULL-TIME STUDENTS (USING THE EXAMPLE OF NIZHNY NOVGOROD STUDENTS)

U.R. Olkova

The article examines the influence of external and internal factors, as well as features on the combination of work and study by full-time students, that is, the motives for full-time students entering the labor market. The study is based on the results of a survey of full-time students of Nizhny Novgorod (mainly UNN named after Lobachevsky). Among the research factors, a large number of criteria were identified, including: the official status of job registration, the importance of combining work and study, what difficulties full-time students have combining work and study, as well as the impact of full-time study on the workflow. The present study has allowed us to formulate a preliminary hypothesis, which is that full-time students combine work and study, as they want to gain work experience. Students will be able to use the gained experience in the future, in the labor market when applying for employment at enterprises and institutions in the field of training, as well as in the work experience can provide economic benefits in the future in the form of increased wages at the workplace

Keywords: higher education, full-time education, areas of training, the labor market, combining study and work, motives.

УДК 316.444.5

ЖЕНСКИЙ СЦЕНАРИЙ ВХОЖДЕНИЯ В БИЗНЕС-КАРЬЕРУ

С.М. Параева
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Женщины сегодня очень заинтересованы в проявлении своих профессиональных качеств, чтобы с течением времени «дослужиться» до высокой позиции. Окружающая среда, общественное мнение и стереотипы, ментальность и культура, внутренние мотивы и убеждения самих женщин – все это влияет на особенности их карьеры.

Ключевые слова: женская карьера, стереотипы, гендерное неравенство, профессиональная субъективность.

Вход женщин в бизнес-карьеру остается актуальной темой в современном обществе, поскольку на своем пути к успеху в бизнесе они продолжают сталкиваться с препятствиями, обусловленными гендерными стереотипами. Несмотря на значительные усилия по достижению гендерного равенства, женщины по-прежнему испытывают давление, связанное с ожиданиями общества.

Ученые активно занимаются темой женского профессионального лидерства и женской бизнес-карьеры. В научной электронной библиотеке eLibrary.Ru по поисковому запросу «женское лидерство» нашлось 10301 публикации.

Исторически роль женщины ассоциируется с домашним хозяйством и воспитанием детей, а мужчины – с активной деятельностью во внешнем мире, работой. Обыденное мышление приписывает рациональность чаще всего мужчинам, которые в силу этой черты считаются более подходящими для формального рабочего места, чем женщины. Женщина, как правило, представляется более эмоциональной по своей природе, не подходящей для ответственной работы [1].

Женщины по-прежнему сталкиваются с различными формами сегрегации в сфере занятости, успеха и продвижения по карьерной лестнице. Во многих профессиональных организациях женщины сталкиваются с различными барьерами в карьерном продвижении, обусловленных объективными и субъективными факторами. Этот феномен невидимого барьера в карьерном росте женщин обычно называют «стеклянным потолком» [2].

Глобализированная экономика и, как следствие, обострение конкуренции в корпоративном секторе выдвинули на первый план важность разнообразия рабочей силы. Разнообразные компетенции, различные перспективы и спектр навыков считаются важным конкурентным преимуществом в современных бизнес-институтах.

Рассмотрим стереотипы, ограничивающие развитие женщин в карьере и бизнесе.

В современном обществе практически отсутствуют юридические нормы, ограничивающие деятельность женщин в профессиональной сфере. Опросы общественного мнения демонстрируют поступательную трансформацию представлений о распределении мужских и женских ролей в профессиональной и домашней сферах в сторону баланса. Можно сделать вывод, что у женщины нет объективных преград на пути к собственной профессиональной субъектности и лидерству.

В реальности женщины сталкиваются с различными неписаными правилам общества, которые не связаны с профессиональными качествами, но могут становится сложными препятствиями на пути развития карьеры. Гендерные стереотипы негативно влияют на положение женщин в сфере труда: приводят к дискриминации на рабочих местах, ограничивают возможности для карьерного роста.

Женщинам приходится противостоять не только стереотипам общества, но и собственным психологическим барьерам, в том числе «страху успеха». Этот феномен описывает сопутствующую деловому успеху тревожность, связанную с отрицательными эмоциями женщин по поводу последствий их профессиональных достижений в тех областях, в которых, согласно гендерным стереотипам, этих достижений не может быть [3].

Наиболее распространенные стереотипы основываются на искаженных представлениях о психофизиологических особенностях женщин и мужчин и традиционном распределении ролей.

Оправдывая низкую динамику женских карьер, общественная риторика ссылается на слабую, изнеженную натуру некоей стандартной женщины. Эта объяснительная модель утверждает, что женщина не самостоятельна и не способна к профессиональному успеху, нуждается в руководстве и наставлении со стороны мужчины. На самом деле, стереотип о том, что женщина должна быть ласковой, привлекательной, нежной и одновременно пассивной, и зависимой, популярен лишь у мужчин. Современные же женщины считают, что им надо

обладать мужскими качествами – быть активными, инициативными и предприимчивыми.

История общества не раз доказывала несостоятельность точки зрения о профессиональной непригодности женщин. Примеры, подтверждающие эту позицию, имеют в своей основе целенаправленное формирование у женщин подобных характеристик, а не их природную обусловленность.

Другая группа стереотипов связана с представлениями о традиционном распределении ролей в семье и, соответственно, в обществе. Общество ожидает от женщины отказа от карьерного роста или бизнеса в пользу семьи, домашнего хозяйства, воспитания детей. Клаудия Голдин, лауреат Нобелевской премии, отмечает, что разница между участием мужчин и женщин в трудовой жизни и, соответственно, в их доходах, связана прежде всего с социальными факторами. Мужчины отказываются от времени с семьей, а женщины часто отказываются от карьеры.

Потребность в социальном одобрении вынуждает женщин менять свою мотивацию, приоритеты: выбирать семью вместо профессионального развития. Это поддерживает стереотип о том, что в профессиональной деятельности мужчины более целеустремленны и успешны, чем женщины.

Социологические исследования свидетельствуют: оценка профессиональных и других жизненных достижений женщин и мужчин основывается на разных критериях. Часто успешная карьера женщин подвергается критике и осуждению из-за сомнений в ее самостоятельности: общество уверено, что за ее спиной непременно стоит успешный мужчина, одаривший ее этой карьерой. Женский профессиональный успех подвергается обесцениванию, если женщина не реализовала ожидаемый семейный сценарий с необходимым количеством замужеств и детей [4].

Эти стереотипы являются одной из причин маргинальности женщин в профессиональном поле: они затрудняют формирование профессиональной самоидентичности и адекватных ожиданий общества. Они ограничивают пространство профессионального выбора и развития женщин в процессе социализации, становятся препятствиями в карьере, лишают поддержки и со стороны коллег, и со стороны близких.

Список литературы

1. Ишутина Е.А. Успешная карьера. Максимум пользы из минимума. М.: НТ ПРЕСС ООО, 2007. 336 с.
2. Рогов Е.И. Выбор профессии. Становление профессионала. М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2007. 330 с.

3. Придатченко М.В., Шалютина Н.В. Отношение к женскому лидерству в контексте профессиональной субъектности // Женщина в российском обществе. 2022. № 1. С. 48-60.
4. Электронный ресурс. https://trends.rbc.ru/trends/social/6555d3609a7947d9dfe8fafd (дата обращения: 01.02.2024).

A WOMAN'S SCENARIO FOR ENTERING A BUSINESS CAREER

S.M. Paraeva

Women today are very much interested in displaying their professional qualities in order to "reach" a high position over time. The environment, public opinion and stereotypes, mentality and culture, internal motives and beliefs of women themselves all influence their career characteristics.

Keywords: women's career, stereotypes, gender inequality, professional subjectivity.

УДК: 304.2

СТИГМАТИЗАЦИЯ ДОМАШНЕГО НАСИЛИЯ В ОТНОШЕНИИ МУЖЧИН

Д.С. Попцова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Рассматривается проблема стигматизации насилия в отношении мужчин во внутрисемейных отношениях. Раскрывается понятие домашнего насилия, семейного конфликта, видов домашнего насилия. Анализируются факторы, которые увеличивают уровень стигматизации, табуирования и замалчивания данной темы в целом и в отношении мужчин, в частности. Описывается, как специалисты, работающие с жертвами насилия, комментируют перспективу развития направлений работы с мужчинами, которые были подвержены насилию внутри семьи, выделяя отдельные черты организации своевременной помощи и специфику данной категории клиентов.

Подчеркивается, что, хотя чаще фиксируются случаи домашнего насилия именно над женщинами (как правило, со стороны мужчин), мужчины тоже могут быть виктимизированы.

Ключевые слова: домашнее насилие, стигматизация, психологическое насилие, физическое насилие, сексуальное насилие, экономическое насилие.

Домашнее насилие является проблемой, которая может затрагивать различные категории населения: женщины, дети, пожилые люди, а также мужчины. Несмотря на то, что определенный упор в изучении проблемы насилия внутри семьи делается на изучении специфики, детерминант, факторов и последствий виктимизации женщин и детей это не означает, что проблемы насилия в семье по отношению к мужчине не существует. Есть ряд научных работ и исследований по теме насилия в семье в отношении мужчин, в частности, таких авторов, как Е.А Брайцева [1], Н.А. Максякова и др. [2], Н.Б. Осипян [3], С.К. Хаидов [4], однако нельзя сказать, что они составляют весомую часть от общего числа публикаций по теме насилия.

Проблема изучения данной темы основывается на том, что существуют понятия и концепции феминности и маскулинности. Последнее диктует, что мужчина – это сильный по всем параметрам человек, в отношении которого не может быть допущено насилия, особенно во внутрисемейной среде. Этот тезис отражен в работе Е.А. Здравомысловой и А.А. Темкиной [5]. Как отмечают исследователи, в обществе наблюдается кризис маскулинности, который сформировал представления о брутальной маскулинности, исключающей мысль о виктимизации мужчин в семье. Однако это совершенно не так.

Мужчины тоже могут быть жертвами домашнего насилия – об этом говорят статистические данные. Однако, стоит отметить, что при сборе статистических данных по теме насилия в семье есть определенные трудности, продиктованные высокой стигмой, табуированностью, мификацией, стереотипизацией представлений о домашнем насилии как явлении в обществе. В этом случае крайне сложно оценить расхождения с реальной картиной распространения проблемы и результатами исследований и статистики. Среди лиц, которые подвергались насилию, большинство составляют женщины – 76% от общего числа случаев. Однако, данные Управления национальной статистики Великобритании показывают, что каждый год каждая третья жертва домашнего насилия – мужчина, что составляет 699 000 мужчин в 21/22 (1,671 млн женщин) [6]. В августе 2019 г. Фонд общественного мнения (далее – ФОМ) проводил исследование на тему домашнего насилия: “Домашнее насилие. Насколько распространено в России рукоприкладство в семье? Что советуют столкнувшимся с ним людям?” (n=1500) [7]. Вторичный анализ данных исследования показал, что большинство (55%) респондентов заявили, что знают о случаях домашнего насилия со стороны мужчины в отношении женщины, 37 % высказались, что знают о семьях, где домашнее насилие применяют по отношению друг к другу оба супруга, и меньшинство (только 10%) сказали, что знают о семьях, где насилие направлено женой по отношению к мужу. Оба исследования показывают, что среди жертв внутрисемейного насилия есть и мужчины.

Насилие над мужчиной внутри семьи со стороны супруги или любых других родственников имеет многообразные формы, собственные отличительные черты и произрастают из видов насилия: физического, психологического, сексуального и финансового.

Этот тезис подчеркивает и Наталья Никифорова – директор Кризисного центра «Птицы», который находится в Санкт-Петербурге. В 2019 г. директор центра дала интервью электронному порталу МосЛента, в котором она затронула тему насилия в семье в отношении мужчин [8], подчеркнув, что, несмотря на то, что мужчина, являясь более сильным в физическом плане в сравнении с женщиной, это не исключает фактов его виктимизации.

Как отмечает специалист, в вопросе *физического насилия* женщины более склонны использовать предметы, которые находятся в свободном доступе и под рукой – нож, посуда, кухонная техника. Также не отстают женщины и в других видах насилия над мужчинами.

Психологическое насилие подразумевает разветвленную сеть приемов и методов негативного воздействия на психику человека, а в дискурсе нашей

проблемы – мужчины. Зачастую это проявляется в виде оскорблений, унижений, угроз ухода из семьи, манипуляций детьми (лишение родительских прав, материнский гейткипинг после развода [9]), намеренное распространение клеветы, сплетен.

Сексуальное насилие тоже может происходить в отношении мужчин. С таким видом насилия мужчины могут сталкиваться в различных социальных институтах (например, армия, тюрьма), и семья не является исключением: могут быть зафиксированы случаи изнасилования, принуждения к сексуальным отношениям, репродуктивное насилие, которое проявляется в виде лишение права на свободный выбор в вопросах контрацепции и деторождения, принуждением к различным сексуальным практикам.

Финансовое насилие тоже используется в отношении мужчин и может быть выражено в виде строгого и/или тотального контроля над доходами мужчин, а также тем, как он распоряжается ими.

Несмотря на то, что есть прецеденты насилия в отношении мужчин, они, как правило, не обращаются специализированные учреждения, работающие с проблемой насилия и могущие оказать качественную и квалифицированную помощь психолога или юриста. Существуют факты, которые обнаруживают стигмы внутри этой проблемы – мужчины стесняются обращаться за помощью в организации, боятся перестать быть мужчинами в собственных глазах и глазах других.

К.Г. Шумилова [10] выделила конкретные формы общественного и личностного поведения, которые ускоряют и усложняют процесс стигматизации вокруг темы насилия в отношении мужчин. Четыре формы проявления латентного характера семейного бытового насилия в отношении мужчин: камуфлирование (женское насилие как отсутствие выбора), игнорирование (отрицание, замалчивание фактов насилия), обесценивание (снижение значимости проблемы на фоне других), ассимиляция (повышенное внимание и акцентирование на женщинах-жертвах, чем на мужчинах, отрицание возможности разграничения). Наличие этих форм подчеркивает идею, что к теме насилия в отношении мужчин относятся с пренебрежением. Эти формы влияют на следующий важный аспект – обращение мужчины в необходимые инстанции. В таком случае проблема латентности насилия в отношении мужчин игнорируется не только обществом, но и самими мужчинами.

В исследовании «Почему мужчины, на Ваш взгляд, редко обращаются в правоохранительные органы по факту причинения им вреда супругой (сожительницей)?» (респонденты – мужчины) 2016 г. С.А. Тимко, В.П. Тимко выявили, что значительная часть респондентов считают обращение в

правоохранительные органы постыдным для мужчины (77% респондентов) [11]. Остальные респонденты заявили о следующем – не считают важным обратиться за помощью и хотят решить вопрос самостоятельно (36% респондентов), мужчины не хотят менять положение дел, так как их всё устраивает (10% респондентов), они боятся потерять контакт со своими детьми при запрете супруги на дальнейшее общение (10% респондентов), мужчине просто хорошо и комфортно жить в такой семье (5% респондентов) и мужчина не понимает, что такое поведение в отношении личности недопустимо и должно наказываться в соответствии с действующим российским законодательством. В результате проведенного исследования были выявлены факторы, способствующие высокому уровню замалчивания этой проблемы.

Внутри общества формируются определенные стереотипы, мифы, стигмы о положении мужчины в вопросе домашнего насилия. Крайне редко возникает дискурс проблем мужчины-жертвы во внутрисемейных отношениях. Отсутствие огласки и освещения данной темы на публичном уровне влияют и на мнение самих мужчин, которые подверглись насилию. Зачастую они не придают этому должного внимания, не замечают проявления насилия по отношению к себе либо же и вовсе его отрицают. Всё это негативно влияет на процесс дестигматизации, тем самым укрепляя в обществе предубеждения в вопросах насилия в отношении мужчин внутри семьи.

Важным вопросом в решении проблемы латентности, стигматизации, стереотипизации проблемы домашнего насилия в отношении мужчин, прежде всего, является информационная поддержка населения в вопросах профилактики насилия, его видах, причинах, следствиях, а также информирование о деятельности различных организаций, чья деятельность направлена на борьбу с насилием внутри семьи. Чем выше уровень осведомленности о проблеме, тем выше вероятность более точной и эффективной разработки необходимых методик, которые будут применимы к данной категории лиц.

Список литература

1. Брайцева Е.А. Домашнее насилие: мужчины также могут быть жертвами // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2017. №1(6). С. 14-19.

2. Максякова Н.А., Бектемирова Д.С. Феномен насилия над мужчинами как социальная проблема: векторы исследования // Социологический нарратив 2021: Общество в контексте новых вызовов: риски и возможности: Сборник статей по материалам XX Всероссийской научной конференции студентов и аспирантов, Москва, 16 апреля 2021 года. – М.: Российский государственный гуманитарный университет, 2021. С. 415-422.

3. Осипян Н.Б. Женское насилие в отношении мужчин: анализ зарубежных и отечественных исследований // Северо-Кавказский психологический вестник. 2012. №10(4). С. 46.

4. Хаидов С.К. Семейное насилие над мужчинами и его последствия // Социокультурные и психологические проблемы современной семьи: актуальные вопросы сопровождения и поддержки: Сборник материалов VI Международной научно-практической конференции, Тула, 19 ноября 2020 года. – Чебоксары: ООО «Издательский дом «Среда», 2020. С. 54-58.

5. Здравомыслова Е.А., Тёмкина А.А. 12 лекций по гендерной социологии: учебное пособие / Е.А. Здравомыслова, А.А. Тёмкина. – СПб.: Изд-во Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2015. 768 с.

2. Statistics on Male Victims of Domestic Abuse. [online]. Доступ через https://mankind.org.uk/statistics/statistics-on-male-victims-of-domestic-abuse/. (дата обращения: 04.04.2024).

3. Домашнее насилие // Фонд Общественного Мнения URL: https://fom.ru/Rabota-i-dom/14236. (дата обращения: 05.04.2024).

4. В кризисном центре Москвы рассказали о первом «звоночке» домашнего насилия // Мослента URL: https://moslenta.ru/news/v-krizisnom-centre-moskvy-rasskazali-o-pervom-zvonochke-domashnego-nasiliya-25-11-2021.htm. (дата обращения: 05.04.2024).

5. Безрукова О.Н., Самойлова В.А. Материнский гейткипинг в России: молодые отцы о матерях и барьерах доступности детей после развода // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. №3(157). С. 463-498. DOI 10.14515/monitoring.2020.3.1680.

6. Шумилова К.Г. Латентный характер проблемы домашнего насилия над мужчинами // ЧЕЛОВЕК, ОБЩЕСТВО, ТЕХНОЛОГИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ: сборник статей II Международной научно–практической конференции, Петрозаводск, 24 ноября 2022 года. – Петрозаводск: Международный центр научного партнерства «Новая Наука» (ИП Ивановская И.И.), 2022. С. 168–176.

7. Тимко С.А., Тимко В.П. Мужчина – жертва семейного насилия: актуальность проблемы в России // Виктимология. 2016. №3(9). С. 33–40.

STIGMATIZATION OF DOMESTIC VIOLENCE AGAINST MEN

D.S. Poptsova

The article deals with the problem of stigmatization of violence against men in intra-family relationships. The concept of domestic violence, family conflict, and types of domestic violence is revealed. The factors that increase the level of stigmatization, taboo and silencing of this topic in general and in relation to men in particular are analyzed. It also describes how specialists working with victims of violence comment on the prospects for the development of the field of work with men who have been exposed to violence within the family, highlighting certain features of the organization of timely assistance and the specifics of this category of clients.

It is emphasized that although cases of domestic violence against women are more often recorded (usually by men), men can also be victimized.

Keywords: domestic violence, stigmatization, psychological violence, physical violence, sexual violence, economic violence.

УДК 316

СПЕЦИФИКА ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИНВАЛИДОВ: РЕСУРСНЫЙ ПОДХОД

А.Ю. Потапов
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Рассматривается специфика жизнедеятельности инвалидов на основе ресурсного подхода. Методологической базой авторского исследования являются концептуальные разработки ресурсности Е.В. Митягиной, на основе которой исследовалась ресурсная обеспеченность лиц с инвалидностью в различных категориях ресурсов, отражающих основные сферы жизни человека. В результате выявлена дефицитность ресурсов в нескольких категориях, обусловленная инвалидностью.

Ключевые слова: ресурсность, ресурсный подход, инвалиды.

Введение

В настоящее время в Российской Федерации лица с инвалидностью составляют значимую категорию населения – 7,4% от общей численности населения (11миллионов граждан [1]). Согласно Федеральному закону от 24 ноября 1995 года N 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации [2]», лица с ограниченные возможностями здоровья представляют собой социально уязвимую группу, так как приведенное в законе определение понятия «инвалид» говорит о том, что стойкие расстройства функций организма, приводящие к ограничениям жизнедеятельности, вызывают необходимость социальной защиты данной категории населения [2], что говорит о дефиците их ресурсности.

Понятие ресурсности представляет собой особую социологическую категорию, позволяющую взглянуть на положение рассматриваемого субъекта через соотношение и наличие у них в различной степени актуализированных ресурсов в виде потенциалов, активов и капиталов, которые конвертируются в различные виды продуктивной деятельности [3], то есть, на основе выраженности нескольких категорий ресурсов можно сделать выводы о специфике функционирования социальной группы. Такой подход является рациональным в рассмотрении социальной группы инвалидов из-за того, что само государство в некотором роде рассматривает эту категорию населения через призму ресурсного подхода, в связи с тем, что категории, используемые при определении инвалидности, представляют собой различные возможности человека, как самообслуживание; трудоспособность; способность к

передвижению, к ориентации, общению, контролю поведения, обучению, общению [4]. Следовательно, доступные здоровому человеку (и сравнительно легко используемые им) ресурсы будут при определении инвалидности рассматриваться как категории, в которых у человека могут быть ограничения.

Разработанность темы. Одним из разработчиков концептуального подхода к анализу категории «ресурсности» является Н.Е. Тихонова, предложившая классификацию ресурсности для описания социальной структуры России [4]. Классификация ресурсов рабочего класса исследователя Е.В. Митягиной [3] лежит в основе изучения характеристик обеспеченности ресурсами лиц с инвалидностью. В частности, в авторском исследовании использован следующий перечень ресурсов:

- биологические, представляющие собой половозрастные характеристики и состояние здоровья;
- личностные – качества человека: его креативность, адаптивность, инициативность;
- социальные выражаются во включенности субъекта в различные формальные и неформальные организации и объединения, как семья, рабочий коллектив и иные социальные группы;
- информационно-инновационные, способность к освоению нового и новаторской деятельности, а также общая информированность субъекта, как, например, осведомленность о доступных ему социальных услугах;
- властные представлены в виде способности участвовать в обсуждении и принятии решений, отстаивании своих и групповых интересов;
- квалификационные – уровень образования субъекта, трудовой опыт и навыки, стаж работы и удовлетворение трудовой деятельностью;
- экономические, представляют собой размеры и источники доходов, наличие собственности, особенности материального потребления и удовлетворенность материальным положением;
- ценностные, как ценность семьи, здоровья, труда, личностные установки которых субъект использует при рассмотрении происходящих событий [3].

Методология и методы исследования. Приведенная выше классификация ресурсов Е.В. Митягиной была использована при авторском исследовании, выполненного на тему «Оценка ресурсности лиц с ограниченными возможностями здоровья», проведенное с помощью глубинного интервью инвалидов с дисфункциями опорно-двигательного аппарата (N=7 чел.) на базе общественной организации инвалидов «Инватур» в марте-апреле 2023 г. Целью исследования служило выявление дефицита ресурсности у данной категории инвалидов.

Участниками исследования выступило 7 человек, 2 женщины и 5 мужчин, средний возраст которых составляет 42 года. Все участники опроса с тяжелыми нарушениями – 6 с первой группой инвалидности, 1 с третьей постоянной, со стажем пребывания в этом состоянии от 4 и более лет. По уровню образования респонденты распределились следующим образом – 1 человек с полным среднем образованием, 4 со средним специальным, 2 с высшим образованием. Из 7 человек 6 занимаются трудовой деятельностью, 5 из них состоят в общественной организации инвалидов.

В результате исследования был выявлен дефицит ресурсов в основном в четырех категориях ресурсов.

Естественно, все участники опроса относятся к группе, для которой характерен дефицит биологических ресурсов, то есть имеющих значимые проблемы со здоровьем:

«*Перелом С5 позвонка со всеми вытекающими последствиями – не работают даже пальцы рук, мелкая моторика»* (мужчина 36 лет).

«Тяжело ходить, тяжело двигаться» (женщина, 42 года).

«Перелом шейных позвонков, то есть полный тетрапарез четырех конечностей» (мужчина, 47 лет).

В квалификационных ресурсах, несмотря на наличие почти у всех респондентов образования, трудовая деятельность либо осуществлялась не по специальности, либо имела неофициальный характер, либо не соответствовала уровню квалификации:

«Высшее образование, по специальности инженер-конструктор. Работаю не по специальности. Сейчас занимаюсь ремонтом мелкой бытовой техники» (мужчина, 45 лет).

«Среднее специальное, бухгалтер-экономист. Сейчас работаю разнорабочим. Помогаю по офису» (женщина, 30 лет).

«У меня 11 классов…. Как таковой трудовой деятельностью официально не занимаюсь. Знакомые, друзья попросят, допустим, компьютер отремонтировать – вот такая деятельность» (мужчина, 36 лет).

В экономических ресурсах дефицит выражался в том, что трудовая деятельность является основным источником лишь для двух человек, а доходом от нее удовлетворен только один из них:

«Ну, она приносит копейки» (мужчина, 36 лет).

«…не в деньгах счастье и не в их количестве, а в том, что ты делаешь, вот это самое основное, и чтобы оно тебе нравилось, а когда оно тебе нравится, не важно, сколько тебе платят – рубль или два» (мужчина, 47 лет).

Однако, дефицит в экономических ресурсах снижается выплачиваемой лицам с инвалидностью пенсией, хотя она и не всегда удовлетворяет их своим размером. Пенсия является основным источником дохода для 4 человек из 7, еще для одного она является источником дохода, примерно равным заработной плате.

«У меня основные источники дохода пенсия и зарплата… Зарплата сейчас, скорее, вспомогательный» (мужчина, 47 лет).

«Основной для меня пенсия, работа мне почти ничего не приносит». (мужчина, 36 лет).

«Доходом я удовлетворена, естественно, я бы такую пенсию хотела. Мою пенсию кот наплакал» (женщина, 30 лет).

Оценка ценностных ресурсов показала следующую картину. Здоровье было названо как ценность практически всеми участниками, при этом еще и поддерживалось ведением активного образа жизни, но труд как ценность сам по себе – не был оценен тем же образом, в основном выражалось мнение, что это лишь не более, чем способ получения денег, причем не основной:

«*Не обязательно успешность в карьерном росте означает успешность человека»* (мужчина, 57 лет).

«Трудиться без оплаты – это хобби. Если совпадает трудовая деятельность с хобби – это хорошо, но на что-то же людям жить надо, не у всех все так хорошо» (мужчина, 45 лет).

««Конечно же, работа. В случае ее отсутствия жить очень трудно – не будет зарплаты» (женщина, 30 лет).

О ценности здоровья: *«Занимаюсь общедоступным АФК, то есть… непосредственно в санаторий ложусь для поддержания, также самостоятельно дома занимаюсь, развиваюсь. Двигаться – самое основное»* (мужчина, 47 лет).

«Бросил курить, стараюсь заниматься в спортзале, в бассейне» (мужчина, 39 лет).

Дефицита практически не наблюдалось во властных, информационно-инновационных и социальных ресурсах. Так, во властных ресурсах, скорее всего из-за специфики респондентов, представленных в основном членами общественной организации, наблюдалась нормальная ресурсная обеспеченность. Лица с инвалидностью заявили о готовности отстаивать свои права и, более того, имели некоторый опыт в этом.

«В *данный момент мы добились, что на базе дворца спорта есть центр по развитию адаптивных видов спорта»* (мужчина, 47 лет).

«Добился, чтобы мне вообще сделали пандус» (мужчина, 36 лет).

«Есть решения проблем с помощью в получении средств реабилитации» (мужчина, 57 лет).

В оценке информационно-инновационных можно сказать, что была выявлена как высокая готовность участвовать в разработке и реализации проектов помощи инвалидам, так и высокая осведомленность о своих правах и возможностях.

«Конечно, готова участвовать, я и участвую, я сама хочу помогать инвалидам» (женщина 30 лет).

«Желание помогать есть, дело нужное» (мужчина, 36 лет).

Примеры высокой осведомленности:

«У нас в организации есть юрист. Все законы, те что положены, я практически знаю» (мужчина, 47 лет).

«У меня инвалидность 23 года и, по сути, о всех правах я в принципе уведомлен – я знаю, что положено для инвалидов, в чем мы нуждаемся» (мужчина, 36 лет).

«Я, может быть, знаю много, но я так сразу не скажу. То, что мне надо знать, я знаю» (женщина, 30 лет).

В социальных ресурсах тоже наблюдалась высокая обеспеченность – было выявлено, что лица с инвалидностью имеют достаточно высокое количество социальных связей как с семьей, так и с друзьями.

«Друзей очень много, потому что, занимаясь общественной работой, поневоле приобретаешь очень много друзей» (мужчина, 47 лет).

«*У меня здоровые друзья, и приобрел я их после получения травмы. Друзья, которые были до травм, как бы отсеялись все»* (мужчина 36 лет).

Дополнительно обеспеченность социальными ресурсами подкрепляется членством в общественной организации, в которой состоят почти все опрошенные.

«В нескольких организациях состою. Это и ветераны боевых действий, и организация Инватур» (мужчина 47 лет).

«Общественные организации? Конечно, состою. Причем не только состою – работаю в одной из них» (женщина, 30 лет).

Используя ресурсный подход, представляется возможным оценить специфику жизнедеятельности лиц с инвалидностью. Типы ресурсов, в которых наблюдался дефицит, тесно связаны между собой – в биологических он был достигнут из-за тяжести нарушений здоровья; в квалификационных из-за проблем с трудоустройством, вызванными дисфункциями в организме; в экономических – невозможностью получать нормальный доход с трудовой деятельности, но также и дополнительный источник дохода в виде пенсии по

инвалидности; в ценностных – труд не ценился, как раз из-за его малозначительного вклада как источника дохода. Ресурсная обеспеченность достигалась под влиянием инвалидности: необходимость отстаивать свои права, например, в случае достижения установки пандуса в своем подъезде привела к обеспеченности властными ресурсами; поиск информации по доступным услугам – к обеспеченности информационно-инновационными ресурсами; приобретение друзей с инвалидностью и вступление в общественную организацию инвалидов – социальными ресурсами. То есть, инвалидность позволила вместе с дефицитом получить новые ресурсы, необходимые для жизни в новом статусе.

Список литературы

1. Сайт Федеральной службы государственной статистики, раздел «Положение инвалидов, «Уровень инвалидизации в Российской Федерации», доступ через [https://rosstat.gov.ru/folder/13964] (дата обращения: 15.12.2023).

2. Федеральный закон от 24 ноября 1995 г. N 181-ФЗ "О социальной защите инвалидов в Российской Федерации", доступ через [https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8559/] (дата обращения: 18.12.2023).

3. Митягина Е.В. «Ресурсность рабочих в условиях «двойной» модернизации»: Дис. док. соц. наук. Н. Новгород: Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, 2014.

4. Тихонова Н.Е., монография "Социальная структура России: теория и реальность", М. Новый хронограф: Ин-т социологии РАН. 2014 г. 408 с.

THE SPECIFICS OF THE LIFE OF THE DISABLED PEOPLE: A RESOURCE APPROACH

A.Y. Potapov

In the article, the specifics of the life of the disabled are considered on the basis of a resource approach. The methodological basis of the author's research is the conceptual developments of E.V. Mityagina's resourcefulness, on the basis of which the resource provision of persons with disabilities in various categories of resources reflecting the main spheres of human life was studied. As a result, the scarcity of resources in several categories due to disability was revealed.

Keywrds: resourcefulness, resource approach, people with disabilities.

УДК 316.772.5

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ВЫБОР ТЕМАТИКИ СОЗДАВАЕМЫХ МЕМОВ В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ

Е.А. Ратенков
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Рассмотрена взаимосвязь факторов, которые могут в различной степени влиять на выбор тематики создаваемых студентами мемов. Интернет-мем является неотъемлемой частью культуры общения, инструментом выражения своих мыслей, эмоций и отношения к различным событиям. Одной из наиболее активных групп пользователей интернет-мемов является студенческая молодежь, для которой мемы становятся важным элементом социализации и коммуникации в университетской среде.

Ключевые слова: интернет-мемы, тематика мемов, мем-культура, университетская среда, самовыражение с помощью мемов, факторы создания мемов.

Введение

Понятие «мем» используется относительно давно. Современное понятие «мем» берет начало с книги «Эгоистичный ген» английского ученого Ричарда Докинза. Со временем, во второй половине прошлого века, мем расширил свою область применения и перекочевал из области зоологии, где обозначал способность объекта к копированию самого себя, в социокультурный дискурс [1]. Интернет-мемы являются важной составляющий в современном цифровом обществе. Среди множества определений, данных мему, наиболее логичным и наглядным является определение А. Менегетти: «Мем – это элементарная единица информации, способная повторять себя, размножаться в параллельных или ей подобных системах, устанавливающая бесконечные связи» [2].

Данное исследование направлено на изучение различных факторов, влияющих на выбор тематики мемов в студенческой среде. Стоит отметить, что существует достаточно много исследований по теме использования интернет-мемов студентами. Можно сказать, что посредством мем-общения студенты стремятся выразить свое отношение к преподавателям, вузу, одногруппникам. Каждый студент реагирует на мемы совершенно по-разному. Один и тот же мем может кого-то обидеть, а кого-то совсем не трогать [3]. Мемы являются важной составляющей любого молодежного общения в социальных сетях и в интернете в целом. Они помогают выразить свое мнение, поделиться эмоциями и обсудить актуальные темы. Мемы могут быть смешными, трогательными, ироничными или саркастическими, и они часто используются, чтобы привлечь внимание к

определенной проблеме или просто для развлечения. Являются неотъемлемой частью современной культуры общения и важным инструментом выражения своих мыслей и чувств. Они также могут служить инструментом для создания и распространения стереотипов и предубеждений.

Основная гипотеза данного исследования заключается в том, что тематика создаваемых мемов отражает ценностные ориентации и интересы студенческой аудитории. В ходе исследования было выявлено, что тематика мемов, действительно, тесно связана с ценностными ориентациями и интересами студентов. Мемы позволяют студентам выражать свое отношение к актуальным социальным и политическим проблемам, а также к событиям личной жизни. Кроме того, мемы могут служить инструментом самопрезентации и формирования групповой идентичности среди студентов.

Методология

Чтобы выявить и определить факторы, влияющие на тематику создаваемых в студенческой среде мемов, было проведено социологическое исследование в формате онлайн опроса, созданного с помощью сервиса Google Forms. Этот метод является наиболее удобным и доступным для исследования мемов в интернете. Распространение данного опроса осуществлялось в социальной сети «ВКонтакте», а также в студенческих беседах и на портале Нижегородского университета им. Лобачевского в период с ноября по декабрь 2023 г.

Выборочную совокупность составили студенты в возрасте от 17 до 28 лет из трех Нижегородских вузов: ННГУ им. Н.И. Лобачевского (80%), НГПУ им. К. Минина (11%), НИУ ВШЭ-НН (9%). В общем был опрошен 441 человек, среди них 172 юноши (39%) и 269 девушек (61%). Только 203 человека вошли в исследование как создающие мемы. Анализ результатов исследования включает обработку данных по вопросам закрытого типа, анализ вопросов открытого типа и собственных мемов студентов.

В качестве респондентов в основном выступали студенты очной формы обучения (91%) по программе бакалавриата (79%) и специалитета (21%). Студенты магистранты и аспиранты не опрашивались. Статистическая обработка данных была осуществлена с помощью программного пакета SPSS Statistics 23.

Результаты

Начнем нашу аналитическую часть, анализируя таблицы, в которых представлены данные об отношении студентов к созданию мемов (табл. 1) и о предпочтениях в смысловом содержании мемов (табл. 2).

Таблица 1

Отношение студентов к процессу создания собственных мемов, %

Создают мемы	46
Не создают	54

Исходя из данных таблицы 2, отметим, что 42% студентов по смысловому содержанию предпочитают абстрактные мемы, а также что одинаковый процент респондентов отдают предпочтения общедоступным и научным мемах. Менее трети студентов выбрали субкультурные и англоязычные мемы в качестве предпочтительных по смысловому содержанию (табл. 2)

Таблица 2

Предпочтительное смысловое содержание мемов, %

Абстрактные	42
Научные	18
Общедоступные	18
Субкультурные	14
Англоязычные	8

Рассмотрим наиболее популярные средства, с помощью которых студенты создают собственные мемы. Проанализировав данные, представленные в таблице 3, можно сделать следующие выводы: 59% студентов используют графические редакторы (Paint, Photoshop, Canva, GIMP и т.п.) для создания личных мемов. Наименее популярным ответом является использование видеоредакторов. Так ответили только 4% студентов.

Таблица 3

Способы изготовления мемов, %

Использую графические редакторы (Paint, Photoshop, Canva, GIMP и т.п.)	59
Делаю в любом мессенджере, где есть функция редактирования фото	30
Использую сайты генерации мемов	8
Использую видеоредакторы	4

Перейдем к такому аспекту, как причины для сохранения мемов. Больше половины студентов, а именно 62%, сохраняют мемы для отправки другу в «подходящем случае». Достаточно небольшое количество респондентов сохраняют мемы, чтобы использовать их как заготовку для своих, но есть и те, кто не сохраняет мемы. Примерно в равной доле студенты сохраняют мемы, чтобы их коллекционировать, когда-то посмеяться самому.

Таблица 4

Причины для сохранения мемов, %

Отправить другу (и т.п.) в «подходящий случай»	62
Коллекционирую их	15
Чтобы когда-то посмеяться самому	13
Использовать их как заготовку для своих мемов	8
Не сохранял(а)	3

Наиболее предпочтительными темами для создания мемов являются такие виды контента, как психологическое и физическое здоровье, социально-актуальные темы и компьютерные игры. На выбор тематики мемов, создаваемых студентами, могут влиять различные факторы, включая интересы, актуальные социальные и политические вопросы. Например, интерес к психологическому здоровью может мотивировать студентов создавать мемы на эту тему, в то время как увлечение компьютерными играми может привести к созданию мемов, связанных с ними.

Таблица 5

Предпочтительные темы для создания мемов, %

Виды контента	%	Виды контента	%
Психологическое и физическое здоровье	33	Культура и традиции	11
Социально-актуальные темы	33	Работа	10
Компьютерные игры	28	История	9
Фильмы и сериалы	23	Технологии и интернет	6
Образование и наука	22	Мода и стиль	6
Политика	18	Спорт	5
Животные	16	Детско-родительские отношения	3
Музыка и муз. исполнители	13		
Романтические отношения	13		

Для выявления факторов, влияющих на выбор тематики создаваемого мема, в ходе исследования были изучены истории создания студенческих мемов, а также собственные мемы студентов. Первый пример истории вместе с самим мемом*: «Данный мем иллюстрирует, какие мы с Алексеем Жадновым (слева) додичи и как смешно мы стоим на фотографии, которая является частью большой фотографии нашего класса».*

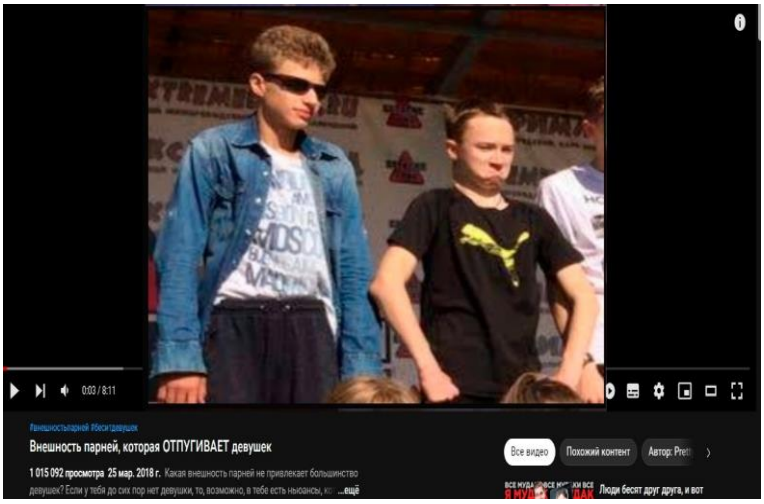


Рис. 1. Первый пример мема, загруженного студентом

Можно сказать, что на выбор тематики данного мема повлиял фактор личного интереса и причастности автора к ситуации, которую отражает мем. Автор испытывает эмоциональную связь с событием, которое стало основой для мема, и это выражается в юмористическом тоне описания.

Выбор тематики мемов в студенческой среде может быть обусловлен различными факторами – возраст, пол, личные интересы и увлечения, культура, социальные нормы и ценности, политическая обстановка и многие другие факторы.

Заключение

Можно сказать, что мемы являются важной составляющей коммуникации в среде студенческой молодежи. Проанализировав и изучив ответы, которые дали опрошенные, можно выявить определенные факторы, которые могут влиять на выбор тематики собственных мемов студентов. Первым из них является личный интерес студента и причастность к какой-либо ситуации, явлению, представленному в меме. Автор испытывает сильную эмоциональную связь с событием, которое стало основой для создания его мема. Следующий фактор – желание выразить свои эмоции, чувства, переживания в юмористической форме. Тематика создаваемых мемов может зависеть и от политической обстановки как в стране, так и в мире в целом. На основе проведенного анализа, можно сделать вывод, что основная гипотеза исследования в большей степени подтвердилась.

Список литературы

1. Крылов Ю.В. Креативный потенциал языка мема (на материале изменений мема "Наташ, вставай") / Ю.В. Крылов // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. 2022. № 2. С. 58-70.

2. Менегетти А. Онтопсихология и меметика. М.: PsicologicaEditrice Roma, 2005. С. 5.

3. Иванова В.А. Интернет – мемы как фактор повышения познавательной активности у студентов // Студент: наука, профессия, жизнь: Материалы IX всероссийской студенческой научной конференции с международным участием. В 4-х частях, Омск, 25–29 апреля 2022 года. Том Часть 2. – Омск: Омский государственный университет путей сообщения, 2022. С. 190-194.

FACTORS INFLUENCING THE CHOICE OF THE SUBJECT OF MEMES CREATED IN THE STUDENT ENVIRONMENT

E.A. Ratenkov

This article will consider the relationship of factors that can influence the choice of topics of memes created among students to varying degrees. An Internet meme is an integral part of the culture of communication, a tool for expressing one's thoughts, emotions and attitudes towards various events. One of the most active groups of Internet meme users is the student youth, for whom memes become an important element of socialization and communication within the university environment.

Keywords: Internet memes, the subject of memes, meme culture, university environment, self-expression through memes, factors of meme creation.

УДК 316

САМОЦЕНЗУРА МОЛОДЕЖИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Ю.А. Сапелкина
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Анализируется интернет-активность молодежи Нижнего Новгорода в возрасте 18–33 лет. Исследование проведено методом анкетирования. Целью исследования является выявление уровня осведомленности о случаях юридических санкций за интернет-деятельность, а также влияния этих знаний на личный уровень самоцензуры в социальных сетях. В ходе анализа полученных результатов опроса были установлены наиболее популярные среди молодых людей социальные сети, частота и цели их использования. Кроме того, определена специфика взаимодействия с контентом и причины отказа от реакции на понравившийся пост. Также было выяснено, что молодежь не испытывает большого интереса к общественно-политическим новостям, редко обсуждает такую информацию, вне зависимости от ситуации, а также практически не участвует в дискуссиях на политические темы в социальных сетях и не считает их полезными.

Ключевые слова: интернет-активность, самоцензура, юридические санкции, свобода слова, свобода в сети, поведение в интернете.

На начало 2023 г. в России было 127,6 млн. пользователей Интернета (проникновение 88,2%) и 106 млн. пользователей социальных сетей (73,3% от общей численности населения) [1]. Молодые люди в возрасте 16-35 лет являются одной из самых активных групп в социальных сетях. Вконтакте используют 29% пользователей в возрасте 16-34 лет, Instagram* – 50% пользователей этого возраста, а Tik-Tok – 28% молодых людей в возрасте 16-34 лет [2]. Вопросы саморегулирования и самоцензуры в интернет-пространстве становятся неотъемлемой частью современной реальности. Предпосылки к ужесточению цензуры и повышению контроля за интернет-активностью пользователей были заложены несколько лет назад, когда в 2016 г. был принят "Пакет Яровой". Этот пакет поправок включает обязанность хранить переписки, телефонные звонки и исходящий трафик всех российских пользователей, а также предоставлять эти данные по запросу спецслужб. Требования закона включают в себя и блокировку информации, содержащей неуважение к осуществляющим государственную власть в Российской Федерации, призывам к массовым беспорядкам или участию в несогласованных акциях, а также материалы организаций, признанных в России нежелательными, и ссылки на них. Эти требования идут в разрез с 29 статьей Конституции Российской Федерации, гарантирующей каждому свободу мысли и слова [3], а также статьей 31, закрепляющей за гражданами право на свободу собраний [4]. Отсутствие однозначного

понимания, какой контент является противозаконным, может привести не только к штрафам социальных сетей за неудаление данной информации, но и к наказаниям пользователей, взаимодействующих с такими публикациями.

Социальные сети как платформа свободного обмена информацией и выражений мнений стали площадкой, где противостоят свобода слова и ответственность за высказывания. В условиях растущего числа случаев цифрового экстремизма законодательные органы РФ стремятся адаптировать нормативные акты к новым реалиям, что влечет за собой особый интерес и внимание к проблеме самоцензуры в интернете, в частности – в социальных сетях. Н.С. Громова в работе "Свобода слова и ее пределы в интернет-пространстве" анализирует базовое право человека на свободу слова с трех позиций: правовой, общественной, морально-нравственной. Особенно важным аспектом в данной работе является рассмотрение свободы слова в интернете и, в частности, в социальных сетях. Баланс между правами на самовыражение и обязанностями соблюдать законы, по мнению автора, достигается в том числе с помощью личной ответственности за свое поведение и самоцензуры каждого из интернет-пользователей [5].

В работе была изучена осведомленность молодых людей из Нижнего Новгорода в возрасте 18-33 лет о случаях юридических санкций за интернет-активность, знаниях регулирующих интернет-деятельность законов, уровне самоцензуры, особенностях взаимодействия с контентом, отношении к интернет-дискуссиям на общественно-политические темы и личном опыте участия. Для этого был проведен опрос с помощью Google Forms в декабре 2023 г., в котором приняли участие 161 респондента, из которых 62,7% женщины, 37,3% мужчин, 59,2% студентов и 40,8% работающих молодых людей.

Самой популярной у молодых людей социальной сетью является Telegram, которой ежедневно пользуются 88% респондентов. В первую тройку регулярно используемых социальных сетей также входят Вконтакте (68% ежедневного использования) и YouTube (65%). Telegram тоже является социальной сетью, где пользователи ведут себя наиболее свободно, в то время как Вконтакте и YouTube лишь для 6% и 4% пользователей соответственно являются медиаплощадками, где люди чувствуют себя наиболее свободно. Знание о контроле со стороны государства является важной причиной различного уровня свободы поведения в разных сетях. Многим молодым людям известны случаи юридических наказаний за различные действия в социальных сетях, причем самой известной является информация об административном наказании за размещенный на личной странице пост (73%). Случаи уголовного наказания за сохраненную фотографию являются самыми незнакомыми молодым людям (54%). В целом, молодежи

Нижнего Новгорода наиболее известны случаи применения различных юридических санкций за размещенный на личной странице пост, в то время как о наказаниях за лайки известно значительно меньше.

По причинам отказа от совершения различных взаимодействий с понравившимся контентом пользователей можно разделить на несколько групп, выделенных с помощью статистического анализа. Первая группа отказывается от различных действий в интернете, связанных с лайками, комментариями и репостами, чтобы сохранить приватность. Около 28% молодых людей предпочитают не выражать свои реакции и сохранить приватность личной страницы из-за возможных разногласий с окружающими или из желания не делиться информацией. Вторая универсальная группа отказа: 6% молодых людей избегают публичной демонстрации интереса к контенту из-за страха дискредитации в правовом поле. Они контролируют свой цифровой след и стараются избегать контента, способного повлечь юридические санкции. Третья группа отказа: 44% молодых людей экономят ресурсы, такие как время и память устройств, избегая сохранения, репоста и комментирования контента. Они также следят за чистотой своих альбомов в социальных сетях и избегают контента, нарушающего их эмоциональное состояние. Четвертая группа активных наблюдателей: 24% молодых людей отказываются от лайков или комментариев. Они в курсе трендов в социальных сетях, оценивают актуальность постов и не дублируют уже высказанные мнения. Пятая группа избегающих конфликтов пользователей: 33% молодых людей избегают комментирования и пересылки контента, стремясь поддерживать позитивный онлайн-опыт и избегая участия в дискуссиях, которые могут привести к конфликтам. Шестая группа осмотрительных пользователей: 25% молодых людей отказываются от лайков и пересылки контента, тщательно отбирая его и стремясь поддерживать высокие стандарты этики. Они создают положительный образ в виртуальном мире, избегая контента, который может быть воспринят аморальным или неуместным другими пользователями.

Выделено две универсальных группы отказа от всех перечисленных действий и четыре группы, охватывающих определенные категории онлайн-активности, на основании причин отказа от совершения этих действий.

Отношение молодежи к дискуссиям на общественно-политические темы в социальных сетях в основном скептическое: только 14% находят их полезными, 36% уверены в отсутствии пользы, а 50% не задумывались над этим вопросом. Никогда не участвуют в таких дискуссиях 65%, 19% когда-то участвовали, а теперь нет, 11% участвуют несколько раз в месяц и реже, и 2% участвуют ежедневно. Среди тех, кто находит полезным дискуссии на такие темы, 5%

участвуют в них ежедневно, 14% когда-то участвовали, а теперь нет, 9% участвуют раз в неделю, 36% участвуют несколько раз в месяц и реже, и 36% не участвуют никогда. Среди тех, кто не задумывался над вопросом полезности таких дискуссий, ⅔ не участвуют в них никогда, а почти ⅕ когда-то участвовали. Среди тех, кто уверен в отсутствии пользы дискуссий в социальных сетях, 74% не участвует в них никогда, а почти ⅕ участвовала лишь раньше.

Молодежь обсуждает политические новости в основном время от времени, часто это происходит только с друзьями при личном общении (18%), в социальных сетях с друзьями и знакомыми молодые люди обсуждают политические новости иногда (33%) и редко (32%). В социальных сетях с малознакомыми или незнакомыми людьми в личных сообщениях никогда не обсуждаются подобные темы в 73% случаев, в личном общении с преподавателем – в 70%. Таким образом, большинство молодых людей либо никогда не обсуждают политические новости, либо делают это время от времени и редко.

Молодых людей можно разделить на три группы в зависимости от уровня самоцензуры и знания о законах. Высокий уровень самоцензуры и знания о законах (57%): молодые люди, осведомленные о законах в сфере регуляции деятельности в интернете и проявляющие высокий уровень самоцензуры. Из них 65% знают о законах и цензурируют себя, 44% не знают о возможных санкциях. Средний уровень самоцензуры и знания о законах (36%): молодые люди, которые могут быть разделены на две подгруппы – те, кто не смотрит провокационный контент (21%), и те, кто задумывается о возможных последствиях, но при этом все равно совершает какое-либо действие в социальной сети (15%). Низкий уровень самоцензуры и знания о законах (7%): молодые люди, отказывающиеся от самоцензуры и не имеющие должного знания о законах, регулирующих интернет-активность. Из них 13% не осведомлены об этих юридических нормах, 4% знают о законах, но отказываются от самоцензуры.

Исследование уровня самоцензуры в социальных сетях молодежи Нижнего Новгорода показало, что молодые люди в целом осознают возможные юридические санкции за размещение контента в сетях, и это влияет на их поведение в сети, приводя к ограничениям и цензуре собственных действий. Однако, несмотря на осведомленность о возможных юридических последствиях, ограничение активности в социальных сетях во избежание проблем с законом проявляется не у всех одинаково. Основной мотивацией для отказа от определенных действий с контентом становится желание избежать конфликтов и сохранить личное пространство. Большинство молодежи проявляет высокий уровень осторожности при взаимодействии с провокационным контентом.

Уровень интереса к общественно-политическим новостям невысок, уровень вовлечения в дискуссии в социальных сетях на эти темы крайне низок. Исследование позволяет лучше понять динамику самоцензуры в социальных сетях молодежи и выявить влияние правового контекста на её поведение в цифровой сфере. Важно продолжать мониторинг и исследование данной темы для более глубокого понимания трансформации самоцензуры в социальных сетях и разработки соответствующих стратегий поддержания баланса между свободой слова и соблюдением законодательства.

Примечания

* компания Meta Platforms Inc. признана в России экстремистской организацией

Список литературы

1. Digital 2023: The Russian Federation, 13 февраля 2023. // DataReportal [Электронный ресурс]. URL: https://datareportal.com/reports/digital–2023–russian–federation (дата обращения: 16.11.2023).

2. Аудитория восьми крупнейших соцсетей в России в 2023 году: исследования и цифры // ppc.world [Электронный ресурс]. URL: https://datareportal.com/reports/digital–2023–russian–federation (дата обращения: 20.12.2023).

3. Конституция Российской Федерации. Статья 31 // КонсультантПлюс. [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/bb71a77fd379bb39d3105930d245a274df7c5656/ (дата обращения: 22.12.2023).

4. Конституция Российской Федерации. Статья 29 // КонсультантПлюс. [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/f703218d9357338507052de484404828b3da468e/ (дата обращения: 20.12.2023).

5. Громова Н.С. Свобода слова и ее пределы в интернет–пространстве // БИТ. 2022. №4 (24). [Электронный ресурс]. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/svoboda–slova–i–ee–predely–v–internet–prostranstve (дата обращения: 23.12.2023).

SELF–CENSORSHIP OF YOUTH IN SOCIAL NETWORKS

Y.A. Sapelkina

The paper analyzes the internet activity of youth aged 18–33 in Nizhny Novgorod. The study was conducted through survey methods. The aim of the research is to identify the level of awareness regarding legal sanctions for internet activities and the influence of this knowledge on personal levels of self-censorship in social networks. Through the analysis of survey results, the most popular social networks among young people, the frequency, and purposes of their usage were determined. Additionally, the specificity of interaction with content and reasons for refraining from reacting to a liked post were identified. Among the youth, there is knowledge of cases of administrative and criminal penalties for various actions on social networks, influencing their behavior in the digital environment. It was also found that the youth has limited interest in socio-political news, rarely discusses such information regardless of the situation, and hardly engages in discussions on political topics in social networks, considering them unhelpful.

Keywords: internet activity, self-censorship, legal sanctions, freedom of speech, online freedom, behavior on the Internet.

УДК 659.4

К ВОПРОСУ О ВНЕДРЕНИИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА КАК ИНСТРУМЕНТА КОММУНИКАЦИИ В РОССИЙСКИЙ БИЗНЕС

Д.М. Сафиуллина, Н.Н. Свиридов
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Проводится анализ эффектов от практического использования технологий искусственного интеллекта в коммуникативной практике российского бизнеса на современном этапе развития рекламы и PR. Рассматривается практика крупных компаний, осуществляющих деятельность с применением различного инструментария искусственного интеллекта, анализируются мнения экспертов с целью формирования общего видения для дальнейшего развития бизнеса в условиях новой реальности.

Ключевые слова: реклама, искусственный интеллект, коммуникации, информационные технологии, российский бизнес, целевая аудитория, социальные медиа.

В современных условиях технологии искусственного интеллекта (далее – ИИ), а также в целом различные механизированные системы генерации медиа и разного типа данных приобрели достаточно спорный характер в профессиональной среде. Использование искусственного интеллекта в современной коммуникативной практике становится не просто закономерностью, обусловленной стремительным развитием информационных технологий, а в полной мере необходимостью [1]. Попытаемся провести анализ результатов внедрения различных технологий искусственного интеллекта в деятельность российских компаний, что и явилось основой для данного исследования.

Современные исследователи выделяют несколько направлений определения искусственного интеллекта. Например, Д.Л. Кутейников, О.А. Ижаев, С.С. Зенин и В.А. Лебедев определяют искусственный интеллект как: «аппаратный и информационно-программный комплекс, действие которого аналогично действию механизмов человека» [2, с. 77]. В то же время, П.М. Морхат приводит следующее определение: «искусственный интеллект – это полностью или частично автономная самоорганизующая (и самоорганизующаяся) компьютерно-аппаратно-программная виртуальная или киберфизическая, в том числе био-кибернетическая, система наделенная / обладающая рядом программно-синтезированных способностей и возможностей» [3, с. 28].

Стоит отметить, что внедрение искусственного интеллекта в рекламную сферу является не только инструментом для осуществления распространения

информации, генерации сообщений, но и инновационным способом оптимизации эффективного анализа коммуникационных кампаний [4, с. 61]. Это явление подтверждается данными, которые были представлены в начале 2024 г. на конференции «Digital Brand Day 2024», которая уже на протяжении 6 лет служит площадкой для обмена информацией о трендах, нововведениях и инновациях в области брендинга, маркетинга и рекламы для множества компаний. В этом году теме ИИ в рекламе и маркетинге, а также трендам и эффективным практикам были посвящены кейсы от «VK Реклама», «Looky» и «SberDevices».

«VK Реклама» использует ИИ в целях трансляции рекламных сообщений для конкретной целевой аудитории среди пользователей социальной сети, что помогло сократить рекламную нагрузку на пользователя на 30%, что также положительно повлияло на конверсию для бизнеса рекламодателей, увеличив ее на 35%. Автоматический подбор таргетинга происходит на основе данных ML-модели (машинное обучение), изучающей все рекламные кампании по нужному объекту продвижения и результативности.

За счет использования нейросетей улучшилось визуальное качество объявлений, публикуемых в социальной сети. Согласно представленной информации, более 65% рекламных обращений были опубликованы с применением ИИ для улучшения качества изображения. А внедрение функции генерации видеоматериалов из статичного изображения помогло увеличить процентное соотношение количества кликов по объявлению к его показам (CTR) в 2 раза, а цена за клик (CPC) сократилась вдвое [5].

«SberDevices» продемонстрировали «GigaChat» – ИИ, открывающий новые возможности для маркетинга и медиа. «GigaChat», разработанный «SberDevices», обладает рядом функций, способных преобразить маркетинг и медиа:

- генерация текстов и упрощение SEO («GigaChat» помогает создавать уникальные тексты, сокращая время и усилия, необходимые для генерации качественного контента);
- повышение уникальности текстов (ИИ способен генерировать уникальные тексты, что позволяет сократить расходы на копирайтинг и повысить SEO-показатели);
- генерация кликбейтных заголовков («GigaChat» помогает создавать привлекательные заголовки, способные повысить охват аудитории).

В компании «SberDevices» видят будущее «GigaChat» с максимальной интеграцией инструмента в свои решения. Доказав свою эффективность и перспективность использования, инструмент получит развитие через внедрение в рекламные продукты «SberDevices» [6].

К явным эффектам от интеграции ИИ в бизнес можно отнести инструмент, который стал уже достаточно обыденным, но все еще стремительно развивается – чат-боты. В 2019 г. «Тинькофф» запустил своего «робота Олега» – голосового помощника на основе искусственного интеллекта, который выполняет полезные функции и заменяет полноценного консультанта, упрощая коммуникацию с клиентами банка. Похожий по функционалу бот есть в «Сбер», но работать он может с большим количеством пользовательских запросов, так как выполнение действий происходит не только по шаблонным вопросам, а через обращение бота к базам данных для обработки более сложных запросов [7].

На данном этапе интеграции и развития технологий искусственного интеллекта прослеживается их положительное влияние как на бизнес, так и на пользовательский опыт взаимодействия с продуктами компании. Глубина и масштабность внедрения ИИ в российский бизнес со временем будет только увеличиваться, согласно исследователям из различных областей, а также по прогнозам специалистов практического сектора.

Количество компаний, использующих искусственный интеллект, растет так же, как количество специалистов, которые будут использовать новые маркетинговые технологии, уже напрямую связанные с анализом данных и нейросетевыми инструментами. Использование ИИ, например, в направлении копирайтинга имеет ряд возможностей минимизации затрачиваемого времени на разработку идеи для текстовых материалов и редактуру уже готовых, а интеграция искусственного интеллекта во все большее количество чат-ботов значительно упростит коммуникацию между бизнесом и клиентом, но это требует также и значительных финансовых вложений [8, с. 80].

Таким образом, на основании проведенного нами исследования можно заключить, что использование искусственного интеллекта в области современных коммуникаций имеет ряд преимуществ как для субъектов бизнеса, так и непосредственно для пользователей. В будущем искусственный интеллект станет неотъемлемой частью коммуникативной практики, и компании, которые не будут его использовать, рискуют отстать, что следует из отчетов специалистов о внедрении систем и механизмов искусственного интеллекта в деятельность российского бизнеса.

Список литературы

1. Artificial journalism: the reverse of human-machine communication paradigm. Mapping the field of AI critical media studies / M. G. Shilina, I. I. Volkova, A. Yu. Bombin, A. A. Smirnova // RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism. 2023. Vol. 28. No. 4. P. 757-768.

2. Кутейников Д.Л. Киберфизические, кибербиологические и искусственные когнитивные системы: сущность и юридические свойства / Кутейников Д.Л., Ижаев О.А.,

Зенин С.С., Лебедев В.А. // Российское право: образование, практика, наука. 2019. №3 (111). С. 75-81.

3. Морхат П.М. К вопросу об определении понятия искусственного интеллекта // Право и государство: теория и практика. 2017. №12 (156). С. 25-31.

4. Шевченко Д.А. Использование возможностей искусственного интеллекта в рекламе / Д.А. Шевченко, Е.М. Крюкова, В.В. Зеленов, В.В. Галстян // Практический маркетинг. 2024. № 1(319). С. 60-64.

5. VK: не генеративным ИИ единым // Adindex. [Электронный ресурс]. URL: https://adindex.ru/assets/specprojects/content_presentation/2024_03/321368_presentation.pdf (дата обращения: 09.04.2024).

6. GigaChat: новые возможности для маркетинга и медиа // Adindex. [Электронный ресурс]. URL: https://adindex.ru/assets/specprojects/content_presentation/2024_03/321371_presentation.pdf (дата обращения: 09.04.2024).

7. Искусственный интеллект в маркетинге: подборка интересных кейсов // МТС Маркетолог. [Электронный ресурс]. URL: https://marketolog.mts.ru/blog/iskusstvennii-intellekt-v-marketinge-podborka-interesnih-keisov?utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2F (дата обращения: 09.04.2024).

8. Слицкая А.Е. Применение искусственного интеллекта в маркетинге // Практический маркетинг. 2023. № 12(318). С. 77-80.

TOWARDS THE INTRODUCTION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE AS A COMMUNICATION TOOL IN RUSSIAN BUSINESS

D.M. Safiullina, N.N. Sviridov

The article analyses the effects of the practical use of artificial intelligence technologies in the communicative practice of Russian business at the current stage of advertising and PR development. The authors review the practice of large companies that operate using various artificial intelligence tools and analyse the opinions of experts in order to form a common vision for the further development of business in the new reality.

Keywords: advertising, artificial intelligence, communications, information technologies, Russian business, target audience, social media.

УДК 659.1

ВИРТУАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ КАК ФОРМА РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ

А.Е. Стоянова
Северо-Кавказский федеральный университет

Изучение роли медиа в современном мире является важной задачей, так как именно средства массовой информации играют важную роль в формировании и установлении общественного сознания. Развитие информационных технологий способствовало появлению виртуальной реальности, искусственного мира, в котором происходит новое взаимодействие между людьми.

Способности человека мыслить критически помогают ему анализировать и оценивать получаемую им информацию. Это является важным умением в XXI веке, чтобы не стать жертвой, распространяемой фейковой информации, которая создаётся с целью манипулирования сознанием. Развитие сети «Интернет» и цифровых технологий, позволило легче распространять необходимую информацию для каждого человека, что подвергает нас принятию ложной информации как достоверно верной.

Понимание принципов работы виртуальной реальности в СМИ помогает развивать навыки критического мышления, успешного восприятия достоверной информации, эффективного существования в современном мире, что делает человека специалистом не только в своей личной жизни, но и в профессиональной деятельности.

Ключевые слова: коммуникация, медиа, виртуальная реальность, виртуальные технологии, виртуальная реальность в рекламе.

Современное общество характеризуется и определяется эволюцией информационных технологий, созданием сетей, развитием и формированием информационной среды. Все эти факторы играют важную роль в изменении норм жизнедеятельности в современном обществе и человеческого сознания, что отражается как в профессиональной деятельности, так и в повседневной.

Более 5 млрд человек имеют доступ к сети «Интернет», что открывает возможность переноса привычной и повседневной жизнедеятельности человека в цифровое пространство. Это отражается и на системе коммуникации, которая может существовать и без личного присутствия субъектов.

Маршалл Маклюэн в своей книге «Понимания медиа: внешние расширения человека» говорит: «что касается «содержания» средства коммуникации, это как сочный кусок мяса, которым вор отвлекает собаку, стерегущую разум» [1]. Отсюда складывается понимание, что человек фиксирует внимание именно на содержании и не замечает само средство коммуникации, вопреки тому, что содержание не может существовать вне канала, по которому оно передаётся.

Говоря о каналах коммуникации, следует отметить, что сегодня одним из важных стал канал виртуальной реальности. «Виртуальная реальность – это искусственно создаваемая информационная среда, которая фокусируется на замене привычного восприятия окружающей среды информацией, создаваемой на основе различных технических средств. Создание средств визуализации информации, направленных на разработку инструментов виртуальной реальности в образовательных целях, может дать педагогическую эффективность, которая не может быть достигнута с помощью других технических средств [2]. Все это говорит о развитии сферы медиакоммуникаций.

Виртуальная реальность может полностью создать новый искусственный мир, передаваемый человеку через его различные органы чувств. Существуют законы физики, которые воздействуют на сознание людей. Всё это показывает, что человек может полностью «погружаться» в виртуальную среду, завладевающую его вниманием.

Если обратиться к истокам, одними из первых систем виртуальной реальности как единение визуального восприятия с восприятием движения и звука являются различные военные тренажеры. В 1929 г. был разработан и запатентован рычажный тренажер «Линк Трэйнер», в устройстве которого использовались движущаяся картинка и пневматические передачи. Он позволял осуществлять симуляцию движения, вращения, падения, изменение курса, и таким образом создавал удовлетворительное ощущение движения [3].

Кинематографист Мортон Хейлиг сыграл одну из ключевых ролей в создании систем виртуальной, дополненной и смешанной реальности. Ещё в середине 1950-х годов он сконструировал Motion Picture System – Sensorama – первый виртуальный симулятор. В него входили такие элементы, как стереоскопический экран, эмиттеры запаха, кулера, стереоколонки и двигающееся кресло. Когда показывали различную информацию в устройстве имитировались запахи, шум, порывы ветра, тряска.

Сфера виртуальной реальности развивалась и совершенствовалась долгое время, и распространилась на многие виды деятельности общества. Так и в сфере рекламы многие компании с помощью технологий виртуальной реальности могут успешно коммуницировать со своей целевой аудиторией. Кроме того, они могут презентовать новые продукты, услуги, линейки товаров и делать это не банально, а так, чтобы интересовались этой компанией не только лояльные клиенты этой фирмы, но и потенциальные.

Стоит отметить опыт автопроизводителя Volvo. Эта компания стала одной из первых, кто начал применять технологии виртуальной реальности. Так, проводятся тест-драйвы на основе приложения и брендированных VR-очков,

вследствие выпуска новой модели XC90 SUV. Работает это следующим образом: пользователь скачивает на свой телефон специальное предложение, которое оснащено панорамным видео поездки по Ванкуверу, далее телефон необходимо вставить в очки Google Cardboard и запустить видео.

Американская компания Matterport по 3D-пространственному картографированию с помощью виртуальной реальности воссоздаёт достаточно точные модели разных объектов недвижимости – дворцов, галерей, музеев, храмов, а также устраивает по ним полноценные туры для всех желающих, но уже в мире виртуальном.

Другая американская компания Merrel, по производству обуви, для новой обувной линейки предложила клиентам побывать на виртуальной прогулке по горам.

В России сферу виртуального пространства начинает развивать компания ТрансНефть, которая внедрила технологии цифрового двойника. Данная технология переносит предприятие в цифровой формат, позволяя отслеживать и анализировать показатели.

Строительная компания «Орсо Групп» смогла внедрить технологию виртуальной реальности в продажу квартир. Фирма создала для покупателей специальные 3D-очки и приложение для телефонов – Planoplan Go. Клиенты смогли побывать в будущей квартире, правда, в виртуальном мире.

Таким образом, можно заметить, что виртуальная реальность стала важным каналом коммуникации компании со своими клиентами, с помощью которого становится комфортнее взаимодействовать в современном мире. Технологии виртуальной коммуникации помогают фирмам презентовать свой товар, делать его намного привлекательнее за счёт того, что могут выделиться среди своих конкурентов с помощью инновационных технологий.

Список литературы

1. Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева. М. 2003. 464 с.

2. Тахиров Б.Н. Понятие виртуальной реальности // Наука, образование и культура. № 8 (52). 2020. С. 12–14.

3. Смолин А.А. Системы виртуальной, дополненной и смешанной реальности. Учебное пособие / А.А. Смолин, Д.Д. Жданов, И.С. Потемин, А.В. Меженин, В.А. Богатырев. – Санкт- Петербург. Университет ИТМО. 2018. 59 с.

VIRTUAL REALITY AS A FORM OF ADVERTISING COMMUNICATION

A.E. Stoyanova

Studying the role of media in the modern world is an important task, since it is the media that play an important role in the formation and establishment of public consciousness. The development of information technology has contributed to the emergence of virtual reality, an artificial world in which there is a new interaction between people.

A person's ability to think critically helps him to analyze and evaluate the information he receives. This is an important skill in the XXI century in order not to become a victim of fake information that is disseminated, which is created for the purpose of manipulation of consciousness and popularization of propaganda. The development of the Internet and digital technologies has made it easier to disseminate the necessary information for each person, which exposes us to accept false information as true.

Understanding the principles of virtual reality in the media helps to develop critical thinking skills, successful perception of reliable information, effective existence in the modern world, which makes a person a specialist not only in his personal life, but also in professional activities.

Keywords: communication, media, virtual reality, virtual technology, virtual reality in advertising.

УДК 316.77

РОЛЬ МЕЖПОКОЛЕНЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

М.Р. Текеева
Финансовый университет при правительстве Российской Федерации

В наши дни, в быстро меняющемся мире межпоколенческая коммуникация обретает все более актуальную и значительную роль. В процессе данного вида общения представители различных поколений, отличающихся как по возрасту, так и по культурным, социальным и технологическим характеристикам, могут обмениваться полезной для обеих сторон информацией. Старшее поколение на основе своего опыта может давать советы и направлять младшее поколение, которое, в свою очередь, может объяснять своим старшим изменения, происходящие в обществе и помогать ориентироваться им в быстро развивающемся мире.

Стоит учитывать, что с увеличением продолжительности жизни и сдвигом демографической кривой в сторону старшего населения во многих странах мира межпоколенческая коммуникация становится необходимой для поддержания гармонии и взаимопонимания в обществе.

Этот вид коммуникации оказывает влияние на различные аспекты жизни, включая семейные отношения, культурные традиции, рабочую среду и общественную политику. В семейной среде межпоколенческая коммуникация способствует передаче ценностей, традиций и опыта от старшего поколения к молодежи, что способствует формированию личности и развитию социальных навыков у молодежи. В рабочей среде межпоколенческая коммуникация может привести к улучшению сотрудничества, обмену знаниями и опытом, а также к инновационному мышлению.

Однако межпоколенческая коммуникация может сталкиваться и с вызовами, связанными с различиями в ценностях, восприятии и способах общения между разными поколениями. Различия в опыте, уровне образования, культурных представлениях и технологической грамотности могут привести к недопониманию и конфликтам.

Ключевые слова: межпоколенческая коммуникация, отношения, старшее поколение, младшее поколение, конфликты, взаимоотношения, роль отношений, современный мир.

Для развития межпоколенных отношений важны такие аспекты, как:

- взаимопонимание и уважение;
- обмен опытом и знаниями;
- совместные проекты и активности;
- поддержка и забота.

Их необходимо учитывать ради создания продуктивных и гармоничных отношений между поколениями. Они во все времена играли существенную роль в межпоколенческой коммуникации, являясь важнейшими её состовляющими.

Эти отношения оказывают значительное влияние на современное общество посредством передачи ценностей, традиций и культурного наследия от

одного поколения к другому; что позволяет укрепить и сохранить идентичность и солидарность в обществе.

Также положительным последствием межпоколенных отношений является обмен опытом и знаниями между поколениями. Старшее поколение может передать свой опыт и мудрость молодому поколению, помогая им избежать ошибок и преуспеть в жизни. Молодое поколение, в свою очередь, может привнести свежие идеи и инновации, что способствует развитию общества.

Важно помнить, что часто старшее поколение, в силу возраста, может нуждаться в помощи в повседневных делах и в социальной и эмоциональной поддержке. Благодаря хорошо развитым межпоколенческим отношениям, молодое поколение может быть заботливым и внимательным к старшим, что способствует существованию гармонии и здоровым отношениям в обществе.

В целом, межпоколенные отношения играют важную роль в развитии и укреплении общества. Они способствуют передаче ценностей и традиций, обмену опытом и знаниями, поддержке и заботе о стареющем населении, а также развитию толерантности и понимания, поэтому важно поощрять и развивать эти отношения в современном обществе.

Эффективное функционирование межпоколенных отношений может быть затруднено рядом проблем и вызовов. Например:

1. Различие в ценностях и образе жизни: в разные времена в обществе были свои принципы и ценности, которые могут сильно отличаться от других. Эти различия могут породить конфликты и недопонимания между поколениями.

2. Непонимание: молодые люди могут считать, что старшее поколение не понимает их потребности и проблемы, в то время как старшее поколение может считать, что молодые люди не уважают и не ценят их опыт и мудрость. Это может привести к разрыву и отдалению между поколениями.

3. Технологический разрыв: из-за разницы в освоении технологий между более владеющей ими молодежью и испытывающими трудности в их освоении старшего поколения могут возникнуть преграды для коммуникации и обмена информацией между поколениями.

4. Демографические изменения: увеличение средней продолжительности жизни и сокращение размера семей могут влиять на межпоколенные отношения. Увеличение числа пожилых людей может создавать потребность в уходе и поддержке, что может оказывать давление на молодые поколения. Кроме того, сокращение размера семей может означать, что меньше людей будут жить с родителями или бабушками и дедушками, что может снизить возможности для развития межпоколенных отношений.

5. Недостаток времени и ресурсов: высокий темп и занятость, характерны для нашего современного образа жизни. Они могут ограничивать время и ресурсы на развитие межпоколенных отношений.

Все эти проблемы и вызовы требуют осознания и усилий со стороны общества, государства и людей для развития и укрепления межпоколенных отношений.

Конфликты в межпоколенческой коммуникации

Зачастую конфликты «отцов и детей» в процессе коммуникации возникают из-за различий в ценностях и убеждениях между поколениями. Учитывая специфику различных эпох, взгляды на мир у взрослых и детей отличаются. Часто можно заметить, как каждое новое поколение критикует младших, называя их «потерянными» лишь из-за того, что не понимают их ценностей и убеждений.

Выделяют несколько типов поколений:

– молчаливое поколение 1923-1943 гг. Они старались быть незаметными, терпеливыми, но отличались подозрительностью;

– бебибумеры, или послевоенное поколение. Трудолюбивы, отличались коллективизмом.

Существует теория XYZ поколений. Согласно ей представители поколения X (1963-1984 гг.) стремились к переменам, боролись за равенство. Представители Y поколения (1984-2000 гг.), которые называют генерацией нулевых, стремились получить максимум удовольствий. Представители поколения Z (2003-2023 гг.) отличаются знанием того, чего хотят, понимают, что им необходимо образование, при этом они любят свободу, но часто отступают перед трудностями.

Несовпадение ожиданий и реальности может исходить от родителей, имеющих слишком завышенные амбиции по отношению к своим детям. При такой ситуации дети могут испытывать злость по отношению к родителю скрытого характера или проявлять открытую агрессию.

Необходимо понимать, что у представителей различных поколений существуют различия в ценностной системе.

Если подобная ситуация возникает в одной семье между поколениями, то формируется открытое противостояние, которое сопровождается всплеском разнообразных эмоций и нарушением системы взаимодействия между представителями различных поколений.

В современном мире молодые люди чаще ставят в приоритет собственную карьеру нежели семью, а их родители зачастую бывают не согласны с подобной

точкой зрения, поэтому конструктивные диалоги на разнообразные темы между членами одной малой группы (семьи) бывают просто невозможны.

Для успешной межкультурной коммуникации важны следующие аспекты:

1. Активное слушание и эмпатия. Важно разговаривать с друг другом, чтобы понимать мотивы действий, убеждения и ценности другого человека, что позволит избежать конфликтов.

2. Использование невербальных сигналов. Используя их, люди могут понимать друг друга без слов.

3. Применение техник конфликтологии.

Считается, что для успешного регулирования конфликта важно соблюдение следующих правил:

1. Признание наличия конфликтной ситуации, существования оппонента как факта и ценности.

2. Принятие каждой стороной факта противостояния и наличия разногласий и различий.

3. Четкое представление о содержании несовместимых интересов (расплывчатое, диффузное предъявление интересов не позволяет сосредоточиться на урегулировании конфликта.).

4. Подготовка сторон к принятию определенных общих правил и норм поведения, соблюдение которых обеспечит сохранение или поддержание отношений между ними как в ходе самих переговоров, так и в последующем.

Овладение этими техниками позволит успешно решать конфликты.

Список литературы

1. Черномазова Ю.А., Сергодеева Е.А. Изменение межпоколенческой коммуникации в информационном обществе / Черномазова Ю.А., Сергодеева Е.А. [текст] // философия в системе «НТПО»: наука, технология, производство, образование. Взаимодействие высшей и средней школ Казань, 20 октября 2021 года. – Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2021. С. 118-120.

2. Межпоколенные отношения: ключевые аспекты развития и их важность в современном обществе // Научные Статьи.Ру – портал для студентов и аспирантов. Дата последнего обновления статьи: 26.10.2023. – URL https://nauchniestati.ru/spravka/aspekty-razvitiya-mezhpokolennyh-otnoshenij-i-ih-znachenie-dlya-sovremennogo-obshhestva/ (дата обращения: 05.04.2024).

3. Горбачнваа Н.Б. Межпоколенная коммуникация сквозь призму символического интеракционизма [Текст] / Горбачнваа Наталья Борисовна // cyberleninka. 2015. № 1(10). С. 61-65.

4. Петюкова О.Н. О моделях трансляции правового опыта в ходе межпоколенческой коммуникации [Текст] // Правовое регулирование экономической деятельности. 2023. № 2. С. 72-82.

THE ROLE OF INTERGENERATIONAL COMMUNICATION IN MODERN SOCIETY

M.R. Tekeeva

Nowadays, in a rapidly changing world, intergenerational communication is gaining an increasingly relevant and significant role. In the process of this type of communication, representatives of different generations, differing both in age and in cultural, social and technological characteristics, can exchange information useful for both sides. When the older generation, based on their experience, can give advice and guide the younger generation, which, in turn, can explain to their elders the changes taking place in society and help them navigate the rapidly developing world.

It is also worth considering that with an increase in life expectancy and a shift in the demographic curve towards the older population in many countries of the world, intergenerational communication becomes necessary to maintain harmony and mutual understanding in society.

This type of communication has an impact on various aspects of life, including family relationships, cultural traditions, the work environment and public policy. In a family environment, intergenerational communication promotes the transfer of values, traditions and experiences from the older generation to the youth, which contributes to the formation of personality and the development of social skills among young people. In a work environment, intergenerational communication can lead to improved collaboration, knowledge and experience sharing, and innovative thinking.

However, intergenerational communication can also face challenges related to differences in values, perceptions, and ways of communicating between different generations. Differences in experience, educational level, cultural beliefs, and technological literacy can lead to misunderstandings and conflicts.

Keywords: intergenerational communication, relationships, older generation, younger generation, conflicts, relationships, the role of relationships, the modern world.

УДК 316

ОСОБЕННОСТИ САМОРАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖИ С ПОМОЩЬЮ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ: ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ

Е.Р. Тихонова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Рассматривается феномен саморазвития и его особенности, характерные для молодежи. Представлены результаты социологического исследования о месте саморазвития среди ценностных установок молодых людей и онлайн-курсах как одном из способов самосовершенствования. Описаны основные сходства и различия во взгляде на онлайн-обучение и опыте его использования для достижения индивидуальных целей в зависимости от гендерной принадлежности. Выделены факторы, влияющие на выбор онлайн-курсов молодыми людьми противоположных полов. Обозначен мотивационный аспект молодежи в саморазвитии, роль онлайн-курсов в реализации механизмов саморазвития. Обсуждается восприятие стереотипов об онлайн-курсах и саморазвитии юношами и девушками. Делается вывод, что цифровая среда расширила возможности для самосовершенствования, а онлайн-курсы являются не основной, но значимой деятельностью для молодых людей, стремящихся к саморазвитию.

Ключевые слова: молодежь, саморазвитие, самосовершенствование, гендерные особенности, онлайн-курсы.

Введение

Изучение различных аспектов молодежи как социально-демографической группы не теряет своей актуальности. Молодые люди – основной потенциал развития общества. Особенности молодежи заключаются в непрерывном поиске себя, адаптации к окружающим социальным, политическим, экономическим условиям. Уникальность их социального положения определяет их потребность в саморазвитии.

Саморазвитие представляет собой самостоятельный процесс активного совершенствования личности, обусловленный иерархией целей, реализуемых через удовлетворение потребностей, развитие навыков, умений путем преодоления барьеров и рисков [1, с. 98]. Саморазвитие представляется не только как часть социализации, но и как модная тенденция [2, с. 155]. Широкое распространение цифровых технологий в разных сферах деятельности дают возможность саморазвиваться [3, с. 82] в качественно иной среде.

Одним из способов самосовершенствования являются онлайн-курсы. Обществу важно как развитие профессиональных навыков у молодежи, так и нравственное развитие [4, с. 62]. Необходимо понимать популярные у молодых

людей сферы саморазвития, а также гендерные особенности восприятия данного феномена.

Методология. Материалами для статьи послужили результаты социологического исследования «Саморазвитие как ценность», в ходе которого методом анкетирования были опрошены молодые люди в возрасте от 15 до 30 лет. Анонимный онлайн-опрос проводился в период с ноября по декабрь 2023 г. Статистический анализ осуществлен на основе данных, полученных из 202 анкет, 75% (151) которых принадлежат девушкам и 25% (51) юношам. Анкета включала вопросы о сущности понятия «саморазвитие», его месте в системе ценностей. Отдельный блок вопросов был посвящен саморазвитию через онлайн-курсы и связанному с этим опытом использования онлайн-курсов. Статистическая обработка данных осуществлена в программе IBM SPSS Statistics 26.

Результаты. В трактовке понятия «саморазвитие» самыми популярными вариантами стали процесс личностного роста и обучение, приобретение новых навыков. Однако в определении саморазвития для девушек самым важным является духовное совершенствование: его отметили 46% девушек и всего 24% юношей. Для юношей более значимо улучшение своих навыков, непрерывный процесс обучения: это обозначили 37% юношей и 28% девушек. Для юношей более важно понимание конечного результата процесса саморазвития, построение индивидуальной стратегии для самосовершенствования (14%) (рис. 1).

Не исключено, что трактовка понятия «саморазвитие» связана со способами, наиболее подходящими для эффективного развития тех или иных качеств. По мнению девушек, практики самостоятельного поиска себя, медитации, работа с психологом (62%) являются самыми эффективными способами саморазвития. На втором месте контроль физического состояния и спорт, его пользу признают около половины как юношей, так и девушек. Если у девушек спорт и здоровье занимают второе место по эффективности (52%), то для юношей эти виды деятельности приоритетнее.

Онлайн-обучение – не самый популярный, но распространенный способ саморазвития. Девушки склонны оценивать эффективность онлайн-курсов несколько выше (38%), чем юноши (25%). К посещению специалистов в сфере психологического здоровья можно отметить большую приверженность девушек (23%), нежели у юношей (2%).

Более половины и юношей, и девушек имеют опыт обучения на онлайн-курсах. Предположительно, это связано с популярностью онлайн-школ и репетиторов по подготовке к ЕГЭ и ОГЭ. Заслуживает внимания факт, что

девушки, имеющие опыт прохождения онлайн-курсов, выражают несколько большую готовность повторить эту практику (42%), в то время как пятая часть юношей, прошедших онлайн-курсы, относятся к повторному участию в онлайн обучении более скептично.



Рис. 1. Определение значения термина «саморазвитие», %

По данным исследования, девушки, в сущности, занимаются саморазвитием с помощью онлайн-обучения чаще, чем юноши. Кроме того, девушки чаще обращаются к программам от блогеров и инфлюенсеров (25% против 4%). Стоит сказать, обучение в онлайн-школах стало самой распространенной сферой онлайн-обучения в обеих группах. Около половины юношей и девушек проходили их один раз, и более трети несколько раз. Следовательно, зависимость между популярностью онлайн-школ и распространенностью онлайн-курсов в молодежной среде есть.

Отметим, существенная часть молодых людей, не проходивших онлайн курсы, хотела бы получить такой опыт (35% юношей и 33% девушек). В связи с этим важно понимать, какие факторы мотивируют молодежь к прохождению таких программ, какие цели они преследуют.

Финансовое благополучие занимает лидирующие позиции в общем разрезе приоритетных ценностных установок, его отметили более половины юношей и девушек. Девушки высоко ценят получение образования и построение успешной карьеры (54% и 46% – соответственно), что согласуется с их потребностью в повышении квалификации при прохождении онлайн-курсов. То есть, саморазвитие через онлайн-курсы оценивается молодежью как один из способов достижения приоритетных ценностных установок и реализации жизненных планов.

Исключая желание повысить уровень дохода, свойственное всем группам, скажем, что для девушек основной мотивацией является необходимость повышения квалификации, уровня знаний в той или иной области (56%), в то время как юношами, в основном, движет желание узнать новое, расширить кругозор (58%) (рис. 2).

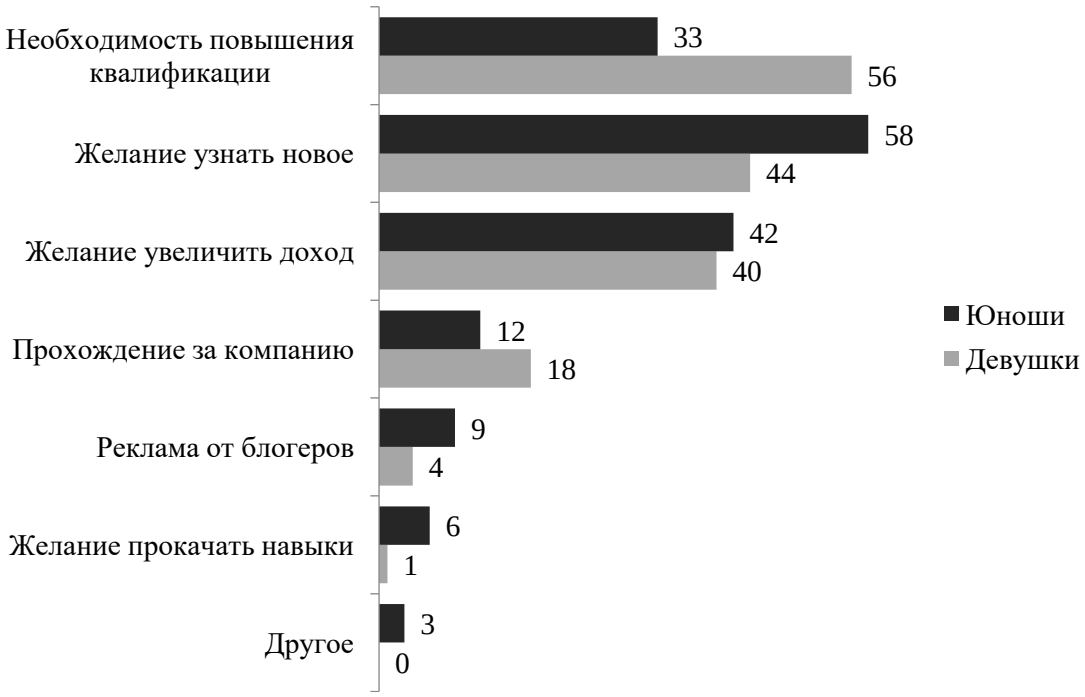


Рис. 2. Факторы, влияющие на прохождение онлайн-курсов, %

Отдельный блок для обсуждения – стереотипы о саморазвитии. Например, менее 10% как юношей, так и девушек находят верным суждение о том, что курсы в сфере красоты и здорового образа жизни могут преподавать только женщины. А мужчины, в свою очередь, чаще являются профессионалами в технических науках, соответственно преподавать их должны преимущественно они. При этом девушки чаще склонны испытывать дискомфорт, если обучаются в той сфере деятельности, которая по меркам общества оценивается только как мужская или женская (34%). Говоря о возможностях для саморазвития в нашей стране, девушки проявляют более пессимистичный настрой: около трети считает, что в России недостаточно перспектив для саморазвития. Большинство молодых людей из обеих групп не связывают саморазвитие с насилием над собой, несмотря на необходимость финансовых, моральных и физических затрат для постоянного самосовершенствования.

Очевидно, подход к выбору онлайн-курсов, онлайн-обучения будет зависеть не только от гендерной принадлежности человека, но и от тематики

курса, интересующей его сферы, его ответственности, мотивированности и заинтересованности.

Выводы

Саморазвитие занимает важное место в жизни современной молодежи и набирает популярность. Для молодых людей самосовершенствование состоит во множестве аспектов: развитии собственных талантов, навыков, умений, получении новых знаний, стремлении к личностному росту, самосознанию, рефлексии. Девушкам несколько более важна психологическая стабильность, духовный прогресс, тогда как юноши выше оценивают наличие практического результата и индивидуальной стратегии самосовершенствования.

Введение цифровых технологий открыло новые возможности для самореализации в разных сферах деятельности. Для молодых людей значимо финансовое благополучие, однако девушки вместе с тем выделяют карьерный рост и получение образования. Девушки относятся к онлайн-курсам более лояльно, нежели юноши. При этом первым свойственно быть более внимательными к стоимости курса, информации о программах, преподавателях. Стоит обратить внимание, что девушки более пессимистично оценивают перспективы и возможности для саморазвития в нашей стране.

Саморазвитие, действительно, важно для молодого поколения. Онлайн-образование выступает, скорее, как дополнительное средство совершенствования своих навыков при общем стремлении к саморазвитию и не является его главным каналом, а лишь расширяет человеческие возможности.

Список литературы

1. Никонова Э.И. Проблемы саморазвития студенческой молодежи в условиях изменений цифровой среды // Вестник экономики, права и социологии. 2022. № 4. С. 98-102.
2. Калинина Н.В. Саморазвитие и самореализация как тенденции модного поведения молодежи / Страховские Чтения. 2020. № 28. С. 150-155.
3. Григорьева Е.И. Саморазвитие молодежи в социокультурных условиях функционирования студенческого научного общества / Е.И. Григорьева, Е.И. Панкова, М. Габдиев // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2020. Т. 25. № 187. С. 80-85.
4. Потемкин В.К. Самопознание, самопоиск и саморазвитие молодежи в современной России // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. 2021. № 4. С. 61-68.

FEATURES OF YOUTH SELF-DEVELOPMENT USING DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE YOUTH ENVIRONMENT: THE GENDER ASPECT

E.R. Tikhonova

The article deals with the phenomenon of self-development and its features typical for young people. The results of a sociological study on the place of self-development among the values of young people and online courses as one of the ways of self-improvement are presented. The main similarities and differences in the view of online learning and the experience of using it to achieve individual goals, depending on gender, are described. The factors influencing the choice of online courses by young people of opposite sexes are highlighted. The motivational aspect of youth in self-development, the role of online courses in the implementation of self-development mechanisms are outlined. The perception of stereotypes about online courses and self-development by boys and girls is discussed. It's concluded that the digital environment has expanded opportunities for self-improvement, and online courses are not the main, but a significant way for young people seeking self-development.

Keywords: youth, self-development, self-improvement, gender features, online courses.

УДК 316.776.32

ФОРМИРОВАНИЕ И ПОДДЕРЖКА ГРУППОВОЙ КУЛЬТУРЫ С ПОМОЩЬЮ МЕМОВ

А.И. Фролова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Поскольку общество и его сферы (в частности, культурная и социальная) со временем претерпевают какие-либо изменения, появляются новые способы общения и способы влияния на культуру. Рассмотрен один из таких способов – интернет-мемы. Разобраны основные функции интернет мемов, которые играют значимую роль в создании особой эмоциональной группы. Подробно проанализированы коммуникативная и интегративная функции интернет-мемов. Рассмотрены причины роста популярности мемов и их использования студентами. Выявлены особенности мема как социально-культурного феномена. Сделаны выводы на основе анализа онлайн-анкетирования студенческой молодежи Нижегородских вузов. Подтверждена гипотеза о формировании и поддержке групповой культуры с помощью юмора. Сделаны выводы о преобразовании коммуникационной функции в цифровом обществе, а также о интегративной функции мемов.

Ключевые слова: интернет-мем, групповая культура, формирование групповой культуры, функции интернет-мема, коммуникация в интернете, выражение мнения в интернете, интегративная функция интернет-мема.

Введение

Во всех исторических обществах важную роль играет коммуникативная функция. Любые функции общества со временем преобразуются, так и коммуникативная функция меняется и приобретает свои особенности. В цифровом обществе коммуникационное преобразование обусловливается цифровыми технологиями: общение с друзьями, родными, коллегами происходит в интернете. При просмотре новостной ленты, переписке с друзьями первое, с чем человек может столкнуться, – мемы. Мемы часто используют как способ передачи какой-либо информации, то есть мем осуществляет коммуникативную функцию [1]. Мем стал своеобразным языком общения: легче отправить смешную картинку, описывающую состояние человека, нежели писать большие сообщения [2].

Мемы распространяются партиципаторным способом. Партиципация – причастность, приобщение, попытка сделать кого-либо соучастником в чем-либо [3]. Мемы пересылают друг другу, чтобы посмеяться вместе с друзьями и обсудить их, создавая при этом эмоциональное сообщество. Так мемы выполняют интегративную функцию, объединяя людей в единое целое с помощью юмора, у которых есть общие интересы и виды деятельности [4]. Это

образует единую групповую культуру общества, которая позволяет взаимодействовать отдельным индивидам и социальным группам.

Методы исследования

Методологией выступает теоретический анализ, а именно изучение социально-культурного феномена интернет-мемов, рассмотрение формирования и поддержки группой культуры с помощью юмора и разбор основных функций интернет-мемов. Основным методологическим принципом, лежащим в основе исследования, является эмпирическое исследовании (онлайн-анкетирование) в соавторстве со студентами третьего курса ННГУ им. Н.И. Лобачевского факультета социальных наук. Опрошено было 441 студентов Нижегородских вузов: ННГУ им. Н.И. Лобачевского, НИУ ВШЭ, НГПУ им. К. Минина, в период с ноября по декабрь 2023 г. При анализе данных главным стало определение целей использования мемов студентами и цели создания собственных мемов, анализ мнения студентов о влиянии на популярность мемов. Основной гипотезой исследования стал тот факт, что мемы формируют и поддерживают групповую культуру, определяя при этом общие традиции и нормы поведения.

Результаты

На вопрос, что студенты нижегородских университетов заметили в изменении мемов, чаще всего отмечалось, что мемы стали краткосрочными и разнообразными (табл. 1), так ответили 68% учащихся. Более половины считают, что мемы стали сильнее влиять на культуру.

Таблица 1

Мнение студентов об изменении в развитии интернет-мемов*, %

Критерии	Все
Краткосрочность (зависят от актуальных событий и трендов)	68
Долгосрочность мемов	18
Разнообразие форматов	68
Снижение разнообразия форматов	12
Увеличение сложности мемов	41
Снижение сложности мемов	29
Влияние на культуру стало сильнее	57
Влияние на культуру стало меньше	10
Коммерческое использование	49
Не заметили никаких изменений	5
Позволяют строить социальные связи и общаться с друзьями	36

* Была предоставлена возможность выбора любого числа вариантов ответа

Используют мемы студенты в основном для того, чтобы пересылать их друг другу. Очень часто и часто учащиеся вузов обмениваются мемами с друзьями (отметили более 3/4 студентов), с другими людьми (менее 3/4 учащихся), с

партнерами (менее 2/4 учащихся). Намного реже студенты пересылают мемы одногруппникам, семье и бабушкам/дедушкам. Как часто студенты пересылают их своим друзьям/знакомым, говорит нам о том, что мемы являются одним из способов коммуникации. Результаты показали, что студенты более склоны отправлять мемы своим друзьям и другим людям, чем родным и близким (табл. 2).

Таблица 2

Цели использования мемов студентами, %

Цели	Очень часто	Часто	Иногда	Никогда	З/о*
Сохраняют мемы (например, в галерею на телефон, в ВК в «сохраненные фото» и т.п.)	15	21	54	9	0
Обмениваются мемами с другими людьми	40	32	25	3	0
Пересылают мемы друзьям	46	30	22	2	1
Пересылают мемы одногруппникам	12	16	35	32	5
Пересылают мемы семье (родители, брат/сестра)	7	13	44	31	5
Пересылают мемы бабушкам/дедушкам	3	1	12	75	9
Пересылают мемы партнеру (мужу/жене, парню/девушке)	27	19	10	16	27

*Затруднились ответить

Сохраняя мемы, учащиеся нижегородских университетов отмечали, что сохраняют их, чтобы отправить другу в подходящий случай. Так ответили 63% учащихся вузов (рис. 2).

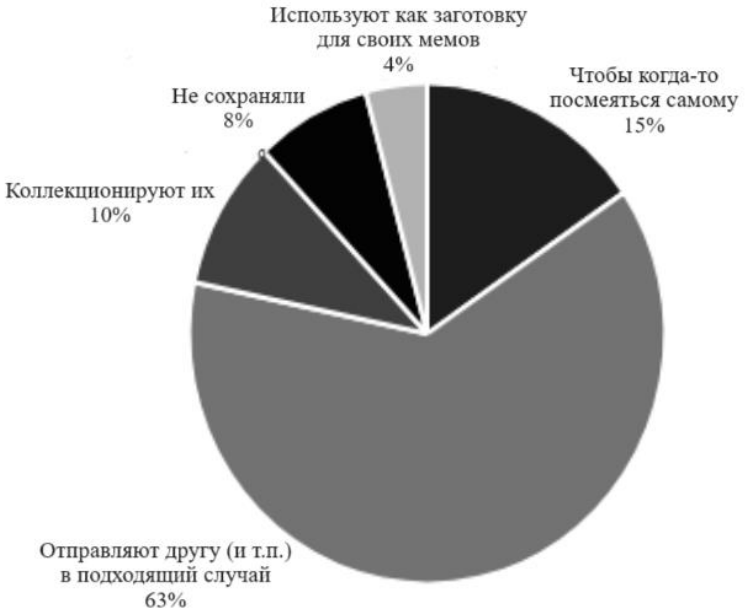


Рис. 2. Цели сохранения мемов студентами

Студенты нижегородских вузов чаще всего отмечали, что влияет на популярность и распространение мемов легкость понимания (72%), отражение текущих событий (71%) и широкий культурный контекст (48%) (табл. 3).

Таблица 3

Влияние на популярность и распространение мемов*, %

Критерии	Все
Отражают\ текущие события	71
Легкость понимания	72
Широкий культурный контекст	48
Размещаются на популярных платформах (ВК, Twitter, Instagram, Reddit, TikTok и др)	41
Активность сообществ (участники способствуют распространению мемов)	28
Вызывают к распространению в самих мемах/ в описании к ним	6
Нравятся известным личностями (они выставляют их к себе в истории, лайкают и тп.)	6
Формат мема	43

* Была предоставлена возможность выбора любого числа вариантов ответа

Поскольку широкий культурный контекст оказывает воздействие на популярность мемов, это объясняет согласие большинства студентов, что, превращая проблему в шутку (мем), больше людей узнают о ней (91%).

Создавая групповую культуру, где присутствуют свои ценности и нормы поведения, у многих студентов может поменяться отношение к человеку/сообществу, создавшему неприятный мем. С этим утверждением согласны и скорее согласны 41% студентов. Затруднились ответить 11% учащихся (табл. 4).

Таблица 4

Согласие с утверждением, %

Утверждение	Согласен	Скорее да, чем нет	Скорее нет, чем да	Не согласен	З/о*
Если превратить проблему в шутку (мем), то большее количество людей узнает о ней	38	49	7	2	4
Я поменяю отношение к человеку/сообществу, создавшему неприятный для меня мем	11	30	30	17	11

*Затруднились ответить

Среди тех, кто создает мемы, больше половины отметили, что они создают их с целью творчества и выражения своего мнения (табл. 5), треть – с целью указания на значимость для индивида какого-либо события/человека, о котором мем, что говорит о коммуникативной и содержательной функциях мема.

Таблица 5

Цель создания мемов студентами*, %

Причины	Все
Творчество	57
Выражают свое мнение	55
Желают получить внимание к себе	27
Снимают стресс	31
Указывают на значимость события/человека, о котором мем	32
Обращают внимание на проблемную ситуацию	17
Для продвижения идеи и т.п.	14
Укрепляют свой статус, как эксперта, который разбирается в определённой области	7

* Была предоставлена возможность выбора любого числа вариантов ответа

В отношениях между людьми важно поддерживать дружественную атмосферу, устранять негативные эмоции; этого всего можно добиться с помощью юмора и шуток, которые позволяют разбавить напряженную атмосферу в коллективе. Большинство студентов (88%) соглашаются и скорее соглашаются с утверждением, что они становятся авторитетнее в своей среде общения, если умеют хорошо шутить (рис. 2).

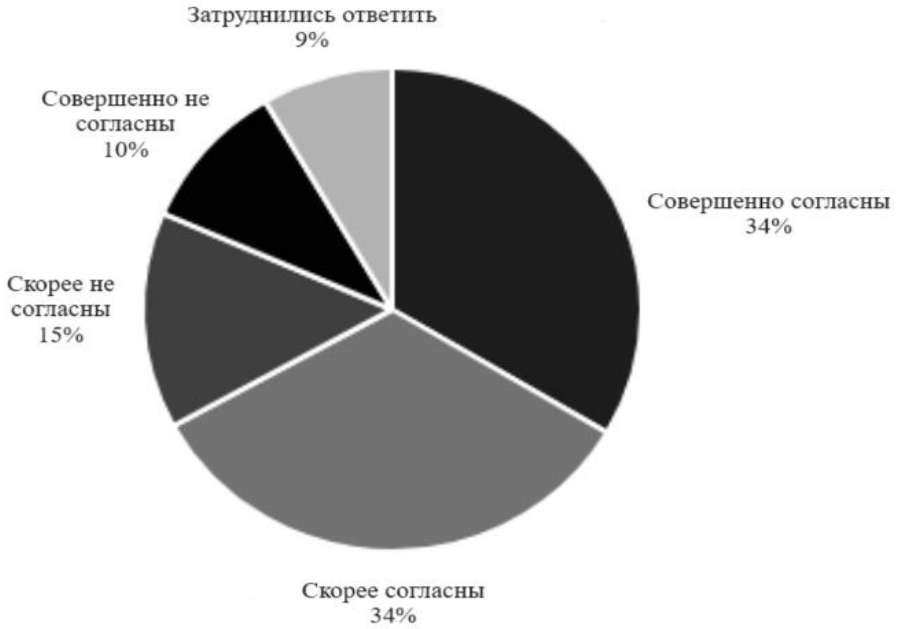


Рис. 2. Степень согласия с утверждением «Я становлюсь авторитетнее в своей среде общения, если умею хорошо шутить»

Данное исследования показывает, что мемы играют важную роль в процессе коммуникации и интеграции, а также, действительно, формируют и поддерживают групповую культуру.

Список литературы

1. Щурина Ю.В. Интернет-мемы в современной коммуникации: адаптация и прагматический потенциал // Коммуникативные исследования. 2023. №3. С. 558–176.

2. Заречнев Д.О., Федулов Б.А. Интернет-мемы как средство общения подростков в образовательной среде // МНКО. 2022. №1 (92). С. 86–88.

3. Antinazi. Энциклопедия Социологии, 2009. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://dic.academic.ru/dic.nsf/socio/2715/ПАРТИЦИПАЦИЯ (дата обращения: 18.12.2023).

4. Лысенко Е.Н. Интернет-мемы в коммуникации молодежи // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2017. №4. С. 410-424.

FORMATION AND SUPPORT OF GROUP CULTURE THROUGH MEMES

A.I. Frolova

Since society and its spheres (cultural and social) undergo any changes over time, new ways of communication appear, new ways of influencing culture. Therefore, the article considers one of these methods – Internet memes. The main functions of Internet memes, which play a significant role in creating a special emotional group, are analyzed. The communicative and integrative functions of internemes are analyzed in detail. The reasons for the growing popularity of memes and the reasons for their use by students are considered. The features of the meme as a socio-cultural phenomenon are revealed. The conclusions are drawn based on the analysis of an online survey of students of Nizhny Novgorod universities. The hypothesis of the formation and support of group culture through humor is confirmed. Conclusions are drawn about the transformation of the communication function in a digital society, as well as about the integrative function of memes.

Keywords: Internet meme, group culture, formation of group culture, functions of Internet meme, communication on the Internet, expression of opinion on the Internet, integrative function of Internet meme.

УДК 316.4

ДОВЕРИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ К СМИ КАК ИСТОЧНИКУ НОВОСТНОЙ ИНФОРМАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ Г. НИЖНЕГО НОВГОРОДА)

А.Л. Шадрина
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Представлены результаты социологического исследования, посвященного изучению доверия студенческой молодежи к средствам массовой информации. Анализируются практики факт-чекинга молодежи, а также предпочтительные каналы чтения новостей.
Ключевые слова: СМИ, доверие к СМИ, Интернет, студенческая молодежь.

Введение

Технологическое развитие средств массовой информации от газет до радио, телевидения, Интернета и социальных сетей сформировало процесс медиатизации внутри общественных систем и спровоцировало появление новых и трансформацию старых социальных практик. Медиатизация оказала сильное воздействие на политическую сторону общественных отношений. Создавая специфическое информационное пространство, современные масс–медиа способны управлять большими объёмами информации для трансляции определённой политической повестки, продвижения собственных интересов и организации манипулирования общественным сознанием [1]. В данном контексте интерес представляет вопрос о том, как молодежь, будучи вовлеченной в медиатизационные процессы, относится к столь большому разнообразию каналов информации и из каких категорий формируется доверие молодежи к различным СМИ как к источникам новостной информации [2].

Методология

Социологическое исследование «Доверие студенческой молодежи к СМИ» было проведено в апреле-мае 2022 г. Методом сбора информации послужил анкетный онлайн-опрос «Политическая социализация молодежи в условиях медиатизации политики», проведенный с помощью онлайн-платформы Google Forms. Обработка и первичный анализ выполнены с помощью программы IBM SPSS Statistics 26. Всего было опрошено 100 человек – студентов разных курсов и факультетов ННГУ им. Н.И. Лобачевского, из них - 57 девушек и 43 юноши. Целью исследования стало определение уровня доверия студенческой молодежи к средствам массовой информации.

Результаты исследования

В условиях распространения новых медиа-практик в политической сфере проанализируем практики потребления новостной информации и доверие молодежи к СМИ как к источнику новостей.

Таблица 1

Источники информации, которыми пользуются студенты, %

	Мужчины	**Женщины**
	% по столбцу	% по столбцу
ТВ	24	7
Печатная пресса	6	0
Радио	12	2
Новостные сайты в Интернете	55	67
Форумы, блоги, сайты соц. сетей и др.	82	88
Разговоры с родственниками, друзьями, знакомыми и др.	39	72
Затруднились ответить	0	0

В таблице представлено распределение ответов на вопрос: "Из каких источников Вы чаще всего узнаете новости, информацию?"

Процент превышает 100%, так как была возможность выбрать несколько вариантов ответа

Результаты социологического исследования показывают, что большая часть студентов предпочитает использовать форумы, блоги и сайты соц. сетей для чтения новостей. Около половины студентов узнают информацию о происходящих в мире событиях с помощью новостных Интернет-сайтов. При этом юноши примерно в три раза чаще девушек используют телевидение как основной источник информации, в то время как девушки в два раза чаще юношей обсуждают новости с родственниками, друзьями или знакомыми (таб. 1).

Таблица 2

Доверие к СМИ, %

	Мужчины					**Женщины**				
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
	% по строке	% по строке	% по строке	% по строке	% по строке	% по строке	% по строке	% по строке	% по строке	% по строке
на ТВ	3	15	42	24	15	2	21	47	23	7
В печатной прессе	3	18	30	18	30	0	28	37	16	19
На радио	3	12	33	18	33	0	23	42	12	23
В сети Интернет	12	61	15	3	9	2	53	37	0	7

В таблице представлено распределение ответов на вопрос: "Доверяете ли Вы информации о событиях в стране и мире, которая распространяется..."

1 – в полной мере доверяют, 2 – в значительной мере доверяют, 3 – в значительной мере не доверяют, 4 – в полной мере не доверяют, 5 – затруднились ответить

Относительно доверия к каналам масс-медиа, наиболее авторитетным источником информации для студентов обоих полов является Интернет – об этом заявила большая часть молодых людей. При этом телевидение, радио и печатная пресса вызывают скептическое отношение и пользуются низким доверием как у юношей, так и у девушек примерно в равной степени (таб. 2).



Рис. 1. Уровень доверия к государственным и негосударственным СМИ (мужчины), %



Рис. 2. Уровень доверия к государственным и негосударственным СМИ (женщины), %

Что касается предпочтений молодежи по типу СМИ (государственные или частные), чуть больше трети студентов-юношей высказались о том, что негосударственные источники информации вызывают у них больше доверия,

нежели государственные (рис. 1). Девушки высказались не так однозначно – в равной степени около трети студентов женского пола считают более авторитетными негосударственные источники информации и не испытывают доверия ни к проправительственным, ни к оппозиционным СМИ соответственно (рис. 2).

Таблица 3

Уровень доверия к государственным и негосударственным СМИ в зависимости от предпочтительных источников информации, %

	Доверяют государственным СМИ	**Доверяют негосударственным СМИ**	**Доверяют в равной степени**	**Не доверяют в равной степени**	**Затруднились ответить**
	% по строке	% по строке	% по строке	% по строке	% по строке
ТВ	**41**	5	22	19	14
Печатная пресса	**41**	6	20	20	12
Новостные сайты в Интернете	20	**30**	10	**30**	10
Форумы, блоги, сайты соц. сетей и др	22	**28**	17	22	11
Разговоры с родственниками, друзьями, знакомыми и др.	18	18	14	**50**	0

Сравнивая ответы респондентов, можно увидеть корреляцию между уровнем доверия к государственным и негосударственным новостным медиа и наиболее часто используемыми источниками информации у молодежи. Так, наибольший процент доверия к государственным СМИ наблюдается у потребителей печатной прессы и телевидения. Это может быть связано с тем, что в своем большинстве данные источники финансируются правительством и, следовательно, несут в себе проправительственную риторику. Негосударственным СМИ чаще доверяет аудитория новостных Интернет-сайтов и соцсетей. В сети Интернет собрано множество позиций и мнений, так как контролировать информацию в цифровом пространстве достаточно сложно. Возможно, приверженцы негосударственных СМИ предпочитают знакомиться с новостями в Интернете из-за того, что, в отличие от проправительственных новостных медиа, цифровое пространство вмещает многообразие трактовок, мнений. Абсолютное недоверие и к тем, и к другим медиа высказали студенты, предпочитающие узнавать новости из немедиатизированных источников,

разговоров знакомых, друзей, семьи и других близких людей. Скорее всего, они предпочитают ориентироваться на мнение референтной группы, а не тратят времени на ознакомление с множеством источников (таб. 3).



Рис. 3. Уровень доверия к иностранным СМИ (мужчины), %



Рис. 4. Уровень доверия к иностранным СМИ (женщины), %

Студенты также высказались о доверии к иностранным СМИ – около половины студентов обоих полов указали, что не считают информацию зарубежных источников о событиях, происходящих в их государстве, объективной и испытывают мало доверия к таким новостям (рис. 3, 4).

В данном случае возникает серьезное противоречие – с одной стороны, большая часть студентов не доверяет государственным источникам информации, с другой – иностранные СМИ также не пользуются авторитетом у молодежи. Данная несостыковка является следствием политической

социализации молодежи в условиях медиатизации политических отношений – у молодежи формируется новый стиль потребления информации – рациональное недоверие. Данная позиция по отношению к информации, некий защитный механизм, заключается в стремлении и желании проверять любую информацию, относится к ней скептически, вне зависимости от источника.



Рис. 5. Способы верификации информации у студентов, %

Факт-чекинг выступает неотъемлемой частью потребления новостей. Так, лишь десятая часть студенческой молодежи никак не проверяет полученную информацию. Большинство же предпочитают использовать различные Интернет-источники, а также советоваться с близким окружением и информацией из профессиональной литературы (рис. 5). Таким образом, студенты склонны использовать для факт-чекинга два альтернативных типа источников – медиатизированные и немедиатизированные.

Также половина студентов обоих полов утверждают, что довольно часто при изучении новостей сталкиваются с заведомо ложной информацией, подозревают, что их обманывают. Данный факт является еще одним основанием для утверждения о рациональном недоверии молодежи к масс-медиа.

Студенты критически подходят и к вопросу деятельности масс-медиа – относительно желаемых изменений в системе средств массовой информации студенты высказали множество предложений – демонстрация альтернативных мнений в рамках СМИ, открытое указание источников финансирования, запрет

дезинформирования, обязательное подкрепление информации конкретными фактами и так далее.

Таким образом, студенты склонны доверять источниками информации, подходящим под их требования, а не мыслить категориями «государственный», «негосударственный» и т.д.

Таблица 4

Наиболее важные качества лидеров общественного мнения, %

	Мужчины	**Женщины**
	% по столбцу	% по столбцу
Наличие высшего образования	21	31
Самокритичность	**48**	**60**
Соответствие Вашим идеологическим установкам	36	38
Демонстрация своей экспертности	**61**	50
Активная жизненная позиция	36	**60**
Искренность	**73**	**71**
Наличие большой аудитории	18	14
Наличие блога	*12*	*7*
Наличие печатного / онлайн издания	*3*	*2*
Работа в органах государственной власти	*12*	*12*
Способность убеждать	33	24

В таблице представлено распределение ответов на вопрос: "Какими качествами должен обладать лидер общественного мнения, чтобы заслужить Ваше доверие?"

Процент превышает 100%, так как была возможность выбрать несколько вариантов ответа

Для того, чтобы эффективно воздействовать на сознание граждан и грамотно манипулировать медиапространством, лидер общественного мнения должен обладать определенными навыками и способностями. Большинство представителей студенческой молодежи считают самым главным качеством искренность. Студенты также часто указывали такие качества, как активная жизненная позиция – об этом писали чуть больше трети юношей и около половины девушек, умение продемонстрировать свою экспертность – указали большая часть студентов обоих полов, самокритичность – это качество тоже важнее для девушек, нежели для юношей (таб. 4).

Студентам было предложено указать, каким средствам массовой информации, лидерам общественного мнения, политикам они доверяют. Чаще всего студенты отмечали блогеров с достаточно большой аудиторией, снимающих видео-ролики на общественно-политические темы, что говорит об интересе студенческой молодежи к данной теме. Также наблюдаются противоречия в высказываниях студентов по поводу желаемых характеристик

медиа-акторов – несмотря на то, что молодые юноши и девушки считают наличие блога и большой аудитории неважными качествами, наибольшее доверие они испытывают к лицам, подпадающим под эти характеристики.

Выводы

Проведенное нами исследование показало, что в условиях цифровизации и медиатизации общества молодежь все чаще отдает предпочтение Интернет-медиа как основным источникам новостной информации, ожидая, что там она будет наиболее объективной и менее цензурированной, свободной от влияния государственных и коммерческих структур. При этом они осознают, что эти источники могут быть необъективны/ангажированы, поэтому формируется новый стиль потребления информации – рациональное недоверие. Студенты склонны использовать для факт-чекинга два альтернативных типа источников – медиатизированные и немедиатизированные. Студенты склонны доверять источниками информации, подходящим под их критерии качественных СМИ, а не мыслить категориями «государственный», «негосударственный». На уровне ожиданий студенты считают важными личные и профессиональные качества, в то время как на практике молодежь ориентируется на цифровое большинство, на мейнстрим.

Список литературы

1. Ним Е.Г. Исследуя медиатизацию общества: концепт медиатизированных миров // Социологический журнал. 2017. Том 23. № 3. С. 8–25.

2. Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Российская молодежь в контексте социологического анализа М.: ФНИСЦ РАН, 2019. С. 112-113. – URL: <https://www.isras.ru/index.php?page_id=1198&id=7555> (дата обращения: 21.02.2024).

STUDENT YOUTH'S TRUST IN THE MEDIA (ON THE EXAMPLE OF NIZHNY NOVGOROD)

A.L. Shadrina

The article presents the results of a sociological study devoted to the study of student youth's trust in the media. The article analyzes the practices of fact-checking among young people, as well as preferred news reading channels.

Keywords: mass media, trust in the media, Internet, student youth.

УДК: 304.2, 304.9

РОЛЬ ПРАРОДИТЕЛЕЙ ВО ВНУТРИСЕМЕЙНЫХ ОТНОШЕНИЯХ В ПЕРИОД ЛЕЧЕНИЯ И РЕМИССИИ ОНКОЛОГИЧЕСКОГО ЗАБОЛЕВАНИЯ ВНУКОВ

Ю.В. Шелкова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Рассматривается межпоколенческая связь в семье, возникающая в трудных жизненных ситуациях. Автор описывает конкретные случаи, когда прародители становятся крепким основанием, благодаря которому члены семьи чувствуют себя более спокойно и уверенно, в период лечения онкологического заболевания.

Благодаря опыту волонтерской деятельности автора в фонде НОНЦ (Фонд помощи онкобольным детям, г. Нижний Новгород), изучается и анализируется вовлеченность старшего поколения в проведение различных реабилитационных программ для семей и их детей, находящихся в ремиссии после онкозаболевания, который организует данный фонд.

Выясняется, насколько важно грамотное выстраивание коммуникаций между поколениями, ведь объединение членов семьи является самым действенным решением при возникновении различных ситуаций.

Ключевые слова: онкобольные дети, прародители, старшее поколение, фонд НОНЦ, социальная реабилитация онкобольных детей, семья.

Анализируя данные заболеваемости детей онкологией, опубликованные Федеральной службой государственной статистики, можно увидеть следующее:

В 2019 и 2020 гг. количество детей в возрасте от 0 до 14 лет, впервые вставших на учет с онкологическим заболеванием, составляет 3,2 на 100 тысяч человек. При этом в 2021 и 2022 гг. эта цифра немного уменьшилась и стала составлять 3,0 на 100 тысяч человек [1]. Ситуация с детьми в возраст от 15 до 17 лет включительно является немного иной: в 2020 г. количество детей, зарегистрированных с таким диагнозом впервые, составляло 20,7 тысяч человек, в 2021 г. – 23,2 тысячи, а в 2022 г. цифра стала еще выше – 24,4 тысячи [2]. Стоит отметить, что данная статистика не учитывает детей, которые заболели онкологией второй или иной раз. Так или иначе, заболевание раком является одним из самых распространенных в нашей стране.

Ведущими локализациями детского рака являются следующие (от самого распространенного к менее распространенному виду рака): гемобластозы, злокачественные опухоли головного мозга и других отделов нервной системы, щитовидной железы, шейки матки, яичника, яичка, костей и суставных хрящей, соединительной и других мягких тканей, почки [3].

Одним из субъектов помощи в случае заболевания детей онкологическим заболеванием является некоммерческий сектор. Рассмотрен в качестве примера фонд «НОНЦ», который является ключевым звеном помощи онкобольным детям на территории Нижегородской области.

Направления работы фонда [4] следующие:

– Всесторонняя помощь семьям, столкнувшимся с детской онкологией, и семьям, имеющим ребёнка с паллиативным статусом, согласно утверждённой Программе фонда.

– Поддержка некоммерческих медицинских учреждений и организаций г. Нижнего Новгорода и Нижегородской области, оказывающих помощь онкобольным и людям с паллиативным статусом.

– Реабилитационные программы для подопечных семей, в том числе с участием всех членов семьи.

– Проведение и содействие в проведении мероприятий, направленных на просветительскую деятельность в области онкологии, поддержку научных исследований и разработок, технологий и инноваций в области онкологии, профилактику онкозаболеваний среди населения Нижегородской области.

– Сбор добровольных пожертвований от физических и юридических лиц для обеспечения программ и деятельности фонда.

– Развитие благотворительной деятельности в Нижнем Новгороде и области.

Если говорить о программах социальной реабилитации онкобольных детей, то фонд ежегодно проводит игры «Мы – победители!», а с недавних пор реализуется проект «Семейные выходные», в которых автор непосредственно принимал участие в роли волонтера. Мероприятия, о которых идет речь, проходили в мае 2023 г. и январе 2024 г.

В программе «Мы – победители!», которые проходят на базе детской оздоровительной базы отдыха «Ласточка» Нижегородской области, приняло участие около 100 подопечных. На игры приезжают и сиблинги, родители и прародители [5]. Главная цель Нижегородских игр «Мы -победители!» – помочь детям, перенесшим онкологические заболевания, вернуться к обычной жизни после продолжительного и тяжелого лечения.

Как правило, на мероприятия в роли представителей ездят именно родители ребенка, но в этот год была замечена иная тенденция. На 300 человек прибывших приходилось около 10 человек старшего поколения, преимущественно женского пола. Обычно в такие моменты прародители являются «заменяющим звеном» отца семейства, когда тот находится на работе. И чтобы одна мама смогла справиться с грузом ответственности, ей на помощь

приходит именно бабушка. Данная гипотеза была выдвинута вследствие взаимодействия с некоторыми семьями.

Проект «Семейные выходные» фонд «НОНЦ» проводил впервые, в нем приняли участие 100 семей. Главная цель проекта заключается в том, чтобы наладить внутрисемейные отношения, в том числе и межпоколенческие коммуникации. Именно по этой причине на «Семейных выходных» присутствовали дедушки и бабушки. Мероприятие длилось всего лишь полтора дня, но дни были насыщенными, а мастер-классы для семей были продуктивными. Например, в ходе мастер-класса «Древо» семьям было предложено нарисовать дерево, олицетворяющее их семью, при этом важная задача состояла в том, чтобы нарисовать это сообща, разговаривая друг с другом и проговаривая все нюансы: каким будет ствол, насколько длинные будут ветви, какой цвет символизирует именно эту семью и какой цвет будет у каждого члена семьи, ведь следующий этап состоял в том, чтобы «оставить» на полотне свой след, отпечатав раскрашенную ладонь. Только в ходе одного мастер-класса члены семьи смогли узнать друг друга лучше.

Выделим причины, по которым прародители становятся субъектом помощи и являются таким же важным звеном, как и родители, во время тяжелой болезни ребенка:

– эмоциональная поддержка. Когда ребенок в семье тяжело заболевает, двери для близких родственников открываются, поэтому бабушки и дедушки становятся более активными, предлагая свою помощь. Старшее поколение становится опорой не только для внуков, но и для своих детей, обеспечивая эмоциональную поддержку, утешение;

– любовь к внуку. Определенно, отношения между старшим поколением и их потомками проявляется в особых взаимодействиях. Не исключено, что иногда между ними бывают конфликты на почве воспитания, но так или иначе, тесные взаимосвязи между поколениями присутствуют;

– «передышка» для родителей. Будучи активным волонтером фонда «НОНЦ», могу предположить, что во время лечения ребенка в больнице с ним находится один из родителей, чаще всего – мама. Каждодневная усталость, апатия и страх за своего ребенка дают о себе знать, что приводит к эмоциональному выгоранию. Это тот самый момент, когда на замену мамы приходит, как правило, бабушка, благодаря чему та может провести время в иной обстановке;

– материальная поддержка. Например, бабушки и дедушки готовы идти на материальные жертвы в случае тяжелых обстоятельств, к которым можно

отнести и болезнь внука, чтобы приложить совместные со своими детьми усилия, даже если они уже давно взрослые. Старшее поколение считает, что при наличии проблем в семье, нужно объединять свои усилия, чтобы бороться вместе [6].

Итак, роль старшего поколения в ситуации, когда внук заболевает онкологией, является очень важной. В это трудное время с их стороны обеспечивается эмоциональная и психологическая поддержка. Они помогают справиться со стрессом, высказывают свое мнение при необходимости принять какое-либо решение. В какой-то степени прародители могут стать «дополнительными ушами и глазами» для своих детей, в различных обстоятельствах могут их заменять. Вместе с родителями бабушки и дедушки создают благоприятную обстановку, атмосферу любви и понимания, которая помогает маленькому больному справиться с болезнью.

Список литературы

1. Федеральная служба государственность статистики. Заболеваемость детей в возрасте 0–14 лет по основным классам болезней. Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/folder/13721 (дата обращения: 01.05.2024).
2. Федеральная служба государственность статистики. Заболеваемость детей в возрасте 15–17 лет по основным классам болезней. Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/folder/13721 (дата обращения: 01.05.2024).
3. Каприн А.Д., Старинский В.В., Шахзадова А.О. Злокачественные новообразования в России в 2021 году (заболеваемость и смертность) – М.: МНИОИ им. П.А. Герцена − филиал ФГБУ «НМИЦ радиологии» Минздрава России. 2022. илл. 252 с. [электронный ресурс]
4. Благотворительный фонд «НОНЦ». Режим доступа: https://fondnonc.ru/about/main_directions (дата обращения: 08.04.2024).
5. Благотворительный фонд «НОНЦ». Режим доступа: https://мыпобедителинн.рф/ (дата обращения: 08.04.2024).
2. Курамшев А.В., Кутявина Е.Е, Судьин С.А. бабушка в системе внутрисемейных отношений: социологический анализ / [Электронный ресурс] // – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/babushka-v-sisteme-vnutrisemeynyh-otnosheniy-sotsiologicheskiy-analiz/viewer (дата обращения: 08.04.2024).

THE ROLE OF GRANDPARENTS IN INTRA-FAMILY RELATIONS DURING THE TREATMENT AND REMISSION OF CANCER OF GRANDCHILDREN

Ju.V. Shelkova

The article examines the intergenerational bond in the family that arises in difficult life situations. The author describes specific cases when the grandparents become a strong foundation, thanks to which family members feel, more calm and confident while undergoing treatment for cancer.

Thanks to the experience of the author's volunteer work in the NONC Foundation (Foundation for Children with Cancer, Nizhny Novgorod), the involvement of the older generation in various rehabilitation programs for families and their children in remission after cancer, which is organized by this foundation, is studied and analyzed.

Thanks to the article, you can find out how important it is to competently build communication between generations, because uniting family members is the most effective solution in various situations.

Keywords: children with cancer, grandparents, the older generation, NONC Foundation, social rehabilitation of children with cancer, family.

Раздел 2

ИДЕНТИФИКАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В ОПТИКЕ ПСИХОЛОГО-УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

УДК 159.9

НЕМАТЕРИАЛЬНЫЙ АСПЕКТ МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ НА ПРИМЕРЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

К.Е. Быкова

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Рассматривается результат двухлетней работы с коммерческой организацией. В ходе исследования сначала был составлен мотивационный профиль персонала компании и определены особенности организационной культуры, а затем, на основании полученных результатов, выстроена система взаимодействия сотрудника с организацией. В ходе исследования были выделены связи и тенденции, характерные для групп сотрудников с разными уровнями успешности деятельности. Тестирование полученной системы в отдельно взятом регионе и последующее сравнение как финансовых показателей, так и психологического состояния коллектива позволяет сделать выводы о целесообразности использования созданной системы в других городах, где представлена коммерческая сеть. В результате использования новой системы был увеличен средний срок жизни сотрудника в компании и уровень удовлетворенности работой, а также повышена степень присутствия “истинно мотивационных” факторов.

Ключевые слова: KPI, эффективность деятельности, продавец, мотивация, нематериальная мотивация, коммерческая организация.

После перехода к постиндустриальной стадии экономического развития произошли изменения, такие как рост сферы услуг на российском и европейском рынках и переход к экономике знаний. В сфере услуг компаниям необходимо обеспечивать эффективную сервисную деятельность, так как невозможно предложить уникальное торговое предложение в техническом смысле.

Теперь успех компании, не занимающейся производством уникальных товаров, зависит от отношения к клиентам. Мнение о компании формируется через взаимодействие с ее сотрудниками – продавцами и консультантами. Важно создать систему стандартов для сотрудников и обеспечить их мотивацию, чтобы эти стандарты были воплощены как в поведении, так и в эмоциональной составляющей.

Кроме того, сейчас в сфере анализа рынка труда все больше специалистов приходят к выводу, что российский рынок становится скорее "кандидатским", чем "работодательским". Ситуация, где спрос на сотрудников превышает предложение, наблюдается из-за различных экономических и социальных изменений. Одним из таких изменений является изменение взгляда на концепцию работы: современный тренд включает постоянное обучение, повышение квалификации, сокращение среднего срока работы на одном месте и увеличение количества смененных компаний и должностей в поиске идеальной карьеры. В настоящее время популярность паттерна "лучше иметь надежную работу на двадцать лет, чем комфортную на три года" снижается. Эти изменения не позволяют управлять кадрами с позиции сотрудника, поскольку правильно использованный человеческий капитал становится ключевым ресурсом компании.

Целью исследования является сравнение эффективности систем нематериального и материального мотивирования сотрудников на примере коммерческой организации в динамической плоскости.

В качестве гипотезы исследования было выдвинуто предположение о том, что внедрение элементов нематериальной мотивации оказывает положительное влияние на эффективность работы сотрудников.

Выдвижение данной гипотезы связано с особенностями оформления дизайна исследования: в 2022 г. проводилось констатирующее эмпирическое исследование для получения первичных данных и определения фокуса дальнейшей работы; его выборка составила 50 человек, работавших продавцами, старшими продавцами и менеджерами; это исследование определяло мотивационные профили сотрудников и степени расхождения желаемой и актуальной организационной культуры. Затем на основе полученных данных была разработана и внедрена обновленная система мотивации персонала в части филиалов. В 2024 г. проводится повторное эмпирическое исследование: выборка – 60 человек, продавцы, старшие продавцы, менеджеры; выборка была разделена на группы, где одна группа работает с обновленной системой, а остальные работают без изменений. Фокус исследования – определение наличия или отсутствия изменений в экономических и психологических показателях.

Были использованы такие эмпирические методы исследования, как методика Ф. Герцберга, индекс eNPS, методика OCAI К. Камерона и Р. Куинна, методика “Измерение орглояльности” С. Баранской, тест Герчикова “Motype”, опросник Спектора.

С помощью методики Ф. Герцберга были определены доминирующие мотивы работы продавцов. Согласно теории автора, все мотивы можно разделить

на гигиенические и мотивационные; первые в современных трудах чаще называют экстринсивными мотиваторами, вторые, соответственно, мотиваторами интринсивными, или внутренними.

Затем сотрудников попросили оценить вероятность того, что они порекомендуют своё нынешнее место работы, то есть компанию, друзьям или знакомым. Таким образом оценивалась их лояльность по методике индекса eNPS (Employee Net Promotion Score); также уровень лояльности компании оценивался с помощью методики С.С. Баранской; методика OCAI (Organizational Culture Assessment Instrument) позволила сравнить изменения в восприятии актуальной и желаемой организационной культуры у персонала.

Результаты и их обсуждение

Тип актуальной культуры компании		KPI
Клановая культура	Коэффициент корреляции	**,551**
	Знач. (двухсторонняя)	,004
Адхократическая культура	Коэффициент корреляции	-,125
	Знач. (двухсторонняя)	,551
Рыночная культура	Коэффициент корреляции	-,224
	Знач. (двухсторонняя)	,282
Иерархическая культура	Коэффициент корреляции	**-,606**
	Знач. (двухсторонняя)	,001

**. Корреляция значима на уровне 0,01 (двухсторонняя).

Таблица корреляционного анализа связи уровня успешности сотрудника по показателям компании (KPI) и предпочитаемого им типа орг. культуры

После анализа результатов, в частности проведения корреляционного анализа связи уровня успешности сотрудника с предпочитаемой им организационной культурой, были предложены следующие шаги по созданию комплексной системы мотивирования в данной коммерческой организации:

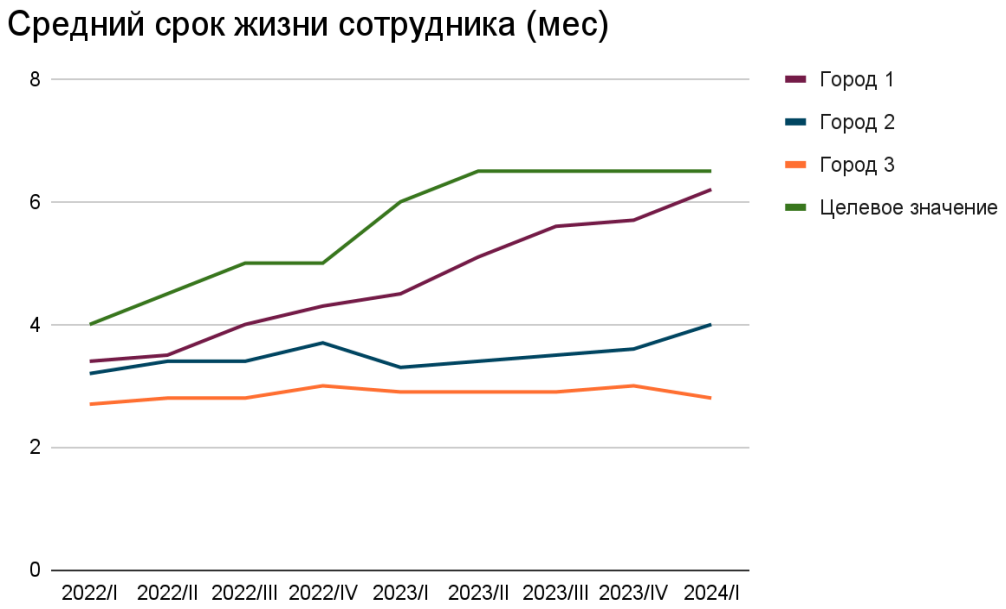
- Отказ от чисто материальной системы мотивации;

- Корректировка системы премирования и изменение параметров расчёта KPI (Key Performance Indicators, ключевые показатели эффективности) – переход от сравнения исключительно величины дохода за кассовую смену к сравнению среднего чека по продавцу, проценту продажи продуктов собственной торговой марки, процент включения покупателей в систему лояльности, сохраняемость покупателей. Последнее было особенно актуально, так как наличие большого количества магазинов даёт покупателю возможность оставаться клиентом организации, но при этом выбирать любимый филиал. Стали также сравниваться скрипты продавцов из разных “пластов” эффективности;
- Внедрение нематериальной системы мотивации. Несмотря на наличие у компании неденежной материальной системы (обучение за счёт компании, предоставление ДМС (добровольного медицинского страхования), оформление по Трудовому Кодексу Российской Федерации и так далее), у них практически отсутствовала система нематериального мотивирования. Изменениями в этой сфере стало внедрение внутрикорпоративной игровой системы, где каждый сотрудник мог с помощью выполнения своих обязанностей накапливать баллы, которые впоследствии мог обменивать на различные призы, филиалы могли соревноваться друг с другом по общему количеству баллов, стали проводиться культурные и спортивные мероприятия для коллектива. Рядовым сотрудникам дали возможность влиять на процесс управления посредством открытия линий обратной связи – продавцы могли предлагать свои идеи как относительно организации работы одного филиала (для тестирования идеи или если изменение было связано с особенностью места), так и относительно более крупных стратегий. Были также открыты направления для повышения квалификации внутри компании, у сотрудников появилась возможность обучаться продажам и ветеринарному делу (с привлечением специалистов); запустились конкурсы среди продавцов (например, конкурс на создание рекламного ролика про собственную торговую марку магазина, где сотрудник мог получить приз и премию за участие, а победители получали возможность поучаствовать в создании официального рекламного ролика). Стали проводиться мастер-классы и тренинги, направленные на улучшение коммуникации в коллективе, допускались встречи, основанные на наличии у продавцов вопросов схожей психологической направленности.

Компания стала распознавать сотрудников, причем не только их профессиональные успехи, но и различные события вне работы.

В общем плане мы можем говорить об адаптации корпоративной системы под кланово-рыночную культуру, применение которой позволило филиалам

одних регионов опережать другие. При этом имплементация новой системы проходила постепенно, чтобы исключить вариант зависимости успешности сети от конкретного региона расположения. Клановая культура считается оптимальной для создания благоприятного климата в коллективе и стимулирования сотрудников, а рыночная культура должна присутствовать как компонент корпоративной в связи с нацеленностью компании на коммерческий успех и занятие передовой позиции на рынке.



Изменение показателя среднего срока жизни сотрудника в организации, где целевое значение – значение, выставляемое компанией, Город 1 - город, где применялась созданная система, Город 2 и Город 3 – регионы, где система мотивирования оставалась чисто материальной

Анализ представленного выше графика наглядно показывает непрерывное увеличение среднего срока жизни сотрудника (т.е. срока, в течение которого с сотрудником был заключен трудовой договор, и он выполнял свои рабочие функции) в Городе 1, и отсутствие этого роста в регионах, где использовалась чисто материальная система мотивации. На данный момент средний срок жизни сотрудника в Городе 1 составляет 6.2 месяца при показателе в примерно 4 месяца в остальных регионах. При этом, рассматривая степень вовлеченности сотрудников во внутриорганизационные процессы, было замечено, что более 75% сотрудников в Городе 1 используют большую часть нематериальной системы и активно участвуют в интерактивно-игровых мероприятиях для коллектива. Также были замечены такие изменения, как повышение уровня лояльности персонала: в 2022 г. среднее значение индекса лояльности (eNPS) составляло 6.7, что соответствовало пограничному значению между “критиками”, готовыми сменить работу на более удобную или

высокооплачиваемую, как только им представится такая возможность, и “скептиками”, которые будут принимать решение об увольнении, исходя из сравнения условий должности, которую они занимают сейчас и той, которую им предлагают; другими словами, для части из них (особенно при наличии в их мотивационном профиле проявления патриотического стиля [3]) будет представляться более рациональным сохранение рабочего места. Сейчас средний уровень лояльности персонала составляет 8.8, что является пограничным значением уже между “скептиками” и “сторонниками”, для которых работа в данной конкретной компании – осознанный выбор; они, чаще всего, разделяют ценности компании и готовы советовать её, как потенциальное место работы.

ОК компании на момент финального этапа исследования различалась в зависимости от региона: так, области, в которых была выбрана стратегия управления с фокусом внимания на клановo-рыночную культуру, были более успешны (разница доходила до 60% по внутренним показателям) по сравнению с регионами, где управляющие опирались на ценности иерархической культуры.

В заключение, можно говорить о следующих общих результатах исследования: вне зависимости от уровня успешности работы, повысился уровень лояльности сотрудников к компании; также повысилось содержание “истинно мотивационных” факторов в мотивационной структуре персонала и снизилась степень различия актуальной и желаемой ОК как в отдельно взятых филиалах, так и в целом по городу, где проводилось исследование.

Применение созданной системы позволило повысить экономические показатели прибыли компании в конкретно взятом регионе при относительно малых затратах; также были увеличены средний срок работы сотрудника в компании (понижена “текучесть кадров”) и общий уровень удовлетворенности работой среди персонала.

Компания, находящаяся в данный момент на этапе развития, требующем перехода от стадии подбора и обучения персонала к стадии развития сотрудников и формирования стабильного коллектива, т.е. снижение “текучки” среди кадрового состава, нуждалась в инструменте составления внутренней корпоративной культуры, и в результате сравнительного анализа данных, полученных до и после имплементации системы нематериального мотивирования, было выявлено увеличение среднего срока жизни сотрудника в два раза и уровня лояльности в среднем на 2.0 – 2.3 пункта.

Предполагается, что успешность применения нематериальной мотивации как отдельного инструмента воздействия на персонал коммерческой организации и как элемента интегрированной системы мотивации. В среднем такая система приводит к повышению экономических показателей успешности

компании в течение года после начала имплементации, и коммерческая успешность организации постепенно возрастает по мере установления соответствующей коллективу организационной культуры и мотивационной системы.

Созданная мотивационная система может считаться успешной в рамках применения к данной организации и имплементироваться в других городах, где представлена коммерческая сеть.

Список литературы

1. Кибанов А.Я. Управление персоналом: учебное пособие. – 6-е изд., стер. Москва: КНОРУС. 2022. 202 с.

2. Amy Edmondson. The Fearless Organization: Creating Psychological Safety in the Workplace for Learning, Innovation, and Growth / пер. Окунькова Ирина. – М.: Интеллектуальная литература, 2021. 197 с.

3. Управление персоналом: работник – самый эффективный ресурс компании: Учебное пособие / В.И. Герчиков. – Москва: ИНФРА-М, 2012. 282 с.: 60х90 1/16. (Высшее образование). (переплет) Текст: электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/347768

NON-FINANCIAL ASPECT OF EMPLOYEE MOTIVATION AS A TOOL FOR INCREASING EFFICIENCY BY THE EXAMPLE OF A COMMERCIAL ORGANIZATION

K.E. Bykova

The article discusses the result of two years of work with a commercial organization. During the study, a motivational profile of the company's personnel was first compiled and the characteristics of the organizational culture were determined, and then, based on the results obtained, a system of interaction between the employee and the organization was built. The study identified connections and trends characteristic of groups of employees with different levels of success. Testing the resulting system in a particular region and subsequent comparison of both financial indicators and the psychological state of the team allows us to draw conclusions about the advisability of using the created system in other cities where the commercial network is represented. As a result of using the new system, the average employee lifespan in the company and the level of job satisfaction were increased, as well as the degree of presence of "true motivational" factors was increased.

Keywords: KPI, performance, seller, motivation, non-financial motivation, commercial organization.

УДК 159.9.07

ШКОЛА ПРИЕМНЫХ РОДИТЕЛЕЙ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ КОНСТРУКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СЕМЬЕ

Н.Ю. Беззубова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет имени Н.И. Лобачевского

Проблема социального сиротства в нашей стране на протяжении долгих лет остается одной из острых и актуальных. Трудности, с которыми сталкиваются потенциальные замещающие семьи, показывают, что для успешного их преодоления, для снижения рисков последствий сложных ситуаций, остро ставится задача тщательной подготовки семьи к принятию ребенка. Представлены результаты исследования особенностей подготовки кандидатов к приему ребенка в свою семью в ГБУ "Социально-реабилитационный центр для несовершеннолетних "Солнышко", в которых анализировались изменения жизнеспособности семьи и родительские установки кандидатов к принятию ребенка в семью, проходящих обязательный курс подготовки – Школа приемных родителей. Всего в исследовании приняли участие 50 человек, 30 женщин и 20 мужчин. В работе особое внимание уделяется изменению внутрисемейной коммуникации при подготовке приемных родителей.

Ключевые слова: психологическая готовность, внутрисемейная коммуникация, жизнеспособность семьи, стиль семейного воспитания.

Одним из ключевых факторов, определяющих степень социально-психологической готовности кандидатов, является жизнестойкость будущей приемной семьи. В связи с этим представляется актуальным исследование особенности личностной зрелости кандидатов в приемные родители [1]. Программа Школы приёмных родителей направлена на формирование осознанного отношения кандидатов в приёмные родители к приёму детей-сирот в семью. Целью программы подготовки кандидатов является «организация социально-психолого-педагогического сопровождения замещающих родителей, направленного на профилактику трудностей в воспитании и социализации детей» [2].

Внутрисемейная коммуникация – важнейший компонент жизнедеятельности семьи, от состояния и качества реализации которого зависит направленность развития личности и эффективность ее адаптации в обществе, направленность развития общества в целом. Семья осуществляет важнейшую функцию социализации, в основе которой процесс формирования основных параметров человеческой личности. Именно семья позволяет вписаться ребёнку в общественную жизнь. Особенно важно обратить внимание на процесс семейной коммуникации, так как от её качества зависит адаптация ребенка в семье и социуме.

Как мы полагаем будущая приёмная семья обладает недостаточным количеством знаний и умений, поэтому требуется уделить особое внимание формированию структурных компонентов жизнеспособности семьи, к которым относятся: принятие решений и гибкость, внутрисемейная коммуникация, социальные ресурсы, которые в дальнейшем помогут справиться семье с трудностями, возникающими при воспитании ребенка-сироты.

В исследовании Е.С. Гусаровой, М.А. Одинцовой и М.Г. Сороковой рассматривались показатели жизнеспособности, её структурные компоненты: семейная коммуникация и связность; позитивный прогноз решения проблем; принятие и гибкость; социальные ресурсы [3]. Мы считаем, что за конструктивное взаимодействие в большей степени отвечают такие компоненты, как «семейные конфликты», «партнерские отношения», «уклонения от конфликта».

Внутрисемейная коммуникация – взаимодействие между членами семьи, возникающее в повседневной жизни. Происходит взаимное влияние членов семьи друг на друга, обмен различными чувствами, идеями, интересами, настроениями. Нарушение семейной коммуникации приводит к семейным конфликтам, кризисам и разводам [4].

Под эффективной внутрисемейной коммуникацией мы понимаем: полное и точное восприятие передаваемой информации, нахождение решения, устраивающего всех членов семьи, доверительные отношения, психологическая близость в семье, отсутствие неловкости при общении на определенные темы [5].

Эмпирическая часть исследования жизнеспособности семьи и родительских установок у лиц, только прошедших в школу приемных родителей, и лиц, окончивших курс подготовки, проводилась нами в два этапа. На первом этапе – сбор эмпирических данных на основе методики изучения родительских установок (Parental Attitude Research Instrument – PARI) Е.С. Шефер и Р. К. Белл (в России методика адаптированаТ.В. Нещерет), а также «Шкалы оценки жизнеспособности семьи» Е.С. Гусаровой, М.А. Одинцовой и М.Г. Сороковой (2021 г.). Второй этап эмпирической части нашей работы предполагал сравнение результатов до и после формирующей программы, направленной на знания в области разрешения конфликтных ситуаций, уровня коммуникационной компетентности.

Базой исследования является школа приёмных родителей СРЦН «Солнышко» г. Нижний Новгород. Исследование проводилось в период с сентября 2024 г. по март 2024 г.

Результаты

До начала проведения формирующей программы, больше половины респондентов обладали средним уровнем жизнеспособности семьи (40 человек –

90%), семь респондентов – уровень выше среднего (14%), три респондента имели высокий уровень (6%) (рис. 1).

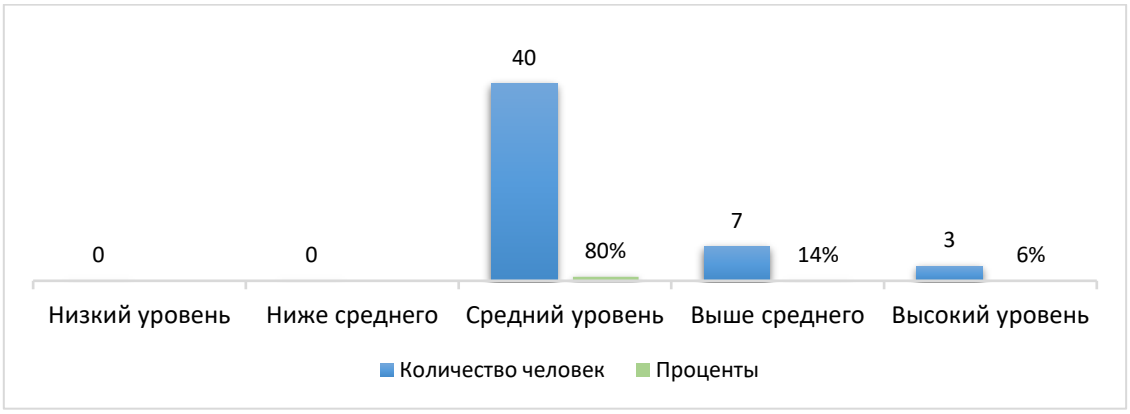


Рис. 1. Уровень жизнеспособности семьи до начала обучения в ШПР

После проведения формирующей программы, направленной на повышение знаний и умений в области выхода из семейных конфликтов, принятия роли приемного родителя, желания поддерживать эмоциональный контакт и партнерские отношения, можно констатировать, что 26 респондентов (52%) повысили уровень жизнеспособности семьи со среднего уровня жизнеспособности семьи до выше среднего уровня, у 21 респондента (42%) уровень остался средним, у троих респондентов уровень остался неизменным выше среднего (6%). Мы можем наблюдать, что средние показатели не выходят за границы нормы, что говорит о достаточности адекватной оценке будущей приемной семьей своих возможностей по выполнению семейных ролей (рис. 2).

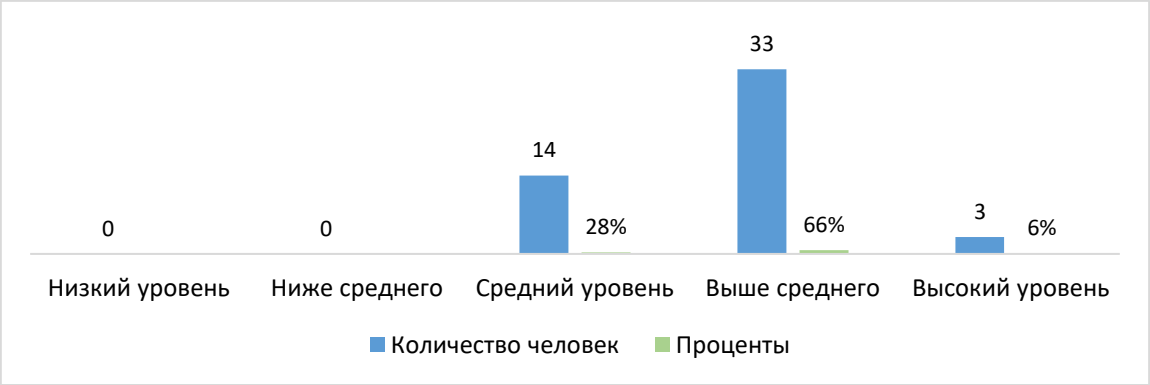


Рис. 2. Уровень жизнеспособности семьи после обучения в ШПР

На последнем этапе исследования был проведен сравнительный анализ результатов средних показателей по каждой субшкале до и после проведения формирующей программы. Данная программа, разработанная совместно с психологами, включала практические групповые занятия, в ходе которых кандидаты давали оценку сильных и слабых сторон своей воспитательной позиции, тем самым усиливая ресурсность семьи, выполняли упражнения по профилактике

семейных конфликтов и эмоционального выгорания. Для сравнения результатов был применен непараметрический критерий Вилкоксона в программе SPSS.

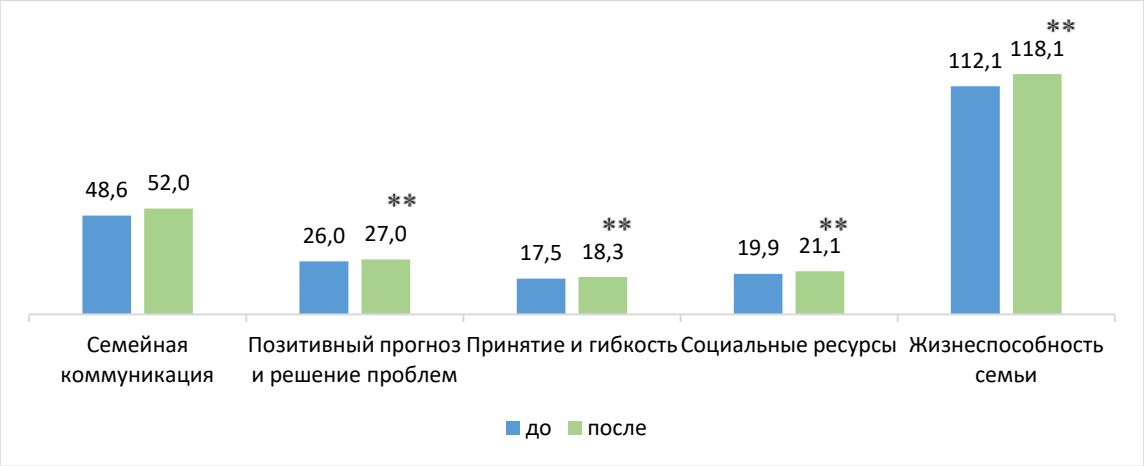


Рис. 3. Сравнение средних показателей по каждой субшкале жизнеспособности семьи

** – $p \leq 0{,}01$ уровень значимости различий

Было обнаружено, что показатели по субшкалам «семейные конфликты», «партнерские отношения», «уклонения от конфликта» значительно изменились. Результаты по шкале «семейные конфликты» говорят о появлении между супругами взаимопонимания, кандидаты научились справляться с возникающими конфликтами и конструктивно решать их. Результаты по шкале «партнерские отношения» говорят о разрушении прежних установок в отношении детей, желании поддерживать оптимальный эмоциональный контакт с партнерские отношения в вопросах воспитания ребенка. Результаты по шкале «уклонение от конфликта» говорят о желании кандидатов обсуждать возникающие проблемы и стараться решить их вместе.

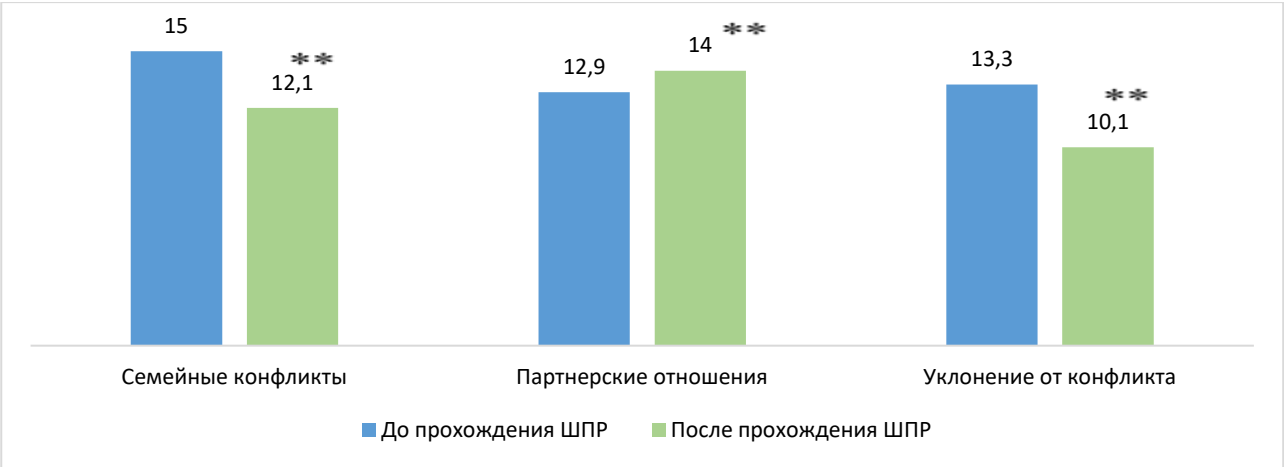


Рис. 4. Средние значения показателей по субшкалам «семейные конфликты», «партнерские отношения», «уклонения от конфликта» методики «PARI»

** – $p \leq 0{,}01$ уровень значимости различий

Выводы

Кандидаты, которые только пришли в школу приемных родителей в большинстве своем имели средние и низкие показатели по компонентам, отвечающих за семейную коммуникацию. После прохождения курса по подготовке к приему ребенка сироты, мы наблюдали увеличение показателей. Можем констатировать, что специально организованные занятия играют важную роль в выстраивании семейных отношений и выполняют все поставленные задачи: повышает психолого-педагогическую компетентность замещающих родителей в вопросах детско-родительских отношений и развивает эффективные способы коммуникации приемной семьи с различными представителями социума; оказывает помощь кандидатам в оценке сильных и слабых сторон своей воспитательной позиции, усилении ресурсности семьи.

Список литературы

1. Шарифьянова Д.С. Исследование особенностей личностной зрелости кандидатов в приемные родители / Д. С. Шарифьянова. Текст: непосредственный // Молодой ученый. 2020. № 22 (312). С. 502-507.

2. Осипова А.А. «Психологические проблемы приемной семьи» // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена 2013. С. 290–296.

2. Гусарова Е.С., Одинцова М.А., Сорокова М.Г. Шкала оценки жизнеспособности семьи: адаптация на российской выборке // Психологические исследования: Том 14 №77. 2021.

3. Эйдемиллерв Э.Г., Юстицкий В. «Семейная психотерапия» Психология и психотерапия семьи. 4-е изд. СПб.: Питер, 2008. 672 с.

4. Овчарова Р.В. Родительство как психологический феномен: учебное пособие. – М.: Московский психолого-социальный институт, 2006. 496 с.

SCHOOL OF FOSTER PARENTS AS A TOOL FOR THE FORMATION OF CONSTRUCTIVE INTERACTION WITHIN THE FAMILY

N.Y. Bezzubova

The problem of social orphan hood in our country has remained one of the most acute and urgent for many years. The difficulties faced by potential substitute families show that in order to overcome them successfully, to reduce the risks of the consequences of challenging situations, the task of thoroughly preparing the family for the adoption of a child is urgently set. The article presents the results of a theoretical and empirical study of the peculiarities of the preparation of candidates for adoption in the State Budget Institution Social and Rehabilitation Center for Minors "Solnyshko" which analysed the changes in family viability and parental attitudes of prospective adoptive parents, taking a mandatory training course – School of foster parents. In total the study involved 50 people – 30 women and 20 men. The study pays special attention to changes in intra-family communication during the training of foster parents.

Keywords: psychological preparedness, intra-family communication, family vitality, style of family education.

УДК 37

ПРОФЕССИЯ УЧИТЕЛЯ ГЛАЗАМИ МОЛОДОГО ПОКОЛЕНИЯ

А.И. Дубов
Нижегородский государственный педагогический университет
им. К. Минина

Трудно переоценить роль учителя в жизни подрастающего поколения. Выступая одним из важнейших агентов социализации, они принимают активное участие в развитии интеллектуального потенциала молодежи, её воспитании, формировании нравственных идеалов и подготовке к вступлению во взрослую жизнь. Какой он, хороший школьный учитель глазами молодого поколения?

«Молодое поколение целенаправленно идет работать в школу, им хочется что-то привносить, чтобы дети, выходя из школы, знали, что они хотят от будущего, чем им предстоит заниматься», – Президент Российской академии образования О.Ю. Васильева.

Ключевые слова: учитель, профессия, ученик, анкетирование, молодое поколение.

Профессия учителя всегда была востребована обществом, государством. Государство выдвигает более и более жёсткие требования по отношению к представителям данной профессии. Но между тем, во всевозможных телевизионных ток-шоу, газетных публикациях очень часто можно встретиться с негативной оценкой учительского труда [1].

В данном исследовании мы попытались выяснить отношение к профессии учителя молодого поколения.

Целью нашего исследования стало создание «модели» (образа) современного учителя глазами молодого поколения.

Мы провели анкетирование обучающихся 1 курса ЕГФ Мининского университета, выясняя представления будущих педагогов о современном учителе. Анализируя полученные данные, можем сделать вывод о том, каким должен быть современный учитель, по мнению молодого поколения.

Объект нашего исследования: образ современного учителя в глазах современной молодежи.

Предмет исследования: профессиональные и личностные качества учителя, с точки зрения людей молодого возраста.

Прежде чем говорить о современном учителе, мы анализируем отношение людей к профессии учителя в советское время.

Советская система образования всегда была лучшей, и мы думаем, что есть много моментов, подтверждающих это. Самые умные ученые, инженеры, поэты

и писатели вышли из советской школы. Советский учитель был очень строгим, и его иногда побаивались, но результаты были отличными.

В результате опроса людей старшего поколения, а именно родственников обучающихся 1 курса ЕГФ, мы пришли к выводу:

1. Учителя уважали.

2. Учитель был авторитетом, а его слово было законом.

3. Учитель мог поставить "два" за год, но сейчас стараются нарисовать "три", чтобы не было жалоб на учителя.

4. Раньше учителя не только учили, но и воспитывали. Учитель советских времен не боялся пробовать новые методы и учить детей самостоятельности, старался, чтобы весь класс понял тему и хорошо написал тест или сочинение.

5. В школе не было наказания, но самым пугающим для школьников, был визит в кабинет директора или завуча, куда могли вызвать родителей.

Учителя всегда и у всех народов относились к элите общества и никогда не были ниже среднего класса. В советское время профессия учителя считалась престижной: учитель был влиятельным и уважаемым человеком. Он преподавал и готовил в соответствии с государственными ценностями и идеологией, но в то же время был увлечен своей работой.

Если говорить о современности, то хочется отметить следующее. В РФ утверждена национальная образовательная инициатива «Наша новая школа» [2]. В ней отмечается, что «школа требует новых учителей. Нам нужны педагоги, глубоко владеющие психолого-педагогическими знаниями, понимающие особенности развития школьников, являющиеся также профессионалами в других областях деятельности, способные помочь ребятам найти себя в будущем, стать самостоятельными, творческими и уверенными в себе людьми. Чуткие, внимательные и восприимчивые к интересам школьников, открытые ко всему новому учителя – ключевая особенность современной школы».

Каким же должен быть современный учитель? Полагаем, учитель XXI века – это начитанный, добрый и одновременно строгий человек.

Учитель должен уметь объяснить ученику то, что тот не понимает, помочь ученику, у которого что-то случилось, учитель должен выслушать и посоветовать, как поступить в той или иной ситуации. Он просто должен быть Человеком, Другом.

Педагог, в соответствии с Федеральным законом "Об образовании в Российской Федерации" [3], должен обладать определенными качествами и навыками, а именно, должен обладать высокой профессиональной компетентностью и знаниями в своей области. Он должен иметь высшее профессиональное образование, соответствующее направлению или профилю

его деятельности; должен быть готов к индивидуальной работе с каждым учеником. Он должен уметь учитывать индивидуальные особенности каждого ребенка, его интересы и потребности; должен быть толерантным и уважать различия в мнениях, убеждениях и культуре учеников.; должен владеть современными методами обучения и использовать инновационные технологии; должен быть этичным и ответственным.

Все эти требования помогут педагогу эффективно выполнять свои профессиональные обязанности и обеспечивать качественное образование для детей и молодежи.

Если обратиться к официальной статистике, представленной Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ), то престиж и уровень дохода профессии учителя в России сильно выросли [4]. Можно выделить топ-3 качеств хорошего школьного учителя – доброжелательность, порядочность, любовь к детям (32%, 25%, 21% соответственно). Престижность профессии учителя россияне оценивают на 3,19 баллов из 5 возможных, уровень дохода – на 2,73 балла.

Если раньше рейтинг главных качеств учителей возглавляла образованность, компетентность, эрудиция (23%), то сегодня доброта и уважение к детям (32% против 19% к данным раннего периода). На втором месте порядочность, справедливость и объективность – их назвали четверть опрошенных (25%). Далее с небольшим отрывом следует любовь к детям (21%) и образованность (20%). Заметно чаще россияне стали ценить в учителях грамотность, разносторонность (18% против 9%) и внимательность, чуткость к детям (16% против 6%). В том, что учитель – призвание, по-прежнему убежден каждый седьмой (15%).

В представлениях молодежи и старшего поколения образ хорошего педагога видится по-разному. Граждане 60 лет и старше ставят на первый план любовь к детям (32%) и справедливость (30%), а 18–24-летние – доброту и уважение к учащимся (45%). Треть молодых россиян тоже назвали внимательность и душевность, что вдвое выше показателей по выборке в целом (31% против 16% среди россиян в целом). В то же время мнение «учитель – это призвание» они почти не разделяют (4% против 15% среди всех опрошенных).

За пять лет престиж профессии учителя в российском обществе вырос – положение педагогов в обществе граждане в среднем оценили на 3,19 баллов из 5 возможных.

Показатель одинаково высок как молодежи 18-34 лет (3,28–3,24 баллов), так и представителей старшего поколения 60+ лет – 3,25 баллов.

Наряду с ростом престижности улучшились и общественные представления о доходности профессии учителя – в среднем ее оценили на 2,73 балла из 5 возможных. Эта профессия выглядит более высокооплачиваемой в глазах старшего поколения (3 балла), молодежь 18–24 лет считает ее таковой реже (2,46 балла).

Какова же «модельная» личность учителя XXI века? Какими качествами должен обладать современный учитель? Что бы это выяснить, было проведено анкетирование студентов ЕГФ 1 курса Мининского университета (50 человек).



Рис. 1. Качества, которые должны преобладать у современного учителя

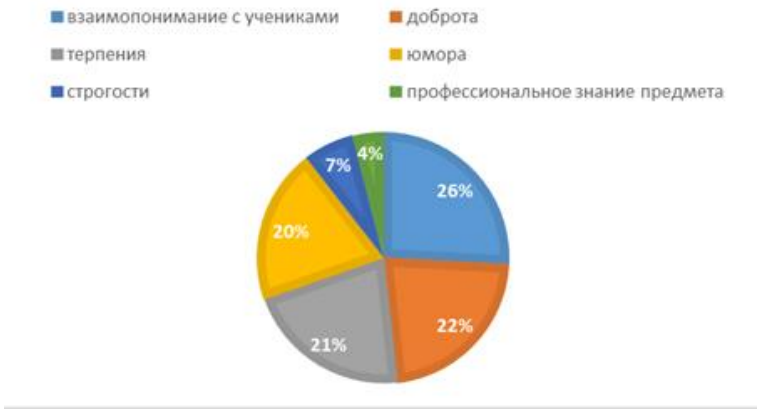


Рис. 2. Качества, которых не хватает современному учителю



Рис. 3. Ваше отношение к учителю по мере взросления



Рис. 4. Качества, которыми не должен обладать учитель

В результате проведенного исследования можно создать образ современного учителя глазами молодого поколения:

– Современный учитель профессионально знает свой предмет, понятно объясняет.

– Современный учитель любит и понимает своих учеников.

– Современный учитель терпелив и владеет собой.

– Современный учитель всегда в хорошем настроении.

– Современный учитель одинаково относится ко всем ученикам.

– Современному учителю всегда приятно приходить на уроки.

– Современный учитель не позволяет вести себя грубо или равнодушно с учениками.

Портрет современного учителя получился разносторонним. Но как бы, не менялось время, какие бы новые требования к учителю не предъявлялись, многое остается неизменным. Учитель для своих учеников, как и раньше, должен быть умным, терпеливым, понимающим.

Список литературы

1. Почему раньше профессия учителя была престижной, а сейчас нет? // Аргументы и факты. №9. 26.06.2023.

2. Национальная образовательная инициатива "Наша новая школа" (утв. Президентом РФ 04.02.2010 N Пр-271) // Бюллетень нормативных правовых актов. N 9. Март 2010 г.

2. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 25.12.2023) "Об образовании в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2024) // Российская газета. N 303. 31.12.2012.

3. ВЦИОМ. Официальная статистика // www.wciom.ru (дата обращения: 20.02.2024)

THE TEACHING PROFESSION THROUGH THE EYES OF THE YOUNGER GENERATION

A.I. Dubov

It is difficult to overestimate the role of a teacher in the life of the younger generation. Acting as one of the most important agents of socialization, they take an active part in the development of the intellectual potential of young people, their upbringing, the formation of moral ideals and preparation for entering adulthood. What is he like, a good school teacher through the eyes of the younger generation?

"The younger generation purposefully goes to work at school, they want to bring something so that children, when they leave school, know what they want from the future, what they have to do," said O.Y. Vasilyeva, President of the Russian Academy of Education.

Keywords: teacher, profession, student, questionnaire, the younger generation.

УДК 159.9

РОЛЬ ФИЛОСОФИИ В СТАНОВЛЕНИИ БУДУЩЕГО ВРАЧА: АНАЛИЗ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОПРОСА

А.М. Евпраксина
Приволжский исследовательский медицинский университет

Поднимается важный вопрос, как философия может повлиять на формирование профессиональной и личностной идентичности будущего врача. Философия позволяет студентам медицинских вузов не только изучать научные теории и методы, но и осмысливать свою роль в обществе, связь между здоровьем и человеческими ценностями, этические аспекты медицинской практики. Исследование, проведенное среди студентов, ординаторов и врачей, позволило выявить, что знание философии способствует развитию критического мышления и способности анализировать сложные ситуации. Оно помогает медикам принимать ответственные решения, основанные не только на клинических данных, но и на этических принципах. Философия способствует формированию у будущих врачей чувства ответственности перед пациентами и обществом в целом. Помогает осознать важность этических норм и ценностей в медицинской практике, что способствует созданию профессиональной среды, основанной на уважении к человеческой жизни и достоинству.

Ключевые слова: философия, медицина, социология, студенты, важность, гуманитарные науки.

Развитие медицины является одним из наиболее важных и актуальных направлений в современном мире. С каждым днем наука и технологии продвигаются вперед, открывая новые методы лечения, диагностики и профилактики заболеваний. Это позволяет улучшить качество жизни, продлить ее продолжительность и сделать медицинскую помощь более эффективной и доступной.

Успехи в развитии медицины имеют огромное значение не только для здоровья человека, но и для общества в целом. Они позволяют снизить показатели заболеваемости, смертности, улучшить качество жизни и повысить продуктивность труда. Поэтому развитие медицины является одним из приоритетов мирового сообщества и требует постоянного внимания и инвестиций [1].

Таким образом, возникает необходимость в постоянной адаптации и совершенствовании образования студента медицинского университета. Параллельно возникает необходимость в изменении их гуманитарной подготовки, в развитии философской культуры мышления, необходимой для медицинской практики в будущем.

В данной статье делается попытка объяснить взаимосвязь медицины и философии, а также выявить важность изучения последней, основываясь на

анализе опроса студентов второго и третьего курсов Приволжского исследовательского медицинского университета, ординаторов и врачей государственного бюджетного учреждения здравоохранения Нижегородской области «Городская поликлиника № 51 Канавинского района г. Нижнего Новгорода».

Связь философии и медицины

Медицина в рамках научной деятельности представляет собой сложную систему, объединяющую естественные, социальные и гуманитарные аспекты, а также философию [2].

Философия – это особая форма познания и система знаний об общих характеристиках, понятиях и принципах реальности, а также бытия человека, об отношении человека и окружающего его мира. Философия изучает мир во всей целостности, охватывает все, что существует в человеческом сознании. [3]

Судя по этим определениям, кажется, что это две абсолютные не связанные области человеческой жизни. Однако, философия играет важную роль в развитии терминологии и концепций, используемых в медицине, способствует формированию научного мышления врача и раскрывает эвристический потенциал в целостной системе культуры. Без участия философии образ медицины как одной из важнейших сфер общества тускнеет.

Медицина и философия тесно связаны, так как обе изучают человеческую жизнь во всех ее аспектах. Уже в древности великий Гиппократ сформулировал этические принципы медицины, которые остаются актуальными и сегодня. С развитием философии в Новое время, медицина стала все более связанной с философскими концепциями, что способствовало ее развитию как самостоятельной научной и гуманитарной области.

Эмпирические и научные знания в медицине существовали долгое время в рамках религиозно-мифологического мировоззрения, но с появлением интереса к философии и теоретическим знаниям, медицина стала все более осознанно проникаться философским содержанием. Таким образом, философия и медицина взаимно обогащали друг друга, способствуя развитию обеих областей.

Сегодня медицина продолжает укреплять связь с философией, как стимулирующей средой для духовного развития и углубления концептуального мышления. Врачи все больше осознают необходимость целостного подхода к пациентам, объединяющего физическое и духовное благополучие. Философия помогает врачам увидеть известные вещи под новым углом, раскрывая глубинный смысл явлений и предметов. Она позволяет видеть то, что доступно всем, но при этом думать так, как не думает никто другой.

Медицина обязана философии особым методом клинической мысли. Обе области развивались совместно, имея общий объект познания – человека, и стремление к здоровому образу жизни, зависящему от множества факторов [5].

Анализ полученных данных

Для анализа значения философии в образовании студентов-медиков был проведен опрос среди студентов Приволжского исследовательского медицинского университета. Также для сравнения результатов дополнительно было проведено анкетирование врачей и ординаторов первого года Государственного бюджетного учреждения здравоохранения Нижегородской области «Городская поликлиника № 51 Канавинского района г. Нижнего Новгорода». В опросе приняло участие 150 студентов, 50 врачей и ординаторов. Опрос проходил в программе Google Forms.

Опрос для студентов состоял из 3 вопросов:

1) “Необходима ли философия студентам в медицинском университете?”

2) “Если да, то почему?” Варианты ответа были следующие: Развитие критического мышления, понимание этических проблем, изучение основ научного метода, понимание человеческой природы, развитие эмпатии, повышение общего уровня образования, самопознание, понимание процесса сознания, его сущности, принципов организации, понимание иного подхода к болезни и здоровью пациента, развитие логического мышления.

3) «Чьи философские воззрения Вам интересны? Почему?».

Опрос для врачей немного отличался и состоял из следующих вопросов:

1) «Нужна ли врачу философия в образовательном процессе?»
2) «Если да, то почему?».
3) «Помогла ли философия Вам лично?»
4) «Чьи философские воззрения Вам интересны?»

Результаты

1) По итогам опроса среди студентов, 65,7% ответили, что философия – это необходимая гуманитарная дисциплина в образовании медицинского работника, 34,3% опрошенных не согласились с этим.

Результаты опроса среди врачей показали немного иной результат – 84,6% врачей согласились в нужности философии, лишь 15,4% были против.

2) Второй вопрос был связан с первым для уточнения причин. Выбор был множественный.

Наиболее частые причины, которые отмечали студенты были «понимание процесса сознания, его сущности, принципов организации» (57,3%) и «понимание иного подхода к болезни и здоровью пациента» (53,3%). Следующими по популярности ответами стали «развитие критического

мышления» (37,3%), «самопознание» (37,3%), «развитие логического мышления» (37%), «понимание этических проблем» (28%). И самыми последними из предложенных причин оказались «понимание основ научного метода», (17, 3%), «развитие эмпатии» (16%). Также один из студентов отметил «развитие коммуникационных навыков» (1,3%).

Самый частые причины среди врачей были «развитие критического мышления» (42,1%), «понимание иного подхода к болезни и здоровью пациента» (42,1%), «понимание процесса сознания, его сущности, принципов организации» (47,4%). Следующие были «развитие логического мышления» (31,6%), «понимание основ научного метода» (36,8%). Последние по популярности – «развитие эмпатии» (26,3), «понимание этических проблем» (15,8%).

3) В дополнение в опросе для врачей был указан третий вопрос (см. выше). Согласно результатам, философия помогла 52% опрошенным врачам в становлении медицинской карьеры.

4) Последний вопрос в обоих тестах был одинаков для студентов и врачей. Часто встречающимся варианты ответа были И. Кант, Г.В. Лейбниц, Г.В.Ф. Гегель.

Выводы

Основываясь на полученных данных, можно сделать вывод о том, что философия является необходимой дисциплиной в становлении медицинского работника. Она помогает развить критическое мышление, понимание иного подхода к телу и болезни пациента, по-другому посмотреть на его сознание.

Участники опроса чаще всего называли И. Канта как интересующего их философа. Скорее всего, медикам наиболее интересен данный философ из-за его этического учения и принципов морали, которые имеют прямое отношение к медицинской практике.

Во-первых, И. Кант разработал категорический императив - принцип, который медики могут применить к своей практике, он обязывает их действовать в соответствии с высокими моральными стандартами и учитывать интересы пациентов прежде всего.

Во-вторых, И. Кант подчеркивал важность уважения к личности и достоинству каждого человека. Это напоминает медикам о важности сохранения достоинства и пациентов в процессе лечения. Медицинские работники должны учитывать права и желания, уважать их автономию и принимать решения совместно с ними [6].

Кроме того, И. Кант призывал к развитию способности к самопознанию и саморазвитию. Это подчеркивает важность профессионального развития

медиков, постоянного обучения и стремления к совершенствованию навыков и знаний [7].

Таким образом, философия играет важную роль в становлении личности будущего врача, так как помогает развивать критическое мышление, этические принципы, аналитические способности и способность к рефлексии. Философские знания и принципы могут помочь врачу лучше понимать ценности жизни, человеческого достоинства и разрешать моральные дилеммы, с которыми он столкнется в своей практике.

Список литературы

1. Лисицын Ю.П., Журавлева Т.В. Важнейшие достижения медицины XX – начала XXI века и их значение для ближайшего будущего // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vazhneyshie-dostizheniya-meditsiny-xx-nachala-xxi-veka-i-ih-znachenie-dlya-blizhayshego-buduschego (дата обращения: 15.03.2024).
2. Капралова Т.С., Лаврухина В.Р. Медицина как наука и как искусство, как теория и как практика. человек как субъект медицины // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/meditsina-kak-nauka-i-kak-iskusstvo-kak-teoriya-i-kak-praktika-chelovek-kak-subekt-meditsiny (дата обращения: 15.03.2024).
2. Кузин В.И. Что такое философия? // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/chto-takoe-filosofiya-1 (дата обращения: 15.03.2024).
3. Гиппократ. Избранные книги / Гиппократ // пер. с греч. проф. В. И. Руднева. – Москва: Гос. изд. биол. и мед. лит-ры, 1936. 736 с.
4. Ерохин В. Взаимосвязь философии и медицины // URL: https://spravochnick.ru/filosofiya/vzaimosvyaz_filosofii_i_mediciny/ (дата обращения: 15.03.2024).
5. Спиркин А.Г. Философия: Учебник. – М.: Гардарики, 2006. 736 с.
6. Кант И. Критика практического разума / И. Кант. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. 177 с.

THE ROLE OF PHILOSOPHY IN THE DEVELOPMENT OF A FUTURE DOCTOR: ANALYSIS OF A SOCIOLOGICAL SURVEY

A.M. Evpraksina

The article raises an important question about how philosophy can influence the formation of the professional and personal identity of future doctors. Philosophy allows medical students not only to study scientific theories and methods but also to reflect on their role in society, the connection between health and human values, and ethical aspects of medical practice. A study conducted among medical students, residents, and doctors revealed that knowledge of philosophy contributes to the development of critical thinking and the ability to analyze complex situations. It helps healthcare professionals make informed decisions based not only on clinical data but also on ethical principles. Philosophy also contributes to shaping a sense of responsibility among future doctors towards patients and society as a whole. It helps them realize the importance of ethical norms and values in medical practice, which promotes the creation of a professional environment based on respect for human life and dignity.

Keywords: philosophy, medicine, sociology, students, importance, humanities.

УДК 65.012.45

АДАПТАЦИЯ КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ПАО «СБЕРБАНК»)

А.А. Зверева, А.Е. Кузьмина
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Раскрывается сущность понятия коммуникация как фактора эффективного взаимодействия в компании, приводится описание её цели, роли, направленности и осуществляемых функций аффилиации и контроля. Выявлены основные преимущества эффективных коммуникаций, а также проанализировано влияние на сферу управления и адаптации персонала. На примере такой организации, как «Сбер», выделены следующие методы адаптации: индивидуальная система наставничества «Buddy-программа», которая необходима и молодым, новым сотрудникам, и опытным специалистам для личностной адаптации и наиболее глубокого изучения специфики рабочей деятельности, и метод welcome-тренинга для понимания миссии и цели организации, которые способствуют развитию не только межличностных и деловых коммуникаций, но и компании в целом.

Ключевые слова: коммуникации в организации, адаптация, методы адаптации, цели коммуникации, функции, преимущества, коммуникативные навыки.

«Коммуникация» происходит от лат. «communis» – общее: передающий информацию пытается установить «общность» с получающим информацию. Основные различия коммуникаций заключаются в их структурных и процессуальных характеристиках: согласно определению Д.П. Гавра, коммуникации в широком смысле слова рассматриваются как процессы социального взаимодействия, взятые в их знаковом контексте. Отсюда коммуникация может быть определена как передача не просто информации, а значения или смысла с помощью символов [1].

Цель коммуникации – у каждой стороны своя. Но, как правило, изначально, цель комплексная у каждой из стороны. Кроме целей коммуникации рассматриваются и функции:

1. Аффилиация – выражение, проявление и взаимодействие с разными видами чувств, в том числе негативными и позитивными.

2. Контроль – значит, что люди вступают в коммуникацию, чтобы контролировать и не упустить что-то для них важное в процессе. Отличия цели от функции состоит в самом результате, в конечном достижении. У цели – есть результат, т.е. нечто достигнутое, у функции – результата нет, но есть процесс [2].

Коммуникации возникают как определяющее условие в процессе реализации производственной деятельности предприятий, не зависимо от их организационно-правовой формы, размеров. Внешние коммуникации осуществляются в моменты взаимодействия фирм с партнерами, формируют имидж организации. В этой связи роль коммуникации в системе управления приобретает первостепенное значение для предприятия, поскольку от уровня ее развития может зависеть не только продуктивность конкретного сотрудника, но и благополучие предприятия в целом [3].

Организациям следует уделять особое внимание развитию коммуникативных навыков своих сотрудников, в особенности навыку активного слушания.

Для повышения эффективности межличностного общения необходимо уточнять свои идеи, прежде чем начинать их выражать; быть восприимчивым к возможным семантическим проблемам; следить за мимикой, жестами, позой, интонацией; выражать открытость и готовность понять; следить за первыми результатами работы; всегда быть готовым ответить на вопросы [4].

Эффективные коммуникации играют решающую роль в успехе организации, оказывая влияние на производительность команды, достижение намеченных целей и на внутренний психологический климат компании. Ниже приведены ключевые преимущества эффективных коммуникаций:

– улучшение взаимопонимания: качественные коммуникации способствуют устранению недопонимания и конфликтов, способствуя улучшению взаимодействия между сотрудниками и руководителями;

– повышение производительности: ясное и своевременное осведомление сотрудников о заданиях, целях и рабочих изменениях позволяет им выполнять свои задачи более продуктивно;

– укрепление единства: правильно налаженная коммуникация укрепляет единство в компании, объединяя команду вокруг общих целей и принципов;

– стимулирование инноваций: открытые коммуникации стимулируют обмен идеями, развивают творческое мышление и способствуют разработке новых идей и решений;

– улучшение рабочей обстановки: коммуникации поддерживают создание доверительной и благоприятной рабочей среды, что повышает уровень удовлетворенности работников;

– снижение рисков: правильно развитые коммуникации помогают оперативно реагировать на вызовы и предотвращать негативные последствия, уменьшая риски для компании.

Эффективно налаженная коммуникация помогает и при адаптации персонала. Её можно рассмотреть как способ приспособления, актуализируемый на основании контекстуальных условий общения, статусно-ролевых и ситуативно-коммуникативных ролей его участников и проявляющийся в изменениях коммуникативного поведения личности с целью реализации коммуникативной интенции [5].

Например, в организации «Сбер» берут как и опытных специалистов, так и начинающих ребят, и всем нужна личностная адаптация. В Сбере присутствует такая система наставничества, как «Buddy-программа», то есть неформальное наставничество. Начинающих специалистов называют – джунами, а их наставников – Бади. Бади продолжают свое наставничество до того момента, пока сотрудник не сможет функционировать самостоятельно и чувствовать себя комфортно в рабочей среде.

Для эффективной адаптация Сбер привлекает внимание к различным мероприятиям, помогающим новичкам сблизиться друг с другом, справочные материалы, помогающие проникнуться и корпоративной культурой. Все опытные сотрудники помогают новичкам. Это избавляет джунов от стрессовой ситуации и помогает вникнуть в рабочую среду организации.

Организация проводит welcome-тренинг для новых сотрудников. Тренинг помогает джунам прочувствовать миссию и цель организации. На первом тренинге все знакомятся друг с другом, рассказывают о себе и больше узнают о компании. Система адаптации разрабатывается для каждого сотрудника индивидуально. Чтобы сблизить новичков, ПАО «Сбер» предпочитает проводить совместные досуговые встречи, вне офиса, где каждый может узнать друг друга с новой стороны.

Все эти методы помогают в развитии адаптации, ведь коммуникации между сотрудниками играют важнейшую роль в организации, оказывая положительное влияние на работу коллектива, психологический климат и способствуя достижению целей компании. В системе управления предприятием коммуникации четко структурированы, иерархичны и регламентированы, выбор эффективных каналов и средств коммуникационного обмена напрямую зависит от сложности организационной структуры и структуры управления, а ключевым направлением совершенствования процесса коммуникации в управлении является улучшение коммуникативных навыков всех его участников, способствующих адаптации существующих систем управления к стремительно изменяющимся условиям внешней и внутренней среды.

Список литературы

1. Сафина А.А. Коммуникационный менеджмент: учеб. пособие / А.А. Сафина, Э.Г. Никифорова, А.Э. Устинов. – Казань: Изд-во Казан. ун-та. 2015. 104 с.

2. Тимофеева Д.Ю. коммуникации в организации // Инновационные технологии управления и права. 2022. № 2-3(34-35). С. 23-26.

2. Четверова К.С. Роль коммуникаций в системе управления организацией // Политэкономические проблемы развития современных агроэкономических систем: Материалы национальной научно-практической конференции, Воронеж, 25 мая 2021 года / Под общей редакцией Е.Б. Фалькович, Е.А. Мамистовой. – Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет им. Императора Петра I, 2021. С. 207-211.

3. Abuzyarova Zh. Effective internal communications as a result of a successful organization / Zh. Abuzyarova, R. Utalieva // Sciences of Europe. 2022. No. 90-2(90). P. 3-6.

4. Соколова М.С. Способы осуществления коммуникативной адаптации // Вестник ЮУрГГПУ. 2012. №8. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/sposoby-osuschestvleniya-kommunikativnoy-adaptatsii. (дата обращения: 23.03.2024).

ADAPTATION AS THE BASIS FOR EFFECTIVE COMMUNIACTIONS IN ORGANIZATION (USING THE EXAMPLE OF SBERBANK PJSC)

A.A. Zvereva, A.E. Kuzmina

This article explains the essence of the concept of communication as a factor of effective interaction in the company, provides a description of its purpose, role, orientation and functions of affiliation and control.

The paper highlights the main advantages of effective communication, and also analyzes its impact on the sphere of management and personnel adaptation.

By the example of such an organization as "Sber", the following methods of adaptation were highlighted: individual mentoring system "Buddy-program", which is necessary for both young, new employees and experienced specialists for personal adaptation and the deepest study of the specifics of work activities, and the method of welcome-training to understand the mission and purpose of the organization, which contribute to the development of not only interpersonal and business communications, but also the company as a whole.

Keywords: communication in the organization, adaptation, adaptation methods, communication goals, functions, advantages, communication skills.

УДК 316

ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О САМОРАЗВИТИИ (НА ПРИМЕРЕ СТУДЕНТОВ ННГУ ИМ. Н.И. ЛОБАЧЕВСКОГО)

Е.С. Карпова, О.В. Чупрова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Представлены результаты социологического исследования «Саморазвитие: выбор или необходимость», посвященного изучению саморазвития студентов. Для исследования использован метод анкетного онлайн-опроса. Исследование проводилось на выборке, объем которой составил 100 человек в возрасте от 17 до 24 лет, среди студентов-бакалавров из ННГУ им. Н.И. Лобачевского, очной формы обучения естественно-научных, гуманитарных, экономических и технических специальностей, в их числе 50% юношей и 50% девушек. Представлен анализ исследований проблемы саморазвития обучающихся. Рассматриваются особенности занятия саморазвитием: причины, личные предпочтения студентов в выборе сферы жизни для дальнейшего развития, форматы и способы занятия саморазвитием. Общая цель – выявление гендерных особенностей представлений о саморазвитии у студентов высшего учебного заведения на примере ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Ключевые слова: гендер, гендерные особенности, студенты, саморазвитие, практики саморазвития.

Введение

В современной образовательной парадигме, которая ориентирована на удовлетворение потребностей личности, особое место занимает проблема саморазвития человека. В связи с этим изменяются требования, предъявляемые к современному студенту вуза [1]. Высшее образование требует превращения вузов в систему, нацеленную на развитие способности личности к самореализации. Основой современного образования должны стать не просто знания, получаемые в процессе изучения образовательной программы, а сформированные способы мышления и виды деятельности, умения эффективно действовать в нестандартных ситуациях, ориентироваться в динамично развивающейся информационно-коммуникационной среде [2].

Молодые люди активно стремятся найти свое место в жизни, реализовать свой личностный потенциал, вместе с тем, общество пропагандирует гендерные нормы и стереотипы «успешности», тем самым ограничивая проявления индивидуальности и реализации себя в жизни [3].

Методы исследования

Материалом послужили результаты социологического исследования «Саморазвитие: выбор или необходимость», которое было проведено в ноябре-декабре 2023 г. Анкета была размещена на платформе Google Forms. Кроме

вопросов, связанных с представлением и отношением студентов к саморазвитию, в анкету вошли также вопросы о способах саморазвития, об их ценностных ориентациях и о предпочтениях в литературе. После проверки и ремонта выборки статистический анализ осуществлен на массиве из 100 анкет.

Обработка, первичный анализ и факторный анализ социологических данных осуществлялись с использованием аналитического программного обеспечения IBM SPSS Statistics 26.

Выборка исследования

В ходе исследования методом анкетирования опрашивались студенты ННГУ им. Н. И. Лобачевского в возрасте от 17 до 24 лет. Бакалавры очной формы обучения естественно-научных, гуманитарных, экономических и технических специальностей, в их числе 50% юношей и 50% девушек. Доля студентов первого курса составила 22%, второго – 33%, третьего – 34%, четвёртого – 11%.

Результаты исследования. Выявлены некоторые гендерные особенности в представлениях студентов о саморазвитии. Было произведено разделение индикаторов на три группы: содержание, цель и пути. Почти все студенты в своих ответах на вопрос дали определение понятия «саморазвитие». Треть студентов указали цель саморазвития. Также треть юношей и почти половина девушек упомянули о путях и способах саморазвития (табл. 1).

Таблица 1

Частота встречаемости индикаторов саморазвития в ответах опрошенных, %

Категория анализа	Наиболее часто встречающиеся индикаторы саморазвития	Все	Юноши	Девушки
Содержание саморазвития	Личностный рост, познание себя, развитие: умственное, физическое или духовное, вклад в будущее, «работа над собой», «принятие себя», часть жизни, «труд», «любовь к себе», «дисциплина», самореализация, самосовершенствование.	92	90	94
Цель саморазвития	Стремление стать лучше, совершенствование личных навыков, жить в «гармонии с собой» в будущем, принести пользу обществу, «стать лучше», увеличить доход, поиск себя и своего места в жизни, чувствовать себя «комфортно» в будущем.	35	36	34
Пути саморазвития	«Учиться новому», чтение книг, изучение психологии, просмотр развивающих видео, прослушивание подкастов.	37	28	46

Следует отметить, у юношей и у девушек временна́я перспектива саморазвития направлена прежде всего на будущее (табл. 1). Настоящее не нашло отражения в представлениях студентов. В высказываниях студентов были указаны только те цели, которые помогут изменить будущее: чувствовать себя «комфортно», жить в «гармонии с собой», увеличить доход, поиск себя и своего места в жизни.

Сгруппировав ответы на открытый вопрос по принципу ассоциации с саморазвитием, можно сделать вывод, что для юношей и для девушек саморазвитием является личностный рост (табл.2). Для юношей саморазвитие в большей степени материализовано, чем для девушек. Студенты в большей степени, чем студентки в своих ответах упоминали материальную составляющую жизни. Это связано с тем, что для юношей мерой реализации себя становится престиж, авторитет, выраженный в материальном эквиваленте.

Таблица 2

Ассоциации с саморазвитием девушек и юношей, %

Ассоциации	Все	Юноши	Девушки
Личностное развитие	80	72	88
Развитие и улучшение навыков\умений	59	60	58
Улучшение качества жизни (материальная составляющая)	11	18	4
Дисциплинированность	3	4	2

Самой распространенной причиной занятия саморазвитием для юношей и девушек является приобретение чувства уверенности в условиях неопределенности, профессиональный рост.

В ходе исследования студентам необходимо было выбрать тему в сфере саморазвития, которая имеет прикладную ценность для них в ближайший год. Наиболее актуальной темой в саморазвитии как для юношей (38%), так и для девушек (40%) является развитие личной эффективности. У юношей прослеживается больший интерес к теме критического мышления (24%), среди девушек данная тема не так актуальна (10%). Тему ораторского мастерства девушки (14%) выбирают чаще, чем юноши (4%). Возможно, это связано с тем, что для девушек важнее уметь правильно преподнести себя в обществе, а для юношей – уверенность в умении сохранять спокойствие в критических ситуациях и здраво оценивать свои возможности.

В ближайший год почти половина студентов хотели бы заняться своим ментальным и психологическим здоровьем (43%), но чаще всего данным аспектом заинтересованы девушки (60%), юношей данный аспект интересует в меньшей степени (26%). Юноши часто выбирают ЗОЖ (18%) и саморегуляцию

(18%). Это говорит о том, что молодые люди в равной степени заинтересованы в своём психологическом и физическом здоровье, девушки больше внимания уделяют психическому здоровью, в отличие от своей физической подготовки.

Студенты предпочитают заниматься саморазвитием бесплатно (37%) и готовы тратить средства при крайней необходимости (23%), что связано с ограниченностью их бюджета. Это объясняет, почему юноши и девушки выбирают такие форматы саморазвития, как различные развивающие приложения (34% и 42%), книги по психологии и саморазвитию (26% и 36%) и прослушивание подкастов (24% и 30%), зачастую все эти инструменты находятся в свободном доступе в Интернете и не требуют особых финансовых затрат. Кроме того, среди юношей популярным форматом является изучение исследований и трендов (32%), а среди девушек интервью со специалистами в сфере саморазвития (24%).

Заключение

Анализ представлений юношей и девушек о саморазвитии позволил выявить некоторые гендерные особенности. Самой распространенной причиной саморазвития для юношей и девушек является приобретение чувства уверенности в условиях неопределенности. Далее стремление управлять своими мыслями и телом, профессиональный рост (наиболее популярны среди девушек). Приобретение чувства уверенности в условиях неопределенности, обретение смысла жизни и признание в кругу знакомых являются более распространенными ответами юношей.

Актуальными темами в сфере саморазвития, имеющими прикладную ценность на ближайший год для студентов ННГУ им. Н.И. Лобачевского, является развитие личной эффективности.

Понимание гендерных особенностей представлений о саморазвитии может помочь специалистам в области образования, психологии и социологии разрабатывать индивидуальные подходы к развитию личностей, учитывая их гендерную принадлежность и социальный контекст.

Список литературы

1. Ворожейкина А.В. Инновационные формы обучения как средство формирования и развития личности обучающихся всех уровней образования / А.В. Ворожейкина, А.А. Семченко, А.Н. Богачев // Современная высшая школа: инновационный аспект. 2018. № 1. С. 116-123.

2. Гнатышина Е.В. Аксиологические основания информационной подготовки в профессиональном образовании / Е.В. Гнатышина // Современная высшая школа: инновационный аспект. 2015. № 4. С. 71-77.

3. Балыкина О.С. Гендерные детерминанты саморазвития личности студентов различных специальностей / О.С. Балыкина, Л.П. Петухова // Педагогическое образование в России. 2014. № 5. С. 117-122.

GENDER PECULIARITIES OF STUDENTS' IDEAS ABOUT SELF-DEVELOPMENT. N.I. LOBACHEVSKY

E.S. Karpova, O.V. Chuprova

The results of the sociological study "Self-development: choice or necessity" devoted to the study of students' self-development are presented. The method of online questionnaire survey was used for the study. The research was conducted on the sample, the volume of which amounted to 100 people aged from 17 to 24 years old. The survey was conducted among undergraduate students from N.I. Lobachevsky NNGU, full-time students of natural sciences, humanities, economics and technical specialties, including 50% of boys and 50% of girls. The article presents a theoretical analysis of research on the problem of self-development of students. The peculiarities of self-development occupation are considered: reasons, personal preferences of students in choosing the sphere of life for further development, as well as formats and ways of self-development occupation. Gender peculiarities of students' self-development perceptions in higher education are analyzed. The purpose of this study is to identify gender features of students' perceptions of self-development in higher education institution on the example of NNGU named after N.I. Lobachevsky.

Keywords: gender, gender characteristics, students, self-development, self-development practices.

УДК 314

ЭТНИЧЕСКИЙ ЭКСТРЕМИЗМ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ КАК СОЦИАЛЬНОЕ ЯВЛЕНИЕ

М.С. Киселева, Д.Д. Отрепьева
Нижегородский государственный педагогический университет
им. К. Минина

В статье рассмотрены понятия «этнический экстремизм» и «молодёжное сознание». Авторами отмечается, что именно в молодёжной среде особенно ярко выражен этнический экстремизм, и такое явление происходит не периодически, а постоянно присутствует в обществе. Так же описываются причины, по которым этнический экстремизм в молодежной среде присутствует постоянно.

Ключевые слова: этнический экстремизм, молодёжное сознание, межнациональные отношения, стереотипы.

Современное социальное пространство России является достаточно многонациональным, характеризуется неравномерным развитием этнических групп, в связи с разным уровнем этнокультурного сознания. Это придает некий колорит характеру модернизационных процессов во всех сферах жизни общества Российской Федерации с учетом специфики регионов. Столкновение различных культур, взглядов, убеждений и самосознания часто приводит к межэтническим конфликтам, порой доходящим до угроз жизни, терактов и жертв. Такое явление получило названия этнический экстремизм. Мы хотим разобраться в проблеме этнического экстремизма в молодежной среде и определить его масштаб, провести исследования среди молодежи и сделать определенные выводы.

Этнический экстремизм – одно из самых распространенных явлений двадцатого столетия. В основе этнических конфликтов лежит противоречие между признанием естественного права народов самим определять свою судьбу и принципом национального единства и территориальной целостности государства [1].

Конфликты являются самыми частыми и вызывают сильный дисбаланс в обществе. Чаще всего этнический экстремизм проявляется в регионах с нестабильной межэтнической ситуацией. Ему подвержены группы людей с общими чертами – культурой, бытом, и главное – национальностью. Этнический экстремизм – проблема, которая оказывает влияние на политическую, экономическую, социальную и многие другие сферы жизни общества, вызывая общественные волнения и конфликты. Большее влияние этот вид экстремизма оказывает на политическую жизнь, каждый этнос считает свою нацию высшей

ценностью [2]. Если рассматривать этнический экстремизм как социальное явление, то можно понять, что он представляет собой неприязнь по отношению к другим народам, агрессивность, ненависть к представителям других этносов. Чаще всего экстремизм возникает вследствие социальных перемен, смены поколений.

Этнический экстремизм в молодежной среде чаще всего появляется из-за популярных интернет-мессенджеров, ведь одной из его причин является большая информационная атака через сеть интернет. Именно молодёжь является активным пользователем интернет-источников, также создает там кумиров, которые могут пропагандировать экстремистские взгляды и вербовать своих сторонников.

Проследим динамику проявления этнического экстремизма в обществе через статистические данные.

Обращаясь к статистике МВД, опубликованной ИНТЕРФАКС, видим: «В январе – декабре 2023 г. зарегистрировано 1340 преступлений экстремистской направленности (-14,4%)» [3]. Согласно статистическим данным, размещенным на сайте МВД: «В январе 2024 г. зарегистрировано 92 преступления экстремистской направленности (-31,3%)» [4]. За совершение преступления, связанного с экстремизмом, УК РФ (ст. 280, 136,148 и др.) предусмотрено уголовное наказание в виде лишения свободы. Согласно данным статистики видно, что за последние годы наблюдается снижение преступление экстремистской направленности. В данном феномене возможной причиной может являться ужесточение мер, направленных органами власти на предотвращение готовящихся преступлений. Кроме того, усилен контроль за информацией, установлены блокировки некоторых интернет-мессенджеров.

Помимо официальных данных и статистики мы провели собственный опрос в формате Yandex Формы среди студентов НГПУ им. Козьмы Минина и обучающихся средний школы, получив следующий данные:

Отношения к другим нациям: нейтральное – 57.3%, позитивное – 38.8%, негативное – 1.9% Согласные с установкой, что другие нации совершают больше преступлений – 12.6%. Не согласны – 54.4%. Затрудняются ответить – 33%. Можно ли оправдать этнические преступления? 98% – нет. Основной аргумент – это все еще остается преступлением. Замечена тенденция, что русские являются более нетерпимыми к лицам других национальностей.

Студенты русской национальности негативнее остальных относятся к лицам других национальностей (азербайджанцы, таджики, туркмены и т.д.)

Другой причиной этнического экстремизма в молодёжной среде является проблема самоидентификации молодых людей. Данная проблема образовалась,

ввиду существующей системы образования в России, а именно подчеркнутого однотипного склада ума и идентичность всех. С одной стороны, данная причина кажется, наоборот, – плюсом, т.к. социум прививает отсутствия различий между людьми, с другой стороны, молодые люди именно в школьном возрасте стараются себя показать, выделиться из толпы (не последнюю роль здесь играет и гормональное развитие) [5]. Соответственно, неспособность определить себя к какому-либо этническому слою, отсутствие культуры знания разных народов и их особенностей (как уже упомянуто ранее) может послужить причиной враждебного отношения к другим нациям.

На основании данных МВД и собственного опроса можно сделать вывод: этнический экстремизм – распространенная проблема среди молодежи. Русские более нетерпимы к другим национальностям, чем другие этносы, но из-за неуважительного отношения к себе люди других национальностей тоже склонны к этническим конфликтам. Воспитание и общество, в котором растет молодежь, играет большую роль в складывании отношения к другим нациям.

Список литературы

1. Внутригородское муниципальное образование города федерального значение Санкт-Петербурга муниципальный округ №21 // Что такое этнический экстремизм? 2021. URL: https://clck.ru/39Btbz (дата обращения: 01.04.2024)

2. Бабинцев В.П. Этнический экстремизм в молодежной среде: диагностика и перспективы преодоления / В.П. Бабинцев, Б.В. Заливанский, Е.В. Самозвалов // Мир России. 2011. №1. С. 74-87.

3. Официальный сайт ИНТЕРФАКС. URL: https://www.interfax.ru/russia/884032 (дата обращения: 01.04.2024)

4. Официальный сайт МВД России. URL: https://xn--b1aew.xn--p1ai/reports/item/47525142/ (дата обращения: 09.04.2024)

5. Кузьмин А.В. Социально-культурная профилактика экстремизма в молодежной среде: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора педагогических наук 13.00.05 – Теория, методика и организация социально-культурной деятельности / А.В. Кузьмин. – Тамбов, 2015. 53 с.

ETHNIC EXTREMISM AMONG YOUNG PEOPLE AS A SOCIAL PHENOMENON

M.S. Kiseleva, D.D. Otrepieva

The article discusses the concepts of “ethnic extremism" and "youth consciousness". The authors notes that it is in the youth environment that ethnic extremism is especially pronounced, and such a phenomenon does not occur periodically, but is constantly present in society. It also describes the reasons why ethnic extremism is constantly present among young people.

Keywords: ethnic extremism, youth consciousness, interethnic relations, stereotypes.

УДК 159

ВЗАИМОСВЯЗЬ СТРЕССОУСТОЙЧИВОСТИ И ВЫБОРА ПОВЕДЕНИЯ В КОНФЛИКТНОЙ СИТУАЦИИ

А.Е. Кожевникова
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина

Представлено ознакомление с проблемой как выбора стратегии поведения при различных конфликтных ситуациях. Мы предполагаем, что любой конфликт – это стресс. Ежедневно мы сталкиваемся с большим количеством стрессогенных факторов. Стрессоустойчивость помогает нам адаптироваться к изменениям, которые происходят с нами и имеют непосредственное влияние на окружающую среду. Проведено исследование с помощью методики Томаса-Килмана (в адаптации Н.В. Гришиной), представлены его результаты и их анализ. Приведена классификация стилей конфликтного поведения по К. Томасу и Р. Килману. Рассматривается понятие «стрессоустойчивости» и его факторы. Проанализирована работа С.В. Субботина «Устойчивость к психическому стрессу как характеристики метаиндивидуальности учителя».

Ключевые слова: стрессоустойчивость, поведение в конфликтной ситуации, стресс, конфликт, адаптация.

Формирование стрессоустойчивости является главным аспектом в жизни каждого человека. «Стрессоустойчивость – это индивидуальная психологическая особенность, заключающаяся в специфической взаимосвязи разноуровневых свойств интегральной индивидуальности, что обеспечивает биологический, физиологический и психологический гомеостаз системы и ведет к оптимальному взаимодействию субъекта с окружающей средой в различных условиях жизнедеятельности и деятельности» [1]. Такое понятие нам предлагает в своей работе С.В. Субботин.

На формирование стрессоустойчивости влияют и врожденные факторы, и предшествующий опыт преодоления ситуаций стресса, и текущее состояние организма. Низкая стрессоустойчивость может быть связана с негативным прошлым опытом – когда активные действия не помогали справиться со стрессом. Например, в детстве ребёнок не сталкивался с проблемными ситуациями, у него не выработаны стратегии для их преодоления, и когда он попадает в них во взрослой жизни, то не знает, что делать. Но повышение стрессоустойчивости во взрослом возрасте, возможно. Увеличение компетентности в разных ситуациях – когда мы знаем, что делать, как решать проблемы, уровень напряжения в возникающих сложных ситуациях ниже. Выработка способов саморегуляции, которые помогают лучше переносить действие негативных факторов. Стоит отметить, что поведение в конфликтной

ситуации открыто взаимодействует со стрессоустойчивостью [2]. Например, избегание или соперничество может говорить о низкой стрессоустойчивости, потому что человек, который выбирает данные стратегии, легко поддаётся стрессовым обстоятельствам.

Тема поведения в конфликтной ситуации раскрывалась в работах Кеннета Томаса и Ральфа Килмана. Авторы считали, что люди должны не стремиться избежать конфликта любой ценой, а грамотно управлять ими.

По мнению К. Томаса и Р. Килмана, в основании типологии конфликтного поведения лежат два поведенческих стиля:

● кооперация, связанная с вниманием человека к интересам других людей, вовлеченных в конфликт,

● напористость, для которой характерен акцент на защите собственных интересов.

Соответственно этим двум основным измерениям К. Томас выделяет следующие способы регулирования конфликтов:

а) соперничество (соревнование, конфронтация), которое выражается в стремлении добиться удовлетворения своих интересов в ущерб интересов другого человека;

б) приспособление (уступчивость), означающее, в противоположность соперничеству, принесение в жертву собственных интересов ради интересов другого;

в) компромисс, как соглашение между участниками конфликта, достигнутое путем взаимных уступок;

г) избегание (уход, игнорирование), для которого характерно как отсутствие стремления к кооперации, так и отсутствие тенденции к достижению собственных целей;

д) сотрудничество, когда участники ситуации приходят к альтернативе, полностью удовлетворяющей интересы обеих сторон.

Возможности каждой из пяти стратегий:

1. Избегание эффективно в ситуациях, когда партнер обладает объективно большей силой и использует ее в конфликтной борьбе. В общении со сложной конфликтной личностью используйте любую возможность, чтобы избежать конфликта: в этом нет ничего постыдного или унизительного. Избегание приносит положительные плоды, являясь временной отсрочкой в решении конфликта: пока на руках мало данных или нет психологической уверенности в своей позиции. Временно уйти от проблемы, чтобы в дальнейшем решить её окончательно, – это часто единственно верная стратегия.

2. Приспособление естественно в ситуациях, когда затронутая проблема не так важна для человека, как для его оппонента, или отношения с оппонентом представляют собой самостоятельную ценность, значимее достижения цели. Это непредсказуемая по своим последствиям стратегия. Если отказ от цели не стоил человеку большого труда, уступчивость может положительно сказаться на его самооценке и отношениях с партнером. Очень важно чувствовать, что другой заметил и оценил жертву. В противном случае остается чувство досады, обиды и, следовательно, почва для эмоционального конфликта.

3. Соперничество – стратегия для серьезных ситуаций и жизненно важных проблем, зачастую она эффективна в экстремальных ситуациях. Противоборство оправданно, если цель чрезвычайно важна или, если человек обладает реальной силой и властью, уверен в своей компетентности. Если власти и силы недостаточно, можно увязнуть в конфликте, а то и вовсе проиграть. Кроме того, применение конфронтации для решения проблем в личных отношениях чревато отчуждением.

4. Сотрудничество – это не столько стратегия поведения, сколько стратегия взаимодействия. Она незаменима в близких, продолжительных и ценных для обоих партнеров отношениях, при равенстве статусов и психологической власти. Она позволяет партнерам разрешить конфликт, не отказываясь от своих реальных целей. Всем хорошо сотрудничество, кроме одного. Это длинная история. Нужно время, чтобы проанализировать потребности, интересы и опасения обеих сторон, а затем тщательно обсудить их, найти наилучший вариант их совмещения, выработать план решения и пути его выполнения. Сотрудничество не терпит суеты и спешки, но позволяет решить конфликты полностью. Если времени нет, можно прибегнуть к компромиссу как к «заменителю» сотрудничества.

5. Компромисс, или квазисотрудничество, или торг о взаимных уступках. Эффективен в ситуациях, требующих быстрого исхода. «Дележ» потребностей бывает необходим для сохранения отношений, особенно в тех случаях, когда возместить интересы сторон невозможно. Компромисс редко приносит истинное удовлетворение результатом конфликтного процесса. Любые варианты дележа – пополам, поровну, по-братски –психологически несправедливы. И это понятно: цель полностью не достигнута, некоторая часть брошена на алтарь позитивного исхода конфликта, но оценить жертву некому, так как оппонент пострадал, как и вы сами [3].

В заключение можно сказать, что формирование стрессоустойчивости коррелирует с поведением в конфликтной ситуации.

Список литературы

1. Субботин С.В. Устойчивость к психическому стрессу как характеристики метаиндивидуальности учителя: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07 / С.В. Субботин. Пермь, 1992. 152 с.
2. Обозов Н.Н. Психология конфликта. Издательство: ЛНПП «Облик». 2009. 48 с.
2. Тест описания поведения К. Томаса (адаптация Н.В. Гришиной) // Психологические тесты / Под ред. А.А. Карелина: В 2 т. М., 2001. Т. 2. С. 69-77.

THE RELATIONSHIP BETWEEN STRESS RESISTANCE AND CHOICE OF BEHAVIOR IN A CONFLICT SITUATION

A.E. Kozhevnikova

This article provides an introduction to such a problem as the choice of behavior strategy in various conflict situations. We assume that any conflict is stressful for every person. Every day we face a large number of stressors. The concept of stress resistance helps us adapt to changes that happen to us and have a direct impact on the environment. We conducted a study using the Thomas-Kilman method (adapted by N.V. Grishina), presented its results and their further analysis. The classification of styles of conflict behavior according to K. Thomas and R. Kilman is given. The concept of "stress resistance" and its factors is also discussed. The work of Subbotin S.V. was analyzed. "Resistance to mental stress as a characteristic of a teacher's meta-individuality."

Keywords: stress resistance, behavior in conflict situations, stress, conflict, adaptation.

УДК 159.9

ЛИЧНОСТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МОЛОДЕЖИ, ИСПОЛЬЗУЮЩЕЙ АЛЬТЕРНАТИВНОЕ ПРОГРАМНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ В ИНТЕРНЕТ-АКТИВНОСТИ

Ю.С. Козлова
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина

Обсуждаются вопросы Интернет-активности людей в условиях ограничений контента и сервисов. Проведено исследование использования респондентами социальной сети TikTok, доступ к которой частично ограничен в России. Изучены личностные характеристики людей, использующих и не использующих альтернативное программное обеспечение (АПО) в отношении данной социальной сети. В нашем исследовании люди были разделены на 2 группы в зависимости от того, предпринимают ли они попытки обхода блокировок. Первая группа людей состоит из тех, кто не пытается обойти блокировку, люди из этой группы либо продолжают использовать приложение с ограниченным функционалом, либо перестали пользоваться им вовсе. Люди же из второй группы различными способами снимают блокировку, например, с помощью альтернативного программного обеспечения. Было выявлено, что респонденты, использующие АПО, более склонны к риску, а респонденты, не применяющие дополнительные инструменты в Интернет-активности, являются более добросовестными и демонстрируют социально одобряемое поведение.

Ключевые слова: молодежь, альтернативное программное обеспечение, интернет-активность, личностные факторы, рисковое поведение, отношение к технологиям.

В настоящее время выпускается огромное количество различных компьютерных и мобильных программ, которые своей функциональностью позволяют добиться наибольшей продуктивности в *Интернет-активности*. Среди востребованных направлений Интернет-активности можно выделить получение доступа к ограниченному контенту. Для этого используется *альтернативное программное обеспечение* (АПО) [1]. Однако, не все люди прибегают к использованию АПО в качестве замены исходной программы. Например, многие отказываются от использования приложения (при условии, что ранее были его активным пользователем) или продолжают применять его ограниченную версию.

В современных реалиях блокировке и ограничениям подвержены большой массив контента и приложений. Иногда это закрепляется на законодательном уровне и считается нормативным. В свою очередь, обход ограничений и блокировок может восприниматься как девиантность, противоречие общественным нормам. Люди, которые стремятся к обходу блокировок, вероятно, более подвержены *рисковому поведению*. Риск может быть связан как с нарушением норм социального поведения, так и с сомнительными,

непроверенными путями обхода блокировок. Поскольку способы обхода блокировок не регулируются и не проходят проверку, есть вероятность столкнуться с вредоносным ПО, что может привести к потере личных данных и навредить устройству [1].

Использование различных приложений для поиска информации и развлекательной активности в Интернете может быть связано с *отношением человека к технологиям*. Г.У. Солдатова с коллегами выделила два типа людей – технофилов и технофобов [3]. Эти два понятия предполагают разное отношение к технологиям. Технофилы позитивны в отношении новых технологий, получают удовольствие от новинок и готовы приобретать новый опыт при их использовании. Технофобы сталкиваются с внутренним сопротивлением при взаимодействии с новыми технологиями, могут видеть в них угрозу, не считают их необходимыми, достаточно консервативны в своих взглядах и используют только привычные для себя технологии. В контексте нашего исследования можно предположить, что люди не прибегают к использованию АПО и других способов обхода ограничений по причине их негативного представления о технологиях как таковых; и, наоборот, возможно люди готовы к освоению АПО, так как им нравятся все технологические новинки, они стремятся разнообразить свой цифровой опыт [4].

На примере использования социальной сети TikTok, доступ к которой с марта 2022 г. стал ограниченным на территории РФ, рассмотрим особенности личностных характеристик людей, использующих АПО. По нашему мнению, обращение к АПО обусловлено следующими личностными свойствами: основными личностными факторами по «Большой пятерке» (экстраверсией, нейротизмом, добросовестностью, доброжелательностью, открытостью опыту); склонностью к риску; отношением к технологиям.

Цель данной работы – изучить личностные характеристики людей, использующих АПО. Выборка составила 62 человека в возрасте от 16 до 23 лет. В выборку вошли 46 женщин (74%) и 16 мужчин (26%). Выборка была разделена на 2 группы. Первая группа состоит из людей, использующих АПО в своей интернет-активности («глобальная группа»), вторая группа – люди, отказавшиеся от использования АПО («локальная группа»). Глобальная группа включает людей, использующих различные методы для обхода заблокированного контента в приложении TikTok. Обходя блокировку, люди из этой группы получают доступ к новым и актуальным видеоматериалам, в том числе к тем, которые были опубликованы на зарубежных сайтах. Локальная группа состоит из людей, которые не стремятся к обходу блокировок, выбирают более «добросовестные» источники информации. Например, в эту группу вошли

люди, которые продолжают просматривать доступный старый контент, который не был подвержен блокировке, а также люди, которые отказались от использования приложения TikTok из-за наложенных региональных ограничений. В «глобальную группу» вошел 31 респондент (22 женщины (70%) и 9 мужчин (30%)). В «локальной группе» оказался тоже 31 респондент (24 женщины (77%) и 7 мужчин (23%)).

В качестве *методов исследования* использовались опросник «Оценка склонности к риску» (Г. Шуберт, адаптация М.А. Котик), Опросник «Большая пятёрка» (BFI-2) (О. Джон, К. Сото, адаптация С.А. Щебетенко и др.), «Отношение к технологиям» (Г.У. Солдатова, Т.А. Нестик и др.). Статистическая обработка данных осуществлялась с помощью t-критерия Стьюдента.

По результатам исследования были выявлены следующие личностные особенности людей, использующих и не использующих АПО (см. табл. 1).

Таблица 1

Личностные особенности людей, использующих и не использующих АПО

Показатели	Глобальная группа; использование АПО	Локальная группа; отказ от использования АПО	Уровень значимости P
Склонность к риску	4,9	-10,9	0,00007
Добросовестность	17,35	19,74	0,02

Сравнение показателей двух групп показало, что параметр «Добросовестность» значимо выше у респондентов, не использующих АПО, а склонность к риску более выражена у использующих АПО. По остальным показателям не было обнаружено значимых различий. Так как отношение к технологиям у обеих групп является сходным, можно предположить, что стремление обходить ограничения, скорее, связано с личностными особенностями.

Обход блокировок зачастую связан с непроверенным ПО, что обусловливает риски нанести вред своему устройству и потерять свои данные. Кроме того, использование различных программ для обхода ограничений негативно оценивается обществом и государством, часто ассоциируется с незаконопослушным поведением. Можно сделать вывод, что для использования АПО необходимо быть готовым к негативным последствиям, что отражено в более высоком уровне склонности к риску у глобальной группы респондентов. Локальная группа не вовлекается в использование обхода блокировок по причине высокой выраженности добросовестности и склонности к социально одобряемому поведению.

Таким образом, у людей, в зависимости от их личностных особенностей, может варьироваться поведение не только в реальной жизни, но и в Интернете. Под влиянием совокупности факторов человек способен прибегать к той или иной модели поведения в Интернете, выбирая наиболее приемлемую для себя стратегию. В этой работе мы рассмотрели некоторые из личностных факторов, способных повлиять на виртуальную активность человека, заключающуюся в данном случае, в обходе ограничений.

Список литературы

1. Вичугова А.А., Вичугов В.Н. Альтернативное программное обеспечение // Прикладная информатика. 2008. № 4. С. 18-21.

2. Корнилова Т.В. Психология риска и принятия решений. М.: Аспект Пресс, 2003.

2. Солдатова Г.У., Нестик Т.А., Рассказова Е.И., Дорохов Е.А. Психодиагностика технофобии и технофилии: разработка и апробация опросника отношения к технологиям для подростков и родителей // Социальная психология и общество. 2021. Т. 12. № 4. С. 170-188.

3. Нестик Т.А., Солдатова Г.У. Основные модели цифровой компетентности // Наука. Культура. Общество. 2016. № 1. С. 107-119.

PERSONAL CHARACTERISTICS OF YOUNG PEOPLE USING ALTERNATIVE SOFTWARE IN INTERNET ACTIVITY

Yu.S. Kozlova

This article discusses the issues of people's Internet activity in the context of restrictions on content and services. A study was conducted of respondents' use of the social network TikTok, access to which is partially limited in Russia. The personal characteristics of people who use and do not use alternative software (AS) in relation to this social network are studied. In our study, people were divided into 2 groups depending on whether they attempted to bypass the blocking. The first group of people consists of those who do not try to bypass the blocking; people from this group either continue to use the application with limited functionality or have stopped using it altogether. People from the second group remove the blocking in various ways, for example, using alternative software. It was found that respondents who use AS are more prone to risk, and respondents who do not use additional tools in Internet activity are more conscientious and demonstrate socially approved behavior.

Keywords: youth, alternative software, Internet activity, personal factors, risky behavior, attitude to technology.

УДК 37.041

ИНТЕЛЛЕКТ-КАРТА КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Н.Л. Кузнецова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Изучается метод интеллект-карт. Их можно использовать в различных сферах деятельности человека – и в личной жизни, и в работе, и в учебе. Они помогут в структурировании мыслей и генерации новых идей. Более подробно интеллект-карта была рассмотрена в учебной деятельности как способ конспектирования материала на лекциях. В сравнении с традиционными линейными конспектами были раскрыты все достоинства метода интеллект-карт. В их основе лежит идея, что можно добиться более эффективной и производительной работы мозга, если дать возможность всем его потенциальным способностям работать совместно, помогая друг другу, а не применять их по отдельности. Интеллект-карты направлены на целостное развитие нашего мышления, его основных мыслительных операций. В этом помогают такие компоненты интеллект-карты, как ассоциативный принцип, визуализация, структурирование, творчество.

Ключевые слова: интеллект-карта, учебная деятельность, конспектирование, ассоциация, структурирование, визуализация, творчество, запоминание.

Интеллект-карта – графический способ представления идей и понятий, удобная техника для представления процесса мышления или структурирования информации в визуальной форме, позволяющая человеку справляться с информационным потоком. Автором интеллект-карты является Тони Бьюзен (известный писатель, лектор и консультант в интеллектуальной области, психологии обучения и проблематики мышления), который изобрел ее в 1960-е годы [1].

Интеллект-карты можно применять в различных сферах нашей жизни – в учебе, в работе, в личной жизни. С помощью них можно провести самоанализ, разработать цели, построить планы, подготовиться к экзамену или публичному выступлению.

Подробнее остановимся на применении интеллект-карт в учебной деятельности. Они могут оказать помощь в подготовке к экзаменам, если создать интеллект-карту по каждой теме или обобщить всю информацию по предмету в одной карте. Интеллект-карты могут помочь осуществить проверку знаний – учащимся нужно будет заполнить пустые ветви в подготовленной интеллект-карте по какому-либо предмету. В интеллект-карте можно кратко отразить главные идеи доклада, что позволит во время выступления легче

ориентироваться в своем материале, снизив тем самым вероятность потери нити повествования. С помощью интеллект-карт можно вести конспекты лекций. Конспектирование представляет собой процесс наведения мостов между мышлением и письменным изложением мыслей. От его эффективности будет зависеть успех нашей учебной деятельности. Подробнее рассмотрим применение интеллект-карт в качестве способа конспектирования материала, проведя сравнение между ними и традиционными линейными конспектами, хорошо знакомыми каждому из нас.

Обычные традиционные конспекты предполагают изложение информации либо в виде связного текста в повествовательном стиле, либо в виде перечисления основных идей по пунктам. То есть, конспектирование ведется в виде стандартных, так называемых линейных, записей.

Интеллект-карта строится следующим образом. В середине листа, расположенного горизонтально, пишется центральная тема. От нее отходят ветви к периферии, ассоциативно связанные с главной темой. На этих ветвях отражается какой-либо ключевой аспект центральной темы, выраженный в виде слова или словосочетания. Затем линии начинают «ветвиться» и возникают ветви второго и третьего порядка. Очевидно, что данный процесс нельзя назвать линейным.

В стандартной системе ведения конспектов происходит потеря ключевых слов, в которых обычно заключаются важные идеи. В традиционных конспектах ключевые слова нередко встречаются на разных страницах и теряются в массе менее важных слов. В итоге затрудняется формирование необходимых ассоциаций, связывающих ключевые понятия и концепты.

В основе интеллект-карты лежит ассоциативный принцип. Она всегда строится вокруг центрального объекта. Каждое слово и графическое изображение, которые являются ключевыми понятиями, могут быть центром очередной ассоциации, а весь процесс структурирования материала представляет собой потенциально бесконечную цепь ответвляющихся ассоциаций, исходящих из общего центра. Благодаря ассоциативному принципу происходит связывание всей информации в один общий концепт, обеспечивается понимание логики и закономерностей.

В линейных конспектах не обеспечивается стимулирования творческих сил мозга. В конспектах, построенных в виде последовательного изложения материала или перечня пунктов, складывается ощущение, что в какой-то момент вся информация исчерпана. Это ложное ощущение завершенности замедляет и сковывает мыслительный процесс. Помимо этого, добавление новой мысли в

уже готовый фрагмент конспекта может вызвать затруднения, так как место для этого остается слишком мало.

Создание интеллект-карты обеспечивает возможность построения бесконечного числа веточек-ассоциаций. Добавлять информацию можно в любое время. Это стимулирует творческую деятельность мозга, предоставляя ему полный размах мыслей. В процессе создания интеллект-карты студент начинает активно включаться в деятельность. Он начинает обрабатывать информацию, производить ее фильтрацию, выделять ключевые моменты, строить связи и отношения. Это позволяет обучающемуся из пассивного участника образовательного процесса стать активным.

Линейное изложение информации, потеря ключевых слов, отсутствие возможности для развития творчества, а также неиспользование цвета или использование лишь одного в линейных конспектах определяют плохое восприятие информации, а в дальнейшем и ее быстрое забывание. Традиционные конспекты оказываются неэффективными. В отличие от интеллект-карт они сковывают наш мыслительный процесс, не позволяя использовать все возможности мозга. Интеллект-карта – инструмент мышления, помогающий раскрыть наш мыслительный потенциал. Информация, запечатленная с помощью интеллект-карты приводит к ее лучшему запоминанию.

Ассоциативный принцип построения интеллект-карты способствует развитию памяти, ускорению и повышению результативности процесса запоминания [2].

Активная интеллектуальная работа над материалом в ходе создания интеллект-карты приводит к тому, что он удерживается значительно прочно и полно, увеличивается количество запоминаемой информации [3].

Структурирование материала в интеллект-карте является ее еще одной важной характеристикой. Структура помогает более эффективному осмыслению материала, развивает системность мышления, учит выделять причинно-следственные связи, способствует лучшему запоминанию информации [4].

Структура в интеллект-карте достигается благодаря введению иерархий и категорий, использованию цвета, чередованию печатных и прописных букв, изменению размера объектов интеллект-карты, кодированию информации, введению нумерации.

Следующей характеристикой интеллект-карты является визуализация материала. Память не умеет оперировать знаками, память оперирует образами. Новая информация усваивается и запоминается лучше, когда знания и умения «запечатлеваются» в системе визуально-пространственной памяти с помощью мыслеобразов, смысловых картинок [5].

В интеллект-карте все ассоциации можно иллюстрировать картинками и символами, либо полностью заменяя слова, либо дополняя их.

Главная цель построения интеллект-карт заключается в стимулировании ментальных процессов. Она улучшает навыки систематизации и структурирования информации, ее обобщения, развивает ассоциативное мышление. Интеллект-карта как метод обучения развивает умения анализировать, сравнивать, обобщать, синтезировать. Создание интеллект-карты развивает наше мышление. Она помогает лучше воспринимать информацию, осмысливать ее и усваивать. Повышает эффективность учебной деятельности и является «наиболее выдающимся инструментом мышления» XXI века [1].

Список литературы

1. Бьюзен Т. Супермышление. М.: Попурри, 2010. 169 с.
2. Ижденева И.В. Развитие ассоциативного мышления студентов при изучении математических и информатических дисциплин // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В.П. Астафьева. 2015. № 1(31). С. 153-157.
3. Фрик О.В. Разработка и применение рабочей тетради как образовательного средства для организации самостоятельной работы студента. // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. 2019. № 4 (32). С. 35-40.
4. Лурия А.Р. Лекции по общей психологии / А.Р. Лурия. – 4-е изд. СПб: Питер. 2006. 320 с.
5. Полякова Е.В. Применение способов и методов визуального мышления в современном образовании. // Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2012. № 10. Том 135. С. 120-124.

THE INTELLIGENCE CARD AS A MEANS OF IMPROVING THE EFFECTIVENESS OF EDUCATIONAL ACTIVITIES

N.L. Kuznetsova

The article discusses the technique of intelligence maps, which can be used in various aspects of human life - including personal life, work, and education. They can help structure thoughts and generate new ideas. Specifically, the article considers intelligence maps in educational settings as a method for taking notes during lectures. Compared to traditional linear summaries, the advantages of intelligence maps were highlighted. The idea behind intelligence maps is that allowing all the brain's potential abilities to work together can lead to more efficient and productive thinking. This approach is based on the concept of holistic development, focusing on the basic mental operations of thinking. Components such as association, visualization, structure, and creativity contribute to this process.

Keywords: mind map, educational activities, note-taking, association, structuring, visualization, creativity, memorization.

УДК 740

СОВЛАДАНИЕ С ФИНАНСОВОЙ ТРЕВОЖНОСТЬЮ КАК ФАКТОР ПОВЕДЕНИЯ СОТРУДНИКА В ОРГАНИЗАЦИИ

А.А. Лисина
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Состояние стресса в связи с финансовыми вопросами является актуальным для современного человека. Индивид может предпринимать определенные поведенческие стратегии, называемые «копингом», чтобы справиться с подобными стрессовыми ситуациями. Приведем различные научные взгляды на понятия «копинга» и «финансовой тревожности», а также эмпирического исследования, проведенного на выборке работающих в форме частичной занятости студентах и респондентах, занятых полный рабочий день в сферах производства и образования. В исследовании использовались методики «Шкала финансовой тревожности личности» Т.В. Дробышевой и "Опросник способов совладания" Р. Лазаруса и С. Фолкман. Проведен корреляционный анализ по коэффициенту ранговой корреляции Спирмена, по результатам которого можно сделать вывод, что в обеих выборках существует корреляционная связь между финансовой тревожностью и копинг-стратегией избегания. В выборке полноценно работающих была выявлена связь между финансовой тревожностью и конфронтативным копингом.

Ключевые слова: копинг-стратегии, совладающее поведение, финансовая тревожность личности, тревожность.

Одним из факторов трудового поведения индивидуума может стать актуальное переживание состояния финансовой тревожности. Хотя предмет финансовой тревожности является мало изученным, современные исследования показывают, что беспокойство по поводу денег может проявляться в связи со страховым поведением [1] или с безработностью [2]. При этом автором не найдено исследований о совладании с тревожностью, вызванной финансовыми вопросами.

Мы предполагаем, что существует корреляционная связь между уровнем финансовой тревожности и способами совладания с ней среди людей, занятых на работе полноценно и работающих в форме частичной занятости. Предметом нашего исследования стала финансовая тревожность, объектом – взаимосвязь между финансовой тревожностью и копинг-стратегиями.

На протяжении жизни человек сталкивается с ситуациями, требующих от него больших внутренних затрат. Это могут быть различные критические события или жизненные кризисы, вызывающие у человека реакцию стресса. Впервые описанное канадским врачом Г. Селье это понятие рассматривалось только во взаимосвязи с различными физиологическими проявлениями. Позднее

проблема стресса была рассмотрена в психологической науке. Выявлено, что реакция человека на стрессовую ситуацию носит специфичный характер и во многом зависит от характеристик самого индивида и его восприятия этой ситуации. Психологический стресс может проявляться не только при наступлении кризисного события, но и при его прогнозировании или напоминании об угрозе опасности. На трудовой деятельности работника стресс сказывается отрицательно: снижается работоспособность, повышается вероятность появления профессионального выгорания, актуализируются проблемы в трудовых коммуникациях [3]. Одной из подобных субъективных угроз может являться финансовая тревожность – тенденция испытывать тревогу по поводу денег и трудности в принятии финансовых решений. Чтобы справиться с подобным состоянием или адаптироваться к меняющимся условиям профессиональной среды, вызывающим стресс-реакцию, человек может прибегать к различным копинг-стратегиям.

Финансовая тревожность – довольно новое понятие в экономической психологии. Б. Берчелл и Дж. Шапиро пишут, что она проявляется в неэффективном управлении своими личными финансами и является следствием низкой финансовой грамотности, роста денежных долгов и связанных с ними психологических трудностей [4]. В.А. Хащенко, исследуя экономическую тревожность в качестве одного из факторов субъективного экономического благополучия, определяет ее как «оценку выраженности негативных эмоциональных состояний в связи с финансовыми и материальными проблемами» [5]. Эти и другие авторы рассматривают финансовую тревожность как реакцию на определенную стрессовую ситуацию, как некое состояние, появляющееся в затруднительном денежном положении. Недавним и новым способом измерения финансовой тревожности стал тест-опросник Т.В. Дробышевой и В.А. Садова «Шкала финансовой тревожности личности», рассматривающий это явление как личностное свойство [6], а не реакцию на стрессовую ситуацию. Авторы опросника выделяют три уровня выраженности финансовой тревожности. Повышенный уровень свидетельствует о некоей зависимости человека от денег, страхом потери собственных финансовых средств. При таком уровне финансовая тревога может проявляться как фобия, ведущая за собой проблемы с самоконтролем и неадекватной фиксацией внимания на потенциально угрожающих элементах внешней среды. Низкий уровень финансовой тревожности свидетельствует о слабой выраженной данного состояния либо об избегании ответа респондентом. Умеренный уровень финансовой тревожности рассматривается авторами как «полезный». Это

адекватное оценивание человеком своего материального состояния помогает следить за своим финансовым поведением.

Понятие копинга имеет большое количество различных авторских интерпретаций, нет единого мнения по вопросу измерения данного явления. Существует три подхода в понимании копинг-стратегий [7]. В ситуационном подходе совладание рассматривается как специфическая реакция на определенные жизненные события. Копинг-стратегии будут отличаться в зависимости от природы той ситуации, с которой столкнулся человек. Второй подход диспозиционный, в нем совладание зависит от устойчивых личностных характеристик человека и той степени важности стресс-фактора индивидуально для человека. Согласно интегративному подходу, стратегии совладания будут зависеть и от самой ситуации, ее специфики, так и от личности человека, столкнувшегося с ней. Помимо подходов к совладающему поведению существует проблема их классификации. Авторы по-разному выделяют копинг-стратегит (К. Томас 1977; Д. Амирхан 1990; Перре и Райхтерс 1992 и т.д.). Отсутствие единой методики или данных о смысловом соотнесении имеющихся методик может порождать непонимание природы копинга и его проявлений. Классиками в исследовании понятия «копинг» считаются Р. Лазарус и С. Фолкман. Они определяли его как «сумму когнитивных и поведенческих усилий, затрачиваемых индивидом для ослабления влияния стресса» [см: 8]. Когда индивид встречается с критической ситуацией, взывающей у него переживание стресса и напряжения, он может предпринимать осознанные попытки совладания с нею. Эти попытки и будут называться копинг-стратегиями, «основанными на осознаваемых усилиях конкретными действиями для регуляции субъектом эмоционального и интеллектуального напряжения с целью оптимальной психологической адаптации к внешним обстоятельствам» [9]. Изначально введенная авторами классификация копинг-стратегий, включающая проблемно-ориентированный копинг, эмоционально-ориентированный копинг и копинг, направленный на избегание, была впоследствии расширена и включала уже восемь возможных стратегий.

Эмпирическое исследование

Нами было проведено исследование связей между копинг-стратегиями и финансовой тревожностью личности. Выборку составили 45 человек от 21 года до 62 лет, полноценно занятых на работе в сферах производства и образования, и 31 студент от 18 до 27 лет, работающий в форме частичной занятости. Для измерения исследуемых показателей использовались методики Ways of Coping Questionnaire (WCQ), или "Опросник способов совладания" С. Фолкман и Р. Лазаруса, а также методика «Шкала финансовой тревожности личности»

Т.В. Дробышевой. Опрос респондентов проводился электронно с помощью гугл-форм. В рамках исследования был проведен корреляционный анализ по коэффициенту ранговой корреляции Спирмена.

Определено, что у студентов наблюдается прямая корреляционная связь умеренной силы между финансовой тревожностью и копингом избегания (rs=0,41). У полноценно работающих респондентов тоже выявлена связь умеренной силы между финансовой тревожностью и копингом избегания (rs=0,39), а также между финансовой тревожностью и конфронтативным копингом (rs=0,32).

Как студенты, так и работающие склонны справляться с трудностями, связанными с финансами, с помощью дистанцирования или физического ухода от них. Помимо этого, полноценно занятые чаще справляются с финансовыми трудностями через агрессивные усилия.

Можем предположить, что студенты придерживаются стратегии избегания, так как не имеют достаточного опыта и возможностей для решения возникших финансовых проблем. Группа полноценно работающих выбирает как стратегию избегания, так и стратегию конфронтации, подразумевающую импульсивные враждебные действия. Вероятно, респонденты выбирают способ поведения, прямо противоположный решению проблемы, так как несут большую ответственность за свое материальное положение.

Расширение данного исследования могло бы предоставить данные, способные помочь в прогнозировании поведения работников коммерческих предприятий и организаций, ведущих деятельность в условиях финансовых кризисов и денежных затруднений. Знание особенностей поведения сотрудника, его склонности тревожиться или не тревожиться по поводу финансов может быть полезным в понимании некоторых тенденций в поведении человека, что будет способствовать принятию более гибких и эффективных управленческих решений.

Список литературы

1. Медяник О.В. Влияние финансовой тревожности на страховое поведение россиян в условиях пандемии COVID-19 354 // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2020. №4. С. 354-373.

2. Викентьева Е.Н. Финансовая тревожность у безработных предпенсионного возраста / Е.Н. Викентьева, Т.П. Емельянова // Ананьевские чтения – 2022. 60 лет социальной психологии в СПбГУ: от истоков – к новым достижениям и инновациям: материалы международной научной конференции, Санкт-Петербург, 18–21 октября 2022 года., 2022. С. 408-409.

2. Бабурин С.В. Совладающее поведение и профессиональный стресс в деятельности сотрудников уголовно-исполнительной системы // Вестник Владимирского юридического института. 2017. № 1(42). С. 7-12.

3. Shapiro G.K. Burchell B.J. Measuring Financial Anxiety // Journal of Neuroscience, Psychology, and Economics. 2012. V. 5. № 2. P. 92-103.

4. Хащенко В.А. Субъективное экономическое благополучие и его измерение: построение опросника и его валидизация // Экспериментальная психология. 2011. Т.4. №1. С. 106-127.

5. Дробышева Т.В. Разработка тест-опросника "шкала финансовой тревожности личности" (на основе методики Р. Лихи) / Т.В. Дробышева, В.А. Садов // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2021. Т. 6. № 2(22). С. 296-321.

6. Кружкова О.В., Никифорова Д.М. Проблема диагностики копинг-стратегий в современном психологическом измерении // Психология. Психофизиология. 2012. №31. С 4-12.

7. Ильин Е.П. Психология индивидуальных различий. – СПБ.: Питер, 2004. 701 ст.: ил. – (Мастера психологии). С. 413.

8. Крюкова Т.Л. Психология совладающего поведения в разные периоды жизни: монография – Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова, 2010. 296 с.

COPING WITH FINANCIAL ANXIETY AS A FACTOR OF EMPLOYEE BEHAVIOR IN THE ORGANIZATION

A.A. Lisina

The state of stress due to financial issues is relevant for a modern person. An individual may undertake certain behavioral strategies called "coping" in order to cope with such stressful situations. This article presents various scientific views on the concepts of "coping" and "financial anxiety", as well as an empirical study conducted on a sample of part-time students and respondents employed full-time in the fields of production and education. The study used the methods of "Personal financial Anxiety Scale" by T.V. Drobysheva and the Questionnaire of coping methods by R. Lazarus and S. Folkman. A correlation analysis was performed using Spearman's rank correlation coefficient, according to the results of which it can be concluded that in both samples there is a correlation between financial anxiety and coping strategies. Also, a link between financial anxiety and confrontational coping was revealed in the sample of full-time employees.

Keywords: Coping strategies, coping behavior, financial anxiety of the individual, anxiety.

УДК 331.104.2

ПОСТРОЕНИЕ КОММУНИКАЦИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

А.Н. Лопухова, Ю.В. Сычева
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Рассматриваются теоретические аспекты процесса деловой коммуникации в организации. Подчеркивается, с помощью каких методов осуществляется общение в коллективе, значимость данного процесса и какими способами можно осуществлять общение внутри коллектива. Обращается внимание на то, какие концепции существуют для реализации процесса. Рассматриваются основные виды и классификации делового общения. Есть сведения об интеграции коммуникации и информационных ресурсов, подчеркнуты их минусы и плюсы. Отмечается, что деловая коммуникация, в отличие от других способов коммуникации, является ключевым способом налаживания контактов и способом передачи основной информации в рамках отношений внутри организации. Обращается внимание на три основные грани, которые существуют у процесса коммуникации и выделены их особенности. Рассматриваются особенности работы с поколением Z.

Ключевые слова: коммуникация, интеграция, информационные ресурсы, внутренняя коммуникация, концепция

Коммуникация – очень важный процесс в любой сфере. Сейчас главное место в успешном функционировании любой компании и ее планомерном развитии занимает проблема коммуникации как внутри коллектива, так и с окружающей средой. В любой компании необходимо грамотно выстроить коммуникацию, чтобы повысить конкурентоспособность компании на рынке и максимально снизить недопонимания и возникающие вопросы в процессе работы. Важно обратить особое внимание на создание благоприятной обстановки в компании между коллегами. Для любого человека в компании и социуме очень важно успешно построить коммуникационный процесс. Если для руководителя цели коммуникации – наладить контакт с коллегами, чтобы максимально минимизировать неприятные ситуации в коллективе, держать все под контролем, то для подчиненных – достичь карьерного роста в рамках компании, а также полностью раскрыть и показать свой профессиональный потенциал.

Сейчас данная область активно изучается специалистами. Дж. Далтон выявил четыре основных причины, по которым он считает, что возрастает роль коммуникации в современном мире: во-первых, факторы производства – главный источник конкурентоспособности компании на рынке и в рамках стратегии компании. В-третьих, информация, знание и опыт, другими словами,

интеллектуальный капитал, стал основным активом любой современной компании, стоимость данного ресурса может во много раз превышать стоимость материальных активов. Четвертая причина – потребительский капитал, который определяется как ценность отношений между окружающей средой компании, то есть между потребителями, клиентами и партнерами [1].

Внутренние коммуникации – это процесс, который происходит в организации с целью взаимодействия и обмена информацией. Коммуникация между сотрудниками и руководителями, включает обмен информацией, целями и миссиями компании. Коммуникация между отделами позволяет быть в курсе работы каждого отдела и быть единым рабочим организмом. Каналы связи внутри компании включают общую электронную почту, корпоративные порталы, которые помогают обеспечить мгновенную связь между коллегами, чтобы не тормозить процесс работы. Важным компонентом являются собрания и встречи коллег, где активно обсуждаются задачи, примерный план решения проблем. Следует учитывать, что сотрудникам важна обратная связь. Необходимо выстраивание корпоративной культуры, для обеспечения благоприятной атмосферы в коллективе и снижения недопонимания. Ещё одна составляющая внутренней коммуникации – обучение и тренинги, повышающие квалификацию и развивающие навыки персонала. Это поможет в дальнейшем карьерному росту каждого сотрудника, что благоприятно скажется на развитии компании [2].

Выделяются некоторые виды коммуникации, которые необходимо рассмотреть. По одной из классификаций, деловые коммуникации делятся по месту и времени применения: существуют служебные и внеслужебные.

Классификация предполагает разделение коммуникационных процессов по содержанию и характеру. В рамках этого разделения существует неформальная и формальная коммуникация. Первая основывается на добровольном участии и поддерживается только нормами морали, правилами коллективных ценностей и традиций, основами этики. Второй вид является обязательным, он обычно основывается на официальных документах.

Специалисты также выделяют виды коммуникации по форме: горизонтальные и вертикальные. Первые осуществляются в процессе взаимодействия с лицами, занимающими одинаковые положения в коллективе и находятся в иерархии организации на одной ступени. Вторые – у руководителя с подчиненными. Цель данной коммуникации: разъяснение коллегам задач компании, результатов, которые ожидает компания, обсуждение возникающих проблем [3].

Специалист в области коммуникации Д. Вольтон выявил три главных аспекта коммуникации в современном мире, три так называемых грани, которые можно описать следующим образом: грань, которая приносит удовлетворение и является самой заметной – это технологии. Самая трудная грань, которая тяжело поддается управлению – это культурная сторона. Третья грань характеризуется колоссальным развитием технологий и является многообещающей – экономическая сторона [4].

Кроме того, коммуникация обладает некоторыми принципами:

– Принцип ясности, при котором информация донесена ясно, понятно и прозрачно.

– Принцип целостности – информация должна быть направлена на достижение целей организации.

– Принцип стратегического использования, при котором сочетаются формальные и неформальные коммуникации.

– Принцип ответственности и полномочий – деловая коммуникация должна осуществляться в рамках прав и обязанностей в соответствии со статусом работника, деловым набором качеств, опыта работы и квалификации.

– Принцип бесперебойности деловых коммуникаций. В организации должна быть продумана взаимозаменяемость каждого элемента коммуникационной системы: носителей информации, каналы связи, способы передачи необходимой информации.

– Принцип обратной связи – сотрудники могут делиться своей точкой зрения, а руководитель – давать конструктивную оценку работы сотрудников [5].

В организациях существует проблема во взаимоотношениях между сотрудниками разных поколений, так как кадровый состав компании весьма разнообразный, от стажеров до профессионалов, от студентов до людей предпенсионного возраста. Различия между сотрудниками велики, так как люди разных поколений имеют разные ценности, модели поведения. Цель любой компании организовать работу так, чтобы эти поколения не конкурировали между собой, а дополняли и взаимодействовали друг с другом.

По мнению некоторых специалистов, теория поколений разрушает границы и открывает возможность для привлечения молодых сотрудников, такими сейчас являются поколение Z, они только недавно вышли на рынок труда. Приведем несколько принципов для построения эффективной коммуникации с представителями этого поколения [6]:

– Представителям поколения Z необходимо внимание, а именно одобрение коллегами и руководителями.

– Для них работа не является культом, но важен интерес – это их главная мотивация труда.

– «Зумеров» необходимо вовлекать в коллектив, помогать почувствовать себя частью организации.

– Важную роль играет справедливость в отношениях к их труду.

– При обучении важно использовать высокие технологии и интерактивные методов обучения (игры, интерактивные задания, мозговой штурм и др.).

– Обеспечить самостоятельность, что сохранит интерес и мотивацию к работе.

В современном мире трудно обойтись без информационных ресурсов, они плотно вошли в нашу жизнь, и сейчас мы не можем представить нашу деятельность без их использования. Интеграция информационных ресурсов и коммуникации являются стратегически важным процессом. Например, электронные системы, которые помогают в управлении документацией, её хранении в единой системе, что значительно упрощает процессы коммуникации. Цифровые платформы, которые позволяют быстро и просто обмениваться информацией и опытом с коллегами. Системы для обработки данных позволяют автоматизировать основные бизнес-задачи и значительно снизить ошибки. Данная интеграция имеет свои плюсы и минусы. Из преимуществ можно выделить: снижение издержек на уровне компании, уменьшение временны́х задержек при выполнении задач и обмене информацией. Из недостатков: сложность внедрения в компанию, так как не все сотрудники готовы к изменениям, и процесс внедрения может потребовать значительных усилий и задержек по времени, могут возникнуть проблемы с безопасностью, информационные ресурсы иногда уязвимы к утечкам данных.

Можно сделать вывод, что интеграция коммуникаций и информационных ресурсов является важным шагом на пути к созданию адаптивной и достаточно гибкой организации, которая будет конкурентноспособной на рынке. Каждому руководителю необходимо понимать значимость грамотно выстроенной коммуникации для успешности компании. Нельзя создать идеальные отношения между всеми коллегами и отделами, но можно приблизиться к достойному результату и вывести свою компанию на новый уровень.

Список литературы

1. Алмонд Г., Пауэлл Дж., Стром К., Далтон Р. Сравнительная политология сегодня: Мировой обзор: Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2002. 537 с.

2. Мансурова Т.Г. Влияние внутренних коммуникаций на эффективность деятельности предприятия / Т.Г. Мансурова, Г.Р. Гумерова, Н.В. Руднева // Экономика и предпринимательство. 2017. № 6(83). С. 1084-1089.

2. Фатхуллина Л.З. Теория и практика коммуникации: учебное пособие / Л.З. Фатхуллина, Т.Н. Никитина. – Казань: Отечество. 2021. 86 с.

3. Вольтон Д. Информация – не значит коммуникация. Перевод с французского. «ПОЛПРЕД – Справочники». 2010. 34 с.

4. Исламова Н.В. Коммуникационный менеджмент: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. – Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гуманит. ун-та, 2009. 206 с.

5. Самоукина Н.В. Теория поколений в российском менеджменте. Лучшие практики управления разновозрастными командами: подбор, обучение, мотивация: монография – Москва: РУСАЙНС, 2018. 186 с.

BUILDING COMMUNICATIONS IN A MODERN ORGANIZATION

A.N. Lopukhova, Y.V. Sycheva

The article discusses the theoretical aspects of the process of business communication in an organization. It emphasizes the methods by which communication is carried out in a team, the significance of this process is also indicated and in what ways communication can be carried out within a team. The article also draws attention to what concepts exist to implement the process. The main types and classifications of business communication are considered. The article also contains information about the integration of communication and information resources, emphasizing their pros and cons. It is noted that business communication, unlike other methods of communication, is a key way of establishing contacts and a way of transmitting basic information within the framework of relationships within an organization. Attention is drawn to three main facets that exist in the communication process and their features are highlighted. The features of working with generation Z are considered.

Keywords: communication, integration, information resources, internal communication, concept.

УДК 159.99

ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ И ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ЖИЗНЕСПОСОБНОСТЬ

А.М. Мажейко
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Исследование направлено на изучение характера связи между гендерными стереотипами и психологической жизнеспособностью супругов в современных семейных отношениях. С использованием методики «Распределение ролей в браке» и адаптированного теста «Жизнеспособность взрослого человека» были проанализированы представления о распределении обязанностей в браке и психологическое благополучие супругов в зависимости от статуса и стажа их отношений. Результаты показали, что гендерные стереотипы имеют влияние на некоторые аспекты семейных отношений, однако не оказывают значительного воздействия на общую жизнеспособность супругов. Длительность брака оказывает влияние на уровень духовности и настойчивости, что указывает на личностную и социальную значимость брачного статуса и на необходимость учета временны́х и контекстуальных факторов при анализе семейной динамики и психологического благополучия.

Ключевые слова: семейная психология, брак, гендерные стереотипы, распределение обязанностей, психологическая жизнеспособность, духовность.

Введение

Современная семейная динамика подвержена влиянию множества факторов, включая длительность брака [1], гендерные стереотипы [2] и психологическую жизнеспособность партнеров [3]. Исследование этих аспектов становится все более актуальным в контексте изменяющихся социокультурных реалий и роли семьи в обществе. Несмотря на то, что семейные отношения часто рассматриваются как индивидуальная сфера жизни, они тесно связаны с психологическим благополучием каждого партнера и динамикой совместной жизни.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью понимания того, как факторы длительности брака и гендерные стереотипы влияют на психологическую жизнеспособность партнеров. Понимание характера этих связей может способствовать развитию методов поддержки и укрепления семейных отношений, а также повышению эффективности психологической помощи в случае возникновения проблем в браке.

Цель работы состоит в раскрытии влияния длительности брака и гендерных семейных стереотипов на психологическую жизнеспособность партнеров. В проводимом исследовании анализируется связь между этими

переменными и выявляются особенности их влияния на партнерские отношения.

Методы исследования: теоретический анализ литературы, теоретическое моделирование, теоретическая реконструкция, методы психологической диагностики (Опросник «Распределение ролей в семье» Ю.Е. Алешиной, Л.Я. Гозмана, Е.М. Дубовской [4], адаптированный тест «Жизнеспособность взрослого человека» А.В. Махнача [5]).

В исследовании в качестве испытуемых приняли участие 15 супружеских и романтических пар. В эту выборку вошли 9 пар, состоящих в браке, и 6 пар, находящихся в романтических отношениях, но не состоящих в официальном браке. Таким образом, выборка представляет собой группу пар разного семейного статуса, что позволяет проводить сравнительный анализ между этими категориями испытуемых.

В таблице 1 представлены данные о распределении ролей в семейных отношениях.

Таблица 1

Распределение ролей в парах с разным семейным статусом

Статус отношений	В отношениях		В браке менее 7 лет		В браке более 17 лет	
Семейные роли	Мужчины	Женщины	Мужчины	Женщины	Мужчины	Женщины
Воспитание детей	2,61	2,78	2,89	3,00	2,61	2,83
Эмоциональный климат в семье	2,94	2,89	2,89	3,00	2,50	2,56
Материальное обеспечение семьи	1,22	1,56	1,11	1,78	1,61	1,94
Организация развлечений	2,28	2,50	3,11	3,22	3,06	3,17
Роль "хозяина", "хозяйки"	2,61	2,83	2,67	3,11	1,83	2,33
Сексуальный партнер	2,39	2,50	2,78	2,56	2,33	2,11
Организация семейной субкультуры	2,39	2,39	2,11	2,22	2,39	2,28

В таблице 1: баллы от 1 до 2 – роль больше реализуется мужем, баллы от 2 до 2,8 – роль оба супруга реализуют приблизительно в равной степени, баллы от 2,8 до 4 – роль больше реализуется женой. Минимум – 1. Максимум – 4.

Можно видеть, что все выделенные группы, вне зависимости от статуса и стажа отношений, считают, что за материальное обеспечение в большей степени

отвечает мужчина (гендерный стереотип), а такие роли как «сексуальный партнер» и «организация семейной субкультуры» являются общими.

Пары, состоящие в романтических отношениях, придерживаются стереотипного распределения такой роли, как «эмоциональный климат в семье». То есть, они считают, что женщина должна быть главным источником эмоциональной поддержки и стабильности в семье. Однако, такие пары разделяют обязанности по воспитанию детей, организации развлечений, удовлетворению сексуальных потребностей и созданию семейной атмосферы равномерно между собой, исходя из собственных предпочтений и обстоятельств.

В отличие от пар, не формализовавших свои отношения, пары, состоящие в браке, в основном, придерживаются стереотипного разделения таких ролей как «воспитание детей» и «организация развлечений», которые традиционно воспринимаются как женские обязанности. Эти обязанности включают заботу о детях, их воспитание, обучение и развитие, а также активную организацию досуговых мероприятий и развлечений для семьи.

Роль "хозяина", "хозяйки" в разных группах распределяют по-разному. Женщины, состоящие в неформализованных отношениях, а также женщины, состоящие в браке менее 7 лет, стереотипно считают эту роль женской. Мужчины, состоящие в неформализованных отношениях, мужчины, состоящие в браке менее 7 лет, а также женщины, состоящие в браке более 17 лет, считают эту обязанность общей. Мужчины, состоящие в браке более 17 лет, считают эту роль мужской. Это указывает на изменчивость гендерных ролей в семье в зависимости от стадии отношений. По мере длительности брака, а также развития более равноправных отношений наблюдается смещение этого стереотипа. В более длительных браках роль хозяина чаще всего связывается с мужчиной. Это может указывать на изменение восприятия гендерных ролей в семье и более равноправное распределение обязанностей между партнерами.

От стажа брака меняется и распределение такой роли, как «эмоциональный климат в семье». Молодые семейные пары считают, что эту роль должна выполнять женщина, тогда как пары, состоящие в браке более 17 лет, считают эту обязанность общей.

Данные изучения психологической жизнеспособности представлены в таблице 2:

Таблица 2

Психологическая жизнеспособность пар с разным статусом отношений

Статус отношений	В отношениях		U	В браке менее 7 лет		U	В браке более 17 лет		U
Шкала	Мужчины	Женщины		Мужчины	Женщины		Мужчины	Женщины	
Самоэффектив-ность	35,00	33,67	-	31,33	34,33	-	33,17	32,33	-
Настойчивость	*31,50*	*31,00*	*	*27,00*	*29,67*	*	*31,17*	*28,83*	*****
Локус контроля	31,17	31,17	-	30,00	31,33	-	31,83	31,33	-
Совладание и адаптация	34,33	33,00	-	32,33	31,33	-	33,50	30,83	-
Духовность	*21,33*	*25,00*	*	*19,67*	*27,00*	*	*27,33*	*28,83*	*****
Семейные и социальные взаимосвязи	*33,50*	*35,33*	*	*33,00*	*33,67*		*31,00*	*30,67*	*T*
ИПЖЧ*	186,83	189,17	*	173,33	187,33	*	188,00	182,83	*

В таблице 2: Ипжч – интегральный показатель жизнеспособности человека U – статистическая значимость различий по критерию Манна-Уитни, * – $p \leq 0.05$; Т – тенденция; - – статистически значимые различия отсутствуют.

Наиболее явные различия можно видеть в категории «настойчивость», «духовность» и «семейные и социальные взаимосвязи».

По шкале «настойчивость» мы можем видеть следующие результаты:

Шкала настойчивости помогает оценить способность человека принимать активное участие в разработке новых целей, преодолевать трудности, находить новые решения проблем и активно использовать поддержку от других людей. В первой группе, где пары находятся в незарегистрированных отношениях, уровень настойчивости выше как у мужчин, так и у женщин. Во второй группе, где пары в браке менее 7 лет, этот показатель ниже у обоих полов. Однако, в третьей группе, где пары в браке более 17 лет, наблюдается повышение этого показателя.

Такие результаты могут быть обусловлены различными факторами. Например, в начале отношений, когда пары не состоят в браке, уровень настойчивости может быть выше, так как люди еще не столкнулись с теми же обязанностями и стрессами, которые возникают в более устойчивых

отношениях. В браке же, особенно в первые годы, могут возникать новые испытания, связанные с адаптацией к совместной жизни и решением совместных проблем, что может привести к снижению уровня настойчивости. Однако с течением времени формируются более устойчивые и зрелые стратегии преодоления трудностей, что приводит к повышению уровня настойчивости. Вероятно, супруги научились эффективнее справляться с проблемами, что отражается на данном показателе.

По шкале «семейные и социальные взаимосвязи» мы можем видеть следующие результаты:

В первой группе, пары которой находятся в незарегистрированных отношениях, средний балл у женщин выше, чем у мужчин. Это может указывать на то, что у женщин больше поддержки и близких отношений вне брака, что влияет на их способность справляться со стрессом и проблемами.

Во второй группе, где пары состоят в браке менее 7 лет, средние баллы у мужчин и женщин примерно одинаковы. Это может свидетельствовать о том, что на этом этапе брака у обоих полов схожий уровень взаимодействия и поддержки в семье.

В третьей группе, где пары состоят в браке более 17 лет, как у мужчин, так и у женщин, средний балл, по сравнению с предыдущими группами, снижается. Это может быть связано с тем, что со временем, когда пара проживает вместе уже долгое время, возникают новые и более сложные обязанности. Это может быть забота о детях или проблемы, связанные с возрастом. Партнеры сталкиваются с более серьезными вызовами, которые могут влиять на качество и интенсивность их общения и поддержки друг друга. Кроме того, со временем отношения могут стать менее активными или стабильными, что может отразиться на уровне эмоциональной близости и поддержки между партнерами.

По шкале «духовность» мы можем видеть следующие результаты:

Низкие баллы у мужчин и женщин, состоящих в незарегистрированных отношениях, а также у мужчин в парах со стажем брака менее 7 лет, свидетельствуют о более низком уровне духовности у этих групп. Это может указывать на то, что отсутствие формализации отношений или малый опыт в совместной жизни не способствуют формированию глубоких моральных и духовных установок.

С другой стороны, средние баллы по данной шкале у женщин группы со стажем брака менее 7 лет, а также у мужчин и женщин, находящихся в браке более 17 лет, говорят о том, что с течением времени в долгосрочных отношениях происходят изменения в восприятии духовности. Отношения, накопленный опыт и общие ценности начинают оказывать влияние на уровень духовности как

индивидуумов, так и их взаимоотношений. Это может свидетельствовать о более глубоком осмыслении духовных аспектов жизни, более сознательном отношении к моральным принципам и ценностям. Эти данные представляют принципиальное значение для понимания влияния семейного статуса и длительности отношений на морально-духовные установки людей. Они указывают на важность контекста семейной жизни и ее влияния на развитие личности и моральных ценностей.

Так, на основании полученных результатов можно сделать вывод, что степень духовности у мужчин в зависимости от длительности их брака различается. Возможно, что более длительные семейные отношения имеют влияние на развитие и проявление духовных установок у мужчин, что требует дальнейшего исследования для более глубокого понимания этой динамики.

Заключение

1. В ходе исследования выявлено, что, независимо от статуса и стажа отношений, у всех рассмотренных групп существует общепринятое представление о том, что материальное обеспечение в семье в большей степени является ответственностью мужчины, в то время как роли "сексуального партнера" и "организатора семейной субкультуры" остаются общими для обоих полов. При этом обязанности воспитания детей, организации развлечений, удовлетворения сексуальных потребностей и создания семейной атмосферы распределяются между супругами равномерно, в зависимости от их предпочтений и конкретных обстоятельств.

2. Сравнительный анализ различных ролей в семье и их распределения в зависимости от статуса отношений тоже позволил выявить интересные закономерности. Например, молодые семейные пары чаще придерживаются стереотипного разделения ролей, в то время как у более долгоживущих пар наблюдается более равномерное распределение обязанностей.

Этот анализ подчеркивает изменчивость распределения ролей в семье в зависимости от стадии отношений. Молодые семейные пары, вероятно, еще находятся в процессе формирования своего семейного устройства и могут придерживаться более традиционных моделей, где определенные обязанности и роли женщины и мужчины четко разграничены. Это может быть связано с недостатком опыта в совместной жизни, а также с влиянием общественных норм и стереотипов.

С другой стороны, у более долгоживущих пар наблюдается более равномерное распределение обязанностей, что может свидетельствовать о более гибком и адаптивном подходе к совместной жизни. С течением времени пары могут развивать собственные стратегии и согласовывать свои роли и

обязанности на основе собственных предпочтений, опыта и изменяющихся обстоятельств. Это может свидетельствовать о более сознательном подходе к формированию семейной динамики и ориентации на справедливое и равноправное распределение ответственности в семье.

3. Оценка психологической жизнеспособности супругов выявила значительные различия в категориях "настойчивость", "духовность" и "семейные и социальные взаимосвязи". Эти различия могут быть обусловлены такими факторами, как степень адаптации к совместной жизни, изменения в отношениях с течением времени, а также влияние семейного опыта и обстоятельств на психологическое благополучие супругов.

4. Полученные статистически значимые результаты при сравнении показателей духовности у мужчин, состоящих в браке менее 7 лет и более 17 лет, указывают на то, что длительность брака может оказывать влияние на уровень духовности супругов. Вероятно, более длительные семейные отношения способствуют развитию и проявлению духовных установок мужчин.

Список литературы

1. Вязовова Н.В., Камицына М.С. Динамика удовлетворенности браком в семьях с различным стажем супружества. Гаудеамус, 21 (1), 2022. С. 56-65.
2. Фетисова О.В. Содержание и особенности гендерных стереотипов в системе семейных отношений. Социально-гуманитарные знания, (11), 2017. С. 134-139.
3. Ковалева Ю.В. Жизнеспособность и жизнестойкость в совместной регуляции поведения семьи // Жизнеспособность человека: индивидуальные, профессиональные и социальные аспекты / отв. ред. А.В. Махнач, Л.Г. Дикая. М., 2016. С. 441-461.
4. Алешина Ю.Е., Гозман Л.Я., Дубовская Е.М. Социально-психологические методы исследования супружеских отношений. – М: МГУ, 1987. 120 с.
5. Махнач А.В. Жизнеспособность человека и семьи: социально-психологическая парадигма. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016. 459 с.

GENDER STEREOTYPES AND PSYCHOLOGICAL RESILIENCE

A.M. Mazheiko

The study is aimed at studying the nature of the relationship between gender stereotypes and the psychological vitality of spouses in modern family relationships. Using the «Distribution of Roles in Marriage» methodology and the adapted «Adult Vitality» test, ideas about the distribution of responsibilities in marriage and the psychological well-being of spouses were analyzed depending on the status and length of their relationship. The results showed that gender stereotypes have an impact on some aspects of family relationships, but do not have a significant impact on the overall vitality of spouses. The duration of marriage influences the level of spirituality and persistence, which indicates the personal and social significance of marital status and the need to take into account temporal and contextual factors when analyzing family dynamics and psychological well-being.

Keywords: family psychology, marriage, gender stereotypes, distribution of responsibilities, psychological resilience, spirituality.

УДК 159.9

ОБЗОР РУССКОЯЗЫЧНЫХ СТАТЕЙ ОБ ИНТЕРНЕТ-ЗАВИСИМОСТИ

Д.В. Миронов
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Первые исследования по интернет-зависимости появляются в 90-х гг. XX в., когда число интернет-пользователей исчислялось миллионами, теперь – миллиардами. В нынешнее время тема стала актуальной и изучается исследователями по всему миру, в том числе и в странах СНГ. В рамках данного обзора разбираются ведущие работы за последнее время, написанные на русском языке по тематике интернет-зависимости.

Авторы из России и Республика Беларусь выделяют четыре подхода к изучению интернет-зависимости: психотерапевтический, медицинский, психологический и социологический. Выделяются факторы формирования интернет-зависимости на макро- и микроуровне. Проводятся эмпирические исследования по поиску связи зависимости от смартфона с качеством жизни, удовлетворенностью жизнью, нейротизмом, тревожностью, депрессией, нарушениями сна, низкой академической успеваемостью, эмоциональным интеллектом, экстернальностью.

Ключевые слова: интернет-зависимость, зависимость от смартфона, зависимость от социальных сетей, депрессия, тревожность, стресс, нейротизм.

В последние годы в связи с активным ростом интернет-пользователей в мире активно изучается влияние гаджетов, имеющих доступ в интернет, на человека. Научные исследования по этой теме проводятся во множестве стран: Южная Корея, Германия, Венгрия, Испания, Швейцария, США, Австралия, Оман, Турция, Тайвань, Китай, Россия, Беларусь, Молдова [1]. В данном обзоре разбираются современные наиболее заметные исследования интернет-зависимости русскоязычных ученых-исследователей. Из этого анализа будет видно современное состояние исследований интернет-зависимости и степень заинтересованности ученых в развитии обозначенного направления научного знания.

Одним из крупных исследований за последнее время является статья С.Н. Варламовой (ИС РАН) с соавторами [2], где авторы приводят четыре подхода, в рамках которых сегодня рассматривается интернет-зависимость:

- Психотерапевтический подход (рассматривает врожденную предрасположенность к интернет-зависимости, а также исследует крайне форму проявления интернет-зависимости);

- Медицинский подход (наравне с алкоголизмом и наркоманией определяет интернет-зависимость как полноценную аддикцию, основываясь на биохимии организма);
- Психологический подход (рассматривает интернета-аддикта со стороны его психологического состояния, самоотношения);
- Социологический подход (изучение взаимоотношений интернет-аддикта с другими людьми, места, занимаемого им в обществе, рассмотрение факторов, формирующих интернет-зависимость).

С.Н. Варламова с соавторами справедливо подмечают тот факт, что в научном сообществе по-прежнему не сформировалось общепринятого определения интернет-зависимости, критериев, по которым можно идентифицировать зависимость, а также типологию по степени интернет-зависимости. И отметив данное положение, авторы предлагают определение: интернет-зависимость – «негативное социальное явление, характеризующееся чрезмерным временем нахождения пользователя в интернете вне рамок рабочих/учебных задач, а также эмоциональной зависимостью от пользования сетью, приводящей к отрицательным трансформациям социальных связей пользователя и существенному ухудшению его образа и качества жизни» [2].

Проанализировав критерии интернет-аддикции многих исследователей, авторы выделяют факторы, способствующие формированию зависимости от интернета на двух уровнях:

на макроуровне – социально-экономические факторы – уровень жизни граждан, экономическое развитие страны, распределение бюджета граждан; уровень социальной инфраструктуры;

социально-политические факторы – отношение властных структур к различным видам взаимодействия в интернете;

технико-технологические факторы – уровень распространённости интернет-коммуникаций в данном регионе, их состояние;

на микроуровне – психологические факторы – личностные, индивидуальные психические особенности и характеристики, наличие других видов аддикций;

социальные и социально-организационные факторы – наличие у человека близких людей (друзья, семья), работы, организации, распорядка дня, времяпровождение в интернете преимущественно с развлекательными целями;

биологические факторы – общее состояние здоровья, наличие особенностей здоровья, проблемы со сном;

экономические факторы – уровень дохода, его стабильность;

пользовательский опыт – стаж пользования интернетом, количество целей посещения интернета [2].

Вместе с факторами формирования интернет-зависимости авторы приводят в статье поведенческие проявления данной зависимости:

- состояние человека, в котором человек не хочет отвлекаться от гаджета, имеющего доступ в интернет;
- возникновение у человека, прекращающего провождение времени в интернете, раздражения и досады;
- желание проводить всё большее количество времени в интернете без планирования окончания сессии;
- трата всё большего количества денежных средств на проведение времени в интернете;
- готовность интернет-аддикта обманывать окружающих о количестве времени, проведённого в интернете;
- забвение бытовых дел, работы, обучения, и пр.;
- желание с помощью времяпровождения в интернете избавиться от негативных эмоциональных состояний [2].

Одним из значительных исследователей в области интернет-зависимости в русскоязычном научном сегменте является профессор БГУ В.П. Шейнов [3]. На его счету десятки крупных статей на темы зависимости от смартфона, социальных сетей [4-9], причем освещаются различные аспекты этого явления. Следует отметить, что В.П. Шейнов разделяет понятия «интернет-зависимость» и «зависимость от смартфона». В рамках данного исследования термин «интернет-зависимость» будет считаться самым обширным, включающим различные формы проявления зависимого поведения в сети. Следует отметить, что взгляд В.П. Шейнова на термин «зависимость от смартфона» весьма спорный, что мы намерены доказать в следующей статье.

На примере зарубежных источников и эмпирических исследований ученых из Южной Кореи, Ливана и Турции В.П. Шейнов отмечает, что депрессия и тревога являются не только следствием зависимости от смартфона, но и одними из факторов формирования данной аддикции. Кроме того, автор приводит данные, что низкий самоконтроль и высокий стресс тоже являются предикторами зависимости от смартфона. Автором затрагивается тема связи зависимости от смартфона с отношениями с родителями и сверстниками. Результаты множества исследований указывают на прямую связь между пренебрежительными, плохими, отвергающими отношениями с родителями (в

частности, отрицательный стиль воспитания) и сверстниками с зависимостью от смартфона [4].

Помимо психологических характеристик, В.П. Шейнов описывает и социально-демографический аспект – высокий уровень зависимости от смартфона чаще встречается у молодых людей, нежели у других возрастных групп. Он также останавливается на исследованиях из разных стран, предметом рассмотрения которых является гендерный параметр: так, S.-W. Choi с соавторами (Южная Корея), а также I.S. Albursan с соавторами (Ближний Восток: Судан, Иордания, Саудовская Аравия и Йемен) приходят к выводам, что женщины более склонны к зависимости от смартфона. Коллеги из Китая (Y.-H. Lin с соавторами) приводят данные, что значимых различий по гендеру (выборка 1441 человек) не было обнаружено [4].

На основании большого массива публикаций, Шейнов описал зависимость от смартфона низким качеством жизни, низкой удовлетворенностью жизнью, нейротизмом, медицинскими проблемами с пальцами, запястьями, шеей, нарушениями сна, низкой академической успеваемостью, снижением мотивации к чтению, кибербулингом и др. [4, 5, 8, 9]

Его собственные исследования тоже имеют большую важность, например, одно из них посвящено изучению связи между зависимостью от смартфона и экстернальностью, мотивацией избегания неудач, феминностью и маскулинностью. Выборка в данном исследовании составила 506 человек (261 женщин и 245 мужчин). В качестве методик были выбраны короткая версия «Шкалы зависимости от смартфона», разработанная им же, изучение социального пола – методика С. Бем, Оценка экстернальности – тест-опросник субъективной локализации контроля, являющийся модификацией шкалы I-E Дж. Роттера. Мотивация достижения – тест-опросник А. Мехрабиана [6]. По результатам опроса были установлены положительные корреляции зависимости от смартфона с эктернальностью, мотивацией избегания неудач, феминностью и отрицательные – с маскулинностью.

В рамках другой статьи было проведено исследование по поиску связей зависимости от смартфона с эмоциональным интеллектом, уверенностью в себе и поведением в конфликтах [7].

В.П. Шейнов, А.С. Девицын (БГУ) приводят интересные данные, полученные С. Хенниг, демонстрирующие, что низкий эмоциональный интеллект является предиктором развития у человека зависимости.

Эмпирические данные в рамках других исследований тоже находят обратную связь между зависимостью от смартфона с эмоциональным интеллектом. Интересные факты обнаруживаются при изучении фактора «уверенность в себе»: данные разных авторов показывают то четкую обратную корреляцию между зависимостью от смартфона с уверенностью в себе, то противоположное – люди с низкой самооценкой и низкой уверенностью в себе ищут в смартфоне контакты с другими людьми для повышения уверенности в себе. О связи конфликтов с зависимостью от смартфона многие авторы говорят следующее: те испытуемые, у которых были высокие баллы по зависимости от смартфона, получили низкие баллы по управлению межличностными конфликтами [7]. Имея такую палитру выводов, полученных зарубежными коллегами, авторы приступили к своему исследованию. По результатам выяснилось, что отрицательная связь зависимости от смартфона с уверенностью в себе соотносится с данными, полученными иностранными исследователями. Подтвердилась и обратная связь зависимости от смартфона с эмоциональным интеллектом и способностью управлять межличностными конфликтами.

Представляется, что русскоязычные исследования больше направлены на популяризацию уже проведенных исследований за рубежом и накопление собственных эмпирических данных, чем на теоретическое осмысление феномена «интернет-зависимость». Ведущим исследователем в области интернет-зависимости является В.П. Шейнов, создавший несколько опросников по данной теме. Прочие исследования, по крайней мере, не являются слишком значимыми в научных кругах. Сопоставляя количество статей, методик, классификаций, теоретических обоснований интернет-зависимости, можно увидеть некоторую неспешность русскоязычного научного сообщества в изучении этой темы, давно и громко заявляющей об её актуальности. Страны постсоветского пространства, как и другие страны в мире, активно пользуются интернет-гаджетами, поэтому сопровождающие проблемы не только «зависимости от смартфона», но и гейминга, гэмблинга, зависимости от социальных сетей, порнозависимости, интернет-шопоголизма и др. актуальны. Очевидно, что развитие исследований не только в рамках психологии и социологии, но и естественных наук, дадут ответы на вопросы.

Список литературы

1. Миронов Д.В. Характер связи зависимости от смартфона и субъективного благополучия // Надежды: Сборник научных статей студентов Молодежной межвузовской научно-практической конференции Нижний Новгород, 28–29.04.2023 г. / Научный редактор З.Х. Саралиева. Вып. 17. Нижний Новгород: Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, 2023. С. 297-300.

2. Варламова С.Н., Гончарова Е.Р., Соколова И.В. Интернет-зависимость молодежи мегаполисов: критерии и типология // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2015. № 2 (125). С. 165-182.

2. Миронов Д.В. Обзор современных тенденций в изучении интернет-зависимости // Всероссийские студенческие Ломоносовские чтения – 2024: сборник статей Всероссийской научно-практической конференции Петрозаводск, 04.03.2024 г. Петрозаводск: МЦНП «НОВАЯ НАУКА», 2024. С. 30-36.

3. Шейнов В.П. Взаимосвязи зависимости от смартфона с психологическими и социально-психологическими характеристиками личности: обзор зарубежных исследований // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2021. Т. 18. № 1. С. 235-253.

4. Шейнов В.П., Карпиевич В.А., Сапего Е.И. Взаимосвязь проблемного использования социальных сетей белорусами с виктимизацией, незащищенностью от кибербуллинга и манипулирования // Вестник Университета гражданской защиты МЧС Беларуси. 2023. № 3. С. 295-305.

5. Шейнов В.П., Карпиевич В.А. Взаимосвязи проблемного использования смартфона с избеганием неудач, экстернальностью и психологическим полом // Практическая психология образования XXI в.: Сборник научных статей и материалов XVIII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Коломна, 16.02.2023 г. / Под общ. ред. Р.В. Ершовой. Коломна: Государственный социально-гуманитарный университет, 2023. С. 211-214.

6. Шейнов В.П., Девицын А.С. Зависимость от смартфона и ее взаимосвязи с эмоциональным интеллектом, уверенностью в себе и поведением в конфликтах // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2022. Т. 7. № 4(28). С. 55-77.

7. Шейнов В.П., Ермак В.О. Взаимосвязи проблемного пользования смартфоном с макиавеллизмом, направленностью личности и навыками коммуникации // Научно-педагогическое обозрение. 2024. Вып. 1 (53). С. 115-122.

8. Шейнов В.П. Цифровые трансформации потенциала субъекта образования при его зависимости от социальных сетей // Психология человека в образовании. 2023. Т. 5. № 2. С. 305-310.

REVIEW OF RUSSIAN-LANGUAGE ARTICLES ABOUT INTERNET ADDICTION

D.V. Mironov

The first studies on Internet addiction began to appear in the 90s of the XX century. Back then, the number of Internet users numbered in the millions, now in the billions. This topic is relevant and is still being studied by researchers around the world, including in Russian-speaking countries. In this review article, the author will analyze major articles published recently, written in Russian on the topic of Internet addiction.

Russian-speaking authors identify four approaches to the study of Internet addiction: psychotherapeutic, medical, psychological and sociological. The factors of Internet addiction formation at the macro and micro levels are highlighted. Empirical studies are being conducted to find a link between smartphone addiction and quality of life, life satisfaction, neuroticism, anxiety, depression, sleep disorders, low academic performance, emotional intelligence, externality, etc.

Keywords: Internet addiction, smartphone addiction, social media addiction, depression, anxiety, stress, neuroticism.

УДК 316

ПОТРЕБНОСТЬ В ПОЛУЧЕНИИ СОЦИАЛЬНОГО ПРИЗНАНИЯ КАК МОТИВАЦИЯ ДЛЯ СОЗДАНИЯ МЕМОВ

Я.А. Паразян
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Изучение явления интернет-мемов представляет интерес в контексте изучения коммуникации в малых группах и сообществах по интересам. Цель данной работы заключается в выявлении взаимосвязи между желанием получения социального признания группы, в которой состоит опрошенный, и созданием им мемов. Исследование было проведено в ноябре-декабре 2023 г. методом интернет-опроса, опрошен 441 человек, из них 203 вошли в исследование как создающие мемы. Обработка результатов исследования включает анализ данных по вопросам закрытого типа, а также анализ ответов на открытые вопросы и загруженных опрошенными «авторских» мемов. Результаты исследования показали, что гипотеза о взаимосвязи потребности в социальном признании и создании мемов в большей степени подтвердилась.

Ключевые слова: интернет-мемы, молодежь, интернет, интернет-культура, визуальные средства, коммуникация в интернете, социальное признание, внутригрупповая коммуникация.

Основная гипотеза исследования заключалась в том, что студенты, создающие собственные мемы, имеют высокую потребность в получении признания. Под признанием в данном исследовании будет пониматься явление социального признания, которое, в широком смысле, можно определить как процесс установления роли и статуса в обществе, при котором индивид получает подтверждение и оценку своего вклада и значимости для группы или сообщества, чувствует себя уважаемым и востребованным. Социальное признание может быть раскрыто в двух направлениях – межличностном и общественном. Пьер Бурдье в работе «Рынок символической продукции» изложил концепцию двух модусов признания: поле ограниченного производства и поле массового производства. Поле ограниченного производства можно определить как пространство корпоративного признания, что касается поля массового производства, то его в рамках нашего исследования логично определить как пространство, задаваемое СМИ, как пространство публичного признания [1]. Благодаря среде распространения мемов – сети интернет, возможность создания мемов, которые будут иметь успех у других людей, дает возможность автору мема получить признание на обоих описанных уровнях.

Анкета исследования была разделена на несколько блоков с целью выявления респондентов, создающих мемы, их количество составило примерно половину от опрошенных, соотношение мужчин и женщин тоже различается не существенно. В ходе исследования удалось выяснить, что чаще всего опрошенные создают мемы в графических редакторах либо делают в мессенджерах, используя функцию редактирования фото (59%). Опрошенные, создающие мемы, предпочитают мемы абстрактного формата (42%). Стоит отметить и то, что только 8 % от всех опрошенных используют другие мемы как заготовку для своих, что указывает на оригинальность создаваемых ими мемов. Наибольшей популярностью пользуется мемы формата картинок (нравится – 90%).

Стоит уделить особое внимание анализу мотивации опрошенных для создания мемов, основываясь на их прямых и опосредованных ответах на данный вопрос. Д. Рашкофф выдвинул идею о том, что мемы не имеют самостоятельности, воспринимаются только из контекста и играют роль «крючков для внимания» [2]. Мемы легки для «клипового восприятия» благодаря небольшому объему вербализированной или визуализированной информации. Мемы преодолевают общественную разрозненность благодаря включенности в общий культурный контекст. Мемы привлекают к себе внимание и запоминаются, что облегчает восприятие. Это позволяет легко транслировать наполненный мемами контент информации через каналы массовых медиа. Мемы обладают вирусными свойствами, потому вызывают желание быть переданными и обсужденными. Именно эти свойства делают возможным использование мема как рычага получения общественного признания.

Основная гипотеза была связана с мотивацией получения социального признания как основной для создания мемов. Чаще всего опрошенные указывают как цель создания мемов творчество (57%) и выражение своего мнения (55%). На желание получить внимание к себе указало гораздо меньшее количество опрошенных (27%). Вопрос на отношение к высказыванию (*табл. 1*) показывает следующий результат: половина опрошенных, создающих мемы, связывают свой навык создания мемов и собственный авторитет в среде их общения. Более 30% по двум категориям оценки: согласны или скорее согласны, отметили, что создание мемов позволяет им выразить переживания и\или недовольство.

Таблица 1

Значение создания мемов, %

Тезис	Степень согласия	Все
Я становлюсь авторитетнее в своей среде общения, если умею хорошо шутить	*Согласен*	50
	Скорее да, чем нет	38
	Скорее нет, чем да	6
	Не согласен	1
	Затрудняюсь ответить	5
Создание мемов помогает мне выразить свои переживания и\или недовольство	*Согласен*	34
	Скорее да, чем нет	34
	Скорее нет, чем да	15
	Не согласен	10
	Затрудняюсь ответить	9

Стоит рассмотреть и косвенные признаки, указывающие на значимость получения социального признания в ответ на созданные мемы. В вопросе о том, что влияет на популярность мемов, большая часть опрошенных указали легкость понимания (73%), отражение текущих событий (68%) и широкий культурный контекст (55%). В ответе на вопрос о тематике создаваемых мемов большинство в равном количестве процентов указали тематику психологического здоровья и социально-актуальные темы (33% каждый).

В рамках исследования были рассмотрены истории создания авторских мемов и загруженные изображения авторских мемов. Всего опрошенные дали 108 ответов на вопрос о том, как им пришла идея создания мема. Для анализа проводилась классификация описаний идеи создания при сравнении описания с загруженным изображением для лучшего понимания контекста мема. Описание мемов условно можно разделить на несколько категорий. В самом общем смысле их можно разделить на: конструктивные ответы (*категория ответов 1*) и шутки (как замена ответа и попытки обратить на себя внимание исследователей, *категория ответов 2*).



Рис. 1. Категория ответа 1 – конструктивный ответ

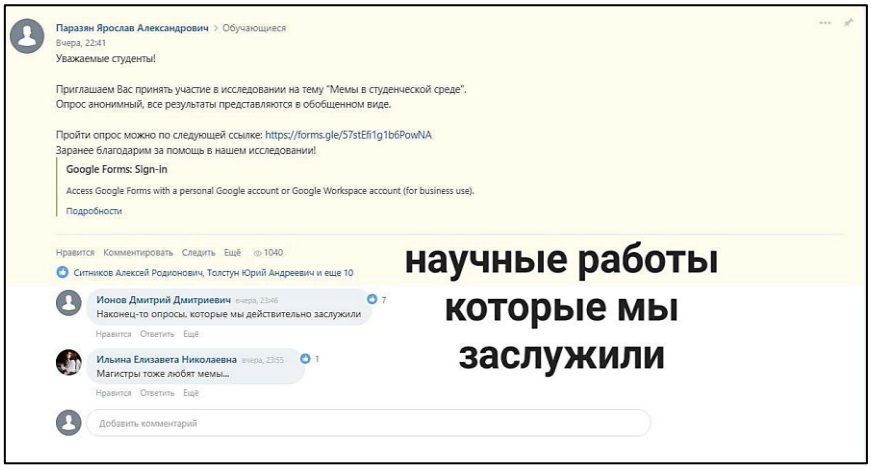


Рис. 2. Категория ответа 2 – ответ-обращение к исследователям

Вторая категория варьируется от шуточных объяснений, почему опрошенный не может загрузить мем, например, «*Я вам не отправлю. Там много-много-много-много-много-много-много плохих слов*» или «*Мои мемы либо некультурные, либо личные*» до просьб к исследователям прислать им все мемы, собранные в результате исследования: «*Не по теме, а можно будет как-нибудь потом найти альбом со всеми мемами, которые Вам отправили? Если да, то вот – @... – ВК, пришлите, пожалуйста, ссылку на него)*». Всего загрузили свои авторские мемы 103 человека.

Можно выделить другую классификацию: по адресной направленности созданных мемов. За исключением ответов, содержащих отказ объяснения и неклассифицируемые высказывания (всего 20), по описанию идеи создания мема авторские мемы можно разделить на: мемы как проявление творчества и мемы как способ передачи информации. Мемы как проявление творчества составили 65 штук, и мемы как способ передачи информации – 23 с учетом исключения из общего массива 20 штук неклассифицируемых мемов. Мемы как проявление творчества подразумевают спонтанное желание создать мем как отражение своих личных переживаний по какому-либо поводу, без желания донести таким образом какую-либо информацию до собеседника, это мем как самовыражение, например: «*Не знаю, ремонтные работы в туалете, когда там просто отколота плитка, звучит очень забавно*» или «*На создание этого профессионального мема повлияла IT-среда, в которой я работаю*». Мемы как способ передачи информации рождаются в коммуникации с другим человеком или группой лиц, как помощник в передаче информации, если другие доступные средства не позволяют это сделать, например: «*Соединила два мема в один, чтобы усилить ржение. Девид Линч – один из любимых мною режиссеров,*

который также нравится моему другу, а "рас рас рас" – это тоже наша общая шутка, чтобы ответить на вопрос, "а как...?" В итоге получилось комбо из загадочности и шизанутости Линча, самой надписи. Идеальный способ передать эмоции, когда сам не знаешь, "а как" (так получилось, например)». Из составленной выше классификации можно сделать вывод, что самовыражение является большим стимулом для опрошенных в создании мемов, чем простая передача информации.

В данном исследовании социальное одобрение было исследовано в формате его корреляции с навыком создания одобряемых группой мемов. Возможная мотивация опрошенных в создании мемов была рассмотрена в двух форматах вопросов – открытых (включающих описание идеи создания и загрузку мема собственного авторства) и закрытых. В ответах, данных опрошенными, прослеживается влияние запросов группы в широком смысле на создаваемый ими мем. При простоте работы по созданию мемов в мессенджерах большинство опрошенных выбирает делать их в графических редакторах, повышая качество создаваемого мема. Стоит отметить, что большинство загруженных опрошенными мемов были сделаны в графическом редакторе, а их вид можно охарактеризовать как аккуратный и приятный для восприятия. Почти все опрошенные – свыше 90% отмечают, что им больше всего нравится формат картинок, вероятно, это можно связать с тем, что он является самым легким для просмотра, а почти половина опрошенных из числа создающих мемы считают, что формат мема имеет значение для его популярности. Чаще опрошенные, создающие мемы, выбирают для них социально-актуальную тематику и сами связывают подобное содержание мемов с его потенциальной популярностью. Умение хорошо шутить с наличием авторитетного положения в группе связали половина опрошенных. Большинство опрошенных, ответивших на вопрос об идее создания мемов, описывают идею их создания, связывают ее с возможностью для проявления творчества или выражением собственных чувств и эмоций по какому-либо поводу. Примечательны попытки диалога с исследователями с просьбой обратной связи. На основе проведенного анализа можно сделать вывод, что гипотеза о взаимосвязи потребности в социальном признании и создании мемов в большей степени подтвердилась.

Список литературы

1. Бурдье П. Рынок символической продукции // Вопросы социологии 1993. № 1/2.
2 . Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. М.: Ультра. Культура, 2003. 368 с.

THE NEED FOR SOCIAL RECOGNITION AS A MOTIVATION FOR CREATING MEMES

Y.A. Parazyan

Studying the phenomenon of Internet memes is of interest in the context of studying communication in small groups and communities of interest. The purpose of this work is to identify the relationship between the desire to receive social recognition of the group in which the respondent belongs and the creation of memes by him. The study was conducted in November-December 2023 using an online survey; 441 people were interviewed, of which 203 were included in the study as creating memes. Processing of the research results includes analysis of data on closed-ended questions, as well as analysis of answers to open-ended questions and "author's" memes uploaded by respondents. The results of the study showed that the hypothesis about the relationship between the need for social recognition and the creation of memes was largely confirmed.

Keywords: internet memes, youth, internet, internet culture, visual means, communication on the internet, social recognition, intragroup communication.

УДК 159

ТРЕВОЖНОСТЬ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ МОЛОДЁЖИ

С.С. Савченко
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина

Предоставлено ознакомление с понятиями «социальная идентичность» и «тревожность» в понимании разных авторов, изложена теоретическая часть о взаимосвязи данных феноменов, приводятся результаты исследования, которое было проведено с помощью методики Ч.Д. Спилбергера на выявление личностной и ситуативной тревожности, со всеми полученными данными и интерпретацией, которые доказали взаимосвязь между тревожностью и социальной идентичностью молодёжи. Предлагается объяснение взаимосвязи возрастных особенностей индивида и уровня его тревожности, а также отличие личностной и ситуативной тревожности. Даётся подробная интерпретация повышенной тревожности, в понимании Ч.Д. Спилбергера, которая сопоставляется с полученными данными, а также сведениями об испытуемых. Затронута тема социальной среды и социализации личности.

Ключевые слова: социальная идентичность, ситуативная тревожность, личностная тревожность, социализация, социальная среда.

Современные исследователи выделяют два подхода к понятию «социальная идентичность», опираясь на теорию социальной идентичности Г. Тэджфела и Дж. Тернера, а также теорию самокатегоризации Дж. Тернера, которые, в свою очередь, базируются на работах Э. Эриксона. Последний автор описывал социальную идентичность как сложное личностное образование, имеющее многоуровневую структуру, в котором на последнем уровне идентичность определяется как конструкт, который отражает личностное согласие с социальными и групповыми идеалами, а также стандартами. Данный уровень называется социальным и способствует лучшему течению процесса Я-категоризации.

«Социальная идентичность – это те аспекты «образа Я» человека, которые возникают из социальных категорий, к которым он ощущает свою принадлежность» – определение Г. Тэджфела и Дж. Тернера.

Определяющими факторами для социальной идентичности являются гендерная, этническая, возрастная и профессиональная идентичности [1]. Другими словами, человек всегда идентифицирует себя по ведущим параметрам, присущим ему самому, и, вероятнее всего, приобщается к некоей группе лиц по тем же характеристикам. Выделяют следующие виды социальной идентичности: статусная, ролевая, гражданская, политическая, гендерная, возрастная, культурная, религиозная.

Понятие «тревожность», в свою очередь, определяет способность человека переживать тревогу, то есть эмоциональное состояние, проявляющиеся в ожидании реальной или мнимой опасности либо в ходе столкновения с ней. Выделяют два вида тревожности: личностную и ситуативную. Личностная проявляется как устойчивое свойство психики и берёт своё начало ещё далеко в детстве индивида либо может быть следствием различных психических отклонений и нарушений. Ситуативная проявляется в определённый период времени, в соответствующих обстоятельствах (например, авария, цунами, опоздание и т.д.) [2]. Поэтому мы и говорим о реальной или мнимой опасности, ведь люди могут по-разному воспринимать одни и те же ситуации, а в силу высокого уровня личностной тревожности, некоторые индивиды обладают свойством видеть опасность там, где её вовсе нет. Данное состояние сопровождается некоторыми физическими симптомами: учащённое сердцебиение и дыхание, повышенная потливость, тошнота, головная боль и др. С точки зрения психологических ощущений, могут присутствовать чувство напряжения, беспокойства, дезориентация и т.д.

На каждом жизненном этапе, сменяя свою социальную среду (детский сад, школа, ВУЗ, переезд в другой город, работа и т.д.), человек вынужден приспосабливаться к ней. В любой из данных групп индивиду необходимо быть заранее социально идентифицированным и чётко обозначить свою принадлежность в коллективе. Следует отметить, что изменение той или иной среды в жизни каждого индивида сопровождается определённым уровнем стресса для него, вследствие чего возникает тревожность. Это объясняется страхом перед неизведанным, нежеланием смены данной среды, личностными качествами человека. В данном случае тревожность может быть тем фактором, который замедляет процесс социализации личности [3]. Смена среды способна повлиять на социальную идентичность человека, ему бывает тяжело определить, к какому числу людей он хотел бы относиться по различным критериям. Тут нарастание тревожности неизбежно и имеет те же причины, что и в процессе социализации.

Мы провели психологическое исследование с целью подтвердить или опровергнуть следующую гипотезу: тревожность является непосредственным фактором социальной идентичности молодёжи. В качестве выборки были взяты молодые люди от 16 до 19 лет, половина из них является учениками школы, а вторая половина студентами первого курса, так как по схеме жизненного цикла Эриксона возраст от 12 до 20 лет считается самым важным в психосоциальном развитии личности и самым благоприятным для формирования идентичности

личности. В качестве метода диагностики была выбрана методика Ч.Д. Спилбергера на выявление личностной и ситуативной тревожности.

В ходе исследования мы получили средние показатели по двум шкалам, которые оказались едиными как для школьников, так и для студентов. По шкале личностной тревожности мы получили число выше, чем по шкале ситуативной тревожности, но несмотря на это, все данные говорят о том, что тревожность у данной группы испытуемых повышена. В силу возраста тестируемых такие результаты – это норма, ведь в данный период у молодых людей происходит гормональная перестройка, в совокупности с различными стресогенными факторами (экзамены, романтические отношения, смена среды), что непосредственно влияет на уровень тревожности. Следует отметить, что какое-то число испытуемых могли иметь задатки для повышенного уровня тревожности в виде индивидуальных качеств личности или воспитания родителей.

В интерпретации самого Ч.Д. Спилбергера лица с высокой тревожностью склонны воспринимать угрозу своей самооценке и жизнедеятельности намного обширнее других и давать выраженную реакцию тревожности. Более того, люди с такими показателями характеризуются состоянием тревожности в различных ситуациях, в особенности, когда они касаются оценки компетенции и престижа личности, и это не удивительно, ведь молодые люди являются учащимися, которые получают соответствующие отметки за свои знания.

Проанализировав полученные данные, мы можем сделать вывод, что у большего количества молодёжи повышен уровень тревожности, что может непосредственно влиять на социальную идентичность, так как возникают трудности с определением своей принадлежности к той или иной группе лиц, присутствует страх быть непонятым, отверженным сверстниками и порождается желание быть «как кто-то».

Список литературы

1. Томская М. Социальная идентичность // СКоДис [Электронный ресурс]. URL: https://clck.ru/39e5Fy (дата обращения: 19.03.2024).

2. Хабиев Т.Р. Взаимосвязь жизнестойкости и личностной тревожности у лиц подросткового возраста – Текст: непосредственный // Известия РГПУ им. А.И. Герцена: ВАК. 2020.

2. Ковалева А.И. Социализация – Текст: непосредственный // Знание. Понимание. Умение. 2004.

ANXIETY AS A SOCIAL IDENTITY FACTOR

S.S. Savchenko

The article provides an introduction to the concepts of “social identity” and “anxiety” as understood by different authors, outlines the theoretical part about the relationship between these phenomena, and presents the results of a study that was conducted using the C.D. technique. Spielberger to identify personal and situational anxiety, with all the data obtained and interpretation that proved the relationship between anxiety and the social identity of young people. Attached is an explanation of the relationship between the age characteristics of an individual and his level of anxiety, as well as the difference between personal and situational anxiety from each other. A detailed interpretation of increased anxiety in the understanding of B.D. is described. Spielberger, which is compared with the data obtained, as well as information about the subjects. The topic of the social environment and socialization of the individual is also touched upon.

Keywords: social identity, situational anxiety, personal anxiety, socialization, social environment.

УДК 331.103.4

ОНБОРДИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ АДАПТАЦИИ И КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ

Д.А. Санникова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Рассматриваются теоретические аспекты адаптации персонала, а также место онбординга (дословный перевод термина «onboarding» – посадка на борт самолета, процесс введения работника в трудовую деятельность). Описываются цели онбординга со стороны компании и сотрудника, затрагивается вопрос ценности, которую он несет для персонала и коммуникации в организации, влияния адаптации на дальнейшую трудовую деятельность, продуктивность, эффективность работы и в целом карьерную судьбу работника. Рассмотрена категория «коммуникация» в разрезе онбординга и влиянии на изучение корпоративной культуры компании, а также её место и роль в процессе адаптации нового сотрудника в организации.

Ключевые слова: адаптация, онбординг, коммуникация, интеграция, организационная культура.

В настоящее время многие развивающиеся компании все больше и чаще фокусируют внимание на психологическом здоровье и комфорте своего персонала. Введение нового сотрудника в организацию является достаточно острой стрессовой ситуацией даже для человека со стабильным душевным состоянием. В такие моменты многие современные компании стараются создать максимально комфортные условия для спокойной и в то же время качественной интеграции нового работника в трудовую деятельность. На помощь приходит программа онбординга.

Онбординг считается новым понятием в сфере HR (Human Resources), которое полностью меняет парадигму процесса интеграции сотрудников, поскольку ранее HR-специалисты не уделяли столь пристального внимания первому этапу адаптации сотрудника, и данный процесс не был настолько подробным и детально проработанным. Опираясь на информацию из источника «HR-portal», онбордингом называется комплекс мероприятий, которые направлены на быстрое и эффективное включение нового сотрудника в рабочую и социальную жизнь компании [1].

Фундаментально термин несет в себе данную характеристику, но если исследовать его обстоятельно, то можно дать следующее определение. Адаптация (онбординг) персонала – взаимный процесс приспособления сотрудников к требованиям организации, новым условиям труда, коллективу,

социальной среде, а также приспособления организации к сотрудникам в части создания благоприятных условий для освоения ими специфики работы и вхождения в рабочую группу, проявления трудового и организационного (предполагающего, помимо способностей к трудовой деятельности, участие в различных сторонах жизни организации) в целом потенциала [2].

Как следует из ее определения, адаптация – обоюдонаправленный процесс, предполагающий, с одной стороны, усилия работника по приспособлению к требованиям рабочего места, к людям, с которыми он взаимодействует, и к организации в целом, с другой – деятельность организации по его интеграции, превращению в полноценного работника и члена коллектива, способного в полной мере проявить себя. Адаптация направлена на сокращение времени недостаточно эффективной работы нового сотрудника из-за отсутствия у него необходимых знаний, навыков и контактов внутри и вне организации. Адаптационную работу проводят сотрудники службы персонала и непосредственные руководители. [2]

Однако, если брать во внимание дословный перевод термина – "посадка на борт", то следует отметить, что онбординг является частью адаптации сотрудника в организации, поскольку он лишь знакомит работника с образом компании, трудовыми функциями, корпоративной культурой и системой коммуникаций, и помимо этого не затрагивает дальнейшие этапы интеграции. Однако, комплекс данных мер, уже является неотъемлемой частью важного процесса адаптации. Следовательно, подход и отношение к нему должны быть основательными.

В построении системы адаптации и программы онбординга важно понимать, какие цели они преследуют и какое значение имеют как для сотрудника, так и для самой организации.

Онбординг для компании – это своеобразный бизнес-процесс, поскольку первоначально он влияет на прибыль и затраты предприятия. Полный цикл подбора и введения нового сотрудника в организацию требует больших временны́х и денежных вложений. Помимо этого, немаловажным является вовлечение и удержание работника, так как процесс адаптации имеет большой вес для формирования правильного образа компании у сотрудника, оказывает влияние на его интерес к вакансии, трудовую мотивацию, которая в дальнейшем влечет за собой высокую рабочую продуктивность персонала и, как следствие, эффективность деятельности и производительность всей организации.

Статистика свидетельствует, что большинство новых работников покидают организацию именно в первые три месяца после начала работы. От быстрого освоения должностных требований и включения в коллективную

работу также зависит производительность нового сотрудника, его мотивация, удовлетворенность работой в организации, вовлеченность в ее дела. По данным исследования, проведенного сайтом для отзывов о работодателях «Glassdoor», «процесс адаптации в компании способствует удержанию новых сотрудников на 82 % и повышает производительность более, чем на 70 %». В этом исследовании говорится, что «почти три четверти сотрудников с большей вероятностью останутся в компании в течение трех лет, если они прошли процесс адаптации». Все это обусловливает важность процесса адаптации и для организации, и для работника [2].

Если рассматривать онбординг со стороны нового сотрудника, который является его главным участником непосредственно, то значение адаптации здесь – знакомство с компанией и обязанностями, оценка организации, интеграция в коллектив и построение коммуникации с сотрудниками. Чем быстрее человек освоится на новом месте, почувствует комфорт и определенность, тем быстрее он начнет продуктивно работать и эффективно выполнять свои функции.

Профессиональную адаптацию молодых специалистов можно определить как процесс вхождения в новую трудовую ситуацию, в которой личность и рабочая среда взаимно влияют друг на друга, формируя новую систему взаимодействий и отношений внутри коллектива [3].

Если развивать данную мысль и рассматривать онбординг как систему адаптации, трактующую познание трудовых аспектов в переплетении с личностными, можно представить процесс адаптации как один из способов взаимодействия персонала, начальства и всех сотрудников между собой, то есть адаптация как формирование коммуникации. Общение и взаимодействие между сотрудниками занимает одно из приоритетных мест в организационной культуре, так как является фундаментом межличностных, формальных и неформальных отношений персонала. Эквивалентное положения коммуникация имеет и в адаптации, поскольку является инструментом взаимодействия, который применяется на первоначальных этапах интеграции сотрудника в рабочую среду.

<…> В современном мире почти вся коллективная деятельность организаций строится на коммуникативных процессах <…>. Специфика коммуникативных процессов в процессе принятия решений, степень участия в них работников, построение взаимоотношений (формальных и неформальных) между работниками по горизонтали и вертикали, учитывая восходящие и нисходящие потоки информации, соотношение и взаимовлияние неформальных и формальных коммуникаций, все элементы кадровой политики (подбор,

адаптация, <…> и др.), связаны как с материальной культурой (уровень обеспечения коммуникативных процессов), так и с культурой управления корпорации <…>. [4]

Подводя итог, следует отметить, что онбординг является неотъемлемой частью процесса адаптации нового сотрудника в компании. Это важный этап, который требует серьезного подхода и основательной подготовки. Онбординг помогает новому сотруднику быстрее освоиться на новом месте, почувствовать комфорт и определенность, что в свою очередь способствует его продуктивной работе и эффективному выполнению трудовых функций. Кроме того, процесс адаптации способствует удержанию новых работников, повышает их производительность и в целом влияет на эффективность деятельности и производительность всей организации. Онбординг является инструментом коммуникации внутри компании, что является фундаментом всей внутриорганизационной деятельности.

Список литературы

1. HR-Portal. «Онбординг сотрудников: что это и как проводить». [Электронный ресурс]. Режим доступа:// URL: https://hr-portal.ru/article/onbording-sotrudnikov-chto-eto-i-kak-provodit (дата обращения: 10.03.2024)

2. Пугачев В.П. Управление персоналом организации: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. П. Пугачев. 3-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2024. 523 с. 2024. 469, 470 с.

2. Коротков Э.М. и др. Основы менеджмента: учебное пособие; под ред. И.Ю. Солдатовой, М.А. Чернышева. – Москва: Дашков и К; Ростов-на-Дону: Наука пресс, (Люберцы (Моск. обл.): ПИК ВИНИТИ), 2013. 254 с.

3. Спивак В.А. Деловые коммуникации. Теория и практика – М.: Издательство Юрайт, 2017. 66 с.

ONBOARDING AS A TOOL FOR ADAPTATION AND COMMUNICATION IN ORGANIZATIONS

D.A. Sannikova

This article discusses the theoretical aspects of personnel adaptation, as well as the place of onboarding (the literal translation of the term "onboarding" is boarding an airplane, the process of introducing an employee into work) in it. In addition, the goals of onboarding on the part of the company and the employee are described, the question of the value that it carries for staff and communication in the organization is raised. As well as the impact of adaptation on further work, productivity, work efficiency and, in general, the career fate of the employee. In addition, the term "communication" is considered in the context of onboarding and its impact on the study of the company's corporate culture, as well as its place and role in the process of adapting a new employee in the organization.

Keywords: adaptation, onboarding, communication, integration, organizational culture.

УДК 159.99

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ЖИЗНЕСПОСОБНОСТЬ РУКОВОДИТЕЛЕЙ: ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВЫБОРА КОПИНГ-СТРАТЕГИЙ

И.Д. Ситникова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Проведено исследование для выявления гендерной специфики в выборе копинг-стратегий руководителями с разной выраженностью психологической жизнеспособности. Полученные данные показывают, что есть различия в психологической жизнеспособности руководителей разных гендерных групп. Мужчины проявляют большую способность в управлении семейными и социальными взаимодействиями. Женщины более направлены на самоэффективность и адаптацию.

Показано, что женщины-руководители со средним уровнем жизнеспособности прибегают к контролю эмоций и планированию решения проблемы, женщины-руководители с высокой жизнеспособностью предпочитают либо стратегию избегания, либо стратегию конфронтации. Мужчины-руководители со средним уровнем психологической жизнеспособности выбирают стратегию избегания, а мужчины-руководители с высоким уровнем прибегают к поиску социальной поддержки и планированию решения проблем.

Ключевые слова: руководство, гендерные особенности, стресс, психологическая жизнеспособность, копинг-стратегии.

В современном мире вопросы успешного управления и эффективного руководства становятся все более актуальными и требуют глубокого понимания множества факторов, включая стратегии преодоления стресса руководителями, поскольку они, используя неэффективные стратегии профилактики и преодоления стресса могут создавать дополнительные стрессовые воздействия на исполнителей. Стресс дезорганизует деятельность, поэтому копинг-стратегии важны, являясь результатом и детерминантами психологической жизнеспособности персонала [1].

Гендерные различия в психологической жизнеспособности и выборе копинг-стратегий руководителей представляют значительный интерес для исследования. Они отражают не только биологические различия между мужчинами и женщинами, но и социокультурные нормы и ожидания, влияющие на их поведение и реакции на стресс.

Несмотря на смещение традиционной патриархальности, в современном обществе остается неравномерным гендерное распределение на управленческих должностях. Соотношение мужчин и женщин в руководящих позициях меняется, однако недостаточно. Так, в мировом рейтинге гендерного разрыва на 2021 г. Российская Федерация заняла 81 место (156 возможных). И несмотря на

25-ое место в разделе «Экономическое участие и возможности», в разделе «Политическое расширение прав и возможностей» страна находится лишь на 133-ем месте [5].

По данным Федеральной службы государственной статистики на 2022 г., лишь 46% линейных руководителей являются женщинами. По этим же данным, они получают значительно меньшую заработную плату, чем мужчины. В среднем около 48% женщин не удовлетворены уровнем своей заработной платы [6].

Возникают такие термины, как гендерная сегрегация, стеклянный потолок – барьеры, мешающие карьерной реализации женщин. Общая структура занятости принимает форму пирамиды: чем выше социальный статус должности, тем меньше на этих должностях женщин. В средах, где преобладает один пол, могут складываться определенные стереотипы и предвзятость, влияющие на восприятие лидерских качеств и профессиональные возможности противоположного пола. Изучение гендерных особенностей способствует разрушению этих стереотипов.

Понимание влияния гендера руководителя на выбор копинг-стратегий и стиля управления может помочь организациям создать более адаптивные и гибкие управленческие команды, способные наиболее эффективно справляться с разнообразием задач и стрессовыми ситуациями.

С целью выявления гендерной специфики в выборе копинг-стратегий среди руководителей с разной выраженностью психологической жизнеспособности проведено эмпирическое исследование.

В исследовании приняли участие мужчины и женщины, занимающие руководящие должности. Испытуемым предлагалось пройти опрос, состоящий из двух методик: Методика А.В. Махнача «Психологическая жизнеспособность взрослого человека» и Опросник Р.Лазаруса «Способы совладающего поведения» (Ways of Coping Questionnaire, WCQ) [1, 2].

В таблице 1 представлены результаты оценки психологической жизнеспособности руководителей.

Таблица 1

Психологическая жизнеспособность руководителей

Аспекты психологической жизнеспособности	Женщины-руководители	Мужчины-руководители	U
Духовность	25,75	28,1	*
Самоэффективность	35,4	33,6	*
Настойчивость	33,5	33	-
Локус контроля	33,75	32,5	*
Совладание и адаптация	34,25	33,75	-

Семейные и социальные взаимодействия	32,5	35,6	*
Интегральный показатель	195,1	196,9	*

В таблице 1 данные представлены в баллах. Минимальное количество баллов составляет 10 баллов. Максимально возможное количество баллов – 40. U – статистическая значимость различий по критерию Манна-Уитни, * – $p \leq 0.05$; - – статистически значимые различия отсутствуют.

Полученные данные показывают, что есть различия в психологической жизнеспособности руководителей разных гендерных групп. Мужчины проявляют большую духовность и большую способность в управлении семейными и социальными взаимодействиями. Женщины более направлены на самоэффективность и адаптацию. Это свидетельствует о том, что руководящая работа требует от женщин большей траты ресурсов, чем от мужчин. Интегральный показатель жизнеспособности женщин и мужчин различается в незначительной степени, однако позволяет мужчинам-руководителям пройти порог, необходимый для высокого уровня жизнеспособности. Это свидетельствует об эмоциональной стабильности мужчин-руководителей, а также об их уверенности в себе, гибкости, способности к саморазвитию и хороших навыках взаимодействия с окружающими. Психологическая жизнеспособность женщин-руководителей находится на уровне выше среднего, что указывает на достаточные, но не выдающиеся способности к адаптации и преодолению профессиональных вызовов. Следовательно, в условиях стресса потенциал женщин-руководителей может быть лишь незначительно ограничен.

Рассматривая отдельные аспекты жизнеспособности, можно сказать, что большинство аспектов психологической жизнеспособности женщин-руководителей находятся на высоком уровне и свидетельствуют об их хорошей психологической подготовке и способности к успешному управлению. Они могут обладать такими выраженными качествами, как уверенность в себе, целеустремленность, умение контролировать ситуацию, гибкость и адаптивность. Однако можно заметить, что показатели семейного и социального взаимодействия находятся на среднем уровне. Вероятно, несмотря на получаемую социальную поддержку, женщины-руководители все же имеют определенные вызовы или трудности в семейных и социальных отношениях. Причиной этому может послужить трудность в выстраивании баланса между профессиональной и личной сферами жизни. На низком уровне находится и показатель духовности. Это может говорить о том, что женщины-руководители

настолько уходят в управленческую деятельность, что забывают об её духовной составляющей.

У мужчин-руководителей большинство аспектов находится на высоком уровне. Однако наличие средних показателей по шкале «Локус контроля» позволяет предположить, что мужчина-руководитель обладает некоторым балансом между уверенностью в своих способностях и признанием влияния внешних факторов на его жизнь и карьеру, однако может избегать принятия ответственности в некоторых ситуациях. Низкий уровень по шкале «Духовность», как и в случае женщин-руководителей, может говорить о прагматических или материалистических ценностях.

Испытуемые были разделены на группы в зависимости от уровня их психологической жизнеспособности и проведена оценка преобладания в их поведении тех или иных копинг-стратегий в условиях стресса. Полученные результаты представлены в таблице 2.

Таблица 2

Предпочитаемые копинг-стратегии руководителей с разной выраженностью психологической жизнеспособности

Предпочитаемые копинг-стратегии	Женщины-руководители		Мужчины-руководители	
	Средний уровень	Высокий уровень	Средний уровень	Высокий уровень
Конфронтация	51	57,8	55,25	49,25
Дистанцирование	50,7	53,8	54,25	48,25
Самоконтроль	58,7	51,4	54,25	48,75
Поиск социальной поддержки	54	51,6	54,75	55,5
Принятие ответственности	41,7	51,2	47,5	45,5
Бегство-избегание	42	57,6	58	53,5
Планирование решения проблемы	57,7	56,2	50,5	56,25
Положительная переоценка	51	52,4	49,5	54

В таблице 2 данные представлены в t-баллах. Минимальное количество баллов составляет 0 баллов. Максимально возможное количество баллов - 90.

Можно видеть, что среди женщин-руководителей со средним уровнем психологической жизнеспособности наиболее актуальной и доминирующей

является копинг-стратегия «Самоконтроль». Использование данной копинг-стратегии в совокупности со средним уровнем жизнеспособности предполагает сбалансированный подход к управлению стрессом. Они предпочитают обдуманный и аналитический подход к проблемам, что позволяет им сохранить контроль над ситуацией, а также над своими эмоциями. Немаловажной копинг-стратегией является «Планирование решения проблемы». Таким образом, можно заключить, что женщины-руководители со средним уровнем психологической жизнеспособности склонны к прагматичному подходу и в случае непредвиденной или стрессовой ситуации способны управлять своими эмоциями и путем внимательного анализа ситуации принимать обдуманные решения. Но это говорит и том, что женщины-руководители опасаются стрессовых ситуаций и заранее пытаются к ним подготовиться. Такой подход имеет определенные слабые стороны, так как стресс чаще всего бывает неожиданным, и планировать свое поведение в стрессовой ситуации далеко не всегда возможно. Несоответствие ситуации плану вызывает дополнительный стресс.

В случае женщин-руководителей с высоким уровнем жизнеспособности наиболее используемыми копинг-стратегиями являются «конфронтация» и «бегство-избегание».

Женщины-руководители могут использовать стратегию конфронтации, так как высокие показатели жизнеспособности тоже нередко подразумевают уверенность в себе и своих способностях, они видят конфронтацию как способ достижения ясности и принятия решений, способствующих продуктивной работе, развитию организации, подтверждения своей высокой жизнеспособности, позиционирования себя как безусловного лидера.

Стратегия избегания может быть использована для снятия напряжения и перерыва в ситуации восстановления баланса между работой и личной жизнью. Часто решение проблемы может требовать больших ресурсов как материальных, так и духовных. Применение стратегии избегания позволяет женщине-руководителю временно отложить проблему до тех пор, пока не будут доступны ресурсы, необходимые для качественного решения проблемы.

При анализе дополнительной литературы можно сказать, что женщины обычно испытывают стрессовые реакции, которые меньше затрагивают их физическое здоровье и больше проявляются в форме эмоциональных и психологических нарушений. Они демонстрируют более высокую способность справляться с социальным стрессом, что подтверждается более низкой общей заболеваемостью женщин по сравнению с мужчинами [3].

При этом традиционные методы мужского преодоления стресса могут быть менее гибкими и в некоторых случаях даже вредными для самих мужчин,

что делает их более уязвимыми перед стрессом, так как часто под воздействием стресса проявляют агрессивное и разрушительное поведение, что, в свою очередь, создает конфликт между гендерными ролями и здоровым образом жизни и сокращает продолжительность жизни [3].

Наиболее используемой стратегией у мужчин-руководителей со средним уровней психологической жизнеспособности является стратегия избегания, при которой могут наблюдаться неконструктивные формы поведения в стрессовых ситуациях: отрицание либо полное игнорирование проблемы, уклонение от ответственности, пассивность, нетерпение, вспышки раздражения, употребление алкоголя.

Мужчины-руководители с высоким уровнем жизнеспособности, в свою очередь, предпочитают более конструктивные стратегии – «поиск социальной поддержки» и «планирование решения». Следовательно, можно говорить о хороших коммуникационных навыках и умении создавать и поддерживать положительные отношения в профессиональной среде. Также они могут обладать высоким уровнем организационных навыков и стремлением к систематичному подходу к решению проблем. Это свидетельствует о их умении использовать доступные ресурсы для решения трудностей и готовности обращаться за помощью, несмотря на то что, согласно исследованиям и общепризнанным полоролевым характеристикам, это считается женской прерогативой [4].

Подводя итоги исследования, женщины-руководители склонны к стратегиям, направленным на снятие психоэмоционального напряжения. Они стремятся к активному преодолению проблемы, однако это может приводить к подавлению эмоций, потере гибкости, уходу в излишнюю рациональность. Женщины-руководители с более высокой жизнеспособностью могут обладать импульсивностью, стремлением уклониться от ответственности. Мужчины-руководители, в свою очередь, при средней жизнеспособности склонны к эмоционально-ориентированным стратегиям – уклонению от ответственности, бегству от проблем, что является не эффективным поведением. Однако при более высокой жизнеспособности мужчины-руководители способны к целенаправленному и планомерному решению проблемы, используя и внешние ресурсы.

Нельзя сделать заключение, что мужское или женское руководство в той или иной мере превосходит друг друга, так как они имеют как сильные, так и слабые стороны.

Гендерное равноправие в сфере управления представляет собой не только моральную и этическую необходимость, но и ключевой фактор успеха для

современных организаций. Понимание гендерных особенностей в выборе копинг-стратегий руководителями является необходимым шагом к созданию инклюзивной и эффективной рабочей среды, способствующей развитию как индивидуального потенциала, так и успехов организации в целом.

Список литературы

1. Махнач А.В. Жизнеспособность человека и семьи: социально-психологическая парадигма. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016. 459 с.

2. Lazarus R., Folkman S. Manual for Ways of Coping Questionnaire. Palo Alto, CA. 1988.

3. Коган Б.М., Дроздов А.З., Дмитриева Т.Б. Механизмы развития соматических и психопатологических стрессовых расстройств (половые и гендерные аспекты) // Системная психология и социология. 2010. №1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/mehanizmy-razvitiya-somaticheskih-i-psihopatologicheskih-stressovyh-rasstroystv-polovye-i-gendernye-aspekty (дата обращения: 16.04.2024).

4. Исаева Е.Р. Копинг-поведение: анализ возрастных и тендерных различий на примере Российской популяции // Вестник ТГПУ. 2009. №11. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/koping-povedenie-analiz-vozrastnyh-i-tendernyh-razlichiy-na-primere-rossiyskoy-populyatsii (дата обращения: 16.04.2024).

5. The Global Gender Gap Report 2021. Insight Report World Economic Forum. p. URL:https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2021.pdf

6. Женщины и мужчины России. 2022: Стат.сб./Росстат. – М., 2022. 208 с.

PSYCHOLOGICAL RESILIENCE OF MANAGERS: GENDER CHARACTERISTICS OF THE CHOICE OF COPING STRATEGIES

I.D. Sitnikova

A study was conducted to identify gender-specific coping strategies among leaders with varying levels of psychological resilience. The results show that there are differences in the psychological resilience of leaders of different gender groups. Men show greater spirituality and greater ability to manage family and social interactions. Women are more focused on self-efficacy and adaptation.

According to the study results, women with moderate levels of resilience tend to resort to emotion control and problem-solving planning, while women with high resilience, in turn, prefer either avoidance or confrontation strategies. Men with moderate levels of psychological resilience choose avoidance strategies, whereas men with high levels resort to seeking social support and problem-solving planning.

Keywords: leadership, gender characteristics, stress, psychological resilience, coping strategies.

УДК 159

КИБЕРБЕЗОПАСТНОСТЬ КАК ФАКТОР, ПРЕПЯТСТВУЮЩИЙ РАЗВИТИЮ СУИЦИДАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОДРОСТКОВ

В.А. Сорочина
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина

Представлено ознакомление с понятиями «доведение до суицида» и «кибербезопастность» в понимании разных авторов, изложена теоретическая часть о взаимосвязи данных феноменов, рассматривается вопрос о влиянии интернет-технологий на статистику самоубийств. Также рассматриваются способы воздействия на людей через интернет, особенно в контексте кибербуллинга и онлайн-агрессии, а также обращенно внимание на угрозу, которую представляют «группы смерти» и «суицидальные квесты». Затронута тема социальной среды и социализации личности.

Ключевые слова: «группы смерти», «суицидальные квесты», доведение до самоубийства, кибербуллинг.

С развитием интернет-технологий и социальных сетей появились новые угрозы для психического здоровья и безопасности людей. Одной из таких угроз является явление кибербуллинга, когда люди подвергаются онлайн-агрессии, что может привести к серьезным последствиям, включая случаи суицида.

Рассматривается более глубоко явление, когда пользователи или целые сообщества активно пытаются довести других до самоубийства через социальные сети. Этот вид онлайн-агрессии может иметь крайне тяжелые последствия и вызывает серьезное беспокойство.

Суицидальное поведение в научном контексте определяется как совокупность действий, мыслей и намерений, направленных на самоубийство или попытку самоубийства. Суицидальное поведение может включать различные формы проявления, такие как суицидальные мысли, планы, попытки совершить самоубийство или сам факт самоубийства.

В рамках психологии и психиатрии суицидальное поведение рассматривается как серьезная психологическая и медицинская проблема, требующая компетентного подхода.

Суицидальное поведение может быть вызвано различными факторами, такими как психологические расстройства (например, депрессия, тревожное расстройства), травмы, стресс, наличие хронических заболеваний, наследственные факторы, злоупотребление психоактивными веществами, способствующими изменению сознания.

Нельзя исключать, что суицидальное поведение может быть сформировано как внутренними факторами, так и с помощью внешнего манипулирования. Суицид под действием внешнего манипулирования, также известный как "суицид посредством убеждения" или "индуцированный суицид", представляет собой ситуацию, когда человек принимает решение о совершении самоубийства под воздействием другого человека или группы людей. Этот вид суицида может быть результатом манипуляций, угроз, психологического насилия или давления со стороны.

Внешнее манипулирование может привести к тому, что человек начинает рассматривать совершение самоубийства как единственный способ избежать давления или угроз со стороны манипуляторов. Это может происходить в различных сферах жизни, например, в отношениях с партнером, семьей, друзьями, коллегами или даже в онлайн-среде.

Важно отметить, что суицид под действием внешнего манипулирования является серьезной психологической и социальной проблемой, требующей вмешательства и поддержки. Люди, находящиеся в такой ситуации, могут испытывать чувство беспомощности, одиночества и отчаяния. Поэтому важно обращаться за помощью к профессионалам (психологам, психиатрам) или службам поддержки в случае опасности суицида.

Профессиональная помощь и поддержка могут помочь человеку разобраться в сложной ситуации, найти способы решения проблемы и обрести поддержку и защиту от манипуляторов. Важно осознавать, что суицид не является единственным выходом из сложной жизненной ситуации и что всегда есть возможность изменить обстоятельства и найти поддержку и понимание.

Статистика по смертности от самоубийств в различных регионах России подчеркивает серьезность проблемы. Особенно тревожны данные о суицидах несовершеннолетних, что свидетельствует о необходимости принятия срочных мер для предотвращения подобных трагедий.

Рассматриваются понятия "группы смерти" и "суицидальный квест", которые представляют собой методы привлечения к самоубийству через участие в опасных "играх". Эти практики не только опасны для жизни участников, но и могут иметь долгосрочные последствия для их психического здоровья.

Авторы статьи выражают мнение о необходимости изменений в законодательстве для борьбы с подобными действиями. Однако, указывается на важность пересмотра статьи о суицидальном поведении и его пресечении, возможно, перенос ее в другой раздел УК РФ для более эффективной борьбы с этим явлением.

Важно также обратить внимание на необходимость комплексного изучения проблемы "групп смерти" с использованием знаний социологии, суицидологии, педагогики, психологии и права. Только таким образом можно разработать эффективные меры предотвращения и борьбы с подобными преступлениями, связанными с использованием интернета.

Статья призывает к серьезному осмыслению проблемы психологического воздействия на людей через интернет и к разработке комплексных мер для защиты граждан от подобных опасностей.

Список литературы

1. Левин К. (2021). Кибербуллинг и онлайн-агрессия: психологическое воздействие на самоубийство [Cyberbullying and online aggression: psychological impact on suicide]. Журнал психологии и педагогики, 15(2), 45-58.

2. Макарова Е. (2020). Группы смерти и суицидальные квесты: угроза через интернет [Death groups and suicidal quests: online threats]. Социологические исследования, 25(3), 112-125.

2. Федеральная служба статистики России. (2021). Статистика смертности от самоубийств в регионах России [Statistics of suicide mortality in Russian regions]. Доступно по ссылке: https://www.gks.ru/ru/ (дата обращения: 25.01.2024).

CYBERSECURITY AS A FACTOR CONTRIBUTING TO THE DEVELOPMENT OF SUICIDAL BEHAVIOR IN TEENAGERS

V.A. Sorochina

The article provides an introduction to the concepts of “incitement to suicide” and “cybersecurity” as understood by different authors, outlines the theoretical part about the relationship between these phenomena, and examines the issue of the influence of Internet technologies on suicide statistics. It also examines ways to influence people through the Internet, especially in the context of cyberbullying and online aggression, and also draws attention to the threat posed by “death groups” and “suicide quests.” The topic of the social environment and socialization of the individual is also touched upon.

Keywords: “death groups”, “suicide quests”, incitement to suicide, cyberbullying.

УДК 316

ВОСТРЕБОВАННОСТЬ ЛИТЕРАТУРЫ ПО САМОРАЗВИТИЮ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖЬЮ: ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ

А.А. Старикова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Исследуется популярность и востребованность литературы по саморазвитию (self-help books) студенческой молодежью в рамках гендерного аспекта. Анализ проведен на базе данных, полученных в результате онлайн-опроса, проводимого в ноябре-декабре 2023 г. среди студентов университета ННГУ им. Н.И. Лобачевского г. Нижнего Новгорода. Рассмотрены и изучены: мотивы, влияющие на начало чтения книг по саморазвитию; отношение студентов мужского и женского пола к данной категории литературы; расположенность молодежи к чтению книг по саморазвитию. Проанализировано понимание термина «саморазвитие», а также актуальные сферы, в которых студенты обоих полов хотели бы реализоваться в ближайший год.

Ключевые слова: саморазвитие, самореализация, студенческая молодежь, литература, читательские интересы, гендерный аспект.

Введение

Социолог культуры С.Н. Плотников определил чтение как «жизнехранящую функцию культуры», «технологию интеллектуального воспроизводства в обществе» [1]. Картина массового книжного чтения с каждым годом меняется в сторону разнообразия форматов, а преобразования в литературе отражают интеллектуальные, духовные и информационные потребности общества.

По итогам исследования ВЦИОМ «Книжная культура – 2022», проведенного с помощью интернет-опроса «ВЦИОМ-Онлайн» среди 1600 россиян в возрасте от 18 лет, выяснилось, что совмещение форматов чтения в стратегию «бумажный формат и экран смартфона» остается самой популярной во всех возрастных группах, а предпочтение отдается именно художественной литературе (61%). Если меняются способы книжного чтения, то ситуация чтения остается неизменной – ключевым фактором остается досуг (67%). Приоритетных мотивов книжного чтения два: саморазвитие (66%) и удовольствие (54%) [2]. Данное исследование отчетливо показывает картину современного читателя: его формы, особенности и интересы.

Важно отметить, что в последние годы увеличивается популярность книг по саморазвитию (в переводе с англ. – self-help books), что включает такие темы, как бизнес и путь к успеху; медитации и йога; методы повышения

продуктивности; развитие полезных привычек. Многие зарубежные исследовательские компании доказали, что литературный рынок ежегодно пополняется данными книгами, а показатели продаж и выпусков новых авторов растут [3; 4].

В данном исследовании будет отражено актуальное отношение к литературе по саморазвитию на примере студенческой молодежи ННГУ им. Лобачевского г. Нижнего Новгорода. В работе проанализированы читательские интересы студентов, а также понимание термина «саморазвитие» и актуальные сферы, в которых студенты обоих полов хотели бы реализоваться в ближайший год. Целью исследования является выявление особенностей потребления книг жанра саморазвития студентами мужского и женского пола.

Методология

Авторское социологическое исследование «Востребованность литературы по саморазвитию студенческой молодежью: гендерный аспект» было проведено в ноябре-декабре 2023 г. Методом сбора информации послужил анкетный онлайн-опрос «Саморазвитие: выбор или необходимость?». В качестве площадки размещения анкеты использовалась платформа Google Forms. Обработка и первичный анализ социологических данных осуществлялись с использованием аналитического программного обеспечения IBM SPSS Statistics 21. Всего было опрошено 100 студентов-бакалавров из ННГУ им. Н. И. Лобачевского в возрасте от 17 до 23 лет, очной формы обучения различных гуманитарных и технических специальностей, в их числе 50% юноши и 50% девушки. Доля студентов первого курса составила 22%, второго – 33%, третьего – 34%, четвёртого – 11%.

В рамках исследования планировалось выявить современные тенденции и представления о саморазвитии студентов, основные формы и методы осуществления деятельности, направленной на развитие личных навыков, и их связь с актуальными ценностными ориентирами.

Результаты исследования

Рассматривая тему саморазвития, важно было проанализировать, как понимает данный термин студенческая молодежь. Так, юноши и девушки в равной степени определяют «саморазвитие» в контексте личностного роста (28% – муж. пол, 24% – жен. пол) и улучшения различных навыков (24% и 22% соответственно) (рис.1). Немаловажным остается, что девушки чаще отмечали духовный и моральный аспект данного термина, определяя его как «познание себя» (16%) и «забота о себе» (4%), в то время как юноши ориентировались на практическую ценность, отмечая возможность «увеличение дохода» (2%). При

более детальном рассмотрении результатов, можно заметить, что процентное соотношение не кардинально отличается друг от друга. Небольшие различия в цифрах могут быть объяснены индивидуальными особенностями, но общее восприятие саморазвития остается схожим.

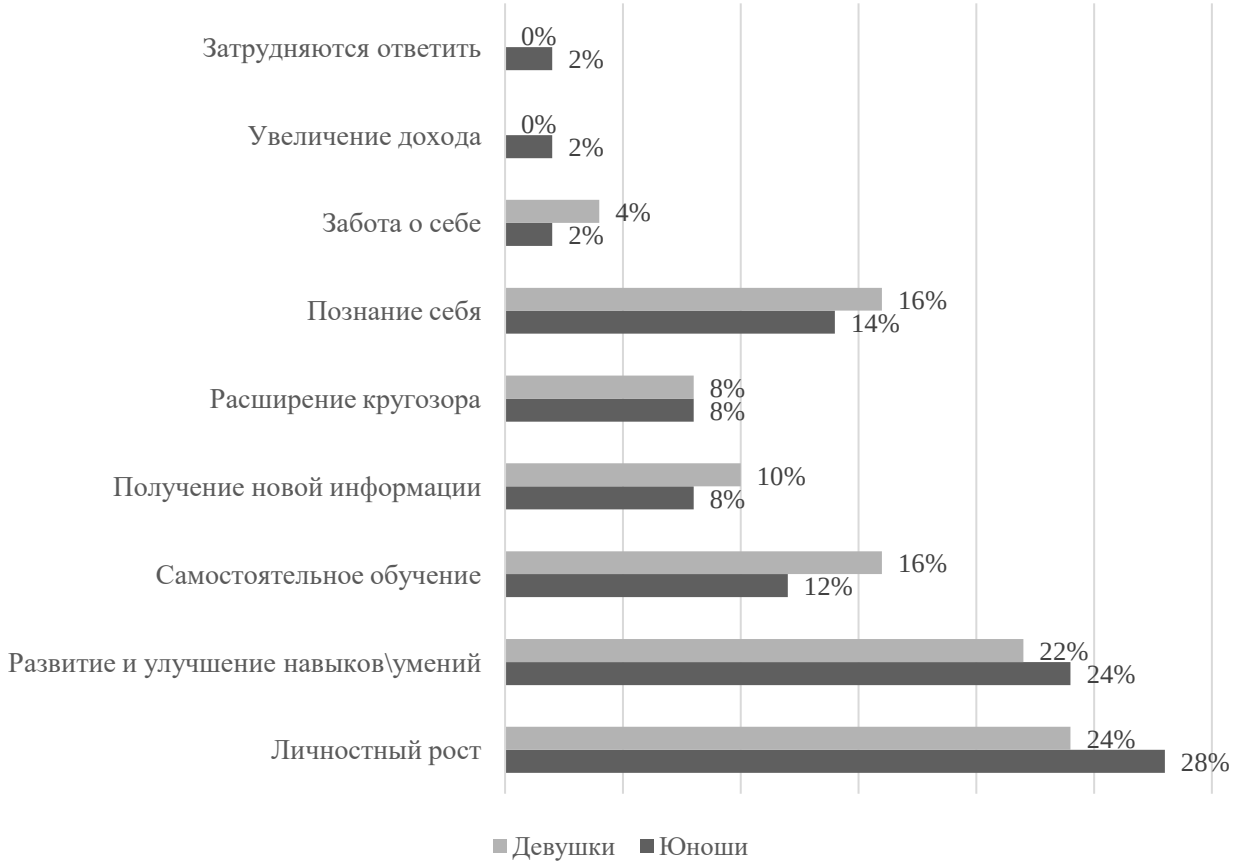


Рис. 1. Понимание термина «саморазвитие» среди юношей и девушек, %

В ближайший год, рассматривая тему саморазвития, юноши будут ориентированы на такие точечные и устойчивые вещи, как здоровье и развитие soft\hard навыков[1], а девушки на познание себя и внутреннего мира. Для студенток приоритетной темой является раскрытие собственного потенциала, эмоционального интеллекта и эмпатии. Отчетливо видно различие в сфере лидерства – в ней больше хотят развиваться юноши, нежели девушки. Сфера развития гибких навыков тоже наиболее актуальна для юношей.

Студентки охотно верят, что книги способствуют развитию внутреннего мира и личности, в то время как юноши относятся сдержанно и критично к

[1] Soft skills – умения, не связанные с конкретной работой, но помогающие делать ее эффективно: способность общаться и договариваться, креативность, планирование, принятие решений. Hard skills – это конкретные умения, которые используются в профессиональной деятельности: например, знание иностранного языка, программирование.

данному утверждению. Преобладающий положительный ответ дали именно девушки (82% и 70% соответственно).

Наиболее комфортным местом для чтения литературы для студентов является дом, ведь они могут полностью погрузиться в любимую литературу, не затрачивая лишних усилий. Для 74% это является основным местом изучения литературы. Нулевой результат оказался у библиотеки. Это может говорить о том, что уменьшается популярность и необходимость данных учреждений в глазах студентов.

Студенты только начинают присматриваться к книгам по саморазвитию, не проявляя сильную заинтересованность. Чаще встречается вариант прочтения менее 5 книг как у юношей, так и у девушек. Студентки больше прочли книг по саморазвитию, нежели юноши (48% и 38% соответственно). Однако, чуть больше одной трети студентов мужского и женского пола не прочитали ни одной такой книги в прошедший год (29%).

Подтвердить вышеуказанное суждение позволяет тот факт, что студенческая молодежь характеризует книги по саморазвитию как чтение для разнообразия: 60% – жен. пол, 58% – муж. пол. Около одной трети девушек и юношей с небольшой разницей отмечают, что жанр книг, посвященный самореализации и самопомощи, является полезным и интересным (32% и 30% соответственно). Студенты мужского пола категоричнее девушек – они чаще отмечают, что книги данной направленности не несут полезности.

Среди студентов приоритетным мотивом для начала чтения литературы по саморазвитию является стремление стать лучше (табл.1). Девушки в большей степени ориентированы на данный пункт (52%) по сравнению с юношами (48%), так как это может быть связано с их жизненными ориентирами. Мнение, советы и жизненная позиция современных медийных личностей тоже влияет на мотивацию студентов обоих полов, однако в незначительном преимуществе на девушек (53% и 47% соответственно). Мотив популярности литературы по саморазвитию является приоритетным для юношей (73%). Пример знакомых в равной степени влияет на студентов обоих полов (по 50% соответственно). Мотив, связанный с тяжелой жизненной ситуацией, студенты отметили в меньшей степени, в особенности девушки (44% – жен. пол, 56% – муж. пол), что может свидетельствовать о способности студенток самостоятельно анализировать и прорабатывать сложные события, происходящие в жизни.

Таблица 1

Мотив начала чтения книг по саморазвитию: выбор девушек и юношей, %*

Мотивы	Студенты	Юноши	Девушки
Тяжёлая жизненная ситуация	8	56	44
Стремление стать лучше	53	48	52
Пример знакомых	14	50	50
Пример медийной личности	15	47	53
Популярность книг по саморазвитию	10	73	27

**Выборка составила 80 человек, так как вопрос являлся необязательным с неограниченным выбором числа ответов*

Рассматривая сферу саморазвития, одно из важных наблюдений состоит в том, что отношение к данной теме зависит от пола студентов. Чтобы привлечь внимание студенческой молодежи к данному жанру литературы, стоит опираться на их мотивации в ближайший год. Для девушек важным является раскрытие собственного потенциала, развитие эмоционального интеллекта и эмпатии. У юношей эти категории уступают место сфере здоровья и осознанности, развитию лидерских качеств и гибких навыков. Можно предположить, что целевая аудитория данного жанра литературы – девушки в возрасте от 16-25 лет, заинтересованные в личностном росте, так как именно они выделились большим прочтением данного вида литературы, в отличие от юношей. Для студентов обоих полов основным мотивом для чтения книг по саморазвитию является стремление стать лучше.

Список литературы

1. Плотников С.Н., Читательская культура в России // Homo legens: памяти С.Н. Плотникова: сборник научных трудов. М., 1999. С. 46–58.

2. Книжная культура – 2022. ВЦИОМ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/knizhnaja-kultura-2022. (дата обращения: 20.03.2024).

2. The $10 Billion Self-Improvement Market Adjusts to a New Generation [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://blog.marketresearch.com/the-10-billion-self-improvement-market-adjusts-to-new-generation. (дата обращения: 20.03.2024).

3. Self-Help / Personal Growth book sales are growing [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.booknetcanada.ca/blog/2018/11/13/self-help-personal-growth-book-sales-are-growing. (дата обращения: 15.03.2024).

THE DEMAND FOR SELF-DEVELOPMENT LITERATURE AMONG STUDENTS: GENDER ASPECT

A.A. Starikova

The article is devoted to the study of the demand and popularity of self-development literature (self-help books) among students within the framework of the gender aspect. The analysis was carried out on the basis of data obtained as a result of an online survey conducted in November-December 2022 among students of the N.I. Lobachevsky UNN University of Nizhny Novgorod. In this paper, the following are considered and studied: motives influencing the beginning of reading books on self-development; the attitude of male and female students to this category of literature; the desire of young people to read books on self-development. The understanding of the term «self-development» is analyzed, as well as current areas in which students of both sexes would like to be realized in the coming year.

Keywords: self-development, self-realization, student youth, literature, reader interests, gender aspect.

УДК 159.942.5

ЭМОЦИИ И ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Д.А. Тихомирова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Уровень эмоционального интеллекта является одним из важных составляющих успешной самореализации человека в обществе. Если человек умеет осознавать свои и чужие эмоции и грамотно распоряжаться ими, то он с большой вероятностью легко может грамотно выстраивать диалог с людьми и добиваться определенной выгоды. Особенно важно начинать развивать свой эмоциональный интеллект уже в молодом возрасте. Поэтому стоит уделить внимание изучению эмоционального интеллекта студентов первого курса, так как они находятся на пороге нового этапа жизни, где эмоциональная стабильность и умение управлять своими эмоциями играют ключевую роль.

Ключевые слова: эмоция, эмоциональный интеллект, эмоциональное развитие молодежи.

В последние годы уделяется большое внимание эмоциональному состоянию человека, люди стали более внимательны к своим мыслям и эмоциям. Благодаря этой тенденции, мы стали более осознанными и внимательными ко всему, что испытываем, а также к тому, что проявляем внешне. Из-за этого психология эмоций получила свое развитие по всему миру.

В различных подходах эмоции и их возникновение понимают по-разному. *Эволюционная теория эмоций* Чарльза Дарвина предполагает, что эмоции возникают рефлекторно [1, с. 67]. Теория У. Джемса-Г. Ланге сводит появление эмоций к тому, что они возникают из-за внешних стимулов. Физиологические изменения первичны, а эмоции их сопровождают [1, с. 67-72]. П.К. Анохин считал, что эмоции появляются как реакция на удовлетворение или неудовлетворение потребности [1, с. 74]. Таким образом, мы видим, что есть разные теории появления эмоций у человека.

Американский психолог и эксперт в области психологии эмоций и межличностного общения Пол Экман дает следующее определение эмоций. Эмоция – это процесс, особый тип автоматической оценки, несущей на себе отпечаток нашего эволюционного и индивидуального прошлого; в ходе этой оценки мы ощущаем, что происходит что-то важное для нашего благополучия и совокупность физиологических изменений и эмоциональных реакций вступает во взаимодействие с текущей ситуацией [2]. Многие ученые сходятся во мнении, что наши эмоции универсальны, каждому человеку присущ базовый набор эмоций, которые сопровождают нас с рождения и до самой смерти. Пол Экман

выделяет 7 базовых эмоций: радость, грусть, страх, отвращение, презрение, гнев, удивление [2]. Стоит отметить, что наедине с собой, как правило, человек показывает свои истинные эмоции, когда же человек находится в социуме, он старается управлять своими эмоциями, чтобы подражать эмоциям других людей.

Осознание эмоций – довольно сложный и времязатратный процесс, но обрести данный навык вполне возможно. Умение отслеживать свои эмоции, а также эмоции и чувства других людей, различать их и использовать для руководства своим мышлением и действиями называется эмоциональным интеллектом [3]. Это понятие было введено Джоном Майером и Питером Сэловеем в 1990 г. в статье «Эмоциональный интеллект».

Становление эмоционального интеллекта обусловлено многими факторами. Важную роль в развитии эмоционального интеллекта играет семья.

Было проведено исследование О.В. Голубь, Г.А. Родионовым, Ю.А. Лемякиной, которое показывает, что люди, которые воспитывались одни в семье, то есть не имеют брата или сестру (сиблинга), хуже распознают свои эмоции и эмоции других людей, чем те, кто рос вместе с хотя бы одним сиблингом [4]. Из этого следует, что эмоциональный интеллект формируется с детского возраста.

Помимо семьи, человек тренирует уровень своей эмоциональности, например, в общеобразовательном учреждении. В школе ребенок учится сдерживать свои эмоциональные порывы на уроке и контролировать эмоции, чтобы не провоцировать конфликтные ситуации. Это способствует развитию эмоционального интеллекта. Однако, в школьный период не все в достаточной мере развивают свою эмоциональную осознанность, причиной этого могут быть разные факторы: неблагополучная семья, отсутствие сиблингов и друзей, заниженная самооценка, неблагоприятная атмосфера в образовательном учреждении. Школа является вторым важным фактором формирования эмоционального интеллекта.

Нами было проведено эмпирическое исследование эмоционального интеллекта современной молодежи и его взаимосвязи с уровнем удовлетворенности жизнью. В исследовании приняли участие 26 студентов ННГУ им. Н.И. Лобачевского: девушки и юноши в возрасте от 18 до 22 лет.

Для выявления уровня эмоционального интеллекта был использован опросник эмоционального интеллекта Люсина. Люсин рассматривает эмоциональный интеллект как способность к осознанию и регулированию эмоций как в отношении себя, так и в контексте взаимодействия с другими людьми. Люсин предлагает интерпретировать эмоциональный интеллект преимущественно как когнитивную функцию, выделяя его из области

личностных качеств, которые могут влиять на способность к восприятию и обработке эмоциональной информации, но не являются его непосредственными составляющими. Таким образом подчеркивается важность разграничения между самим эмоциональным интеллектом и характеристиками личности, способствующими его проявлению. Российская психодиагностическая методика Люсина определяет уровень развития эмоционального интеллекта по четырем шкалам: способность к пониманию эмоций других людей и управлению ими (межличностный эмоциональный интеллект – МЭИ); способность к пониманию собственных эмоций и управлению ими (внутриличностный эмоциональный интеллект – ВЭИ); способность к пониманию своих и чужих эмоций (понимание эмоций – ПЭ); способность к управлению своими и чужими эмоциями (управление эмоциями – УЭ) [5].

Удовлетворенность жизнью молодежи оценивалась по методике «Шкала удовлетворенностью жизнью» [6]. Для установления взаимосвязи был использован коэффициент корреляции Спирмена.

По результатам исследования, 35% участников имеют средний уровень развитости эмоционального интеллекта. Высоким уровнем эмоционального интеллекта обладают 38% участников. Низкий уровень выявлен у 27% (Рис. 1).

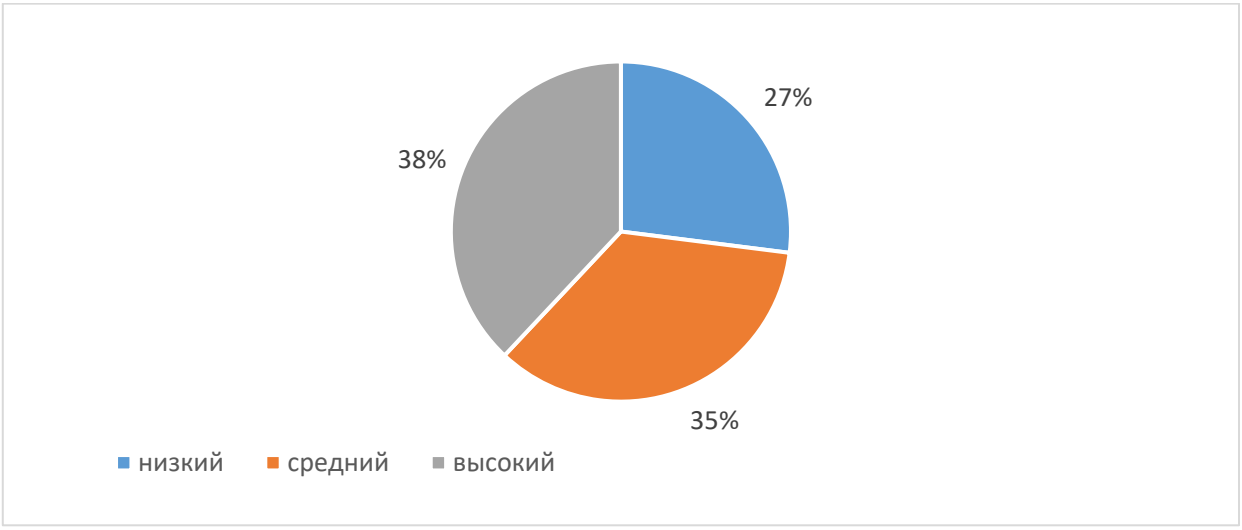


Рис. 1. Количество испытуемых (в%) с разным уровнем развития эмоционального интеллекта

Молодежь может обладать низким или средним уровнем эмоционального интеллекта по причине того, что она еще не имеет достаточного опыта и знаний для полного осознания и контроля над своими эмоциями. Это может происходить из-за нескольких факторов. Семейное воспитание – состав семьи,

взаимоотношение с родителями и сиблингами (при наличии), образец поведения родителей, их способы выражения и управления своими эмоциями. Общеобразовательное учреждение, тоже оказывает влияние на наш эмоциональный интеллект. Личный опыт каждого, а это – жизненные ситуации, конфликты, успехи и неудачи, которые формируют эмоциональную компетентность и умение адаптироваться к переменам. Стоит отметить, что помимо всего вышеперечисленного на первокурсника оказывает влияние стрессовое состояние из-за смены обстановки, учебного заведения, города, образа жизни и своего окружения. Лица, у которых эмоциональный интеллект развит на высоком уровне, отличаются более развитой эмпатичностью, умением успешно коммуницировать с другими. У этих людей наблюдается низкая конфликтность, высокая стрессоустойчивость и адаптивность к новым изменениям.

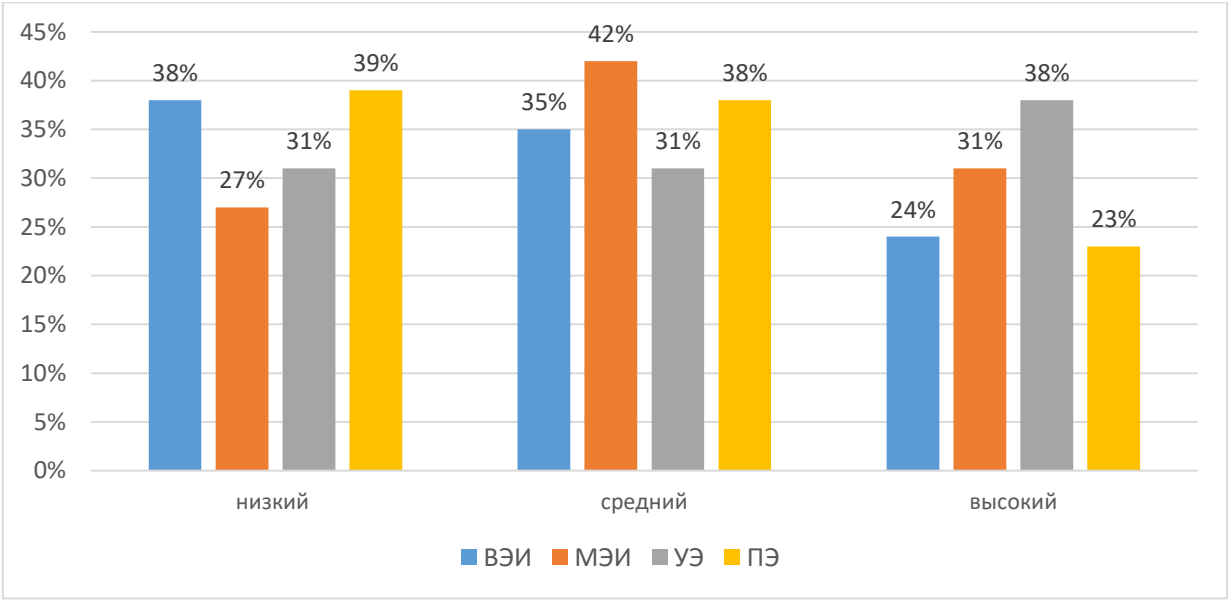


Рис. 2. Количество испытуемых (в%) с различными показателями эмоционального интеллекта

На рис. 2 видно, что понимание эмоций у молодежи развито хуже, чем управление эмоциями. Это может быть обусловлено, например, внешними обстоятельствами и социальными установками. В обществе не принято слишком активно выражать свои эмоции, поэтому еще с детства люди учатся контролировать свои эмоции, чтобы оправдать ожидания общества. Этот контроль с возрастом становится все более автоматическим, из-за чего прежде, чем осознать испытываемую эмоцию, ее стремятся подавить. Таким образом, молодежь не в достаточной мере понимает эмоции, но вполне способна ими управлять.

Было выявлено, что молодые люди хуже понимают личные эмоции в то время, как уровень межличностных эмоций развит лучше. Данное противоречие может происходить по причине того, что свои эмоции более интимны и их сложнее осознавать в тот или иной момент. В то же время людям легче распознать эмоции другого человека, так как во взаимодействии с другими людьми мы прибываем больше времени, чем в самоанализе. Поэтому легче осознавать чужие эмоции и их анализировать. Данное противоречие говорит нам о том, что молодежи нужно в большей степени уделять внимание своим эмоциям.

Была выявлена корреляция показателей эмоционального интеллекта с показателем удовлетворенности жизнью. Мы выявили значимую положительную корреляцию ($p \leq 0{,}01$) между показателями удовлетворенности жизнью с общим уровнем эмоционального интеллекта и с другими показателями эмоционального интеллекта, такими как: межличностный эмоциональный интеллект; управление эмоциями; понимание эмоций. Корреляции удовлетворенности жизнью с внутриличностным эмоциональным интеллектом не выявлено. Таким образом, эмоциональный интеллект оказывает влияние на уровень удовлетворенности жизнью.

Можем сделать вывод, что у молодежи эмоциональный интеллект находится на разных уровнях, что свидетельствует о том, что имеет смысл развивать все сферы эмоционального интеллекта для более успешной коммуникации. Результаты исследования могут быть применены в психологическом консультировании, а также в образовательных программах и тренингах.

Список литературы

1. Ильин Е.П. Эмоции и чувства. // Серия «Мастера психологии». 2001. С. 752.
2. Экман П. Психология эмоций: я знаю, что ты чувствуешь / [пер. с англ. В. Кузин]. – 2-е изд.: 2013. С. 333.
3. Саловей П., Майер Дж. Д. Эмоциональный интеллект / П. Саловей, Майер Дж. Д. // Воображение, познание и личность. 1990. Т. 9. С. 185-211.
4. Голубь О.В., Родионов Г.А., Лемякина Ю.А. Влияние родительской семьи на эмоциональный интеллект молодежи // Научно-теоретический журнал Artium Magister. 2020. Т. 20. №1. С. 17-21.
5. Люсин Д.В., Ушаков Д.В. Социальный и эмоциональный интеллект: от процессов к измерениям // Институт психологии РАН. 2009. С. 264-278.
6. Psylab.info: энциклопедия психодиагностики. URL: https://psylab.info/Шкала_удовлетворённости_жизнью/Бланк (дата обращения: 18.04.24).

EMOTIONS AND EMOTIONAL INTELLIGENCE OF MODERN YOUTH

D.A. Tikhomirova

The level of emotional intelligence is one of the important components of successful self-realization of a person in society. If a person is able to recognize his own and other people's emotions and competently manage them, he is very likely to be able to easily build a competent dialog with people and achieve certain benefits. It is especially important to start developing your emotional intelligence at a young age. Therefore, it is worth paying attention to the study of emotional intelligence in first-year students, as they are on the threshold of a new stage of life, where emotional stability and the ability to manage their emotions play a key role.

Keywords: emotion, emotional intelligence, emotional development of young people.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

РАЗДЕЛ 1. КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ МОЛОДЕЖИ: ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Аносова Ольга Георгиевна – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Клемятич Юлия Юрьевна, кандидат социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Ардарова Анастасия Евгеньевна – Студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Биткин Илья Вячеславович – студент кафедры социологии проектной деятельности и проконкурентного регулирования факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского».

Большакова Татьяна Алексеевна – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Бондаренко Кристина Сергеевна – студентка кафедры социальной безопасности и гуманитарных технологий факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Вараева Надежда Валерьевна, кандидат психологических наук, доцент кафедры социальной безопасности и гуманитарных технологий ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Бухвалов Георгий Михайлович – студент кафедры методологии социологических и маркетинговых исследований социологического факультета ФГАОУ ВО «Самарский национальный исследовательский

университет имени академика С.П. Королева», г. Самара. *Научный руководитель:* Финкельштейн Ирина Евгеньевна, кандидат социологических наук, доцент кафедры методологии социологических и маркетинговых исследований Самарского национального исследовательского университета им. С.П. Королева.

Быкова Анастасия Константиновна – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Плотникова Екатерина Сергеевна, кандидат социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Верба Илья Олегович – студент кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Викулова Полина Сергеевна – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель*: Ушакова Яна Владимировна, кандидат социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Гаранова Анна Сергеевна – студентка кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Ермилова Анна Вячеславовна, кандидат социологических наук, доцент кафедры общей социологии и социальной работы ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Гашкова Екатерина Сергеевна – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Глухарева Валерия Николаевна – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО

«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Голина Виктория Александровна – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Грунтович Карина Эдуардовна – студентка кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Шинкаренко Елена Александровна, кандидат социологических наук, доцент кафедры общей социологии и социальной работы ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Девяткин Артем Андреевич – студент кафедры социологии проектной деятельности и проконкурентного регулирования факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Дягилева Алена Андреевна – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Есина Алина Алексеевна – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Жаднов Алексей Олегович – студент кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный

исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Жуйкова Софья Александровна – студентка кафедры социологии проектной деятельности и проконкурентного регулирования факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Куликова Александра Владимировна, кандидат социологических наук, доцент кафедры социологи проектной деятельности и проконкурентного регулирования ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Загаштокова Кристина Мухамедовна – студентка факультета экономики и управления Пятигорского института (филиала) Северо-Кавказского федерального университета, г. Пятигорск. *Научный руководитель:* Шевченко Елена Михайловна, кандидат исторических наук, доцент кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации Пятигорского института (филиала) Северо-Кавказского федерального университета.

Зайцева Анастасия Эдуардовна – студентка социологии проектной деятельности и проконкурентного регулирования факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Закерова Камиля Рафаэлевна – студентка кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского. *Научный руководитель*: Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Зеленова Анастасия Владимировна – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». Научный руководитель: Шалютина

Надежда Владимировна, кандидат социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Зубова Анастасия Дмитриевна – студентка кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Судьин Сергей Александрович, доктор социологических наук, заведующий кафедрой общей социологии и социальной работы ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Исаева Юлия Алексеевна – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель*: Соболева Анна Владиславовна, кандидат социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Каретникова Алёна Сергеевна – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Катреча Юлия Вячеславовна – студентка кафедры социологии проектной деятельности и проконкурентного регулирования факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель*: Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Ковалёв Иван Олегович – студент кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Козлова Анастасия Артёмовна – студентка кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Шалютина

Надежда Владимировна, кандидат социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Колодкина Кристина Александровна Студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Клемятич Юлия Юрьевна, кандидат социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Комарова Алина Сергеевна – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Комелькова Анастасия Вадимовна – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Кондратьева Анастасия Игоревна – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Королькова Оксана Александровна – студентка кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Шинкаренко Елена Александровна, кандидат социологических наук, доцент кафедры общей социологии и социальной работы ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Кузянина Анастасия Алексеевна – студентка кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Шалютина

Надежда Владимировна, кандидат социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Кулепанова Мария Алексеевна – студентка кафедры социологии проектной деятельности и проконкурентного регулирования факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. И.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Шангин Никита Владимирович, кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии проектной деятельности и проконкурентного регулирования ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Маринкина Валерия Ильинична – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Шалютина Надежда Владимировна, кандидат социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Мартынов Николай Вадимович – студент кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Ушакова Яна Владимировна, кандидат социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Мартынова Алевтина Константиновна – студентка кафедры журналистики филологического факультета ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва», г. Саранск. *Научный руководитель:* Дементьева Ксеня Владимировна, доктор филологических наук, заведующий кафедрой журналистики Мордовского государственного университета им. Н.П. Огарёва.

Милаева Алина Анатольевна – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Миленина Антонина Михайловна – студентка кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов

Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Мустафаева Сабина Сулеймановна – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Наумов Денис Алексеевич – студент кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Ситникова Ирина Викторовна, кандидат социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Нестерова Анна Андреевна – студентка кафедры управления в спорте факультета физической культуры и спорта ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Ермилова Анна Вячеславовна, кандидат социологических наук, доцент кафедры общей социологии и социальной работы ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Николаева Валентина Сергеевна – студентка кафедры социологии проектной деятельности и проконкурентного регулирования факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Николаева Яна Алексеевна – студентка курса кафедры социологии проектной деятельности и проконкурентного регулирования факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Исакова Инна Александровна, кандидат социологических наук, доцент кафедры общей социологии и социальной работы ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Олькова Ульяна Романовна – кафедры социологии проектной деятельности и проконкурентного регулирования факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов

Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Параева Софья Максимовна – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Придатченко Мария Викторовна, кандидат социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Попцова Дарья Сергеевна – студентка кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Янак Алина Леонидовна, кандидат социологических наук, доцент кафедры общей социологии и социальной работы ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Потапов Александр Юрьевич – студент кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Ермилова Анна Вячеславовна, кандидат социологических наук, доцент кафедры общей социологии и социальной работы ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Прохорова Олеся Ивановна – студентка кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Исакова Инна Александровна, кандидат социологических наук, доцент кафедры общей социологии и социальной работы ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Ратенков Егор Алексеевич – студент кафедры социологии проектной деятельности и проконкурентного регулирования факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Сапелкина Юлия Анатольевна – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич,

кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Сафиуллина Дарья Мафкалевна – студентка кафедры коммуникационных технологий и связей с общественностью гуманитарного факультета ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», г. Санкт-Петербург. *Научный руководитель:* Бомбин Андрей Юрьевич, старший преподаватель кафедры коммуникационных технологий и связей с общественностью Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Свиридов Никита Николаевич – студент кафедры коммуникационных технологий и связей с общественностью гуманитарного факультета ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», г. Санкт-Петербург. *Научный руководитель:* Бомбин Андрей Юрьевич, старший преподаватель кафедры коммуникационных технологий и связей с общественностью Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Солодянникова Софья Васильевна – студентка кафедры социологии проектной деятельности и проконкурентного регулирования факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Шалютина Надежда Владимировна, кандидат социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Спорынина Виктория Алексеевна – студентка кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Шалютина Надежда Владимировна, кандидат социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Стоянова Анна Евгеньевна – студентка кафедры рекламы и связей с общественностью департамента медиакоммуникаций высшей школы креативных индустрий ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет», г. Ставрополь. *Научный руководитель:* Побединская Евгения Анатольевна, кандидат политических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью департамента медиакоммуникаций высшей школы креативных индустрий Северо-Кавказского федерального университета.

Текеева Малика Рашидовна – студентка кафедры гуманитарных наук факультета социальных наук и массовых коммуникаций департамента психологии и развития человеческого капитала ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва. *Научный руководитель:* Кожевников Сергей Борисович, доктор философских наук, профессор кафедры гуманитарных наук факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве РФ.

Тимченко Ангелина Дмитриевна – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Тихонова Екатерина Руслановна – Студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Тютюлина Ксения Дмитриевна – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Клемятич Юлия Юрьевна, кандидат социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Ушков Никита Максимович – студент кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Фролова Алёна Игоревна – студентка кафедры социологии проектной деятельности и проконкурентного регулирования факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук,

доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Чернолихова Елизавета Андреевна – студентка кафедры социологии проектной деятельности и проконкурентного регулирования факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Шадрина Анна Леонидовна – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Шалютина Надежда Владимировна, кандидат социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Шелкова Юлия Валерьевна – студентка кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Мигунова Арина Владимировна, кандидат социологических наук, доцент кафедры общей социологии и социальной работы ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Юркина Милана Юрьевна – студентка кафедры социологии проектной деятельности и проконкурентного регулирования факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

РАЗДЕЛ 2. ИДЕНТИФИКАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В ОПТИКЕ ПСИХОЛОГО-УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Быкова Ксения Евгеньевна – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Плотникова Екатерина

Сергеевна, кандидат социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Беззубова Наталья Юрьевна – студентка кафедры социальной безопасности и гуманитарных технологий социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель*: Дунаева Наталья Ивановна, кандидат психологических наук, доцент кафедры социальной безопасности и гуманитарных технологий ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Дубов Антон Игоревич – студент кафедры географии, географического и геоэкологического образования естественно-географического факультета ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина». *Научный руководитель:* Соломаха Елена Николаевна, кандидат исторических наук, доцент кафедры истории России и вспомогательных исторических дисциплин НГПУ им. К. Минина.

Евпраксина Анастасия Михайловна – студентка кафедры социально-гуманитарных наук лечебного факультета ФГБОУ ВО «Приволжский исследовательский медицинский университет». *Научный руководитель:* Давыдов Андрей Александрович, кандидат культурологии, ст. преподаватель кафедры социально-гуманитарных наук Приволжского исследовательского медицинского университета.

Зверева Алёна Алексеевна – студентка кафедры психофизиологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель*: Орлов Александр Владимирович, кандидат биологических наук, доцент кафедры психофизиологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Карпова Екатерина Сергеевна – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель*: Шалютина Надежда Владимировна, кандидат социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Киселева Мария Сергеевна – студентка кафедры географии, географического и геоэкологического образования естественно-географического факультета ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина». *Научный*

руководитель: Соломаха Елена Николаевна, кандидат исторических наук, доцент кафедры истории России и вспомогательных исторических дисциплин НГПУ им. Козьмы Минина.

Кожевникова Анна Евгеньевна – студентка кафедры психологии института социальной инженерии ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина», г. Москва. *Научный руководитель:* Ксенофонтова Катерина Михайловна, старший преподаватель кафедры психологии РГУ им. А.Н. Косыгина.

Козлова Юлия Сергеевна – студентка кафедры психологии института социальной инженерии ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина», г. Москва. *Научный руководитель:* Костригин Артем Андреевич, кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии РГУ им. Косыгина.

Кузнецова Наталия Леонидовна – студентка кафедры социальной безопасности и гуманитарных технологий факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Францева Юлия Евгеньевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры социальной безопасности и гуманитарных технологий ННГУ им. Н.И. Лобачевского. **Кузьмина Александра Евгеньевна** – студентка кафедры социологии проектной деятельности и проконкурентного регулирования факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского».

Лисина Анна Андреевна – студентка кафедры психологии управления факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Захарова Людмила Николаевна, доктор психологических наук, заведующая кафедрой психологии управления ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Лопухова Александра Николаевна – студентка кафедры психологии управления факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Ромашова Ирина Борисовна, доктор экономических наук, профессор кафедры психологии управления ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Мажейко Александра Максимовна – студентка кафедры психологии управления факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный

исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Захарова Людмила Николаевна, доктор психологических наук, заведующая кафедрой психологии управления ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Миронов Даниил Валерьевич – студент кафедры психологии управления факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Стоюхина Наталья Юрьевна, кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии управления ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Отрепьева Дарья Дмитриевна – студентка кафедры географии, географического и геоэкологического образования естественно-географического факультета ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина». *Научный руководитель*: Соломаха Елена Николаевна, кандидат исторических наук, доцент кафедры истории России и вспомогательных исторических дисциплин НГПУ им. Козьмы Минина.

Паразян Ярослав Александрович – студент кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Зернов Дмитрий Васильевич, кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Савченко София Сергеевна – студентка кафедры психологии института социальной инженерии ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина», г. Москва. *Научный руководитель:* Ксенофонтова Катерина Михайловна, старший преподаватель кафедры психологии РГУ им. А.Н. Косыгина.

Санникова Дарья Андреевна – студентка кафедры психологии управления факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель*: Ромашова Ирина Борисовна, доктор экономических наук, профессор кафедры психологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Ситникова Ирина Денисовна – студентка кафедры психологии управления факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Захарова Людмила

Николаевна, доктор психологических наук, заведующая кафедрой психологии управления ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Сорочина Вероника Андреевна – студентка кафедры психологии Института социальной инженерии ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина», г. Москва. *Научный руководитель* Ксенофонтова Катерина Михайловна, старший преподаватель кафедры психологии РГУ им. А.Н. Косыгина.

Старикова Анастасия Андреевна – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Клемятич Юлия Юрьевна, кандидат социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Сычева Юлия Владимировна – студентка кафедры психологии управления факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Ромашова Ирина Борисовна, доктор экономических наук, профессор кафедры психологии управления ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Тихомирова Дарья Андреевна – студентка кафедры социальной безопасности и гуманитарных технологий факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Вараева Надежда Валерьевна, кандидат психологических наук, доцент кафедры социальной безопасности и гуманитарных технологий ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Чупрова Ольга Владимировна – студентка кафедры проектной деятельности и проконкурентного регулирования факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель*: Шалютина Надежда Владимировна, кандидат социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

НАДЕЖДЫ

Сборник научных статей студентов

Выпуск 18

Научный редактор
Саралиева Зарэтхан Хаджи-Мурзаевна

Компьютерная верстка:
Д.Е. Бердников

Издательство Нижегородского госуниверситета им. Н.И. Лобачевского
603022, г. Н. Новгород, пр. Гагарина, д. 23

Подписано в печать 28.08.2024. Формат 60×84 1/16
Бумага офсетная. Печать цифровая. Гарнитура TimesNR
Уч.-изд. л. 25,6. Усл. печ. л. 24,9. Заказ № 835. Тираж 300 экз.

Отпечатано с готового оригинал-макета
в типографии ННГУ им. Н.И. Лобачевского
603000, г. Нижний Новгород, ул. Б. Покровская, 37