

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

# **П Е Р С П Е К Т И В Ы**

*Сборник научных статей магистрантов и аспирантов*

Выпуск 13

Нижний Новгород  
2024

УДК 316; 364; 159.9  
ББК С5+У272+Ю9  
П27

*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

П27 **Перспективы:** сборник научных статей магистрантов и аспирантов. Вып. 13 /  
Научный редактор З.Х. Саралиева. – Н. Новгород: Нижегородский госуниверситет  
им. Н.И. Лобачевского, 2024. – 116 с.

ISBN 978-5-91326-906-5

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 **5 городов Российской Федерации** (Москва, Нижний Новгород, Санкт-Петербург, Самара, Киров) и **6 вузов**.

Материалы предназначены для магистрантов и аспирантов.

ISBN 978-5-91326-906-5

УДК 316; 364; 159.9  
ББК С5+У272+Ю9

© Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского, 2024

# СОДЕРЖАНИЕ

## РАЗДЕЛ 1. КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ МОЛОДЕЖИ: ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

<i>Бармина Е.Ю.</i> Роль коммуникаций в процессе адаптации вновь принятых сотрудников в производственной компании.....	5
<i>Бердников Д.Е.</i> Роль социального работника в процессе активизации пожилых людей в сфере физической культуры и спорта.....	9
<i>Велина Д.А.</i> Коммуникация в эпоху чат-ботов.....	14
<i>Витковская С.К.</i> Гендерная диспропорция на математических и инженерных направлениях подготовки.....	18
<i>Ерошевич Н.М.</i> Мем и его роль в медийном конструировании коммуникативных практик.....	21
<i>Жукова М.О.</i> Социальный капитал лиц пожилого возраста в контексте их досуга.....	26
<i>Кислов А.И.</i> Социальная работа: роль государства, клиента и социального работника.....	32
<i>Кузьмина М.А.</i> Медиаобраз Екатерины II в слове, карикатурах, кино и комиксах.....	38
<i>Кусманов Т.М., Лошманкин А.В.</i> Особенности отношения студентов к новостной информации, получаемой в традиционных средствах массовой коммуникации и социальных сетях.....	44
<i>Некрасов Д.А., Чердндымова В.С.</i> Коммуникативные и эмоциональные предикторы обучающихся в условиях цифровой образовательной среды.....	50
<i>Никитина А.С.</i> Искусственный интеллект в коммуникации: критерии распознавания сгенерированных текстов.....	55
<i>Соболевская Ю.В.</i> Роль социологических исследований социальной группы юристов в условиях цифровизации.....	60
<i>Сотников С.А.</i> Новые возможности медицинской коммуникации в контексте цифровой трансформации института медицины.....	66

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

<i>Грунин Г.А.</i> Механизм формирования городской идентичности молодежи (на примере г. Волгограда).....	71
<i>Добролюбова Е.А., Куракина Н.В.</i> Оценка валидности опросника удовлетворенности трудом.....	75

<i>Жидкова В.С.</i> Индивидуально-психологические особенности эффективного руководителя среднего звена в условиях ВANI-мира.....	81
<i>Макаров В.В.</i> Эмпатия как фактор профессионального самоопределения учащегося через виртуальные экскурсии .....	85
<i>Морозова Л.В.</i> Проблема духовности студентов: теоретические аспекты .....	89
<i>Наварро П.М.</i> Мотивация и удовлетворенность работой сотрудников государственных учреждений Латинской Америки.....	95
<i>Некрасова У.А.</i> Роль наставничества в адаптации персонала .....	100
<i>Соколова С.А.</i> Межпоколенческая коммуникация в современных организациях: перспективы адаптации и мотивации молодых специалистов.....	107
<b>Сведения об авторах</b> .....	113

## **КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ МОЛОДЕЖИ: ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ**

---

УДК 316.77

### **РОЛЬ КОММУНИКАЦИЙ В ПРОЦЕССЕ АДАПТАЦИИ ВНОВЬ ПРИНЯТЫХ СОТРУДНИКОВ В ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ КОМПАНИИ**

*Е.Ю. Бармина*

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

Представлен анализ процесса адаптации на примере крупной производственной компании, результаты опроса вновь принятых сотрудников по оценке их адаптации, роли коммуникаций на предприятии. Предложены конкретные решения по повышению эффективности существующего процесса адаптации вновь принятых сотрудников и совершенствованию коммуникаций.

*Ключевые слова:* управление персоналом, процесс адаптации, внутренние коммуникации, наставничество, цифровые технологии, технология управления персоналом.

Конкурентоспособность компании, качество предоставляемых услуг и выпускаемой продукции, эффективность производственных площадок и общая прибыльность бизнеса напрямую зависят от профессионализма и компетентности сотрудника, привлечённого для выполнения определенного спектра задач. Однако недостаточно подобрать высокоэффективных специалистов, крайне важно сопровождать вновь принятых сотрудников в первые месяцы после трудоустройства, иными словами, адаптация является не менее, а зачастую и более важным направлением деятельности в системе управления персоналом. Актуальность процесса адаптации обусловлена тем, что в настоящая время эффективность организации определяется компетентностью и слаженностью её работников, которые достигаются за счет грамотного приема на работу новых сотрудников и их адаптации на новом рабочем месте. Налаженная система адаптации персонала позволяет увеличить продолжительность работы в компании, вывести продуктивность вновь принятых сотрудников на необходимый уровень за короткий промежуток времени, а также раскрыть потенциал сотрудников и направить их карьерное развитие в актуальном направлении как для человека, так и для предприятия.

Процесс адаптации рассмотрен на примере крупной производственной компании. Следует отметить, что адаптация вновь принятых сотрудников на

предприятия происходит стихийно и не системно, при этом существующая программа адаптации недостаточно эффективна, не соответствует современным практикам, применяемым конкурентами, о чём свидетельствует высокий показатель коэффициента текучести персонала: 15% за 2023 год. Кроме того, всё чаще кандидаты на собеседованиях поднимают вопрос процесса адаптации персонала для вновь принятых сотрудников, что подтверждает важность данного аспекта для формирования конкурентного преимущества организации и, следовательно, является одним из способов привлечения ценных кадров.

Вместе с тем следует подчеркнуть, что адаптация новых сотрудников является комплексным многоуровневым процессом приспособления работника к корпоративным ценностям, целям, правилам поведения, коллективу и профессиональной деятельности компании. Процесс адаптации – это взаимодействие двух субъектов, требует активной коммуникации и сотрудника, и компании.

В рамках авторского исследования процесса адаптации проведено анкетирование вновь принятых сотрудников, трудоустроенных за последние три месяца: 83 респондента крупного производственного подразделения. Анкета разработана самостоятельно автором на основе изученных теоретических и актуальных практик управления персоналом по технологии адаптации работников. Большинство вопросов в анкете направлены на определение роли коммуникации в процессе адаптации. Каждый вопрос сопровождается несколькими вариантами ответов, где каждому из вариантов соответствует определенное количество баллов, которые в сумме показывают уровень профессиональной адаптированности вновь принятого сотрудника.

С помощью данного анкетирования удалось выявить ряд проблем, которые четко показывают несовершенство существующего процесса адаптации на предприятии, недооценку роли коммуникаций, а именно: процесс знакомства в первый рабочий день построен хаотично, о чём свидетельствует большинство комментариев респондентов о том, что руководитель не представил коллектив, не была проведена краткая экскурсия по структурному подразделению, не определён план работы и не поставлены четкие задачи перед новым сотрудником. Иными словами, трудоустройство нового человека стало обыденным процессом, который руководители зачастую не воспринимают как важный элемент укрепления и усиления команды новыми компетентными специалистами.

По мнению респондентов, наставничество зачастую не осуществляется в течение всего периода адаптации, обучение вновь принятого сотрудника происходит, как правило, самостоятельно или периодически с помощью сотрудников, имеющих свободное время, но не всегда обладающих тем уровнем

профессиональных компетенций, которые необходимы для грамотного выполнения производственных задач. Неорганизованность данного процесса нередко приводит к серьезным ошибкам и недочетам в масштабе производства.

Проведенный опрос респондентов, недавно трудоустроенных в крупной производственной компании, позволяет сделать следующие выводы: отсутствие должного внимания к процессу адаптации, которое проявляется как пренебрежение построением эффективных способов коммуникации уже сформированного коллектива с новым человеком, приводит к систематическим ошибкам при выполнении должностных обязанностей, общей напряженной обстановки в коллективе, повышению риска увольнения вновь принятого сотрудника в адаптационный период.

С целью повышения эффективности существующего процесса адаптации вновь принятых сотрудников и развития роли коммуникаций в данном процессе автором разработан «корпоративный навигатор», или «путеводитель новичка». Данный навигатор будет внедрен на внутренней платформе предприятия с помощью информационных технологий. Навигатор содержит административную информацию, особенности корпоративной культуры и нормы поведения.

Вместе с тем следует подчеркнуть, что на фоне мировой тенденции в цифровизации подавляющего большинства организационных процессов необходимо как можно раньше начинать использовать цифровые технологии, особенно в процессе адаптации новых сотрудников. Для достижения продуктивного эффекта от взаимодействия всех участников адаптационного процесса рекомендуется применять следующие цифровые инструменты:

- мессенджеры, благодаря использованию которых существенно ускоряется обмен информацией между участниками процесса адаптации, в том числе появляется возможность дистанционных консультаций, что особенно актуально в настоящий момент, когда формы дистанционного взаимодействия между работодателями и работниками стремительно развиваются;
- HR-боты, с помощью которых адаптируемый сотрудник получает ответы на многие вопросы, возникающие в процессе его работы;
- корпоративный портал компании, обеспечивающий возможность ознакомиться с информацией компании в удобное время для адаптирующихся сотрудников;
- онлайн-сообщества или интернет-платформы, предоставляющие сотрудникам возможность неформального общения, виртуальных знакомств и обсуждения групповых вопросов.

Подводя итоги, отметим, что именно внутренние коммуникации играют одну из ключевых ролей в процессе адаптации персонала в организации и требуют дальнейшего исследования, а также совершенствования.

## **THE ROLE OF COMMUNICATIONS IN THE PROCESS OF ADAPTATION OF NEWLY HIRED EMPLOYEES IN A PRODUCTION COMPANY**

*E.Y. Barmina*

The article presents an analysis of the adaptation process using the example of a large manufacturing company, the results of a survey of newly hired employees to assess their adaptation, the role of communications in the enterprise. Specific solutions are proposed to improve the efficiency of the existing process of adapting newly hired employees and improving communications.

*Keywords:* personnel management, adaptation process, internal communications, mentoring, digital technologies, personnel management technology.

## **РОЛЬ СОЦИАЛЬНОГО РАБОТНИКА В ПРОЦЕССЕ АКТИВИЗАЦИИ ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА**

*Д.Е. Бердников*

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

Анализируется включенность социального работника в процесс активизации пожилых людей в сфере физической культуры и спорта на базе авторского исследования, осуществленного на кафедре общей социологии и социальной работы ННГУ им. Н.И. Лобачевского в 2023 г. методом интервьюирования социальных работников (N) = 25 чел. и анализом вторичных данных. Целью исследования являлось определение роли практик физической культуры и спорта в профессиональной деятельности социальных работников. В результате удалось определить, какие виды спортивных практик и в отношении каких категорий пожилых людей применяются на базе учреждений социального обслуживания в г. Нижний Новгород. Также описаны основные государственные направления и стратегии активизации и социализации лиц старшего возраста через мероприятия по физической культуре.

*Ключевые слова:* социальная работа, физическая культура и спорт, активизация, лица старшего возраста, пожилые люди.

Увеличение количества пожилых людей в России является неоспоримым фактом. Численность пенсионеров от общего числа россиян в 2023 г. составила 41,7 млн. человек. В основном российские пенсионеры – это люди старшей возрастной группы, составляют основной процент от всех получающих пенсии. Таких в стране 35,8 млн. человек, то есть доля населения в возрасте старше трудоспособного возраста составляет 24,5% [1]. Более того, существует тенденция старения населения. Это следует из обновлённого демографического прогноза Росстата. К 2046 г. доля старшего поколения перекроет рекорд в истории России, достигнутый по итогам 2018 г. перед началом пенсионной реформы (25,4%), а к концу прогнозного периода (1 января 2046 г.) вырастет до 26,9% [2].

Статистические данные свидетельствуют о тенденции разрастания общности пожилых людей, активизированных в различных сферах жизнедеятельности. Как показали исследования, проведенные на кафедре общей социологии и социальной работы ННГУ им. Н.И. Лобачевского в 2019 г., активизация представителей старшей возрастной группы распространяется на такие сферы, как садоводство и приусадебное хозяйство, трудовая сфера, сфера развлечений и политическая сфера [3].

Однако исследовательский интерес направлен, прежде всего, на изучение активизации пожилых людей в сфере физической культуры и спорта, являющейся

нетипичной сферой их активизации, в связи с их физиологическими особенностями старения. Тем не менее определенная часть пожилых интегрированы в данную сферу, на что указывает частота посещения ФОКов, например, в Нижегородской области. Исследование показало, что частота посещения лицами старшего возраста ФОКов осуществляется 1-2 раза в неделю (78%), 3-4 раза в неделю (15,60%) и каждый день (6,40%). Важно отметить, что значительная часть пожилых людей относит себя к активной категории граждан [4].

Государство реализует меры, направленные на активизацию пожилых людей. В России действует «Стратегия действий в интересах граждан пожилого возраста до 2025 года», направленная на решение вопросов сохранения и улучшения здоровья, повышения продолжительности жизни, улучшения жизнеобеспечения данной категории граждан, повышения благосостояния и социального благополучия, создания условий для активного участия в жизни общества, создание условий для физкультурно-оздоровительных занятий граждан старшего поколения в организациях сферы физической культуры и спорта и социального обслуживания [5]. В Москве и Московской области реализуется программа «Активное долголетие», направленная на повышение качества жизни пожилых людей и стимулирование их активного участия в социальной и культурной жизни [6].

Социальный работник через профессиональную деятельность практически воплощает цели социальной работы. Среди них можно выделить: сохранение и увеличение степени самообслуживания, способность контролировать свою жизнь и самостоятельно решать возникающие проблемы [7]. Для реализации данных целей социальный работник применяет спортивные практики в процессе активизации пожилых людей.

В практическом опыте реализацию данных целей обеспечивают государственные учреждения социальной защиты – комплексные центры социального обслуживания населения. В частности, в отделениях дневного пребывания реализуются спортивные практики, способствующие повышению социальной активности пожилых граждан, а также оказывающие положительное влияние на их физическое благополучие. Автором было проведено собственное исследование о физкультурно-оздоровительных практиках в учреждениях социального обслуживания, подтвердившие их значимость.

Метод исследования – стандартизированное интервью: (N) = 25. Выборку составили социальные работники Учреждений социального обслуживания г. Нижнего Новгорода. На вопрос о том, в отношении каких категорий применяются данные практики, а также на вопрос о целях применения таких

практик были получены следующие ответы: «Все мои наблюдаемые — это люди с хроническими заболеваниями старшего возраста. Таким людям нужна двигательная активность, чтобы не провоцировать заболевания и в целом быть здоровыми. Конечно же, тут и реабилитация, так как есть и инвалиды». (Женщина, 55 лет, социальный работник, стаж работы: 6 лет, образование: высшее). «Это неотъемлемая часть социальной работы, потому что через спорт мы можем реализовать адаптацию и реабилитацию клиента». (Женщина, 43 года, врач-реабилитолог, социальный работник, стаж работы: 5 лет, образование: высшее).

По результатам анализа вопроса о категории клиентов, в отношении которых применяются физкультурно-оздоровительные практики, а также о целях применения таких практик была составлена классификация (табл. 1).

Таблица 1

**Классификация применяемых методов физической культуры и спорта в практике комплексных центров социального обслуживания населения**

Категория клиентов	Цель применения	Применяемые методы
1. Лица старше 60 лет	Поддержание и укрепление уровня здоровья, организация активного досуга, профилактика заболеваний	Лечебная физическая культура, прикладная физическая культура
2. Лица старше 60 лет с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды	Реабилитация, социальная адаптация, улучшение уровня самообслуживания	Адаптивная физическая культура, адаптивное физическое воспитание, адаптивная двигательная реабилитация
3. Лица старше 60 лет с хроническими заболеваниями	Поддержание физического потенциала с помощью двигательной активности, недопущение обострения имеющихся заболеваний	Лечебная физическая культура, адаптивное физическое воспитание, прикладная физическая культура (с ограничениями)

Автором также был проведён анализ данных о количестве пожилых граждан, участвующих в физкультурно-оздоровительных мероприятиях. Данные были предоставлены заведующим отделением дневного пребывания ГБУ «КЦСОН Нижегородского района г. Нижнего Новгорода» (табл. 2).

## Количество человек, участвующих в физкультурно-оздоровительных практиках

Годы	Общее количество (чел)	Гимнастика по утрам	ЛФК совместно с когнитивной гимнастикой	Кардио-фанк аэробика	Скандинавская ходьба	Гимнастика «Цигун»	Занятия в плавательном бассейне
2022 г.	425 чел.	425 чел.	310 чел.	123 чел.	184 чел.	100 чел.	93 чел.
2023 г. (январь-май)	206 чел.	206 чел.	100 чел.	69 чел.	12 чел.	36 чел.	12 чел.

Анализируя данные статистики о численности граждан, чей возраст выше трудоспособного, а также ссылаясь на прогнозы Росстата о продолжении тенденции увеличения старения населения, можно сделать вывод, что роль социальных учреждений и значимость социальной политики, направленной на активизацию пожилых людей, возрастёт. Данные эмпирического исследования показали, что государство активно реализует работу в этом направлении как в Нижегородской области, так и в целом по Российской Федерации посредством стратегий и проектов. Важно подчеркнуть деятельность социальных работников, реализующих спортивные практики в учреждениях, и их мнение о необходимости применения таких практик в отношении лиц старшего возраста.

## Список литературы

1. Росстат, Старшее поколение [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/13877> (дата обращения: 01.03.2024)
2. Росстат, Демография [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781> (дата обращения: 01.03.2024)
3. Судариков А.А. Специфика восприятия процесса активизации пожилых людей в современном обществе представителями среднего возраста и несовершеннолетними: социологический аспект // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2019. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-vozpriyatiya-protsesta-aktivizatsii-pozhilyh-lyudey-v-sovremennom-obschestve-predstaviteliyami-srednego-vozrasta-i> (дата обращения: 14.04.2024).
4. Ермилова А.В., Судариков А.А. Сфера физической культуры и спорта как способ активизации пожилых людей: региональная специфика // XXI Уральские социологические чтения. Социальное пространство и время региона: проблемы устойчивого развития: материалы Международная научно-практическая конференция (Екатеринбург, 15–16 марта 2018 года). — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2018. С. 326-329. URL: <https://elar.urfu.ru/handle/10995/61413?mode=full> (дата обращения: 14.04.2024).

5. Распоряжение Правительства РФ от 05.02.2016 N 164-р «Об утверждении Стратегии действий в интересах граждан старшего поколения в Российской Федерации до 2025 года» // СПС Консультант Плюс. (дата обращения: 14.04.2024)

6. Долголетие, Активное долголетие в Подмосковье: проект губернатора [Электронный ресурс] // Официальный сайт проекта «Активное долголетие». – URL: <https://dolgoletie.mosreg.ru/> (дата обращения: 14.04.2024)

7. Прядко Л.А. Физкультурно-оздоровительная направленность профессиональной деятельности социальных работников в работе с пожилыми людьми // ОмГТУ. 2014. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fizkulturno-ozdorovitel'naya-napravlennost-professionalnoy-deyatelnosti-sotsialnyh-rabotnikov-v-rabote-s-pozhilymi-lyudmi> (дата обращения: 14.04.2024).

## **THE ROLE OF A SOCIAL WORKER IN THE PROCESS OF ACTIVATING OLDER PEOPLE IN THE FIELD OF PHYSICAL CULTURE AND SPORTS**

*D.E. Berdnikov*

The involvement of a social worker in the process of activating older people in the field of physical culture and sports is analyzed on the basis of an author's study carried out at the Department of General Sociology and Social Work of N.I. Lobachevsky National National University in 2023 by interviewing social workers (N) = 25 people and analyzing secondary data. The purpose of the study was to determine the role of the practice of physical culture and sports in the professional activities of social workers. As a result, it was possible to determine which types of sports practices and in relation to which categories of elderly people are used on the basis of social service institutions in Nizhny Novgorod. The main state directions and strategies for the activation and socialization of older people through physical education activities are reflected.

*Keywords:* social work, physical culture and sports, activation, older people, elderly people.

## КОММУНИКАЦИЯ В ЭПОХУ ЧАТ-БОТОВ

*Д.А. Велина*

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

Исследуется динамика развития корпоративных коммуникаций с акцентом на переходе от традиционных форм взаимодействия к использованию чат-ботов. Автор анализирует основные функции и применения чат-ботов в современном бизнес-контексте, обращая внимание на их способность обрабатывать запросы клиентов, управлять деловой перепиской и улучшать пользовательский опыт. Рассматриваются различные типы чат-ботов, включая FAQ-боты, боты для электронной коммерции, рекламные и развлекательные боты, а также личные боты, настраиваемые под индивидуальные потребности пользователей. Особое внимание уделяется примерам успешного внедрения чат-ботов в разных сферах, таких как розничная торговля и общественное питание, и их вкладу в повышение продаж и оптимизацию маркетинговых стратегий. Делается вывод о том, как чат-боты становятся неотъемлемым элементом современного маркетингового арсенала, способствуя созданию эффективной, автоматизированной коммуникации между брендами и их клиентами.

*Ключевые слова:* чат-боты, корпоративные коммуникации, пользовательский опыт, обслуживание клиентов, инновационные технологии.

В современном мире, где технологии развиваются с невероятной скоростью, корпоративные коммуникации переживают значительные трансформации. Развитие современных информационных технологий меняет облик как отдельных отраслей, так и в целом изменяет принципы, по которым выстраиваются бизнес-процессы, развиваются внутренние и внешние корпоративные коммуникации [1]. От прямого человеческого взаимодействия мы движемся к более автоматизированным и эффективным формам общения, среди которых чат-боты играют ведущую роль. Эти цифровые ассистенты, способные мгновенно обрабатывать запросы и предоставлять информацию, становятся неотъемлемым элементом в стратегии множества компаний.

Основной целью является анализ развития корпоративных коммуникаций с акцентом на роли и месте чат-ботов в этом процессе. Рассмотрим ключевые функции, преимущества и разнообразие применений чат-ботов, а также оценим их вклад в оптимизацию взаимодействия между компаниями и клиентами.

Чат-боты, безусловно, занимают важное место в арсенале современных маркетинговых и коммуникационных стратегий. Под чат-ботом будем понимать компьютерную программу, разработанную, чтобы автоматически обрабатывать и отвечать на входящие сообщения в электронной почте, мессенджерах и других платформах для обмена текстовыми сообщениями. Применение чат-ботов охватывает широкий спектр задач: от предоставления мгновенных ответов на

запросы клиентов до решения более сложных вопросов, что делает их незаменимым инструментом в современном цифровом взаимодействии [2].

В мире современного бизнеса наблюдается широкое применение разнообразных чат-ботов, предназначенных для эффективного решения целого ряда задач. Подробнее остановимся на наиболее популярных категориях этих цифровых помощников и выделим их ключевые характеристики [3]:

- Боты для ответов на часто задаваемые вопросы, или FAQ-боты, занимают лидирующие позиции по популярности. Их главная задача – предоставление мгновенных ответов на типовые запросы пользователей. Благодаря их внедрению, компании могут существенно повысить скорость обработки обращений клиентов и снизить расходы на обслуживание за счет автоматизации.

- Боты для электронной коммерции играют ключевую роль в упрощении процесса покупки в сети. Они позволяют потребителям легко подбирать продукцию и оформлять заказы прямо в рамках предпочитаемых мессенджеров или соцсетей, что делает процесс покупки более комфортным и быстрым [4].

- Боты, задействованные в рекламных целях, помогают в привлечении внимания к товару или услуге. Такие боты часто выступают в роли интерактивных консультантов, способных наладить диалог с потенциальным покупателем, проинформировать его и даже содействовать в выборе.

- Развлекательные боты представляют собой отличный способ досуга, предлагая пользователям интересные игры и развлечения непосредственно в мессенджерах или социальных сетях, что обеспечивает уникальный пользовательский опыт.

- Личные боты, функционал которых может быть настроен под конкретные нужды лица или организации, выполняют широкий спектр задач, от простой автоматизации рутинных запросов до обеспечения непрерывной поддержки клиентов. Их гибкость позволяет настроить индивидуальное взаимодействие с каждым клиентом.

Чат-боты играют важную роль в маркетинге, нацеленном на улучшение клиентского опыта и увеличение эффективности продаж. Они не только облегчают сбор важной информации о потребителях, но и предлагают индивидуализированный подход в процессе продаж, автоматически рекомендуя товары или услуги на основе предыдущих покупок клиента или его личных предпочтений. Это значительно повышает шансы на успех в привлечении и удержании клиентов. В маркетинговых кампаниях чат-боты могут использоваться для разработки и проведения рекламных акций, что делает их ценным инструментом для продвижения бренда [5].

Чат-боты представляют собой мощный инструмент, способный существенно оптимизировать многие процессы в бизнесе, начиная от улучшения обслуживания клиентов и заканчивая повышением продаж и эффективности рекламных кампаний. Уже сегодня множество предприятий внедряют эти технологии, стремясь получить преимущество в быстро меняющемся цифровом мире. Далее приведем конкретные примеры использования чат-ботов в корпоративных коммуникациях, где рассматривается, какие технологические решения были интегрированы в бизнес-процессы и какие проблемы они помогли решить.

Например, в компании розничной торговли H&M чат-бот «Kik bot» взаимодействует с пользователями, задавая вопросы о предпочтениях в стиле и на основании полученных ответов предлагает подходящие товары [6]. Этот подход не только упрощает процесс выбора товаров для покупателей, но и способствует увеличению продаж за счет предложения комплектов одежды и аксессуаров.

Следующий пример из сферы общественного питания – чат-бот сети пиццерий Pizza Hut демонстрирует, как можно эффективно автоматизировать процесс заказа пиццы через социальные сети [7]. После внедрения бота значительно выросли показатели конверсии и повторных заказов, что подчеркивает востребованность такого подхода среди молодежной аудитории и подтверждает его коммерческую эффективность.

Чат-боты становятся все более важным инструментом в арсенале маркетологов, позволяя не только повысить удовлетворенность клиентов, но и существенно увеличить объемы продаж. Их способность быстро и эффективно обрабатывать запросы, предоставлять мгновенные ответы и автоматизировать рутинные процессы делает их незаменимыми в современных корпоративных коммуникациях. Благодаря широкому спектру применений от упрощения процессов покупки до улучшения обслуживания клиентов и проведения рекламных кампаний чат-боты способствуют повышению эффективности и экономии ресурсов. Примеры успешного использования чат-ботов в различных отраслях подчеркивают их потенциал в увеличении продаж, улучшении пользовательского опыта и оптимизации взаимодействия между брендами и их аудиторией.

В заключение еще раз отметим, что чат-боты представляют собой ключевой инструмент в динамично развивающемся цифровом мире, позволяющий компаниям оставаться на передовой инноваций и предлагать высококачественный сервис своим клиентам.

## Список литературы

1. Авакова Э.Б., Кузнецов А.А. Корпоративные коммуникации в условиях цифровизации // Социальные институты в цифровой среде: Сборник трудов второй международной научно-практической конференции, Ростов-на-Дону, 19–20 ноября 2020 года / Под редакцией Т.В. Игнатовой, Д.А. Корсунова, Н.В. Брюхановой. – Ростов-на-Дону: Южно-Российский институт управления – филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (ЮРИУФ РАНХиГС), 2020. С. 296-302.
2. Чат-боты: что это такое и как они работают [Электронный ресурс] // Цифровой портал для бизнеса «Деловед» – Деловед, 2021. – Режим доступа: <https://deloved.ru/chat-bots-cto-eto-takoe-i-kak-oni-rabotayut>, свободный. – Загл. с экрана (дата обращения: 01.04.2024).
3. Матвеева Н.Ю., Золотарюк А.В. Технологии создания и применения чат-ботов [Электронный ресурс] // Научные записки молодых исследователей. 2018. №1. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-sozdaniya-i-primeneniya-chat-botov>, свободный. – Загл. с экрана (дата обращения: 04.04.2024).
4. Довгалюк Е.Ю. Системное исследование использования чат-бота в коммуникации с клиентами [Электронный ресурс] // Cyberleninka.ru – 2020. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistemnoe-issledovanie-ispolzovaniya-chat-bota-v-kommunikatsii-s-klientami/viewer>, свободный. – Загл. с экрана (дата обращения: 05.04.2024).
5. Масюк Н.Н., Васюкова Л.К., Ищенко А.Е., Диденко П.С. Чат-бот как инновационный инструмент применения нейронных сетей при оптимизации процесса продаж [Электронный ресурс] // АНИ: экономика и управление. 2019. №4 (29). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/chat-bot-kak-innovatsionnyy-instrument-primeneniya-neyronnyh-setey-pri-optimizatsii-protsessy-prodazh>, свободный. – Загл. с экрана (дата обращения: 05.03.2023).
6. ChatbotGuide.org. H&M Bot [Электронный ресурс] // ChatbotGuide.org – Режим доступа: <https://www.chatbotguide.org/h-m-bot>, свободный. – Загл. с экрана (дата обращения: 06.04.2024).
7. Toute la franchise. Pizza Hut Chatbot [Электронный ресурс] // Toute-la-franchise.com – Режим доступа: <https://www.toute-la-franchise.com/news-431762-pizza-hut-chatbot.html>, свободный. – Загл. с экрана (дата обращения: 06.04.2024).

## COMMUNICATION IN THE ERA OF STATBOTS

*D.A. Velina*

The article examines the dynamics of the development of organizational communication with an emphasis on the transition from traditional forms of interaction to the use of chatbots. The author analyzes the main functions and applications of chatbots in the modern business context, focusing on their ability to process customer requests, manage business correspondence and improve user experience. Various types of chatbots are covered, including FAQ bots, e-commerce bots, advertising and entertainment bots, and customizable personal bots. Particular attention is paid to examples of successful implementation of chatbots in various sectors, such as retail and food service, highlighting their contribution to increasing sales and optimizing marketing strategies. The article concludes by arguing how chatbots are becoming an integral element of the modern marketing arsenal, helping to create effective, automated communication between brands and their customers.

*Keywords:* chatbots, organizational communication, user experience, customer service, innovative technologies.

## ГЕНДЕРНАЯ ДИСПРОПОРЦИЯ НА МАТЕМАТИЧЕСКИХ И ИНЖЕНЕРНЫХ НАПРАВЛЕНИЯХ ПОДГОТОВКИ

*С.К. Витковская*

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

Затронуты вопросы дисбаланса юношей и девушек на специальностях вузов, которые выступают как кадровый потенциал ИТ сферы. На основе статистики приводятся данные Министерства образования о доли женщин среди поступивших на инженерные и физико-математические специальности. Процент девушек на указанных специальностях не снижается, но и не растет. По уровню обучения в магистратуре бóльший процент девушек, нежели в бакалавриате.

В качестве возможных причин анализируются стереотипы в социализации. Превалирование юношей над девушками в ИТ сфере анализируется в контексте показателей гендерного разрыва (The global gender gap index).

*Ключевые слова:* гендер, сфера ИТ, гендерный разрыв, гендерный дисбаланс, гендерные стереотипы, гендерная социализация.

Гендерная диспропорция на математических и инженерных направлениях подготовки представляет собой важную проблему, так как приводит к кадровому голоду в сфере ИТ. Мужское преобладание на инженерных специальностях в вузах характерно для многих стран. Ряд исследователей называют основной причиной этого явления влияние распространенных стереотипов на выбор будущей профессии мужчинами и женщинами. Е.А. Здравомыслова и А.А. Темкина подчеркивают, что разделение труда выступает как центральная категория в понимании гендерных различий и гендерного порядка [1]. Внутри данного процесса можно выделить некоторые моменты: разделение труда между домашними заботами и оплачиваемой занятостью, дифференциация занятий внутри домашней сферы и внутри сферы оплачиваемого труда. Советский гендерный контракт – «работающая мать» подразумевал труд женщин и материнство как гражданские обязанности [2]. В постсоветское время этот контракт трансформируется, но потенциальное совмещение ролей матери и работницы продолжает оказывать влияние на представления о положении женщины на рынке труда.

В рейтинге стран по гендерному разрыву Россия занимаем 81 место. Чем выше страна в рейтинге, тем лучше защищены женщины в этой стране. В 2021 г. список возглавили Исландия, Финляндия и Норвегия. Столь невысокую позицию в данном рейтинге Россия занимает в связи с распространенными гендерными стереотипами в обществе и гендерной социализацией. Мужская и женская гендерные социализации формируют личность и ее предпочтения. С самого детства общество

обучает мальчиков и девочек определенным навыкам. В мальчиках формируют пространственное мышление с помощью игр и игрушек (конструктор, машинки, солдатики). В девочках формируют эмпатию тоже с помощью игр и игрушек (дочки-матери, пупсы). Общество уже в детстве определяет одобряемое поведение, интересы и способ мышления. Далее в школе все это закрепляется успеваемостью по определенным предметам. И вот, на выпуске из школы мы имеем подростков со сформированными представлениями о своем месте в мире, о своих способностях и интересах. В соответствии с тем, что они усвоили из общения со взрослыми, из опыта в школе они выбирают свою дальнейшую область обучения. Еще в раннем возрасте мальчиков учат тому, что в будущем они должны реализовать себя в профессиональной деятельности. Наоборот, в девочек не вкладывают этих идей о независимости, поиске собственных внутренних резервов, самоутверждении в той степени, в какой этого требует жизнь.

На основе данных Министерства образования и науки [3] о поступивших девушках на инженерные и физико-математические специальности был проведен анализ динамики доли женщин в течение четырех лет. В выборку попали группы специальностей математических наук и инженерного дела.

**Доля женщин среди поступивших на инженерные  
и физико-математические специальности, %**

2016			2017			2018			2019		
Бак	Спец	Маг	Бак	Спец	Маг	Бак	Спец	Маг	Бак	Спец	Маг
29,9	21,8	38,2	29,97	21,78	38,16	30,14	21,56	39,82	60,50	21,35	36,59

За период с 2016 г. по 2018 г. среди поступивших на бакалавриат доля девушек стабильно сохранялась в районе 30%. В 2019 г. она резко увеличилась в два раза за счет роста количества поступивших студенток на инженерные направления. Если с 2016 г. по 2018 г. на инженерное дело поступало каждый год около 64 000 девушек, то в 2019 г. поступили 149 383.

Что касается специалитета, то с 2016 г. по 2019 г. процент поступивших девушек не превышал 22%. Доля девушек сохраняется на протяжении четырех лет. Среди поступивших в магистратуру доля девушек с 2016 по 2017 гг. оставалась 38%. В 2018 г. количество девушек выросло почти до 40%. На следующий же год доля поступивших студенток упала снова до 36,6%.

Если сравнивать между собой бакалавриат, специалитет и магистратуру, то бóльшая доля девушек обучается в магистратуре. После знакомства с системой высшего образования девушки идут чуть увереннее получать образование дальше по технической специальности уже в магистратуре.

Несмотря на то, что количество поступивших девушек не падает, а стабильно сохраняется и местами незначительно растёт, постоянного прироста и заметной положительной динамики за четыре года нельзя отметить. Инженерные и физико-математические специальности остаются гендерно несбалансированными. За четыре года не было ни одного потока, где юноши и девушки были бы представлены в равных пропорциях.

С чем связана столь низкая представленность женщин на технических направлениях подготовки в вузах? Предположительно, с социальной обусловленностью и гендерной предвзятой средой. Эти факторы могут влиять на успеваемость девочек по математике. Существует положительная корреляция между индексом гендерного неравенства (GGI) и результатами международного тестирования (PISA). По результатам зарубежного исследования [4], странах с высоким индексом гендерного неравенства наблюдается разрыв между результатами по математике между мальчиками и девочками. Это имеет смысл, так как, тестирование проводится среди учеников в возрасте, близком к поступлению в высшие заведения.

#### *Список литературы*

1. Здравомыслова Е.А., Темкина А.А. 12 лекций по гендерной социологии: учебное пособие / СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2015. 768 с.
2. Темкина А.А., Роткирх А. Советские гендерные контракты и их трансформация в современной России // Социологические исследования. 2002. № 11. С. 4-14.
3. Форма № ВПО-1. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minobrnauki.gov.ru/action/stat/highed/> (дата обращения 03.12.2023).
4. Guiso L., Monte F., Sapienza P., Zingales L., Diversity. Culture, gender, and math // Science. – 2008. – VOL 320. [online]. Доступ через <[https://www.researchgate.net/publication/5338649\\_Diversity\\_Culture\\_gender\\_and\\_math](https://www.researchgate.net/publication/5338649_Diversity_Culture_gender_and_math)>. (дата обращения: 24.02.2024).

### **GENDER DISPARITY IN MATHEMATICAL AND ENGINEERING FIELDS OF STUDYS**

*S.K. Vitkovskaya*

The article touches upon the issues of the imbalance of boys and girls in the specialties of universities, which act as a human resource potential FROM the sphere. Based on statistics, the Ministry of Education provides data on the proportion of women among those enrolled in engineering and physics and mathematics specialties. The percentage of girls in these specialties is not decreasing, but it is not growing either. According to the level of education in the master's degree, there is a higher percentage of girls than in the bachelor's degree.

Stereotypes in socialization are analyzed as possible reasons. The prevalence of women over girls in retaliation is analyzed in the Global gender gap index.

*Keywords:* gender, sphere of influence, gender gap, gender imbalance, gender stereotypes, gender socialization.

## МЕМ И ЕГО РОЛЬ В МЕДИЙНОМ КОНСТРУИРОВАНИИ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК

*Н.М. Ерошевич*

Национальный исследовательский университет  
«Высшая школа экономики»

К 20-м годам XXI века уже нельзя отрицать повсеместное распространение сети Интернет. Сегодня интернет является одним из средств общения, то есть пространством коммуникации людей. Соответственно, помимо потребления медиаконтента, пользователи могут взаимодействовать друг с другом в рамках виртуального пространства. Современные СМИ не могут быть представлены без наглядно-визуального компонента, в качестве которого могут выступать фотографии, иллюстрации, графики, диаграммы. Особой популярностью, особенно в социальных сетях, пользуются мемы. В узком понимании мемы – это забавные картинки, распространяемые в сообществах соцсетей. Именно этот зачастую развлекательный контент может стать средством формирования реальности для пользователя соцсетей и интернета вследствие его простоты, вирусного распространения и юмористического характера, наиболее легкого и непринужденного формата передачи, получения и усвоения информации.

Цель работы – рассмотреть мем как социокультурный феномен и выявить роль мемов в медийном конструировании коммуникативных практик.

*Ключевые слова:* мем, интернет-мем, новые медиа, интернет-коммуникация, визуальный контент, коммуникативные практики.

Комплексное развитие и трансформация медийных структур играет неоспоримую роль и имеет значительное влияние на изменение структуры подаваемого слушателям, читателям и зрителям контента. Появление нового типа контента влечет за собой возникновение новой формы массовой культуры. Об этом говорит все более активное вовлечение людей в использование новых технологий для создания нового рода медиапродуктов. Относительно новым явлением оказывается «мем», уже привлекший к себе внимание научных сообществ из разных сфер. К мемам обращаются не только ученые, но и обычные пользователи сети Интернет. Особенную популярность мемы заслужили подписчиков сообществ социальных сетей, например, российской социальной сети «ВКонтакте», где пользователи могут создавать контент, делиться им, общаться, просматривать видеоролики, слушать аудиозаписи и многое другое. Таким образом, именно пользователи сети Интернет и социальных сетей, в частности, являются создателями мемов.

В связи с популярностью данного явления в начале исследования целесообразно указать, что собой представляет «мем», рассмотреть его, с точки зрения значений и определений. Это понятие появилось относительно недавно. Его толкование неоднозначно. В 1976 г. английский эволюционный биолог,

этолог Ричард Докинз в книге «Эгоистичный ген» выделил по аналогии с геном – мем, в той же степени подверженный мутации, искусственной селекции и естественному отбору [1]. Изначально под «мемом» понималась базовая единица, имеющая культурный смысл и переносящая определенную информацию. Ими могут являться устойчивые словесные конструкции, языковая игра, изображения, рисунки, видеоматериалы.

Интернет-мемы могут быть разделены по определенным признакам. Например, А.Г. Квят предлагает следующую классификацию по виду воплощения в медиа:

- речевые клише (например, цитаты);
- визуальные и аудиовизуальные объекты (фотографии, видеоматериалы);
- образы персонажей (реальных и нереальных); — брендированные товары и конкретно бренды;
- тематические информационные доминанты (EURO 2020) [2].

По сути, мемы нельзя классифицировать, с точки зрения определенного органа восприятия, поскольку в процессе просмотра мема, ознакомления с ним могут быть задействованы несколько органов чувств. Например, видео, содержащее мемный контент, задействуют не только зрение, но еще и слух. Для мема как интернет-явления также характерна поликодовость, то есть наличие как вербального, так и невербального компонента, причем эти составляющие должны находиться в единстве, иначе будет потерян его смысл: мем не будет воспринят, запомнен и усвоен.

Мемы сами по себе очень концентрированы, в них могут содержаться отсылки, аллюзии, кадры из известных фильмов, образы знаменитых личностей, цитаты. Соответственно, необходимо обозначить, что мемы – кодированная информация, не каждый пользователь в состоянии ее декодировать и понять.

Иными словами, интернет-мемы емко передают информацию, они выразительны и способны легко транслировать эмоциональную составляющую. Все это характеризует мем как «лингвовизуальное единство в квадратной рамке» [3].

Стоит отметить, что интернет-мемы обладают медийностью, то есть мемы могут существовать в интернет-пространстве как средство массовой коммуникации. Интернет-мем публичен и адресован неограниченному числу потребителей контента; мем самостоятельно легко и быстро распространяется; мемы интерактивны (ими можно делиться, ставить лайки или дизлайки); и наконец, мем обеспечивает самосохранение сети Интернет и сообществ социальных сетей, их рост и развитие.

Мемы могут являться и проводниками неравенства при условии постоянной передачи, циркуляции мемов внутри социальной группы, образовавшейся в результате отклика других, имеющих сходное миропонимание людей. Другими словами, пользователь публикует свое мнение или взгляд на то или иное событие в виде интернет-мема, если с ним согласны, то им делятся, передавая дальше. Если согласия нет – появляются дискуссии и обсуждения, что также способствует распространению мема, поиску единомышленников и интеграции их в единое сообщество. Постоянный обмен информацией, в данном случае мемами – информационными единицами, формирует собственную идентичность и отделяет одно сообщество от другого. К «чужакам» мемы могут попасть с меньшей вероятностью, поскольку он не относится к социальной группе, и велик шанс, что адресат мема не поймет. Таким образом из коммуникационного круга исключаются те, кто обладает недостаточной культурно-информационной базой или не имеет должного представления об обсуждаемой теме [4].

В контексте данного исследования был проведен соцопрос, в котором приняли участие 75 человек преимущественно, от 15 до 30 лет. «Мемом» для большинства опрошенных (55 человек, 73,3%) является смешная картинка из интернета; 36 человек (48%) указали, что мем – это идея, заключенная в символическую форму. Медиаобъектом и культурно-информационной единицей представляют мем одинаковое количество респондентов – по 20 человек (26,7%). Наименьшее количество людей – 16 человек (21,3%), указали, что мемом является повторяющийся культурный шаблон. Таким образом, абсолютное большинство молодых людей, согласно опросу, применяют обыденное толкование такого понятия, как мем. С научной точки зрения или, как минимум, более широко на мем смотрит меньшее количество молодежи. На основании этих выводов можно судить о повседневности и повсеместности распространения мемов в той степени, что о возможности научного подхода к данному явлению задумывается малое количество человек.

Интернет-мемы нельзя изучать исключительно с позиции их культурного значения. Мем – это еще и социальное явление, ставшее в современном мире неотъемлемой его частью, особенно в среде молодежи. Для молодых людей мемы становятся специфической формой коммуникации. Их просматривают каждый день, и согласно данным опроса, 47 человек из 75 уделяет этому менее часа, 23 человека – до трех часов. Наименьшее количество респондентов просматривают мемы до пяти часов в день (двое), и более пяти часов в день (трое). Постоянство и систематичность формируют культуру, в данном случае культуру просмотра мемов, что, безусловно, влияет на восприятие.

Интернет-мемы становятся своеобразным фильтром, появившимся в результате каждодневного просмотра мемного контента. Проявляется это следующим образом: если человек привык получать информацию о событиях через мемный контент сообществ социальных сетей, а не через официальные новостные агентства, то пользователь все больше склоняется к той позиции, которая передана неформальным путем, именно она оказывается для человека наиболее актуальной и кажется наиболее правдивой. Мемы могут блокировать информацию из других каналов, поскольку человек будет обращаться только к сообществам с красочными изображениями, остросоциальными мемами, без понимания, что мемный контент может создавать кто угодно и в каких угодно интересах.

Таким образом, мем – это своеобразная манера передачи информации, причем зачастую остроумно-иронического характера. Благодаря этому свойству люди могут относиться к серьезной информации с меньшей степенью тревоги. Например, блокировка Суэцкого канала в марте 2021 г., остановившая или значительно затормозившая на время мировое судоходство, породила множество интернет-мемов. Серьезная ошибка экипажа корабля стала восприниматься как комичная оплошность рулевого, что смягчило строгость реакции потребителя мемного контента. Подобное наблюдалось и после падения челябинского метеорита в 2013 г. Соответственно, мемы сглаживают остроту восприятия экстремальных ситуаций, переводят события в игру. То есть, мемы способны коренным образом поменять представление человека о событии и отношение к нему в зависимости от эмоционального посыла создателя или совокупной тональности интернет-коммуникации [5].

Примечательно, что мемы могут вызвать чувство неприязни, реакцию отторжения, то есть «мем-аллергию» [6]. Известно, что после того, как пользователи сети Интернет начали сравнивать в 2013 г. Председателя КНР Си Цзиньпина с Винни-Пухом, изображение этого персонажа, как и мультфильм с ним, было запрещено, как оскорбляющее честь и достоинство Председателя КНР [7]. Таким образом, в результате реакции неприятия может последовать цензура, а также вандализм, насилие и, в крайнем случае – террор, как это произошло в Париже в 2015 г., как реакция на неподобающую карикатуру на пророка Мухаммеда.

Можно сделать вывод, что мем – это социокультурный феномен, требующий внимательного и всеобъемлющего рассмотрения вследствие его неоднозначности толкования и многогранности подходов к изучению.

Мемы играют важную роль в процессе межкультурной коммуникации, а также в контексте общения людей из разных стран, что объясняется мультикультурностью мемов.

Целесообразно также выделить универсальность применения мемного контента, используемого не только в социальных сетях, но и в реальной жизни: в рекламе, политике и других сферах человеческой жизнедеятельности. Иными словами, мемы обладают неисчерпаемым потенциалом в медийной сфере, что выявляет и обуславливает перспективность развития форм мемного контента. Мемы способны влиять на индивида, социальную группу и общество во всей его целостности благодаря быстрому и беспрепятственному распространению, простоте восприятия и способности вызвать необходимые эмоции.

#### *Список литературы*

1. Докинз Р. Эгоистичный ген. – М.: Corpus (АСТ). 1989. 237 с.
2. Квят А.Г. Медиамем как инструмент политического PR: когнитивный подход // Медиаскоп. 2013. №1. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1254> (дата обращения: 05.04.2024)
3. Канашина С.В. Интернет-мем как поликодовый текст // Языковое бытие человека и этноса. 2017. №19. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-mem-kak-polikodovyyu-tekst> (дата обращения: 04.04.2024)
4. Зиновьева Н.А. Воздействие мемов на Интернет-пользователей: типология Интернет-мемов // ВЭПС. 2015. №1. С. 195–201.
5. Голованова Е.И, Часовский Н.В. Интернет-мем как элемент визуализации в СМИ // Вестник ЧелГУ. 2015. №5 (360). С. 135–141.
6. Олешкова А.М. Интернет-мем как способ воспроизводства культуры // Общество: философия, история, культура. 2017. №8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-mem-kak-sposob-voisproizvodstva-kultury> (дата обращения: 05.04.2024)
7. Haas B. China bans Winnie the Pooh film after comparison to President Xi. [Internet resource] / The Guardian. 2018. URL: <https://www.theguardian.com/world/2018/aug/07/china-bans-winnie-the-pooh-film-to-stop-comparisons-to-president-xi> (дата обращения: 05.04.2024).

### **MEME AND ITS ROLE IN THE MEDIA CONSTRUCTION OF COMMUNICATIVE PRACTICES**

*N.M. Eroshevich*

By the 20s of the 21st century, the ubiquity of the Internet can no longer be denied. Today the Internet is one of the means of communication, that is, a space for people to communicate. Accordingly, in addition to consuming media content, users can interact with each other within the virtual space. Modern media cannot be presented without a visual component, which can be photographs, illustrations, graphs, diagrams, etc. Memes are especially popular, especially on social networks. In a narrow sense, memes are funny pictures distributed in social network communities. It is this often entertaining content that can become a means of shaping reality for the user of social networks and the Internet, due to its simplicity, viral distribution, and humorous nature, the easiest and most relaxed format for transmitting, receiving and assimilating information.

The purpose of the work is to consider the meme as a sociocultural phenomenon and to identify the role of memes in the media construction of communicative practices.

*Keywords:* meme, internet meme, new media, internet communication, visual content, communicative practices.

## СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ ЛИЦ ПОЖИЛОГО ВОЗРАСТА В КОНТЕКСТЕ ИХ ДОСУГА

*М.О. Жукова*

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

Рассматривается важность наращивания социального капитала для лиц пожилого возраста через их общение с окружением и организацию досуговых мероприятий. Анализируется статистика численности пожилого населения Российской Федерации на начало 2023 г. На материале авторского исследования и опросов общественного мнения исследуются различные формы досуга, которые способствуют укреплению социальных связей и поддержанию психологического благополучия пожилых людей.

*Ключевые слова:* социальный капитал, досуг пожилых людей, ресурсы, общение.

Статистические данные за последние несколько лет говорят о быстром и неуклонном процессе старения населения. В большинстве стран мира общая численность детей и молодежи значительно уменьшается, а, соответственно, доля пожилого населения возрастает. Согласно отчету Всемирной организации здравоохранения, к 2050 г. доля людей старше 60 лет в мире увеличится до 22% [1].

Помимо общемировой тенденции повышения доли старших возрастов в населении, для России характерно волнообразное изменение возрастного состава, о чем свидетельствует возрастно-половая пирамида населения России, построенная по данным на начало 2023 года [2] (Таблица 1). В структуре населения старше 50 лет пожилые женщины составляют около двух третей (66,5%). В возрастной группе 85 лет и более численность женщин превышает численность мужчин в 3,1 раза.

*Таблица 1*

**Численность пожилого населения Российской Федерации по полу и возрасту  
на 1 января 2023 г.**

Возраст	Все население	Мужчины	Женщины
50 – 54 лет	9311007	4383190	4927817
55 – 59 лет	8987811	4050690	4937121
60 – 64 лет	10369371	4417346	5952025
65 – 69 лет	8957662	3544724	5412938
70 – 74 лет	6901324	2491591	4409733
75 – 79 лет	3156124	1038763	2117361
80 – 84 лет	2996011	785162	2210849
85 – 89 лет	1501423	357722	1143701

90 – 94 лет	487113	103373	383740
95 – 99 лет	100717	20764	79953
100 и более лет	9696	2561	7135

Несмотря на увеличение доли пожилого населения, для максимально комфортной жизни каждого человека (в особенности – пожилого гражданина) в современном обществе необходимо иметь определенный уровень накопленного капитала. Французский социолог Пьер Бурдьё в своей работе «Формы капитала» различает четыре основных его формы: экономический, культурный, символический и социальный капиталы. Под социальным капиталом понимается «совокупность фактических или потенциальных ресурсов, которые связаны с обладанием прочной сетью более или менее институционализированных отношений взаимного знакомства и признания» [3]. Важность социального капитала для человека автор объясняет тем, что он неразрывно связан с экономическим, культурным и символическим видами капитала. Социальный капитал, как пишет французский социолог, никогда не останется полностью независимым. Формы капитала часто взаимодействуют друг с другом и могут приводить к укреплению привилегированного положения определенных групп в обществе, а также к увеличению неравенства. Социальные ресурсы и связи, а также их влияние на социальные и экономические процессы подтверждают их важность в формировании социальной структуры и поведенческих практик.

В нашей интерпретации подход Бурдьё можно применить к жизнедеятельности пожилых людей, которые в силу своего возраста могут иметь большой социальный капитал, основанный на долгосрочных социальных связях, включая связь с семьей, друзьями, бывшими коллегами, соседями и другими членами их социального круга. Социальный капитал – это ресурс, которым обладают люди благодаря своим социальным связям, которые организуются в сети. Он может быть использован для комфортной жизнедеятельности, для получения доступа к информации, помощи в решении проблем, а также для обеспечения социальной поддержки в трудные времена. Иногда граждане пожилого возраста могут обладать гораздо большим социальным капиталом в сравнении с молодежью, особенно через свои социальные связи и досуговые активности. В пожилом возрасте крайне важны такие связи, которые могут повысить социальную интеграцию пенсионеров, обеспечить поддержку в случае необходимости и способствовать их общему благополучию. Кроме того, социальный капитал может быть накоплен через участие в различных социальных группах, включая клубы пожилых, церковные сообщества и другие общественные организации. Групповые активности – общение, настольные игры, творческие занятия, спортивные

мероприятия, экскурсии и другие формы досуга могут способствовать формированию социального капитала и укреплению социальных связей.

Применительно к тезисам Бурдые в данном контексте нужно обратить внимание на неравенство в доступе к социальному капиталу для пожилых людей, особенно для тех, кто находится в более уязвимом положении из-за низкого социально-экономического статуса, пассивного образа жизни, ограниченной подвижности или других факторов. Таким людям нужна особая поддержка со стороны ближайшего окружения, а также государства.

Досуг граждан пожилого возраста связан с формированием и использованием их социального капитала. Регулярные активности и общение помогают им поддерживать социальные связи, получать необходимую поддержку и справляться с изменениями, которые происходят в их жизни. Важно учитывать данную особенность при разработке социальных программ, проектов и услуг для граждан пожилого возраста.

Социальный капитал граждан пожилого возраста может определять их досуговые практики, такие, как встречи с родственниками, друзьями, соседями и даже незнакомыми людьми (которые впоследствии станут знакомыми, и социальный капитал будет увеличиваться). Пенсионеры могут общаться между собой, обмениваться информацией, участвовать в интересных мероприятиях или просто проводить время в спокойной и дружественной обстановке. Благодаря этим встречам, пожилые люди получают не только поддержку и понимание, но и новые знакомства, возможности для социальной активности и адаптации к новым обстоятельствам.

Чтобы лучше понять специфику досуга пожилых россиян, обратимся к данным опроса ВЦИОМ, участие в котором приняли 1600 россиян в возрасте от 18 лет (n=1600 чел.). Публикация результатов данного исследования была приурочена к проведению III Международного конгресса «Health age. Активное долголетие» [4]. Метод опроса, использованный в исследовании, – телефонное интервью по стратифицированной двухосновной случайной выборке стационарных и мобильных номеров.

Согласно общественному мнению, среди самых распространенных занятий россиян 60 лет и старше – уход за детьми и внуками, внедомашний досуг (например, рыбалка, цветоводство, кружки), физкультура и спорт, домашний досуг (рисование и пр.), а также посещение культурных учреждений и мероприятий (театры, музеи, выставки). Кроме того, представители старшего поколения регулярно занимаются волонтерской и добровольческой деятельностью, а также участвуют в работе профсоюзных организаций, политических партий, общественных комитетов. Данные представлены в Таблице 2.

**Наиболее распространенные занятия россиян 60 лет и старше,  
согласно данным ВЦИОМ за 2021 г., в %**

Уход за детьми и внуками	62%
Внедомашний досуг	58%
Физкультура и спорт	36%
Домашний досуг	27%
Посещение культурных учреждений и мероприятий	24%
Занятия волонтерской и добровольческой деятельностью	12%
Участие в работе профсоюзных организаций, политических партий, общественных комитетов	8%

Представители старшего поколения ведут активную социальную жизнь: несколько раз в неделю встречаются с родственниками, друзьями или знакомыми (87%), 10% опрошенных представителей старшего поколения ни с кем не видятся так часто. Большинству россиян 60 лет и старше (85%) есть, с кем обсудить вопросы личного характера, 12% не имеют такой возможности. Есть к кому обратиться за помощью в критический момент 88% представителей старшего поколения, не у кого попросить помощи каждому десятому пенсионеру.

Перейдем к результатам авторского исследования, которое было проведено в марте-апреле 2023 г. методом интервьюирования. Исследование было посвящено анализу уровня уязвимости пожилых людей, поэтому участие в нем приняли граждане в возрасте от 64 лет до 82 лет (n=20 чел.). Один из блоков интервью был посвящен быту и досугу респондентов. Как мы уже выяснили, люди, находящиеся на пенсии, наращивают свой социальный капитал в большей степени за счет своего свободного времени, но досуг может быть разным. В результате исследования выяснилось, что только малая часть опрошенных респондентов живут активно, в то время как большинство респондентов отмечают у себя пассивный образ жизни, говоря о нехватке жизненных сил и здоровья. Следует указать, что ожидаемо более пассивными в осуществлении своей жизнедеятельности оказались пожилые люди, имеющие группу инвалидности, хронические заболевания, а также те, кто не занят трудовой деятельностью, – этим людям в силу различных особенностей сложно наращивать свой социальный капитал.

На вопрос, посещают ли респонденты какие-либо социальные/образовательные/досуговые и другие организации, малая часть опрошенных

ответили положительно. Из названных ими организаций были в основном Управление социальной защиты населения и Пенсионный Фонд России (сейчас Социальный Фонд России), из чего следует предположение, что пожилое население слабо информировано о мероприятиях досугового характера, где можно проводить время с пользой и общаться с людьми. Сделав определенные выводы, можно сказать, что большинство опрошенных пожилых граждан далеки от активной социальной жизни, так как в силу их возрастных особенностей им трудно посещать различные учреждения.

Пожилые стараются проводить свободное время с пользой: у кого-то есть хобби, кто-то проводит досуг с внуками, а кто-то просто занимается домашними делами. Все это очень важно для пожилых граждан, так как любая активность в преклонном возрасте идет только на пользу. Однако, среди опрошенных много тех, кто свое свободное время проводит дома перед телевизором, совсем не выходит на улицу. В совокупности, все это может привести к изолированности пожилого населения от общества и понижению уровня социального капитала.

Таким образом, важным аспектом организации досуга для людей пожилого возраста с целью наращивания их социального капитала является их информирование со стороны различных организаций, в том числе государственных. Активное участие в различных мероприятиях может способствовать укреплению связей внутри сообщества пожилых, повышению их самооценки и улучшению качества жизни. Досуговая деятельность имеет большое значение для пожилых людей, так как она способствует поддержанию социальных связей, борьбе с одиночеством и уединением, а также стимулирует к активной жизнедеятельности.

#### *Список литературы*

1. Официальный сайт Всемирной организации здравоохранения. Режим доступа: <https://www.who.int/ru/news/item/30-09-2015-who-number-of-people-over-60-years-set-to-double-by-2050-major-societal-changes-required> (дата обращения: 05.12.2023).
2. Численность населения Российской Федерации по полу и возрасту на 1 января 2023 года / Статистический бюллетень. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13284> (дата обращения: 05.12.2023).
3. ВЦИОМ: «Активная жизнь на пенсии». Публикация результатов исследования к проведению III Международного конгресса «Health age. Активное долголетие». Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/aktivnaja-zhizn-na-pensii?ysclid=lpv5a7hai3604201238> (дата обращения: 05.12.2023).
4. Бурдые П. Формы капитала // Экономическая социология. 2002. №2. С. 60-74.

## **THE SOCIAL CAPITAL OF THE ELDERLY IN THE CONTEXT OF THEIR LEISURE**

*M.O. Zhukova*

The importance of building social capital for the elderly through their communication with the environment and the organization of leisure activities is considered. The statistics of the elderly population of the Russian Federation for the beginning of 2023 are analyzed. Based on the material of the author's research and public opinion polls, various forms of leisure are considered, which contribute to strengthening social ties and maintaining psychological well-being in the elderly.

*Keywords:* social capital, leisure for the elderly, resources, communication.

## СОЦИАЛЬНАЯ РАБОТА: РОЛЬ ГОСУДАРСТВА, КЛИЕНТА И СОЦИАЛЬНОГО РАБОТНИКА

*А.И. Кислов*

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

Социальная работа рассматривается как социальный институт и как профессия. Описываются основные роли и функции институциональных акторов социальной работы: «государства», «клиента» и «социального работника». Рассматриваются различные институциональные проявления социальной работы, характерные черты которых определяются значимостью и субъектностью роли основных акторов. Конструируется базовая модель социальной работы, основой которой является идея социальной помощи. Уделяется внимание роли профессиональной ассоциации в жизни профессии.

*Ключевые слова:* социальная работа, профессия, социальный институт, профессиональная ассоциация.

Социальная работа – один из социальных институтов современного российского общества. В публикациях, рассматривающих социальную работу как феномен, до сих пор не сложилось однозначного мнения о характере данной сферы деятельности. Некоторые авторы указывают на все продолжающийся процесс институционализации и становления [1; 2; 3], другие же считают, что существует необходимость «обновления профессии» [4. с. 150], будто она уже успела устареть. Социальная работа находится в состоянии суперпозиции: она нуждается в обновлении в тот момент, когда происходит ее становление.

Такая неоднозначная ситуация сложилась в результате большого внимания исследователей к будущему данной профессиональной деятельности. Авторы разрабатывают инновационные технологии и определяют проблемы, которые стоят (или будут стоять) перед социальной работой, но недостаточно рефлексиируют над вопросами, которые касаются нынешнего состояния данной сферы деятельности. Мы уже знаем, что у социальной работы славное светлое будущее, но до сих пор плохо представляем, что это такое.

Социальная работа как профессия в России существует уже более четверти века. За это время было принято большое количество законов, регламентирующих и оформляющих данную сферу деятельности; сложилась система профессиональной подготовки специалистов по социальной работе; были разработаны профессиональные стандарты, кодексы этики и служебного поведения. Иначе говоря, произошло большое количество событий, которые уже

оформили данную сферу деятельности. Социальная работа имеет формальный статус профессии.

В широком смысле, институционализация социальной работы произошла в тот момент, когда идея социальной помощи, основанная на гуманистических ценностях, обрела акторов, готовых воплотить эту идею в жизнь. Социальная работа как институт существует значительно дольше, чем профессия, и включает огромное количество разнообразных социальных практик. Такая точка зрения обосновывает и открывает возможность анализа и всестороннего изучения социальной работы как феномена, который объективно существует, а не находится в подвешенном состоянии постоянного пресловутого «становления». Это разрешает «неразбериху» между социальной работой – социальным институтом и социальной работой – профессией. Все это часть одного целого с той разницей, что некоторые области социальной работы более формализованы и приобрели статус профессии.

Итак, в основе социальной работы стоят три действующих субъекта, актора – это «государство», «социальный работник» и «клиент». В данном случае это всего лишь обобщающие названия этих субъектов. Та роль, которую каждый из них играет, а также характер взаимоотношений между ними определяют форму, которую принимает социальная работа.

1. Клиентом социальной работы может быть индивид, семья, малая группа, территориальное сообщество. В данном случае нас не интересует детальное рассмотрение особенностей каждого типа клиентов. Всех их объединяет наличие некоторой проблемы, помощь в решении которой можно найти, обратившись к лицу, которое выполняет функции социального работника. Клиент является центральным стержнем, вокруг которого и выстраивается социальная работа. Проблемная ситуация клиента определяет характер проводимой с ним работы; клиентский запрос влияет на характер социальной помощи.

Из социальной работы нельзя исключить клиента, в этом случае пропадет всякий смысл. Однако его значимость, субъектность может варьироваться. Известно, что существуют добровольные и недобровольные клиенты. В зависимости от этого признака социальная работа будет значительно отличаться. В случае довольно низкой субъектности клиента социальная работа может принимать форму тотального института (в понимании Э. Гофмана [5]) и представлять собой закрытое учреждение для престарелых, слепых, детей и прочих категорий клиентов, которые не могут заботиться о себе самостоятельно. В некоторых случаях социальная работа берет на себя «карательные» функции, например, в случае, когда необходимо изъять ребенка из семьи нерадивых родителей для обеспечения его безопасности.

В случае высокой самостоятельности и субъектности клиента социальная работа становится более гибкой. В таком случае клиент наделяется дополнительными полномочиями, что увеличивает его автономность и контроль над собственной жизнью. В этом смысле некоторые полномочия социального работника передаются непосредственно клиенту, что известно как empowerment-подход [6].

2. Социальный работник – это человек, который имеет определенные знания, умения и навыки и использует их для оказания помощи клиенту. Роль социального работника может выполнять как профессионал, имеющий определенную официально подтвержденную квалификацию, так и случайный неравнодушный человек. Примером такого «неформального» социального работника может служить тренер местной футбольной команды, лыжной или велосипедной секции. Этот человек привлекает подростков к спортивной деятельности, помогает им накапливать ресурсный потенциал, в некоторой степени воспитывает этих детей, являясь для них примером. По сути, этот тренер занимается самой «прогрессивной» социальной работой и первичной профилактикой подросткового девиантного поведения. Другим примером такого «неформального» социального работника может служить сельский врач, который занимается не только охраной здоровья граждан, но и представляет интересы жителей села в органах власти, участвует в решении проблем безработицы и алкоголизации [7].

Социального работника как такового может вовсе не быть, либо он может выполнять исключительно инструментальную функцию (например, помощь в заполнении необходимых документов для получения социальной помощи). Социальная работа принимает форму социального обеспечения, когда необходимые ресурсы передаются от государства нуждающемуся лицу, практически минуя профессионального социального работника. В случае, когда роль социального работника и государства как субъектов взаимодействия минимальна, социальная работа превращается в само- и взаимопомощь. Например, авторами [8] описано большое количество разнообразных социальных практик, созданных по принципу самоорганизации, которые касаются досуговой, спортивной и культурной жизни пожилых людей. Клиенты в данном случае сами выступают инициаторами, активистами. Известны неформальные группы взаимопомощи, которые существуют автономно. Клиенты посредством взаимного обмена опытом преодоления трудных жизненных ситуаций самостоятельно решают свои проблемы [9]. В данном случае функции социального работника и государства не исчезают как таковые, а перераспределяются между участниками группы.

3. Социальная работа в России является воплощением социальной функции государства и одним из проявлений и инструментов социальной политики [10]. Трудно переоценить вклад государства в развитие и функционирование социальной работы как института и профессии. Например, основная часть учреждений социального обслуживания, в которых пожилые граждане могут получить социальную помощь, являются подведомственными учреждениями региональных органов государственной власти [11]. Их деятельность финансируется за счет бюджетных средств, социальные услуги регламентируются действующим законодательством. В этом ключе интересно исследование О. Парфеновой [12]. Автор рассматривает ситуацию, в которой государство не в полной мере реализует свою регламентирующую функцию, и описывает несоответствие должностных инструкций социальных работников действующему законодательству. В итоге процесс оказания социальной помощи «обрастает» большим количеством неформальных практик, в том числе платными неформальными услугами, подарками от клиентов, «фиктивным» обслуживанием и проч.

Поставщиками социальных услуг являются и некоммерческие и коммерческие организации (так называемые социальные предприниматели) [13]. Деятельность данных организаций тоже финансируется из государственного бюджета посредством грантов и субсидий, они функционируют в правовом поле государства. В некоторых случаях государственную функцию по финансированию и поддержке социальной работы берет на себя гражданское общество в лице небезразличных граждан. Существуют организации, благотворительные фонды, предоставляющие социальную помощь за счет частных пожертвований.

Форма, которую принимает социальная работа, зависит от характера взаимоотношений между этими субъектами. Случай, когда все три участника взаимодействия субъектны и гармонично взаимодействуют между собой, можно назвать профессиональной социальной работой. Это происходит в тех случаях, когда специалист достаточно профессионально автономен, в первую очередь от государства. Клиент достаточно субъектен, чтобы самостоятельно обратиться за помощью и принимать решения относительно необходимых услуг. Государство воздерживается от самостоятельной жесткой регуляции и стандартизации данной сферы деятельности и передает эти полномочия профессиональному сообществу. Мы не говорим, что это идеальная конфигурация, которую может принять социальная работа. Это всего лишь одна из возможных форм существования данного социального института.

В случае выстраивания профессиональной социальной работы возможно появление профессионального сообщества как одного из акторов. В основе профессионального сообщества, ассоциации находятся наиболее уважаемые и успешные профессионалы, элита профессии. Они обладают моральным авторитетом, властью, уважением, которые позволяют им определять этические нормы, осуществлять сертификацию деятельности. В этом случае контролирующая и регламентирующая функции перераспределяются между государством и профессиональным сообществом.

Профессиональное сообщество складывается в процессе профессионализации, который включает в себя поиск и приобретение профессиональной идентичности, выстраивание идеологии, миссии и целей профессии и, в итоге, обретение профессиональной автономии [14]. Так, на основе социального института формируется и обособляется то, что принято называть профессией. В данном ключе в настоящее время институциональный статус социальной работы сформирован и устойчив, но профессиональный находится в довольно шатком состоянии.

В самом упрощенном виде модель, представленную в данной работе, можно представить следующим образом. В основе социальной работы как социального института лежит идея социальной помощи, которая реализуется посредством взаимодействия трех базовых институциональных акторов – это остов социальной работы.

1. Клиент = получать социальную помощь;
2. Государство = финансировать и регламентировать социальную помощь;
3. Социальный работник = предоставлять социальную помощь.

С помощью данной модели можно проанализировать любую форму социальной работы, будь то государственная организация социального обслуживания, некоммерческая благотворительная организация, общественное объединение либо вовсе неформальная социальная помощь. Институт социальной работы всегда включает: 1) тех, кто получает помощь; 2) тех, кто ее финансирует и регламентирует; 3) тех, чьими руками социальная помощь непосредственно оказывается.

#### *Список литературы*

1. Келасьев В.Н., Полуэктова Н.М., Смирнова А.Н. Институт социальной работы: новые вызовы // Социальная политика и социология. 2016. Т.15. №4(117). С. 76-83.
2. Малик Е.Н., Санькова О.А. Институционализация профессионального обучения в области социальной работы в условиях модернизации российского образования // Среднерусский вестник общественных наук. 2013. №1. С. 59-63.

3. Исаичева Е.И. Становление социальной работы как социального института // Вестник МГПУ. Серия: Философские науки. 2012. №2. С. 40-45.
4. Петрова И.Л., Келасьев В.И., Споландер Г., Энгельбрехт Л.К., Орнеллас А. Глобальное определение социальной работы, его онтология, значение и последствия / Журнал социологии и социальной антропологии. 2016. №1. С. 149-165.
5. Гоффман Э. Тотальные институты: очерки о социальной ситуации психически больных пациентов и прочих постояльцев закрытых учреждений / Эрвин Гоффман; пер. с англ. А. С. Салина; под ред. А. М. Корбута. – Москва: Элементарные формы, 2019. 414 с.
6. Киенко Т.С. Эмпауэрмент (empowerment)-подход как методология исследования и преодоления социальных проблем людей, групп и сообществ в совместной деятельности: обзор и исследовательские рамки // Социологическое обозрение. 2022. №2. С. 274-303.
7. Попов Е.А. Социальные функции сельского врача (на примере сибирских регионов). The Journal of Social Policy Studies. 2022. 20(1). С. 99-112.
8. Киенко Т.С., Певная М.В., Птицына Н.А. Практики самоорганизации и социальной активности россиян старшего возраста как расширяющие возможности ("empowerment") технологии // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2022. №1(65). С. 89-99.
9. Масленцева Н.Ю. Группы самопомощи: зарубежный опыт распространения // Социально-гуманитарные знания. 2016. №10. С. 119-126.
10. Швачкина Л.А., Ершова И.Ф., Приходько О.Н. Социальная работа как механизм реализации идеологии социального государства // Гуманитарий Юга России. 2016. №1. С. 161–168.
11. Дерен И.И., Самофатова К.А. Исследование социально-экономических показателей сферы социального обслуживания населения в российской федерации // Вестник Государственного университета просвещения. Серия: Экономика. 2023. №1. С. 6–13.
12. Парфенова О. Социальные сервисы для пожилых: формальные и неформальные правила и практики. The Journal of Social Policy Studies, 2017. 15(4). 573–588.
13. Старшинова А. Новые институциональные формы социального обслуживания: векторы развития. The Journal of Social Policy Studies, 2023. 21(3). 415–432.
14. Sciulli David Professions before Professionalism. European Journal of Sociology. Cambridge, 2007. Vol. 48. №1. P. 121–147.

## **SOCIAL WORK: THE ROLE OF THE STATE, THE CLIENT AND THE SOCIAL WORKER**

*A.I. Kislov*

Social work is considered as a social institution and as a profession. The main roles and functions of institutional actors of social work are described: “state”, “client”, “social worker”. Various institutional manifestations of social work are considered, the characteristic features of which are determined by the significance and subjectivity of the role of the main actors. A basic model of social work is being constructed, the basis of which is the idea of social assistance. Attention is paid to the role of the professional association in the life of the profession.

*Keywords:* social work, profession, social institution, professional association.

## МЕДИАОБРАЗ ЕКАТЕРИНЫ II В СЛОВЕ, КАРИКАТУРАХ, КИНО И КОМИКСАХ

*М.А. Кузьмина*

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
дополнительного профессионального образования «Академия медиаиндустрии»

Вопросы формирования общественного мнения, воспитания общества должны рассматриваться в историческом контексте. В описываемое историческое время каналами передачи коммуникации служили книги, брошюры, театральные постановки, газеты, журналы и пр. Анализ массово тиражируемых материалов Екатерины II в массмедийном пространстве эпохи наталкивает на мысль, что единственной целью этой деятельности императрицы была борьба против оппозиционных настроений внутри государства и защита идей монархии. Предположительно, это было необходимо для снятия социального напряжения в обществе. Цель: через образ Екатерины II показать, насколько объективно изображение исторической личности в разных видах медийного воплощения, как это влияет на восприятие образа современниками и потомками. Задачи исследования: познакомиться с литературой по данной теме, проанализировать взаимосвязанные документальные и научные источники, собрать и описать эмпирическую базу.

*Ключевые слова:* комиксы, карикатуры, медиа, история журналистики, история России, пропаганда.

### *Медиаобраз Екатерины II «просвещённого века»*

К концу 1750-х годов в России значительно повысился культурный и политический уровень общества [1]. Общественное настроение требовало разрядки, и Екатерина II попыталась создать видимость, что обстановка в стране может быть предана гласному обсуждению. Известно, что императрица привлекла к пропагандистским целям не только то, что мы можем причислить к традиционным медиа, но и народную массовую информацию [2]. Её издательскую деятельность можно определить в большей степени как идеологическую, поскольку она играла большую роль в укреплении репутации власти [3]. В екатерининское время возникло около двухсот журналов, но большинство из них выдерживали лишь один тираж.

Но Екатерина II желала, чтобы все публицисты и литераторы поддерживали монархию. Для этой цели был создан журнал «Всякая всячина». Опрометчиво, но было решено не слишком выделять «Всякую всячину», поэтому было разрешено издание и других журналов. Примером настоящей публицистики в этом «поветрии» можно назвать издание Н.И. Новикова «Трутень». В противоположность «Всякой всячине» Новиков выступал за смелую, действенную сатиру «на лица».

В.И. Иванов в своём исследовании замечает, что: «...не стоит забывать о том, что главной целью своего правления императрица считала укрепление» [2].

Отметим, что Новиков не посягал на основы монархии и уничтожение крепостного права, но глубоко сочувствовал положению крестьян. После закрытия «Всякой всячины» закрылся и «Трутень». Сатирические журналы пережили бурный период в 1769-1774 гг. После Пугачевского восстания и французской революции он завершился.

Княгиня Дашкова в 1783 г. основала журнал «Собеседник любителей русского слова...». Журнал выпускала Академия наук. «Записки касательно российской истории» и «Были и небылицы» руки Екатерины заняли почти половину объема «Собеседника» и были основаны не на научных исследованиях, а на толковании событий русской истории.

Одним из примеров её мемуарно-пропагандистского творчества являются «Автобиографические записки» (1745-1794) на французском языке. «Записки» пестрили «дневниковой честностью», где она не упускает возможности расположить к себе читателя.

Несмотря на то, что в рассматриваемый период были случаи прилюдного уничтожения «непристойных сочинений», значительная часть общества верила в правое дело императрицы. Хвалебные ликования проходят и через поэзию. М.В. Ломоносов пишет «Оду императрице Екатерине...». Г.Р. Державин в 1767 г. написал оду «Фелица».

После неудач на литературном поприще Екатерина решила воздействовать на умы посредством театра, уже имевшего большую популярность. Все драматические произведения Екатерины идеализировали действительность и(или) их содержание носило чисто развлекательный характер. Они в первую очередь указывали на рамки допустимого на театральных подмостках. В театре она безуспешно высмеивала то же, что и во «Всячине». Новиков не мог оставить без внимания репертуарные новинки, и в 1772 г. начал издаваться его новый сатирический журнал «Живописец».

Императорский гравированный портрет в XVIII веке как нельзя лучше подходил для укрепления авторитета монарха и популяризации его изображения в разных сословиях. Данный вид портрета строго регламентировался. Как правило, они выходили в медальонном типе обрамления. Согласно свидетельству современников, гравированные портреты высылались в подарок правителям, в дипломатические представительства, поступали в свободную продажу.

В августе 1762 г. гравёр Е.П. Чемесов приступит к созданию портрета Екатерины II. Этот офорт является одним из первых изображений Екатерины

Алексеевны вскоре после Дворцового переворота. Портрет был вырезан с цветного оригинала художника П.А. Ротари (1758 г.) [4].

Императрицу заботил имидж России как передового европейского государства перед мировым сообществом [5]. Но со свободой мнений других государств она сделать мало что могла, где процветал жанр карикатуры.

Поскольку Екатерина II, приехав в Россию, более не покидала её пределов, созданные в Европе изображения можно считать либо вариантами русских гравюр, либо вольной фантазией автора. Большинство карикатур направлены на её женственность или отсутствие этой женственности. Позднее данный нарратив породит много карикатур подобного духа на суфражисток. Сила и властность гипертрофировались, образ делали максимально мускульным и/или кровожадным.

Практически всегда будет или обнажена грудь, или задран подол платья, или его вовсе не будет. Кстати, лицо у неё тоже всякий раз будет новое. Рядом с императрицей изображались и её приближенные, тоже «в приближённой» и «приблизительной» достоверности.

Отдельного внимания заслуживает карикатура «Имперский шаг». Она вышла в апреле 1791 г. под авторством Ф. Дж. Байрона на фоне «Очаковского кризиса». Метафора изображения стала настолько популярной, что подобным образом впоследствии «шагали» и сама Екатерина, и её сын, и несколько других политических деятелей Европы.

#### *Канонизация образа Екатерины II в советскую эпоху*

Поскольку сложные историко-документальные форматы воплотить тогда было невозможно технически и за отсутствием эмоциональной нагрузки идеологически работали они плохо, – упор был сделан на художественные образы и допущения. Первым вспомнили А.С. Пушкина: Екатерина для него — мудрая матушка-государыня в «Капитанской дочке», где мечта об идеальном правителе воплотилась в образе реального монарха. В эпизоде встречи Маши Мироновой с Екатериной II Пушкин выразительно даёт образ Екатерины. Позднее утверждали, что образ Екатерины в повести дан как сознательно «сниженный», опираясь на связь с портретом Боровиковского.

Другим источником прообраза стал «Фаворит» (1976-1982) — исторический роман В. Пикуля, где Россия описана через призму Г. Потёмкина. Здесь императрица волевая, умная, умеет расположить к себе людей, хитрая, жестокая правительница, любвеобильная женщина. И именно «эта женщина» плотно закрепится в кинематографе, а позднее и в сериалах.

Первый раз кинообраз Екатерины найден в 1927 г. в ленте П. Чардынина «Каприз Екатерины Второй». О ленте никакой информации не сохранилось.

Согласно сайту IMDb, существует 54 ленты, в которых фигурирует Екатерина, однако, эта статистика не может считаться достоверной в силу недостаточности полноты архивов. В большинстве этих воплощений Екатерина выполняет любые социальные роли, кроме правителя. Образ матушки-государыни взяли на себя советские актрисы. Её гардероб сделали сугубо парадным, парик идеально уложенным, лик безупречно благородным, «её казалось сорок лет» не тронула ни одна незапланированная сценарием морщинка. Как правило, императрица была «проходным» персонажем, определяющим эпоху повествования.

### *Репрезентация Екатерины II в серийных форматах*

Исторический роман «Фаворит» — одна из тех книг, которые очень хорошо переписываются в сериальный сценарий для массовой аудитории. Если оставить всю историческую нагрузку декорациям и костюмам героев, то получится приключенческая мелодрама с неоднозначными героями – идеальный продукт постмодерна к. XX – н. XXI в. С этого периода в массовом сознании Екатерина II будет в первую очередь ассоциироваться с её яркими версиями личной жизни, оставаясь политиком преимущественно в документальных медийных продуктах.

Настоящую волну популярности подняли два российских телевизионных проекта «Екатерина» (2014) и «Великая» (2015). Они появились почти одновременно и поначалу повествовали об одних и тех же временных отрезках: от приезда молодой немки Софии в Россию в возрасте 15 лет и до её восхождения на трон. Обе версии получили огромные рейтинги и продолжения.

«Екатерина Великая» (2019) – сериал телеканала НВО рассказывает о последних годах жизни императрицы (1790-е), когда её уже подводит здоровье и окружение. Главную роль исполнила Хелен Миррен, у которой получилась властная и сильная женщина, возможно, и похожая по духу на исторический прототип, но точно не соответствующая ни одному из портретных описаний.

Больше всего шума наделал сериал «Великая» (2020), где приезд в Россию, знакомство со страной и её порядками, жизнь с нелюбимым мужем целиком построены на комедийных вбросах и являются пародией на реальные события.

В ходе нашего исследования мы обнаружили два длинных графических материала – японскую мангу в жанре дзёсэй и русский документальный комикс.

Манга Икэды Риёко «Императрица Екатерина» (1982-1984) в трёх томах от лица француза рассказывает историю Екатерины II. Сюжет подан в традициях рассматриваемого жанра. Переведенной русскоязычной версии не было обнаружено. Помимо Екатерины она обращалась к темам французской, истории России 1917 г. и правлению Наполеона I.

Уточним, что авторы манги не претендуют на портретную достоверность, что обусловлено жанром. Однако визуальный ряд носит несколько нетипичных

для самого жанра моментов: предпринята попытка достоверной передачи образа православного духовенства и визуальной атрибутики эпохи; пейзажные и архитектурные образы в манге неверны; можем предположить, что автор изучала живописные источники и пыталась им подражать.

Наименее художественным из всех рассмотренных нами материалом можно назвать серию документальных комиксов в журнале «Дилетант». В 2019 г. на его развороте рассказывалась история Екатерины II. В январском номере она задавалась вопросом «а что такое *lartí*?», надела парик и разочаровалась в муже, произнося фразы из мемуаров. В летнем она уже повзрослела, изменилась в лице и расправилась с Пугачёвым под цитаты из газетных материалов того периода. А уже осенью она начала свои реформы. Как мы заметили, в комиксах из уст Екатерины идёт фактически «прямое цитирование» исторических источников, оставленных ею и её современниками.

Популяризаторская деятельность для Екатерины II была одним из способов удержания и сосредоточения в ее руках власти. Она положила начало тенденции тотального использования властью актуальных СМИ в качестве ресурса управления обществом через идеологизацию публицистического и драматургического жанров и трансформацию их в средство пропаганды. Однако, мы так же наблюдаем, что и среди её современников были те, кто не поддавался данному влиянию и проводили совершенно противоположную информационную политику: внутри государства мягко и обходительно, за пределами – в грубых и даже радикальных формах.

#### *Список литературы*

1. Иванов В.И., Скворцова А.А. Журналистская деятельность при Екатерине Великой // Территория науки. 2018. №6. С. 7–12.
2. Цидина Татьяна Давидовна СМИ в эпоху Екатерины II // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2007. №1 (11). С. 15–30.
3. Баклашов А.И. Периодическая печать в формировании общественного мнения в России во второй половине XVIII века // Преподаватель XXI век. 2009. №3-2. с. 220.
4. Ах, на гравюре полустертой... Текст: электронный // Маленькие истории: [сайт]. — URL: <https://little-histories.org/2021/05/05/ah-na-gravjyre-polustertoj/> (дата обращения: 19.01.2024).
5. Тугова Л.Н., Биджиева З.С.-М., Ордокова А.Ю. Эпоха российского Просвещения и становление русской журналистики // Мир науки, культуры, образования. 2020. №4 (83). С. 362–363.

## **THE MEDIA IMAGE OF CATHERINE II IN THE PRESS, CARTOONS, MOVIES AND COMICS**

*M.A. Kuzmina*

The issues of forming public opinion and educating society should be considered in a historical context. In the historical time described, books, pamphlets, theatrical productions, newspapers, magazines, etc. served as communication channels. The analysis of the massively replicated materials of Catherine II in the mass media space of the era suggests that the sole purpose of this activity of the Empress was to fight against opposition sentiments within the state and protect the ideas of the monarchy. Presumably, this was necessary to relieve social tension in society. The purpose of the study is to show through the image of Catherine II how objectively the image of a historical personality in different types of media embodiment is, how it affects the perception of the image by contemporaries and descendants. Research objectives: to get acquainted with the literature on this topic, to analyze interrelated documentary, scientific and other sources, to collect and describe an empirical base.

*Keywords:* comics, cartoons, media, history of journalism, history of Russia, propaganda.

## ОСОБЕННОСТИ ОТНОШЕНИЯ СТУДЕНТОВ К НОВОСТНОЙ ИНФОРМАЦИИ, ПОЛУЧАЕМОЙ В ТРАДИЦИОННЫХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

*Т.М. Кусманов, А.В. Лапманкин*

Самарский национальный исследовательский университет  
им. академика С.П. Королева

Актуальность исследования состоит в возрастающей популярности социальных сетей как средства массовой коммуникации, их воздействия на поведение участников сетей. Рассматривая социальные сети как канал массовой коммуникации, мы отмечаем исключительное влияние информационной повестки дня на общество. Практика функционирования медиа показывает, что информационная повестка дня в социальных сетях и в традиционных средствах массовой коммуникации пользуется различной популярностью у студенческой аудитории. Определено, что главным источником информации студентов являются социальные сети, блоги, а также информационные ресурсы в интернете. Выявлено, что в социальных сетях для студентов социально-гуманитарного направления обучения основными темами являются: «кино и сериалы», «юмор и развлечения», «социальные проблемы»; для студентов технического направления обучения: «наука и техника», «кино и сериалы», «юмор и развлечения», «социальные проблемы». Текстовым сообщениям студенты выражают большую степень недоверия, в отличие от видеоматериалов.

*Ключевые слова:* студенты, социальные сети, отношение, новостная информация, коммуникация, доверие.

В XX веке была выдвинута теория «установления повестки дня», согласно которой средства массовой коммуникации определяют круг проблем, о которых должен думать рядовой обыватель. Традиционно выделяют несколько видов и типов повестки дня: внутренняя, межличностная, публичная. В медиа-повестку входят обсуждаемые в средствах массовой коммуникации проблемы. Между ними нет полного совпадения, речь может идти лишь об его степени, которая, как показывают исследования, варьируется от слабой до сильной [1; 2; 3].

По видам можно выделить экономические, политические, культурные, социальные повестки дня. А. Редклифф-Браун утверждал, что каждое общество вырабатывает свою культурную модель социальных отношений. Социализация членов общества в рамках этой модели устанавливает схожие формы поведения, благодаря чему каждый человек в сфере социальных отношений исполняет свою определенную социальную роль [3]. Он определил социальную структуру как «сложную сеть реально существующих социальных отношений». Очевидно, что в современных технологических условиях (наличие мобильной связи, компьютеров, Интернета и прочих высокотехнологичных устройств для осуществления процесса коммуникации) размер социальной сети индивида резко

возрастает и зависит больше от уровня технического развития и статуса личности [4, 5, 6]. В своем исследовании мы обратились к студенческой аудитории с целью исследовать особенности отношения к новостной информации, получаемой в традиционных средствах массовой коммуникации и социальных сетях.

В данном исследовании приняли участие 118 студентов первых курсов Самарского университета, из которых 51 – студенты социально-гуманитарных направлений обучения, 67 – студенты технических направлений обучения. Возраст респондентов в среднем составлял 18-19 лет.

Существенной разницы в выборе источников новостной информации у студентов разных направлений подготовки нет. Главным источником информации для обеих групп являются социальные сети и блоги, а также информационные ресурсы в интернете (см. Таблицу 1). Никто из респондентов не считает своим основным источником информации телевидение, радио.

*Таблица 1*

**Основные источники новостной информации**

Основные источники новостной информации	Социально-гуманитарные направления обучения	Технические направления обучения
Телеканалы	0,0%	0,0%
Социальные сети и блоги	52,9%	44,8%
Государственные информагентства (РИА, ТАСС)	2,0%	4,5%
Радиостанции	0,0%	0,0%
Информационные ресурсы в интернете	25,5%	38,8%
Семья, друзья, соседи	11,8%	10,4%
Газеты	2,0%	0,0%
Другое	0,0%	0,0%
Затрудняюсь ответить	5,9%	1,5%

На рис. 1 показано, что в целом для студентов социально-гуманитарных и технических направлений характерен одинаковый интерес к социальным проблемам (56,9% и 49,3%, соответственно) (вероятно, под социальными проблемами понимаются, в первую очередь, проблемы образования, столь близкие недавним выпускникам 11-го класса и нынешним первокурсникам), кино и сериалам (58,8% и 49,3%), юмору и развлечениям (56,9% и 58,2%). Но тем не менее, есть существенное различие в заинтересованности темами науки и техники. Студенты технических направлений гораздо чаще выбирают эту тему,

чем студенты социально-гуманитарных направлений (67,2% и 21,6% соответственно).

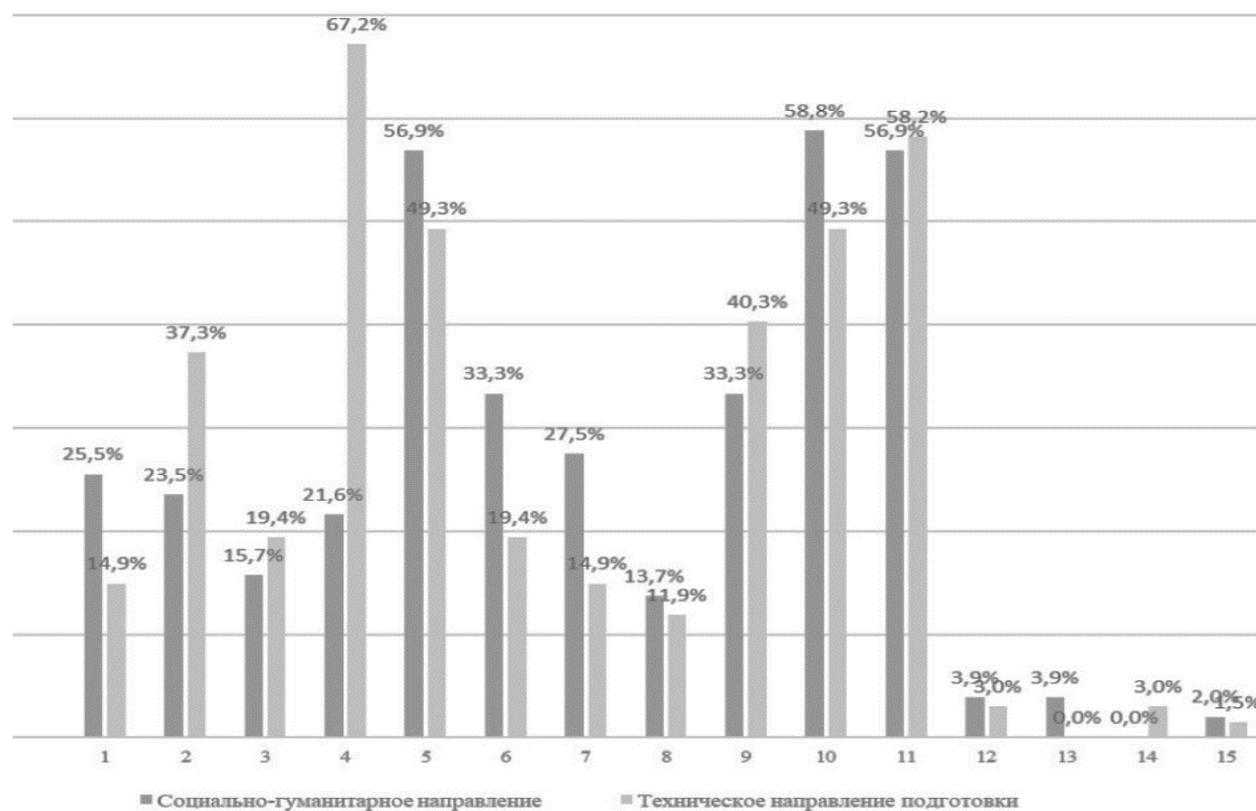


Рис.1 Основные темы, больше всего интересующие студентов

где: 1. Семья, дом, родительство; 2. Экономика, финансы; 3. Спорт; 4. Наука и техника; 5. Социальные проблемы – здравоохранение, образование и т.д.; 6. Путешествия; 7. Тренды в моде; 8. Вооружённые силы – манёвры, вооружение и т.д.; 9. Политика; 10. Кино и сериалы; 11. Юмор и развлечения; 12. Экология; 13. Другое; 14. Никакие; 15. Затрудняюсь ответить

Существенная часть респондентов больше доверяют видеоматериалам, чем другим формам предоставления информации (41,2% в социально-гуманитарной группе и 41,8% в технической). Текстовым материалам респонденты выражают большую степень недоверия, чем другим формам информации (41,2% и 38,8%, соответственно) (см. рис.2). В технической группе 25,4% респондентов не доверяют аудиоматериалам. Вероятно, что они подразумевали под аудиоматериалами разговоры с близкими, друзьями, соседями. Следует отметить, что существенная часть респондентов затруднились ответить на данные вопросы.

## Уровень доверия и недоверия к формам предоставления информации

	Социально-гуманитарные направления	Технические направления
Информации, поданной в какой форме, Вы больше всего доверяете?		
Аудиоматериалы	2,0%	0,0%
Видеоматериалы	41,2%	41,8%
Текстовые материалы	15,7%	28,4%
Затрудняюсь ответить	41,2%	29,9%
Информации, поданной в какой форме, Вы больше всего НЕ доверяете?		
Аудиоматериалы	9,8%	25,4%
Видеоматериалы	7,8%	4,5%
Текстовые материалы	41,2%	38,8%
Затрудняюсь ответить	41,2%	31,3%

Абсолютное большинство респондентов редко либо вообще не используют телевидение в качестве источника новостей и информации (88,2% и 91% в социально-гуманитарной и технической группах соответственно).

Из числа опрошиваемых 58,8% студентов социально-гуманитарного направления и 59,7% студентов технического направления подготовки используют интернет в качестве источника новостной информации ежедневно либо практически каждый день (см. таблицу 3). Это свидетельствует о том, что чаще всего респонденты пользуются интернетом в другом качестве (кино, развлечения).

Что касается частоты столкновения с негативной информацией, то в таблице 4 показано, что существенная часть респондентов (39,2% – социально-гуманитарное направление, 34,3% – техническое) сталкиваются с негативными новостями и информацией хотя бы раз в неделю. Примерно столько же респондентов встречают негативные новости реже либо вообще никогда. Такие данные могут быть объяснены тем, что респонденты чаще всего потребляют развлекательный контент. А если респонденты всё-таки сталкиваются с негативным контентом, то чаще всего самостоятельно изучают вопрос после ознакомления с новостью (66,7% и 55,2%, социально-гуманитарное направление и техническое соответственно), отказываются/отписываются от источника

новости (37,3% и 32,8%), полностью отказываются от потребления новостей (19,6% и 20,9%), делятся недовольством с друзьями/близкими (11,8% и 14,9%).

Таблица 3

**Частота использования интернета в качестве источника новостной информации**

	Социально-гуманитарное направление	Техническое направление
Ежедневно, по несколько раз в день	29,4%	34,3%
Практически каждый день	29,4%	25,4%
Хотя бы раз в неделю	23,5%	25,4%
Реже/никогда	17,6%	14,9%

Таблица 4

**Частота столкновения с негативной новостной информацией**

	Социально-гуманитарное направление	Техническое направление
Ежедневно, по несколько раз в день	3,9%	13,4%
Практически каждый день	17,6%	16,4%
Хотя бы раз в неделю	39,2%	34,3%
Реже/никогда	39,2%	35,8%

Таким образом, для большинства респондентов основными источниками новостной информации являются социальные сети и информационные ресурсы в интернете. Респонденты больше доверяют информации, поданной в формате видеоматериалов, нежели в текстовой форме. Так как видеоматериалы меньше подвержены фальсификации (что в современном мире уже не столь актуально), что, вероятно, является существенным аргументом в глазах респондентов. Студенты первого курса не используют телевидение в качестве основного источника информации. По словам респондентов, они достаточно редко

сталкиваются с негативной информацией в новостях. Если информация вызывает у них негативные эмоции, то чаще всего прибегают к двум стратегиям: пытаются разобраться, отказываются от информационного источника, что, вероятно, может свидетельствовать о недостаточной психологической зрелости студентов-первокурсников. Основными темами для студентов гуманитарного и технического направлений обучения являются: кино и сериалы; юмор и развлечения; социальные проблемы. Для студентов технического направления обучения, в отличие от гуманитариев, важной темой является наука и техника. Это может объяснить, почему респонденты достаточно редко используют интернет в качестве источника новостной информации. Такие данные могут свидетельствовать о высоком уровне общего эскапизма студентов первого курса.

#### *Список литературы*

1. Лассуэлл Г. Принцип тройного воздействия: ключ к анализу социальных процессов // Социологические исследования: журнал. 1994. № 1. С. 64-74.
2. Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-1Д». 2013. 464 с.
3. Рэдклифф-Браун А.Р. Структура и функция в примитивном обществе. Очерки и лекции, М., Восточная литература, 2001. 304 с.
4. Некрасов Д.А., Чердымова Е.И., Чердымова В.С. Досуг подростков в социальных сетях и экология цифрового общения: теоретический аспект // Человеческий капитал. 2023. № 6 (174). С. 301-308.
5. Сазанов В.М. Социальные сети как новая общественная сфера. Системный анализ и прогноз. – М.: Лаборатория СВМ. 2010. 180 с.
6. Сорокоумова Е.А., Пучкова Е.Б., Чердымова Е.И., Фадеев Д.С. К вопросу обучения студентов цифрового поколения // Педагогика и психология образования. 2022. № 4. С. 109-125.

### **PECULIARITIES OF ATTITUDE TOWARDS NEWS INFORMATION RECEIVED IN TRADITIONAL MEDIA AND SOCIAL NETWORKS AMONG STUDENTS**

*T.M. Kusmanov, A.V. Lashmankin*

The relevance of the study lies in the growing popularity of social networks as a means of mass communication and their impact on the behavior of network participants. Considering social networks as a channel of mass communication, we note the exceptional influence of the information agenda on society. The practice of media functioning shows that the information agenda in social networks and in traditional means of mass communication enjoys different popularity among student audiences. The article determines that the main source of information for students is social networks, blogs, and information resources on the Internet. It was revealed that in social networks for students of the social and humanitarian direction of study the main topics are: “cinema and series”, “humor and entertainment”, “social problems”; for students of the technical direction of study: “science and technology”, “cinema and series”, “humor and entertainment”, “social problems”. Students express a greater degree of distrust in text messages, in contrast to video materials.

*Keywords:* students, social networks, attitude, news information, communication, confidence.

## **КОММУНИКАТИВНЫЕ И ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ПРЕДИКТОРЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ**

*Д.А. Некрасов<sup>1</sup>, В.С. Чернодымова<sup>2</sup>*

1. Московский институт психоанализа

2. Самарский национальный исследовательский университет  
им. академика С.П. Королева

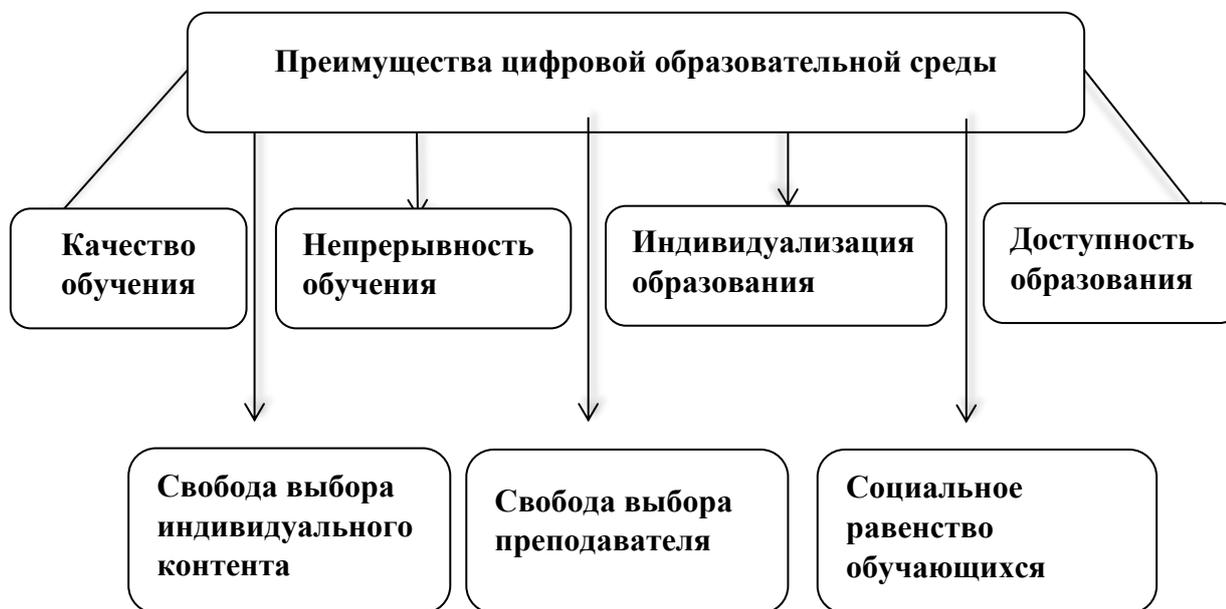
Рассмотрены коммуникативные и эмоциональные предикторы студентов-бакалавров и магистрантов, обучающихся в условиях цифровой образовательной среды. Подчеркивается важность развития коммуникативных навыков в онлайн-пространстве. Авторами отмечается растущая роль интерактивной коммуникации и эмоциональной сферы в цифровой среде. Подчеркиваются преимущества цифрового образования. Отмечен ряд проблем в коммуникативном поведении студентов. Показывается, что в настоящее время дистанционные образовательные платформы и цифровые учебные ресурсы стали неотъемлемой частью образовательного процесса, что, в свою очередь, привело к изменениям в общении студентов, в частности к изменениям в эмоциональной сфере.

*Ключевые слова:* студенты, коммуникативное поведение, эмоциональная сфера, цифровая среда, цифровое образование, навыки эффективного общения.

Цифровая эра привнесла радикальные изменения в образовательный процесс, затрагивая не только формы обучения, но и межличностное общение студентов. Цифровая среда обогащена виртуальными платформами и социальными сетями, которые студенты активно используют для обсуждения учебных вопросов, создания виртуальных сообществ.

Цифровая образовательная среда предоставляет уникальные возможности для обмена опытом и знаниями, но также требует особого внимания к развитию межличностных навыков в виртуальной среде [1]. Эффективные коммуникации в виртуальной среде приобретают все большее значение для современного студента [2, с. 250]. Несомненно, повышаются ожидания общества от системы образования и студентов, в частности. Объективно, для достижения поставленных целей возрастает роль эффективного общения между студентами и преподавателями в онлайн-пространстве [3, с. 5, 12]. Эмоциональная сфера индивида является широчайшим спектром его чувств и переживаний, выполняющих определенные функции: устранение информационного дефицита, регуляторная, стимулирующая, однако базовой при этом выступает оценочная. Таким образом, эмоциональная сфера личности включает эмоциональные переживания и чувства, испытываемые индивидом. Навыки интерактивного общения являются важной частью коммуникации дистанционного образовательного процесса [4]. В числе

преимуществ виртуального образования студенты отмечают: «возможность самоорганизации»; «экономия времени способствует саморазвитию»; «нет привязки к месту нахождения»; «доступность информации». Представим на рисунке 1 основные преимущества цифровой образовательной среды, отмечаемые обучающимися.



**Рис. 1.** Преимущества цифровой образовательной среды с точки зрения обучающихся

Основными недостатками, по мнению студентов, проведение большого количества времени за компьютером, что может спровоцировать ряд заболеваний: потеря остроты зрения, остеохондроз и отсутствие живого общения с преподавателями [1, 2]. Отсутствие невербальных средств общения помогают развивать коммуникативные навыки в поведении. Одновременно предоставляется возможность анализа и интерпретации каждого написанного слова, развиваются навыки письма, умение кратко и грамотно изложить суть вопроса или собственное мнение [5; 6].

В нашем исследовании было опрошено 43 студента-бакалавра и 44 студента-магистранта, обучающихся дистанционно на цифровых образовательных платформах. Использовалась методика «Дифференциальные шкалы эмоций» (К. Изард) и тест эмоционального интеллекта (Д.В. Люсин). Математико-статистическая обработка результатов исследования производилась при помощи: описательной статистики и процентного распределения, расчетов среднего значения и стандартного отклонения. Полученные результаты отражены в таблице 1. Видно, что у обеих групп преобладают положительные эмоции, где доминирующими являются «интерес», «радость».

Среди отрицательных доминирующей эмоцией является «гнев». Эти же эмоции, включая «презрение» и коэффициент общего самочувствия магистрантов, несколько выше у студентов-бакалавров. С другой стороны, все отрицательные эмоции, за исключением «гнева» и «презрения», несколько выше у бакалавров. Однако, t-критерий Стьюдента, направленный на оценку различий величин средних значений двух выборок, не показал значимых различий ( $t_{Эмп} = 0,1$ ). Расчет U-критерия Манна-Уитни, предназначенного для оценки различий между двумя выборками по уровню какого-либо признака, среди показателей «основных эмоций» тоже не выявил значимых различий. Лишь по показателям эмоции «стыд» не существенно различаются ( $U_{Эмп} = 103,3$  при  $p \leq 0.05$ ) группы бакалавров и магистрантов.

Таблица 1

Средние показатели дифференциальных шкал эмоций

Студенты	Интерес	Радость	Удивление	Горе	Гнев	Отвращение	Презрение	Страх	Стыд	Вина	Коеф.самочувствия
Бак-ы	8,7	8,7	7,1	5,3	5,5	5,3	4,8	5,2	5,3	4,3	1,47
Маг-ы	8,9	9	7,8	5,1	6,1	4,8	5,1	3,7	3,8	3,6	1,79

Значительная часть группы студентов-бакалавров (27,7%), в отличие от студентов-магистрантов (6,7%), показали коэффициент самочувствия соответствующий дистимному (с пониженным настроением) типу акцентуации характера человека. Наличие депрессивных тенденций у респондентов не выявлено.

Для оценки статистической достоверности различий между процентными долями (К) двух выборок был применен расчет углового преобразования Фишера, который показал зону неопределенности ( $\phi^*_{Эмп} = 1.864$ , при критических значениях 1.640 – 2.320).

Для выявления различий воспользовались расчетом, t-критерия Стьюдента, направленного на оценку различий величин средних значений двух выборок, который показал значимое различие ( $t_{Эмп} = 4,8$  при  $p \leq 0.01$ ). Для более детального анализа – сравнения шкал эмоционального интеллекта был произведен расчет U-критерия Манна-Уитни, предназначенного для оценки различий между двумя

выборками по уровню какого-либо признака. Так, были выявлены следующие сходства и различия между группами бакалавров и магистрантов: понимание чужих эмоций (МП) –  $U_{Эмп} = 89$  при  $p \leq 0.01$ ; управление чужими эмоциями (МУ) –  $U_{Эмп} = 95$  при  $p \leq 0.05$  (неопределенность); понимание своих эмоций (ВП) –  $U_{Эмп} = 87$  при  $p \leq 0.01$ ; управление своими эмоциями (ВУ) –  $U_{Эмп} = 103$  при  $p \leq 0.05$  (неопределенность); контроль экспрессии (ВЭ) –  $U_{Эмп} = 131$  – нет различий; межличностный ЭИ –  $U_{Эмп} = 77$  при  $p \leq 0.01$ ; внутриличностный ЭИ –  $U_{Эмп} = 77$  при  $p \leq 0.01$ ; понимание эмоций (ПЭ) –  $U_{Эмп} = 60$  при  $p \leq 0.01$ ; управление эмоциями (УЭ) –  $U_{Эмп} = 77$  при  $p \leq 0.01$ ; общий уровень ЭИ –  $U_{Эмп} = 65$  при  $p \leq 0.01$ .

Таким образом, цифровая образовательная среда предоставляет студентам уникальные возможности для общения и обучения. Межличностное общение студентов в цифровой среде становится ключевым аспектом их образовательного опыта, требуя адаптации к современным тенденциям и технологическим реалиям, создает широкий круг общения и обогащает культурный опыт студентов.

Студенты могут обсуждать стратегии, делиться ресурсами и эффективно взаимодействовать онлайн, что способствует успешному выполнению задач. Развитие навыков общения, поддержка культурного и языкового разнообразия, эффективное управление технологическим воздействием, а также обучение навыкам разрешения конфликтов играют важную роль в формировании здоровой и поддерживающей учебной среды.

Цифровая образовательная среда предоставляет студентам возможность индивидуализировать свой учебный опыт, выбирая курсы, присоединяясь к интересным группам и настраивая информационные потоки в соответствии с их потребностями, развивает их навыки аргументирования, критическое мышление и способность выражать свои мнения в цифровой среде. Использование социальных сетей требует баланса между обогащением общения и учебного опыта и осознанным подходом к сохранению личных, эмоциональных и культурных аспектов межличностных взаимодействий. Для достижения результативности в освоении навыков эффективного общения студентам также необходимо осознать важность цифрового образования – как способа освоить выбранную профессию и реализовать себя. Осознать неизбежность распространения дистанционного образования – как способ успешной адаптации в онлайн социуме. Проблемы общения студентов представляют собой серьезный вызов, который требует внимания образовательных учреждений и педагогов. Осознание этих проблем и работа по их решению содействуют созданию благоприятного образовательного пространства, способствующего успешному учебному процессу и социальному развитию студентов.

### *Список литературы*

1. Сорокоумова Е.А., Чердымова Е.И., Чердымова В.С. Психологические риски и преимущества использования цифровых продуктов в образовательной практике // Материалы Международной научно-практической конференции, приуроченной к Году педагога и наставника в Российской Федерации. Том Часть 2. Владимир. 2023. 226-230 с.
2. Мавродиева И.Т. (2020) Коммуникативное поведение студентов в виртуальном классе. *Психология человека в образовании*. Т. 2. № 3. С. 247-256.
3. Практикум по развитию коммуникации: учебное пособие / Н.С. Аболина. Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та. 2012. С. 5-12.
4. Смирнова Л.Е. и др. Особенности дистанционного общения студентов и преподавателей в медицинском вузе Тверь. 2021. /<https://tvgm.ru/upload/iblock/74f/Yakovleva-M.V> (дата обращения: 20.01.2024).
5. Касьянов В.В., Нечипуренко В.Н. Социология интернета. Учебник для вузов пер. и доп.: 2- изд. Москва. Юрайт. 2023 С. 136-140.
6. Тихонова Н.В. и др. Формирование коммуникативных и практикоориентированных компетенций у студентов-медиков старших курсов в условиях дистанционного обучения. *Азимут научных исследований: педагогика и психология*. 2021. Т. 10. № 1(34).

### **COMMUNICATIVE AND EMOTIONAL PREDICTORS OF STUDENTS IN A DIGITAL EDUCATIONAL ENVIRONMENT**

*D.A. Nekrasov, V.S. Cherdymova*

The article examines communicative and emotional predictors of bachelor's and master's students studying in a digital educational environment. The importance of developing communication skills in the online space is emphasized. The authors note the growing role of interactive communication and the emotional sphere in the digital environment. The benefits of digital education are emphasized. A number of problems in the communicative behavior of students were noted. The authors show that currently, distance learning platforms and digital learning resources have become an integral part of the educational process, which, in turn, has led to changes in student communication, in particular to changes in the emotional sphere.

*Keywords:* students, communicative behavior, emotional sphere, digital environment, digital education, effective communication skills.

## **ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В КОММУНИКАЦИИ: КРИТЕРИИ РАСПОЗНАВАНИЯ СГЕНЕРИРОВАННЫХ ТЕКСТОВ**

*А.С. Никитина*

Самарский национальный исследовательский университет  
им. академика С.П. Королева

Рассматривается влияние сгенерированных текстов на коммуникативные практики в образовании. На конкретных примерах оцениваются этические риски применения данной технологии. Представлены результаты исследований, которые демонстрируют, что способность искусственного интеллекта к генерации текстов совершенствуется с каждым годом, а исследователи, в связи с этим, сталкиваются с необходимостью постоянно пересматривать существующие инструменты для распознавания подобного контента. Сформулированы краткие выводы пилотного социологического исследования по выявлению сравнительных критериев, используемых для распознавания сгенерированного текста в выпускных квалификационных работах студентов. Представлены гипотезы возможного исследования, цель которого – определить эффективные критерии для распознавания сгенерированных текстов и помочь преподавателям и студентам адаптироваться к вызовам, возникающим в современной коммуникации, вследствие стремительного развития искусственного интеллекта.

*Ключевые слова:* искусственный интеллект, ИИ, сгенерированные тексты, нейросеть, большая языковая модель, чат-бот, ChatGPT, коммуникация, современное образование.

Все чаще сгенерированные тексты появляются там, где мы не привыкли их видеть. Сегодня это не только рекламные посты и контент для новостных сайтов, но также художественные книги, сценарии для фильмов, поэмы, научные и выпускные квалификационные работы. Известно, что доцент НИУ ВШЭ Р.М. Янковский написал для юридического научного журнала «Закон» статью, большая часть которой сгенерирована GPT-4 [1]. Ученые из Китая опубликовали в авторитетном научном журнале *Frontiers in Cell and Developmental Biology* статью, где использовали изображения, сгенерированные нейросетью, чтобы проиллюстрировать биологические свойства стволовых клеток. Иллюстрации вызвали широкий резонанс в научной среде, так как термины, которые использовала нейросеть для подписей, не соответствовали реальности. Однако на этапе рецензирования этот материал прошел проверку. Редакция журнала не знала, что изображения сгенерировал искусственный интеллект, и допустила статью к публикации.

Эти примеры наглядно показывают, что в цепи современной коммуникации появилось еще одно звено – искусственный интеллект (далее – ИИ), и особенно большие риски его использования сосредоточены в сфере образования. Применение ИИ для выполнения письменной работы приводит к проблемам, поскольку обесценивает суть ВКР. Студент, который пишет выпускную

квалификационную работу, используя ИИ, демонстрирует своему преподавателю скорее «диджитал скиллс», а не полученные знания и навыки.

Феномен внедрения ИИ в социальные и образовательные практики требует от исследователя особого внимания и в определенной степени настороженности. Социолог Стивен Вулгар справедливо предполагает, что один из способов объяснить социальную природу ИИ – это отвергнуть идею о том, что между людьми и машинами существует внутреннее различие в их социальных способностях, и призывает рассматривать системы ИИ как социальных субъектов, формирующих социальные отношения [2].

В связи с таким пониманием ИИ довольно громко обсуждается этическая проблема сгенерированных текстов. Во-первых, такие тексты могут нести предвзятую информацию. Ученые называют это явление «черным ящиком» [3]. Его суть состоит в следующем: системы ИИ самостоятельно изучают огромное количество текстов и на их основе генерируют информацию. Однако, люди не понимают, какие механизмы принятия решений лежат в алгоритмах ИИ, а те, в свою очередь, склонны к предрешениям [4].

Во-вторых, остро встает проблема авторского права. ИИ может присваивать себе не только чужие идеи, но и стиль автора. В-третьих, ИИ склонен галлюцинировать, то есть производить ложную информацию. Более того, при этом он использует уверенные и убедительные формулировки [5]. Было доказано, что ИИ приводит к «эффекту Матфея» – явлению, когда успешные исследователи с высоким индексом цитирования продолжают быть успешными и цитируемыми, а менее известным остается только стараться быть таковыми. Помимо этого, он может выдавать так называемый чувствительный контент, не соответствующий общепринятым морально-нравственным принципам [6].

Ученые, исследующие сгенерированные тексты, сходятся в том, что отличить их от написанных человеком очень трудно. Рахул Кумар и Майкл Миндзак опросили преподавателей, сотрудников и студентов педагогического факультета университета Онтарио. Участники исследования должны были определить, кто является автором текста, – человек или ИИ. Результаты показали, что тексты, написанные людьми, респонденты определяли правильно в 66,7% случаев. Однако затруднялись идентифицировать текст, сгенерированный GPT-2. Они либо определяли его как написанный человеком, либо отмечали как неопределенный [7].

Ученые из школы компьютерных наук и института искусственного интеллекта Аллена исследовали способность людей распознавать тексты, сгенерированные GPT-2 и GPT-3, – опрашиваемые смогли идентифицировать тексты с точностью 57,9%, и 49,9% соответственно [8]. Это наглядно показывает, что большие языковые

модели (LLM) совершенствуются и потому требуют от нас постоянного переосмысления. В настоящее время компания OpenAI предоставляет для широкого использования GPT-3.5 и GPT-4. Логично предположить, что тексты, созданные в этих моделях ИИ, еще сложнее отличить от естественного человеческого языка. Однако это предположение требует исследований, причем не отстающих от достижений разработчиков языковых моделей.

Технологические методы обнаружения сгенерированных текстов вызывают ряд вопросов. Доказано, что продвинутые языковые системы приобретают способность «обманывать» программы обнаружения. Кроме того, сами программы обнаружения могут допускать ошибки, приписывая текст, созданный человеком, авторству искусственного интеллекта. Майк Перкинс, который изучает влияние ИИ на образование, делает вывод: «Учитывая, что и преподаватели, и системы распознавания сгенерированных текстов не способны точно определить текст, созданный машиной... это явная угроза академической честности в высших учебных заведениях...» [9].

Для дальнейшего изучения данной проблематики предлагаем провести социологическое исследование, направленное на выявление сравнительных критериев для распознавания сгенерированных текстов. Если предшествующие исследования касались в основном вопроса, «способны ли люди распознавать природу текстов?», уникальность этого подхода состоит в том, что он сосредоточен на вопросе, «каким образом люди выявляют сгенерированные тексты?».

Было проведено пилотное исследование, объектом которого выступили люди, имеющие непосредственное отношение к подобным текстам: 1) эксперты (преподаватели – научные руководители по ВКР, журналисты – имеющие опыт работы от трех лет); 2) студенты выпускных курсов; 3) контрольная группа (люди, не работающие с текстами).

В качестве инструмента было использовано полуструктурированное интервью. Информанту предлагалось прочитать несколько фрагментов текста из ВКР; определить, какие из них сгенерированы ИИ; и пояснить, как он рассуждал при совершении своего выбора.

Участники данного исследования правильно определяли сгенерированные тексты примерно в 50% случаев. Это убедило нас в том, что проблема распознавания сгенерированных текстов в русскоязычном обществе имеет довольно масштабный характер и требует дальнейшего исследования. Некоторые тексты определялись безошибочно всеми информантами – так, можно предположить, что люди используют конкретные критерии, которые позволяют им отличать один текст от другого. В нашем случае многие из таких критериев были связаны с интуитивными переживаниями. Информанты нередко обращались к внутренним ощущениям, проводили параллели со своим жизненным опытом: «Вторая часть второго текста

как-то у меня на слух не очень ложится... Мне кажется, что человек бы так, наверное, не написал. Наверное, я это все перевожу на себя. Может быть, я бы так не написала» (жен., 22 года, студент). «Мне слышится этот голос (смеется) нейросети, когда я читаю данные заголовки, формулировки. Они больше... употребляют такое» (муж., 32 года, менеджер по продажам).

Наиболее логичные и обоснованные критерии использовали люди, чья профессия непосредственно связана с текстами: «В первом варианте больше глаголов. То есть действие. Есть человек, который выполняет действие. Нам тоже как журналистам важно употреблять как можно больше глаголов в своих текстах, чтобы текст был живым» (жен., 23 года, журналист). Это позволяет выдвинуть следующую гипотезу: умение человека выявлять природу текстов и набор критериев, который он применяет для такого выявления, зависят от области профессиональной деятельности человека.

Также наблюдалась корреляция между опытом использования ChatGPT и умением распознавать созданные им тексты. Ошибочно принимая написанный человеком текст за сгенерированный, один из информантов говорит: «Несогласованные словосочетания. Возможно, это как раз-таки ошибка нейросети» (жен., 22 года, студент). Другой информант, опытный пользователь ChatGPT, утверждает прямо противоположное: «[Язык ChatGPT] абсолютно выхолощенный. У него грамматически безупречные конструкции. Нормальный человек ошибается, что-то забывает, что-то не проговаривает и так далее. Машина так не делает» (жен., 50 лет, преподаватель вуза). Таким образом, можно предположить, что люди, имеющие хороший опыт генерации текстов, используют определенные сравнительные критерии, помогающие им безошибочно распознавать подобные тексты. Эту гипотезу тоже предстоит проверить в последующем исследовании.

Исследование таких сравнительных критериев поможет понять, как происходит коммуникация посредством сгенерированных текстов среди разных социальных групп, а также определить, какие группы различают тексты с высокой степенью точности. Это позволит выявить самые эффективные критерии различения текстов. Результаты исследования дадут ориентиры преподавателям в оценке работ студентов и поспособствуют правильному критическому отношению к техническим средствам проверки таких текстов, которые тоже не застрахованы от ошибок и тоже могут стать помехой в коммуникации. Стефан Попеничи и Шэрон Керр пишут: «Образование ориентировано прежде всего на человека, а не на технологии. Идея о том, что мы можем полностью полагаться на технологии, опасна...» И добавляют: «Роль технологий состоит в том, чтобы развивать мышление человека и дополнять образовательный процесс...» [10]. На наш взгляд, именно такой баланс (при котором человек играет первостепенную роль, а

технологии – вспомогательную) и позволит нам выработать навыки, необходимые в условиях современной коммуникации.

#### *Список литературы*

1. Крылов., К. Ученый ВШЭ опубликовал одну из первых научных статей, написанных ChatGPT... // Собака.ru: [сайт]. – 2024. – 30 марта. – URL: <https://www.sobaka.ru/smr/city/science/165100> (дата обращения: 30.03.2024).
2. Woolgar S. (1985). Why not a sociology of machines? The case of sociology and artificial intelligence. *Sociology*, 19(4), 557–572.
3. Sartori, L., Theodorou, A., 2022. A sociotechnical perspective for the future of AI: narratives, inequalities, and human control. *Ethics Inf. Technol.* 24 (4). <https://doi.org/10.1007/s10676-022-09624-3> (дата обращения: 31.03.2024).
4. Huston J. Artificial Intelligence as a Content Creator in the Publishing Industry (2022). Book Publishing Final Research Paper. 65. <https://archives.pdx.edu/ds/psu/37861> (дата обращения: 30.03.2024).
5. Azaria A., Mitchell, T. The internal state of an llm knows when its lying. arXiv preprint arXiv:2304.13734, 2023.
6. Lund, B.; Ting, W.; Mannuru, N.R.; Nie, B.; Shimray, S.; Wang, Z. ChatGPT and a New Academic Reality: Artificial Intelligence Written Research Papers and the Ethics of the Large Language Models in Scholarly Publishing. *J. Assoc. Inf. Sci. Technol.* 2023, 74, 570–581.
7. Kumar R., Mindzak M. Who wrote this? Detecting artificialintelligence-generated text from human-written text. *Canadian Perspectives on Academic Integrity*, 7(1), 1–9.
8. Clark E., August T., Serrano S., Haduong N., Gururangan S., & Smith N. A. (2021). All That's 'Human' Is Not Gold: Evaluating Human Evaluation of Generated Text. *Proceedings of the 59th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics and the 11th International Joint Conference on Natural Language Processing (Volume 1: Long Papers)*, 7282–7296.
9. Perkins M. (2023). Academic integrity considerations of AI large language models in the post-pandemic era: ChatGPT and beyond. *Journal of University Teaching & Learning Practice*, 20(2). <https://doi.org/10.53761/1.20.02.07> (дата обращения: 01.04.2024).
10. Popenici S. A. D., & Kerr S. (2017). Exploring the impact of artificial intelligence on teaching and learning in higher education. *Research and Practice in Technology Enhanced Learning*, 12(1), 22. <https://doi.org/10.1186/s41039-017-0062-8> (дата обращения: 05.04.2024).

### **ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN COMMUNICATION: CRITERIA FOR DETECTION GENERATED TEXTS**

*A.S. Nikitina*

The article examines the influence of generated texts on communicative practices in education. Ethical risks of applying this technology are evaluated using specific examples. The results of research are presented, demonstrating that the ability of artificial intelligence to generate texts improves each year, prompting researchers to constantly reconsider existing tools for detection such content. Brief conclusions of a pilot sociological study on identifying comparative criteria used for recognizing generated text in students' final qualifying papers are formulated. Hypotheses for possible research are presented, aiming to determine effective criteria for detection generated texts and assisting teachers and students in adapting to the challenges arising in contemporary communication due to the rapid development of artificial intelligence.

*Keywords:* artificial intelligence, AI, generated texts, neural network, large language model, chatbot, ChatGPT, communication, contemporary education.

## **РОЛЬ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ СОЦИАЛЬНОЙ ГРУППЫ ЮРИСТОВ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ**

***Ю.В. Соболевская***

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

Обосновывается высокая общественная роль социальной группы юристов. Раскрывается содержание и специфика данной социальной группы. Обозначаются тенденции трансформации права в условиях цифровизации. Формулируется проблема метаморфоз сознания юристов, что предлагается изучать с помощью социологических исследований.

*Ключевые слова:* социальная группа; профессиональная группа; юристы; цифровизация; право; социологические исследования.

В условиях масштабной цифровизации и автоматизации управленческих процессов большое место принадлежит социальной группе юристов, призванной создавать правовой фундамент современных технологических процессов, анализировать качество политико-управленческих решений, их обоснованность и соответствие общественному мнению и научным достижениям социально-гуманитарных наук.

Вместе с тем в работах правоведов просматривается дефицит критического анализа, апологетика, недостаточная реализация критической функции юридической науки. Негативные последствия этого далеко выходят за рамки юридических исследований, заслуживая углубленного социологического анализа как причин этих процессов, так и более широкого круга предпосылок, раскрывающих специфику и потенциал социальной группы юристов в ретроспективе и перспективе.

Юристы в настоящее время занимают ключевые позиции в системе государственной власти, разрабатывая и реализуя с помощью политико-правовых решений обширный спектр программ развития общества и государства. Помимо работы в государственных органах, юристы входят в состав экспертных, консультативных и общественных советов при органах государственной власти (при минимальном количестве представителей других социально-гуманитарных наук)\*.

---

\* Так, в состав рабочей группы по подготовке изменений в Конституцию Российской Федерации (2020 г.) вошли девять правоведов, один историк и один политолог, и ни одного социолога и политического философа.

В то же время социальная группа юристов не является однородной. С определенной долей условности её можно разделить на три подгруппы: 1) юристы в государственных органах, включая судей, правоохранителей; 2) юристы, обслуживающие рынок юридических услуг; 3) профессорско-преподавательский состав, научные работники.

Еще одной специфической подгруппой временного статуса являются студенты-юристы. Согласно статистическим данным, ежегодно 100-120 тыс. выпускников юридических вузов и факультетов покидают стены учебных заведений, диплом юриста получает каждый восьмой выпускник российского вуза, при этом 72% из них работают по специальности [1].

Несмотря на популярность юридического образования, ректор главного юридического вуза страны (МГЮА им. О.Е. Кутафина) сетует, что в стране «сохраняется нехватка грамотных, компетентных, хороших юристов» [2].

Увы, реальное количество работающих юристов неизвестно даже государству [3, с. 5]. Согласно консервативным оценкам, на 1 тыс. жителей приходится не менее одного юриста, трудящегося на рынке юридических услуг (что соответствует показателям стран Центральной и Восточной Европы) [3, с. 22]. Что касается юристов в государственных органах, по оценкам Минюста и Минфина, их в России избыточное количество, и это «замедляет процесс принятия необходимых решений» [4].

Таким образом, роль юристов в современном обществе заметна, общепризнанна, детерминируясь широким спектром обстоятельств.

Раскрывая возможности и перспективы социологического исследования социальной группы юристов, целесообразно подойти с широких позиций, подчеркивая, что среди социальных групп, входящих в структуру любого общества, определяющее место занимают именно профессиональные группы.

О важности и специфике профессиональных групп подробно написано знаменитым американским социологом Талкоттом Парсонсом, утверждавшим, что профессиональная группа становится единственным наиболее значимым компонентом в структуре современных обществ [5].

Другой американский социолог (русского происхождения) Питирим Сорокин объяснял высокий статус профессиональной группы громадным влиянием профессиональной деятельности на человеческое поведение и уклад: помимо воли и желания человека конкретная группа переделывает его по своему образу и подобию, определяет интересы, убеждения, вкусы, желания, стремления. «Какова профессия человека, такова его психология и идеология», – резюмировал автор [6, с. 500].

Применительно к юридической профессии известный французский социолог Пьер Бурдьё утверждал, что каждый юрист «несет на себе печать своей профессиональной группы и логики юридической работы, групповых интересов, которые определяются в конкуренции внутри юридического поля, а также между этим полем и полем власти». Профессия юриста выступает способом притязания на форму мышления и суждения, присущую обладателям соответствующей компетенции как «социально признанной способности интерпретировать законы» [7, с. 84].

Юристы контролируют доступ в правовое поле, манипулируя юридическими потребностями и доказывая ненадежность здравого смысла непрофессионалов и их интуитивных представлений о справедливости. Ими завоевываются новые рынки посредством увеличения массива законодательства и судебных решений, с помощью включения в правовую систему все новых областей практики, преобразования проблем (выраженных на обычном языке) в юридические проблемы. Тем самым юристы устраняют непрофессионалов с рынка юридических услуг, вынуждая их выступать своими клиентами [7, с. 109].

Сегодня концепция юридического поля П. Бурдьё подтверждается многообразными фактами. Среди наиболее значимых укажем:

– постоянное усложнение текстов правовых актов, что делает практически невозможным их понимание рядовыми гражданами;

– вытеснение юристами непрофессионалов из представительства в суде (т.е. лишением права выступать в судах в качестве адвокатов своих родственников и знакомых);

– декларации о необходимости междисциплинарного синтеза юридической и социологической наук [8, с. 25] и реальное дистанцирование правоведов от социологии и от ее представителей [9, с. 75].

Об амбициях социальной группы юристов, их претензиях на первенство в социально-гуманитарных науках свидетельствуют много фактов. Один из ярких: разрабатывая инициативный проект федерального конституционного закона «О Конституционном Собрании Российской Федерации», ученые факультета права МГУ им. М.В. Ломоносова закрепили в составе этого важнейшего государственного органа в качестве представителей всех социально-гуманитарных наук исключительно юристов (в количестве 50 человек при общей численности Собрания в 300 членов), аргументируя тем, что только они «могут взять на себя основной труд разработки и шлифовки новой Конституции».

Сегодня, в условиях цифровизации, право теряет качества социального института и универсального регулятора социальных отношений. Происходящие трансформационные процессы угрожают сложившемуся престижу юридической

профессии и элитарному статусу юристов, вплоть до потери всех ключевых позиций.

Подробный анализ трансформации института права не входит в задачи настоящей статьи. Обозначим лишь главные векторы:

– сжимается область действия права: возникают новые формы социальных отношений, выходящие за пределы правового регулирования и контроля (прежде всего, в сфере труда), а перспективы вернуть эти отношения в правовые рамки весьма туманны;

– намечается направление трансформации права как нормативного явления и социального регулятора в так называемое «персонализированное право» (персональные предписания, персональные поощрения, персональные наказания, меру которых будет определять искусственный интеллект, исходя из мониторинга поведения конкретного индивида).

Этот вектор уже обозначается в сфере социального обеспечения\* и в других сферах, но воспринимается правоведами противоречиво, в диапазоне:

от благодушных рассуждений в стиле «поживем – увидим» (то есть, хотелось бы верить, что право не исчезнет и не уступит место программному коду, а будет «мирно сосуществовать вместе с ним») [10, с. 5];

до радикального отказа от действующего права, сопровождающегося громкими декларациями: «мир нуждается в новом праве, максимально непохожем на существующее» (к которому будто бы утрачено доверие общества); «требуется сиюминутное, мобильное, лишенное государственной идентичности и имеющее характер эксперимента право» [11, с. 20, 490].

При этом, рефлексируя над процессами цифровизации как правовой сферы, так и общественных отношений в целом, юристы демонстрирует полное отсутствие в своем мышлении социального измерения. Это выражается:

в восприятии ими цифровизации как квазиприродного процесса, неумолимого и неподвластного человеческой воле, а не как результата целенаправленной деятельности определенных акторов;

в утверждениях, что технологии меняют всю систему отношений в обществе, приводят к возникновению новой, «ранее неизвестной системы ценностей» [12, с. 7-8], что под воздействием цифровизации «социальные

---

\* Как следует из содержания Концепции цифровой и функциональной трансформации социальной сферы до 2025 г. (утвержденной) планируется переход от единых для всех членов общества правил предоставления мер социальной поддержки к персональным, исходя из «реальных потребностей и фактической нуждаемости», «в целях стимулирования активных действий по преодолению трудной жизненной ситуации», причем предоставление будет осуществляться без участия должностных лиц государства, на основе «интеллектуальных алгоритмов».

институты и процессы могут быстро и легко изменяться, встраиваясь в возникающие формы» [13, с. 9];

в возложении избыточных надежд на то, что новые технологии справятся с общественными проблемами и дефектами человеческой природы, разрешение и искоренение которых до сих пор оставалось неподвластным государству и обществу (обеспечат новый уровень демократии, равенство прав граждан, преодолеют правовой нигилизм, минимизируют коррупцию [8]);

и в целом, в отрицании социальных оснований права, что выражается в придании цифровым транзакциям «качеств социологической реальности» – «чистого живого права» [11, с. 19].

Понять, объяснить, интерпретировать подобные метаморфозы сознания юристов представляется возможным лишь с помощью социологического анализа и оценок.

#### *Список литературы*

1. Индикаторы образования: 2023: статистический сборник / Бондаренко Н.В., Варламова Т.А., Гохберг Л.М.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2023.
2. Юридические вузы в России начнут сокращать [Электронный ресурс] // Российская газета. 25.09.2013. URL: <https://rg.ru/2013/09/26/uristy.html?ysclid=lqbzy383e6432377353> (дата обращения: 10.12.2023).
3. Рынок юридических услуг в России: что говорит статистика (Серия «Аналитические обзоры по проблемам правоприменения»). Авторы: Екатерина Моисеева, Дмитрий Скугаревский. СПб: ИПП ЕУСПб, 2016. 28 с.
4. Минфин указал на чрезмерное количество юристов на госслужбе [Электронный ресурс] // РИА Новости. 18.03.2020. URL: <https://ria.ru/20200318/1568788674.html?ysclid=lqbzqvbn8o690537201> (дата обращения: 10.12.2023)/
5. Parsons T. Profession // Skills D. (ed.) International Encyclopaedia of the Social Science Vol.12. London: Macmillan and Free Press, 1968. P. 536–547.
6. Сорокин П. Система социологии / Питирим Александрович Сорокин; вступ. статья, сост. и комментарии В.В. Сапова. – М.: Астрель, 2008. 1003 с.
7. Бурдые П. Власть права. Основы социологии юридического поля // Социальное пространство: поля и практики // Социальное пространство: поля и практики: Пер. с фр. / Сост., общ. ред. пер. и послесл. Шматко Н.А. – СПб.: Алетейя; М.: Институт экспериментальной социологии, 2005. С. 75–128.
8. Концепция цифрового государства и цифровой правовой среды: монография / Черногор Н.Н., Пашенцев Д.А., Залоило М.В.; – Москва: Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации: Норма: ИНФРА-М. 2023. 243 с.
9. Соболевкая Ю.В. Реквием по Левиафану. Правоведы присоединяются? // Государство и право. 2022. № 8. С. 73-82.
10. Хабриева Т.Я. Право в условиях цифровизации / Санкт-Петербургский Гуманитарный университет профсоюзов. – Санкт-Петербург: СПбГУП, 2019. 27 с.
11. Цифровое право. Учебник для студентов юридических вузов и факультетов / под общ. ред. В.В. Блажеева, М.А. Егоровой. М.: Проспект. 2020. 637 с.

12. Пашенцев Д.А. Российская законотворческая традиция перед вызовами цифровизации // Журнал российского права. 2019. № 2. С. 5-13.

13. Малько А.В., Солдаткина О.Л. Приоритеты российской правовой политики и изменения права в условиях цифровизации // Журнал российского права. 2019. № 9. С. 5-16.

## **THE ROLE OF SOCIOLOGICAL RESEARCH OF A SOCIAL GROUP OF LAWYERS IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION**

*Y.V. Sobolevskaya*

The high social role of the social group of lawyers is justified. The content and specifics of this social group are revealed. Trends in the transformation of law in the context of digitalization are outlined. The problem of the metamorphoses of lawyers' consciousness is formulated, which is proposed to be studied with the help of sociological research.

*Keywords:* social group; professional group; lawyers; digitalization; law; sociological research.

## **НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ МЕДИЦИНСКОЙ КОММУНИКАЦИИ В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ИНСТИТУТА МЕДИЦИНЫ**

*С.А. Сотников*

Самарский национальный исследовательский университет  
им. академика С. П. Королёва

Рассматриваются новые возможности медицинской коммуникации в контексте цифровой трансформации института медицины. Отмечается, что цифровые технологии устраняют различного рода барьеры и значительно сокращают время, необходимое для выполнения различных задач. Например, активно развивающаяся телемедицина позволяет сэкономить немалое количество времени на то, чтобы добраться к врачу. К тому же телемедицина может помочь «посетить» нужного пациенту специалиста, не выходя из собственного дома. Цифровые технологии в медицине потенциально могут способствовать улучшению качества жизни людей, порождают новые практики, например, общение в «онлайн-сообществах здоровья», «селф-трекинг». Вместе с тем отечественные исследователи заявляют, что в настоящее время находится в процессе становления гибридный тип коммуникации «врач-пациент».

*Ключевые слова:* врач-пациент, гаджет, искусственный интеллект, коммуникация.

«Цифровая революция» способствовала быстрому развитию цифровых технологий. В настоящее время цифровизация проникает во многие профессиональные области, включая институт медицины.

Цифровое здравоохранение, под которым ВОЗ понимает некое сочетание электронного здравоохранения, мобильного здравоохранения и математических методов [1. с. 22], стремительно развивается, хотя и зародилось сравнительно недавно. Стоит отметить, что катализатором внедрения цифровых технологий в медицину считают пандемию COVID-19.

Одним из достоинств внедрения цифровых технологий в медицину можно назвать повышение эффективности, поскольку цифровые технологии устраняют различного рода барьеры (в том числе и коммуникативные) и значительно сокращают время, необходимое для выполнения различных задач. Так, например, активно развивающаяся телемедицина позволяет сэкономить немалое количество времени на то, чтобы добраться к врачу. Телемедицина может помочь «посетить» нужного пациенту специалиста, не выходя из собственного дома. Это обстоятельство особенно актуально для жителей отдалённых регионов, сёл, где могут быть большие очереди на приём к нужному специалисту или необходимо ехать в какой-нибудь областной центр, чтобы попасть к нужному специалисту. Телемедицина актуальна и для маломобильных групп населения. Телемедицина

является полезной не только при коммуникации «пациент-врач», она может быть полезной и при коммуникации «врач-врач»: например, когда врачу необходимо срочно проконсультироваться со своими коллегами. Конечно, телемедицина не может заменить обычного визита к врачу (например, в ситуациях, когда требуется обследование с использованием специализированного медицинского оборудования). Кроме того, она, как известно, имеет ряд ограничений. Однако такая «опосредованная цифровыми технологиями», телемедицинская коммуникация, несомненно, является полезной, например, в ситуации сбора анамнеза или наблюдения за общим состоянием пациента. Врач в рамках такой коммуникации может задать пациенту своеобразный «вектор» дальнейших действий, которые пациент должен предпринять для очного лечения.

Как считает Н.В. Белоусова, процесс интеграции Интернета и медицинских знаний ведёт к тому, что традиционные отношения в системе здравоохранения преобразуются, в результате чего медицинское знание больше не является «закрытым», доступ к нему может получить любой человек, через так называемую «всемирную паутину». Возникают новые практики, например, формирование различных медицинских онлайн-сообществ [2, с 63]. «Онлайн-сообщества здоровья» – форумы и порталы, позволяющие получать разнообразную информацию медицинской тематики, коммуницировать пациентам как с такими же пациентами, как и они сами, так и с врачами.

Современным отечественным исследователем К.А. Галкиным было проведено эмпирическое исследование, посвященное изучению практик использования пожилыми людьми онлайн-сообществ [3, с. 92-94].

В результате исследования им были выделены 3 следующие стратегии поведения пожилых пациентов в «онлайн-сообществах здоровья»: 1) стратегия общения, 2) стратегия пользования, 3) стратегия наблюдения.

Представители так называемой «стратегии общения» довольно положительно оценивали опыт лечения посредством сети Интернет, в целом доверяли советам, которые размещены в «онлайн-сообществе здоровья», подчеркивали перспективность этих сообществ. При этом, люди, избравшие такую стратегию общения, делились с другими пользователями сообщества не только информацией, касающейся своего заболевания, но и информацией о других, житейских проблемах, с которыми они сталкивались. В рамках данной стратегии общения пожилые информанты рассматривали общение на форуме как некую отдушину, способ выговориться и быть услышанным, способ расслабиться, ведь «онлайн-сообщество здоровья» позволяет жителям отдалённых сёл пообщаться с жителями разных регионов, крупных городов и обменяться с ними опытом. Как отмечает К.А. Галкин, представителями данной

стратегии ценился способ общения, который он назвал «терапевтическим» [3, с. 92] – советы, поддержка, неспешные беседы и разговоры. При этом, пожилые представители данной стратегии весьма избирательно подходили к выбору собеседника – предпочитали общаться с ровесниками, стараясь избегать общения с более молодыми участниками сообщества.

Для представителей следующей выделенной стратегии – «стратегии пользования» характерно восприятия «онлайн-сообщества здоровья» как сообщества экспертов, доверяя как советам профессиональных врачей, так и рядовых пациентов. При этом подчёркивалось, что в «онлайн-сообществе» они нашли для себя гораздо больше полезной информации, чем в справочниках и на форумах. Для представителей данной стратегии важно не только ознакомление с информацией о заболевании, обсуждение заболевания и получение советов и рекомендаций, но и практическая реализация полученных советов, следование им. Характерен сугубо инструментальный взгляд на «онлайн-сообщество»: «онлайн-сообщество» для них – это некий инструмент, помогающий в борьбе с заболеванием, а не средство общения. Как отмечали информанты в рамках исследования Галкина, появление «лишней информации» (не относящейся напрямую к их заболеванию) в чате может служить и своеобразным поводом для прекращения общения. Обсуждение житейских проблем, очень длинные рассказы о болезни выступают негативным фактором, который и вовсе может подтолкнуть пользователя к тому, чтобы покинуть сообщество. При этом, представители данной стратегии были удовлетворены своей жизнью в селе, в отличие от представителей «стратегии общения».

Представители «стратегии наблюдения» рассматривают «онлайн-сообщество здоровья» (и «всемирную паутину» в целом) как источник знаний, накопленных другими пользователями, при этом не желают дополнять этот источник своим опытом. Для них важно извлечь пользу из того, что уже имеется в «онлайн-сообществе», они читают представленную информацию, но не задают уточняющих вопросов, не пытаются изучить вопрос глубже. Иными словами, представители «стратегии наблюдения» не вносят личный вклад в развитие «онлайн-сообщества здоровья», оставаясь пассивными наблюдателями. «Онлайн-сообщество» здоровья служит для таких информантов «энциклопедией».

Современные отечественные исследователи С.А. Кравченко и К.В. Ракова заявляют, что в настоящее время находится в процессе становления гибридный тип коммуникации «врач-пациент»: такой тип, по мнению исследователей «навсегда пришёл в нашу жизнь» [4, с. 24], в такой коммуникации используются как материальные, так и нематериальные актанты: например, для записи к врачу сейчас пациент может использовать телефон или компьютер с доступом в

Интернет. Кроме того, как отмечают С.А. Кравченко и К.В. Ракова, взаимодействие с медицинским специалистом может проходить полностью в дистанционном формате, благодаря использованию цифровыми технологиями [4, с. 18].

Популярными и доступными являются «умные часы» и аналогичные гаджеты, позволяющие пациентам заниматься селф-трекингом [5] («самоотслеживанием») различных показателей здоровья. Такого рода быстрое отслеживание показателей своего здоровья может быть полезным, если человек замечает резкие изменения в показателях здоровья, которые фиксируют его гаджеты – это может послужить поводом обращения к врачу для дальнейшей диагностики и лечения. Например, в 2023 г. стало известно, что «умные часы» помогли жителю Китая своевременно обнаружить признаки заболевания сердца. [6]. Кроме того, некоторые специализированные гаджеты дают врачу возможность осуществлять мониторинг показателей здоровья пациента. При этом, несмотря на очевидные достоинства таких гаджетов, не следует забывать о присущих им, пока что, недостатках – погрешность измерений. То есть, не стоит заниматься самолечением, основываясь на показаниях «умных часов» – визит к врачу, несомненно, важен.

Помимо «умных часов» в гибридной коммуникации «врач-пациент» можно отметить такую «вспомогательную» цифровую технологию, как «искусственный интеллект» (далее – ИИ). В самом общем виде, ИИ – «это способность компьютера обучаться, принимать решения и выполнять действия, которые свойственны человеческому интеллекту» [7] или – «использование сложных алгоритмов, которые выполняют задачи в автоматическом режиме, копируя когнитивные функции человека» [8].

ИИ, например, может помочь выявить опасные заболевания на ранней стадии. Специалистами ведётся активная работа над созданием медицинских чат-ботов с использованием ИИ, которые, например, на основе полученных от пациента симптомов «подскажут» ему, к какому врачу нужно обратиться.

В 2023 г. стало известно, что российскими специалистами разработана цифровая система, помогающая пациентам с нарушениями слуха общаться с врачами [9], а командой Sber AI была представлена модель распознавания русского жестового языка с помощью ИИ, которая переводит русский жестовый язык в слова [10]. Такие, несомненно, важные разработки могут улучшить качество жизни людей с нарушениями слуха, а также способствовать более удобным и эффективным коммуникациям «врач-пациент».

Цифровая трансформация института медицины порождает новые возможности медицинской коммуникации (на уровнях «врач-пациент, «врач-

врач», «пациент-пациент»). В связи с этим, тема цифровых технологий в медицине требует дальнейшего тщательного изучения, в том числе и представителями социальных наук.

#### *Список литературы*

1. Лебедев Г.С., Шепетовская Н.Л., Решетников, В.А. Телемедицина и механизмы ее интеграции. Национальное здравоохранение. 2021. 2(2). С. 21-27.
2. Белоусова Н.В. Использование интернета врачом и пациентом // Вестник молодых учёных и специалистов Самарского университета, 2018. 1 (12). С. 63-68.
3. Галкин К.А. "Стратегии использования онлайн-сообществ здоровья пожилыми людьми в сельской местности" Цифровая социология, 2022. 3. С. 88-96.
4. Кравченко С.А., Ракова К.В. "Умные часы" как фактор становления гибридной коммуникации между врачом и пациентом // Коммуникология. 2021. 3. С. 15-28.
5. Богомяккова Е.С., Дупак А.А. Цифровой селф-трекинг здоровья в дискурсе социальных наук // Социология науки и технологий. 2021. № 2. С. 155-174.
6. Часы Huawei спасли жизнь своему владельцу URL: <https://rg.ru/2023/11/28/chasy-huawei-spasli-zhizn-svoemu-vladelcu.html> (дата обращения: 21.11.2023).
7. Искусственный интеллект, машинное обучение и глубокое обучение: в чём разница/ URL: [https://skillbox.ru/media/code/iskusstvennyu\\_intellekt\\_mashinnoe\\_obuchenie\\_i\\_glubokoe\\_obuchenie\\_v\\_chyem\\_raznitsa/](https://skillbox.ru/media/code/iskusstvennyu_intellekt_mashinnoe_obuchenie_i_glubokoe_obuchenie_v_chyem_raznitsa/)
8. Artificial Intelligence In Medicine: How AI Can Benefit The Healthcare Industry URL: <https://robots.net/ai/artificial-intelligence-in-medicine/> (дата обращения: 21.11.2023).
9. В Санкт-Петербурге создали систему для общения врачей с глухими пациентами URL: <https://nauka.tass.ru/nauka/16935653> (дата обращения: 21.11.2023).
10. Команда Сбера представила датасет Slovo для распознавания Русского Жестового Языка (РЖЯ). URL: [https://developers.sber.ru/portal/news/dataset\\_dlya\\_rjya-06-06-2023](https://developers.sber.ru/portal/news/dataset_dlya_rjya-06-06-2023) (дата обращения: 21.11.2023).

### **NEW OPPORTUNITIES FOR MEDICAL COMMUNICATION IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION OF THE INSTITUTE OF MEDICINE**

*S.A. Sotnikov*

The article is devoted to the consideration of new possibilities of medical communication in the context of the digital transformation of the Institute of Medicine. It is noted that digital technologies eliminate various kinds of barriers and significantly reduce the time required to complete various tasks. So, for example, actively developing telemedicine allows you to save a considerable amount of time to get to the doctor. In addition, telemedicine can help to "visit" the right specialist for the patient from the comfort of his own home. In addition, digital technologies in medicine can potentially contribute to improving the quality of life of people, give rise to new practices – for example, communication in "online health communities", "self-tracking", etc. At the same time, domestic researchers state that a hybrid type of doctor-patient communication is currently in the process of becoming.

*Keywords:* doctor-patient, gadget, artificial intelligence, communication.

**ИДЕНТИФИКАЦИОННЫЕ  
И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В ОПТИКЕ  
ПСИХОЛОГО-УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ**

---

УДК 316

**МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ ГОРОДСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ  
МОЛОДЕЖИ (НА ПРИМЕРЕ Г. ВОЛГОГРАДА)**

*Г.А. Грунин*

Национальный исследовательский

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Представлены результаты исследования, посвященного анализу формирования процессов городской идентичности. Целью исследования было рассмотрение факторов, влияющих на формирование идентичности. В фокусе внимания процессы формирования городской идентичности молодежи г. Волгоград. Это представляется особенно важным, поскольку сформированная городская идентичность предотвращает отток молодого населения. На примере г. Волгограда рассмотрен механизм формирования городской идентичности, показано как история города, архитектура, традиции и городские символы влияют на формирование идентичности через СМИ и социальные сети.

*Ключевые слова:* городская идентичность, городские символы, история города, СМИ, молодежь.

Городская идентичность представляет собой социокультурный феномен, образующийся в результате взаимодействия индивидов с городской средой. Городская среда транслирует факторы с помощью социальных институтов, формируя идентичность у жителей. Уровень сформированности городской идентичности отражает функционирование социальных институтов и городской среды в целом. Механизмы формирования городской идентичности молодежи приобретают особую актуальность, потому что они развивают чувство привязанности к месту жительства. Впоследствии это снижает отток молодого населения из города.

Современные исследователи при описании городской идентичности ссылаются на работы феноменологической социологии. В данном направлении изучается восприятие людьми окружающего мира, каким образом осуществляется структурирование полученных знаний о мире и их воплощение в повседневных действиях. Представители феноменологической социологии П. Бергер и Т. Лукман отметили, что идентичность формируется социальными процессами [1, с. 115]. К ним относятся адаптация, сотрудничество, конфликт, соперничество, дезорганизация, реорганизация, мобильность, социальная

дифференциация, стратификация, социальная интеграция. В данном случае город представляет собой площадку для социальных процессов, с помощью которых у индивида формируется идентичность. Чаще всего при анализе процессов формирования городской идентичности авторы применяют мультипарадигмальный подход, используя феноменологическую социологию и теорию символического интеракционизма. [См. подробнее: 2; 3; 4] Теория символического интеракционизма описывает социальное взаимодействие через обмен символами. Под символом понимается любой жест, действие, высказывание, которое может передавать определенные значения и ценности и вызывать у людей разнообразную реакцию. Город, представляя совокупность символов, побуждает индивида к реакциям. Характеристика реакции позволяет определить уровень городской идентичности и формы её проявления.

Современные исследования выявили различные классификации факторов, оказывающих влияние на формирование городской идентичности [См. подробнее: 2, с. 159-160; 3, с. 2-4.]. Первая классификация подразумевает деление факторов на объективные и субъективные. К первой группе относится история города, географические особенности местности, инфраструктура. Ко второй относятся традиции и обычаи. Вторая классификация выделяет стабильные, изменчивые и символические факторы. К первым относятся географические показатели города и история. Ко вторым показатели, которые изменяются в долгосрочной перспективе: структура и основные показатели населения, внешний облик города, благосостояние жителей, традиции и обычаи городской среды. К третьим относятся городская символика, культурные коды поведения горожан, мода на отдельные товары и услуги, производство, особенности коммуникационных отношений жителей.

Анализ описанных классификаций позволяет прийти к выводу, что на формирование городской идентичности оказывают влияние стабильные, изменчивые и символические факторы. Последние отражают совокупность отличительных черт городской среды, которые преобразуются в символы. Они фигурируют в коммуникациях индивидов и транслируются социальными институтами городского пространства. В фокусе нашего исследования будет рассмотрен механизм формирования городской идентичности молодежи.

Представлены результаты социологического исследования, посвященного проблеме формирования и функционирования городской идентичности жителей г. Волгограда. Исследование было проведено в мае 2023 г. методом личного интервью. Отбор жителей осуществлялся по квотной возрастной выборке. Всего было опрошено 20 горожан.

По результатам опроса было выявлено, что на формирование идентичности волгоградцев оказывает влияние исторический фактор. Это мы видим в ходе анализа ответов молодых горожан. Под историческим фактором понимается история городского пространства, которая отражается в архитектурном наследии и праздничных мероприятиях.

*Наверное, самое первое, что приходит в голову, так как город с большой историей я бы назвала празднование 9 мая, традиции Бессмертного полка. Не знаю почему, но мне первое, что приходит в голову – именно это (Горожанин, 27 лет).*

История города оказывает влияние на архитектурный стиль, а также на традиции и городскую символику. Молодые горожане отмечали, что г. Волгограду свойственен «сталинский ампи́р», который сосредоточен в центральной части города. Это объясняется спецификой восстановления города после Сталинградской битвы.

*Скажем так, наша архитектура в центре города и тому подобное, она отлична от архитектуры других городов. Во многом это связано с тем, что город отстраивали с нуля после Великой Отечественной войны (Горожанин, 27 лет).*

Молодые горожане отмечали, что символы города отражают его военное прошлое. Это воспроизводит историческую память и формирует городскую идентичность. Она выражается в знании традиций города и посещении городских мероприятий. В социальных сетях и СМИ транслируется городская символика г. Волгограда. Молодые волгоградцы отметили, что основным символом города является памятник «Родина-мать».

*Они, наверное, все-таки прикрепляют герб или Родину-мать, какие-то знаковые символы, думаю, что да (Горожанин, 27 лет).*

Вместе с этим молодые горожане отметили проблемы г. Волгограда. Это связано с тем, что в СМИ и социальных сетях транслируются символы города, посвященные военной истории. Упоминание о городе в федеральных новостях происходит в праздничные даты, посвященные Сталинградской битве, или во время побед волгоградских спортсменов. Несмотря на осуществление поиска органами власти новых символов для формирования идентичности волгоградцев, сохраняется использование главного символа г. Волгограда – «Родина-мать». Молодые горожане отмечают, что в настоящее время осуществляется поиск новых символов, которые способствуют формированию идентичности.

*Я встречаю символы только тогда, когда это площадка нашего региона, либо на главных каналах нашей страны, это первый канал и Россия один. Я тоже встречаю нашу рубрику, символику. Однако про наш город очень мало говорят на уровне нашей страны и говорят только тогда, когда нужно отпраздновать победу Сталинградской битвы или рассказать о победах волгоградских спортсменов (Горожанин 21 год).*

С точки зрения самоидентификации молодых горожан, было отмечено, что они идентифицируют себя с городом, исходя из места рождения и социального взаимодействия. Молодые люди в первую очередь идентифицируют себя с г. Волгоградом как местом своего рождения и дальнейшей социализации, получения образования. Участие в городских мероприятиях не играет значимой роли.

*Если мы говорим про действия, наверное, вследствие занятости я не так часто принимаю во всяких массовых мероприятиях участие, но если говорить про самоощущение, самоопределение, то я считаю себя волгоградкой (Горожанин 27 лет).*

Таким образом, механизм формирования городской идентичности представляет собой процесс, осуществляемый с помощью социальных институтов. Результаты исследования, проведенного в г. Волгограде, позволили выявить факторы формирования городской идентичности. Ключевым фактором является историческое прошлое города, которое воспроизводится в архитектуре, городских мероприятиях и символических элементах. Описанные факторы транслируются в СМИ и социальных сетях, что формирует идентичность молодых волгоградцев.

#### *Список литературы*

1. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / пер. Е. Руткевич. М., 1995. 323 с.
2. Анисимов Н.О. Многомерность понятия «городская идентичность» как институциональный фактор личностных и коллективных конфликтов внутри городского сообщества // Наука. Искусство. Культура. 2021. Вып. 4 (32). С. 152–164.
3. Федотова Н.Г. Символические коды городской идентичности (на примере российского и американского городов) [Электронный ресурс] // Ученые записки Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого. 2020. № 8 (33). URL: <https://portal.novsu.ru/univer/press/eNotes1/i.1086055/?id=1682378> (дата обращения: 05.03.2024)
4. Анисимов Н.О., Киреев М.Н. Идентичность и антропология горожан: в поисках смыслов // Наука. Искусство. Культура. 2021. № 1(29). С. 154-163.

### **THE MECHANISM OF THE FORMATION OF THE URBAN IDENTITY OF THE YOUTH (ON THE EXAMPLE OF VOLGOGRAD)**

*G.A. Grunin*

The article presents the results of the research devoted to analyzing the formation of urban identity processes. The aim of the study was to examine what factors influence the formation of identity. The focus of this paper is on the processes of urban identity formation of young people in Volgograd. This seems to be particularly important, since the formed urban identity prevents the outflow of the young population. Using Volgograd as an example, the paper examines the mechanism of urban identity formation, shows how the city's history, architecture, traditions and urban symbols influence the formation of identity through the media and social networks.

*Keywords:* urban identity, urban symbols, city history, mass media.

## ОЦЕНКА ВАЛИДНОСТИ ОПРОСНИКА УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ТРУДОМ

*Е.А. Добролюбова, Н.В. Куракина*

Национальный исследовательский

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В докладе проведена оценка содержательной и конструктивной валидности разрабатываемого опросника удовлетворенности трудом, который создан на основе концепции многофакторной структуры положительных и отрицательных мотивов М.В. Прохоровой.

*Ключевые слова:* удовлетворенность трудом, оценка удовлетворенности трудом, проверка валидности, конструктивная валидность опросника, структура мотивации.

### *Введение*

В современном мире вопрос удовлетворенности трудом становится все более актуальным и значимым. Удовлетворенность трудом – это психическое состояние, отражающее отношение между ожиданиями человека от его трудовой деятельности и реальными результатами этой деятельности. Понимание этого играет важную роль в оценке качества жизни работников и их профессиональной деятельности [1].

Оценка удовлетворенности трудом необходима как для сотрудников, так и для работодателей. Для первых это своего рода индикатор комфортности и совместимости с рабочим окружением, а также инструмент для рефлексии и самоанализа. Для вторых – это показатель успешности управления персоналом, эффективности мотивационных программ и создания благоприятного рабочего климата [2].

У большинства существующих методик оценки удовлетворенности трудом есть свои ограничения, такие как субъективность оценки, недостаточная объективность результатов и недостаточный учет индивидуальных особенностей сотрудников. Данные методики обычно базируются на предполагаемой структуре удовлетворенности, в основе которой лежат различные аспекты работы и отношения к ней [3].

Наш исследовательский подход основан на многофакторной концепции положительных и отрицательных мотивов труда, разработанной М.В. Прохоровой, в которой предлагается рассматривать мотивацию как внутренние побуждения, которые направляют поведение и действия человека [4]. Разрабатываемый опросник создан на основе концепции многофакторной структуры положительной и отрицательной мотивации труда, согласно которой

выделяются 25 первичных и 2 вторичных мотива труда, выделенных на основе поведенческих индикаторов [5]. В структуру опросника удовлетворенности трудом вошли 18 шкал: важность (полезность) работы, достижение власти, заработная плата, значимость, интересная работа, карьерный рост, надежность и стабильность организации, новизна, отношения в коллективе, помощь (зависимость), помощь организации в достижении целей, принадлежность к рабочей группе, профессиональный рост, работа как таковая, рабочие условия, самореализация, стиль работы, участие в принятии решений.

Представлены результаты проверки содержательной и конструктивной валидности разработанного опросника, который позволит определить степень удовлетворенности трудом работников, исходя из их мотивации, то есть поможет оценить уровень удовлетворенности работой в зависимости от уровня удовлетворения потребностей, детерминирующих различные мотивационные факторы.

Разрабатываемый инструмент может стать ценным для управления персоналом и создания условий работы, способствующих повышению уровня удовлетворенности трудом, а как следствие – повышению эффективности работы.

#### *Проверка содержательной валидности опросника [6]*

Пилотный проект опросника удовлетворенности трудом содержал 108 утверждений, которые распределились по 18 шкалам.

Для проверки содержательной валидности опросника использовался метод экспертной оценки, в котором участвовали 5 экспертов в области организационной психологии, имеющие высшее профессиональное психологическое образование и практический опыт работы в сфере организационной психологии. Среди экспертов трое имеют степень кандидата психологических наук.

Экспертам было предложено оценить каждое высказывание по 3-балльной шкале (да, частично да, нет) по 4 показателям: содержание, формулировка, понятность, стереотипность, а также дать свои комментарии. Оценки экспертов были переведены в баллы, каждое утверждение от одного эксперта максимально получило 12 баллов. По ряду утверждений эксперты отметили сложность формулировки, заданную установку, а также несоответствие утверждения шкале.

На основании анализа экспертной оценки и статистической обработки данных результатов апробации пилотного варианта опросника часть утверждений были удалены или переформулированы.

Так, утверждение «организацией безопасных условий труда» было переформулировано, и в итоговый вариант опросника вошло утверждение «безопасностью условий работы». А утверждение «Тем, что в нашем коллективе

царит дружелюбная и поддерживающая атмосфера» заменено на утверждение «Психологическим климатом в коллективе». Утверждение «Своим вкладом в общую деятельность» было удалено из итогового опросника. В окончательной версии опросника было оставлено 54 утверждения, которые не вызывали вопросов содержательной валидности у экспертов.

#### *Проверка конструктивной валидности опросника*

В апробации опросника удовлетворенности трудом приняли участие 49 респондентов в возрасте от 20 до 60 лет. Опрос проводился анонимно с помощью форм электронного сервиса docs.google.com.

Для проверки данного вида валидности был проведен корреляционный анализ с использованием коэффициента ранговой корреляции Спирмена. В ходе анализа были проверены:

1. Согласованность шкал опросника с итоговым показателем.
2. Взаимосвязь показателей опросника с показателями других методик, валидность и надежность которых уже подтверждена.

На первом этапе было определено, что все утверждения имеют высокий уровень согласованности с подшкалами опросника ( $p < 0.001$ ). Результат почти всех шкал показал высокий уровень статистической значимости с итоговым результатом опросника ( $p < 0.001$ ), шкала «Заработная плата» показала значимую корреляционную связь с итоговым результатом ( $p = 0.037$ ).

Для оценки конструктивной валидности теста были выбраны следующие методики:

- Utrechtsкая шкала вовлеченности в работу (UWES, (В. Шауфелли и А. Веккер, 2003, адаптация Д.А. Кутузовой, 2006), состоящая из 17 пунктов, составляющих 3 шкалы: энергичность, энтузиазм и поглощенность [7].

- Опросник организационной лояльности Л. Портера (Organizational Commitment Questionnaire – OCQ, (Лиман Портер, 1982, адаптация В.И. Доминяк, 2003), состоящая из 15 пунктов, которые отражают отношение работника к организации [8].

- Опросник удовлетворенности работой (Job Satisfaction Survey, JSS), перевод psytests.org (2023). Данная методика, включающая 36 утверждений, позволяет диагностировать уровень интегральной удовлетворенности работой, а также отдельными ее аспектами, такими как «заработная плата», «возможность карьерного роста», «коллеги» (всего 9 аспектов), которые пересекаются со шкалами разрабатываемого опросника [9].

Выбор этих методик обусловлен их высокой подтвержденной валидностью, простотой для понимания испытуемыми, а также небольшим объемом тестовых заданий.

В данном исследовании мы опираемся на утверждение о том, что вовлеченность в работу и лояльность к организации основаны на удовлетворенности трудом [10]. При проведении корреляционного анализа разрабатываемого опросника с методикой UWES преимущественно использовалась шкала «Энтузиазм», как наиболее близкая к показателю удовлетворенности трудом.

Связи шкал разрабатываемого опросника со шкалами «Энтузиазм» (UWES), «Общая удовлетворенность трудом» (JSS), опросником OCQ оказались высоко-значимыми ( $p < 0.001$ ) по шкалам: «Надежность и стабильность организации», «Профессиональный рост», «Карьерный рост», «Участие в принятии решений», «Отношения в коллективе», «Значимость», а также по шкалам: «Принадлежность к рабочей группе», «Стиль работы», «Помощь организации в достижении целей», «Самореализация», «Важность (полезность) работы», «Новизна», «Работа как таковая», «Помощь (зависимость)», «Достижение власти» ( $p < 0.01$ ).

Дополнительно проведена оценка корреляции схожих шкал, по результатам которой выявлен уровень высокой статистической значимости:

- шкалы «Карьерный рост» со шкалой «Продвижение» опросника JSS ( $p < 0.001$ ),
- шкалы «Участие в принятии решений» со шкалой «Поглощенность» опросника UWES ( $p = 0.004$ ),
- шкалы «Отношения в коллективе» со шкалой «Коллеги» ( $p < 0.001$ ) и шкалой «Руководство» ( $p = 0.003$ ) методики JSS.
- шкалы «Самореализация», «Интересная работа», «Важность (полезность) работы» со шкалой «Суть работы» (JSS) ( $p < 0.001$ ),
- шкалы «Принадлежность к рабочей группе» со шкалой «Коллеги» (JSS) ( $p < 0.001$ ),
- шкалы «Помощь (зависимость)» со шкалой «Руководство» (JSS) ( $p < 0.001$ ).

Шкала «Заработная плата» имеет положительную статистически значимую корреляционную связь со шкалами «Общая удовлетворенность трудом» (JSS), опросником OCQ ( $p = 0.008$  и  $0.003$  соответственно), а также со шкалой «Заработная плата» (JSS) ( $p < 0.001$ ).

Шкала «Рабочие условия» умеренно коррелирует со всеми общими шкалами и шкалой «Условия работы» опросника JSS ( $p < 0.05$ ).

Отдельные утверждения опросника, такие как удовлетворенность «графиком работы» или «возможностью не экономить на самом необходимом

благодаря заработной плате», показали незначимую корреляционную связь со шкалами «Общая удовлетворенность трудом» (JSS) ( $p=0.528$  и  $p=0.237$ ), опросником OCQ ( $p=0.710$  и  $p=0,081$ ), утверждение, связанное с удовлетворенностью графиком работы, кроме того, не коррелирует со шкалой «Условия работы» (JSS) ( $p=0.819$ ).

#### *Заключение*

Разрабатываемый диагностический инструмент не имеет аналогов в психодиагностике, поэтому конструктивная валидность проверялась по каждой шкале отдельно.

1. В целом, все шкалы опросника показали значимую корреляционную связь с аналогичными методиками и шкалами как в части интегрального показателя удовлетворенности трудом (вовлеченности, лояльности), так и в отношении однотипных шкал, таких как «Заработная плата» или «Отношения в коллективе».

2. Некоторые утверждения требуют доработки и дополнительной проверки. Необходимо провести дополнительно содержательную экспертизу данных высказываний и подобрать методики для проверки таких шкал, как «надежность и стабильность организации», «новизна», «достижение власти».

3. При проведении апробации опросника необходимо увеличить объем выборки для получения большего количества данных и более корректных результатов их обработки.

#### *Благодарность*

Выражаем искреннюю благодарность доценту кафедры Психологии управления ФСН ННГУ, кандидату психологических наук М.В. Прохоровой за ценное сопровождение и конструктивную помощь в теоретическом обосновании разработки опросника. Замечания и рекомендации способствовали развитию проекта и повысили качество исследования.

Хотим выразить глубокую благодарность доценту кафедры Общей и социальной психологии ФСН ННГУ, кандидату психологических наук А.Ю. Акимовой за методическую помощь в разработке и проведении исследования инструмента, при оценке психометрических характеристик, за профессионализм и отзывчивость, которые внесли значительный вклад в реализацию проекта.

Выражаем искреннюю признательность студентам 1 курса магистратуры Факультета социальных наук ННГУ направления подготовки «Психология» В.В. Ванкевич и Е.В. Ефимовой за ценное содействие в разработке и проверке психометрических характеристик опросника для научной статьи, качественное

сотрудничество помогло сделать исследование более обоснованным и убедительным.

#### *Список литературы*

1. Zhu L., Wang L. Narrowing ideal self-discrepancy: the roles of organizational career management and protean career orientation // Career Development International. 2022. Т. 27. № 2. P. 222-244.
2. Смирнова А.Ю. Основы организационной психологии. Учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по направлению «Психология». – Саратов: ИЦ «Наука», 2017. 210 с.
3. Keener S.K., Kepes S., Torca A.-K. The trustworthiness of the cumulative knowledge in industrial/organizational psychology: The current state of affairs and a path forward // Acta Psychologica. 2023. Т. 239. P. 104005.
4. Прохорова М.В., Овсянникова О.М. Разработка многофакторной методики диагностики мотивации трудовой деятельности // Психологический журнал, 2017. Т. 38. № 1. С. 73-97.
5. Прохорова М.В., Мазанова А.Е. Опросная методика оценки положительных и отрицательных мотивов трудовой деятельности // Вестник ВЭГУ. 2016, №5 (85). С. 87-101.
6. Бурлачук Л.Ф. Психодиагностика: учебник для вузов. СПб.: Питер, 2006. 351 с.
7. Lina Meng, Yi Jin, A confirmatory factor analysis of the Utrecht Work Engagement Scale for Students in a Chinese sample, Nurse Education Today. Volume 49. 2017. Pages 129-134.
8. Корень В.А., Ма Цзин, Семунина С.Е. Анализ методик измерения организационной лояльности // Скиф. 2021. №8 (60).
9. Психологические тесты онлайн [Электронный ресурс]. URL: <https://psytests.org/> (дата обращения: 10.04.2024)
10. Прохорова М.В., Овсянникова О.М. Сравнительный анализ социально-психологических методик диагностики мотивации трудовой деятельности // Психология и психотехника. 2016. №11 (98). С. 928-934.

#### **ASSESSING THE VALIDITY OF THE JOB SATISFACTION QUESTIONNAIRE**

*E.A. Dobrolyubova, N.V. Kurakina*

The report assessed the content and construct validity of the developed job satisfaction questionnaire, which was created on the basis of the concept of the multifactor structure of positive and negative motives by M.V. Prokhorova.

*Keywords:* job satisfaction, assessment of job satisfaction, validation check, construct validity of the questionnaire, motivation structure.

## **ИНДИВИДУАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЭФФЕКТИВНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ СРЕДНЕГО ЗВЕНА В УСЛОВИЯХ VANI-МИРА**

*В.С. Жидкова*

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

Рассмотрена влияние VANI-мира на деятельность российских организаций. Разработана теоретическая модель значимых индивидуально-психологических особенностей эффективного руководителя среднего звена в условиях VANI-мира.

*Ключевые слова:* VANI-мир, организационная психология, эффективность управленческой деятельности, индивидуально-психологические особенности, психология управления.

VANI-мир заставляет предприятия постоянно меняться и адаптироваться к внешней среде, поэтому необходимо не только пересмотреть взгляд на управленческие процессы, но и сформулировать новый запрос на управленческие компетенции, наличие которых будет способствовать созданию положительного морально-психологического климата персонала, а также повышению производительности труда.

Цель исследования – разработка теоретической модели индивидуально-психологических особенностей эффективного руководителя в условиях VANI-мира.

Методы исследования: теоретический анализ, теоретический синтез.

Д. Кашио не только описал VANI-мир и его характеристики, но и обозначил необходимые индивидуально-психологические особенности личности, которые помогут справиться в данных условиях. В хрупком мире нужна устойчивость; тревожность можно компенсировать сочувствием и вниманием; нелинейность требует адаптивности; в условиях непостижимости необходима развитая интуиция.

Р. Мейер и Р. Майерс [2] отмечают, чтобы быть успешным лидером, необходимо обладать гибкостью, умением легко адаптироваться и быстро реагировать на различные обстоятельства.

По версии Всемирного экономического форума [3] (отчет основан на опросе 803 компаний из 27 отраслей, в 45 странах), самыми значимыми личностными качествами в 2023 г. выступают: мотивация, любознательность и обучение на протяжении всей жизни, надежность, внимание к деталям, эмпатия и активное

слушание, лидерство, аналитическое и творческое мышление, устойчивость и гибкость.

В январе 2022 г. проходил форум «Россия и мир. Приоритеты 2022» [4], в рамках которого проходили публичные выступления на тему «Из мира VUCA к миру BANI». Жан-Франсуа Манзони, президент Международного института управленческого развития в Лозанне (IMD), поделился своим мнением относительно успешного руководства в настоящее время: «Руководителям, чтобы добиваться успеха, необходимо оставаться спокойными, позитивными, сконцентрированными, а также устойчивыми к внешним воздействиям».

Стоит отметить значимые индивидуально-психологические характеристики руководителя в настоящее время в представлении российских ученых. Л. Аксеновская [5] выделяет такие значимые характеристики, как оптимистичность и решимость.

В представлении доктора экономических наук Д. Шихалиева и кандидата экономических наук Е. Шумиловой [6] к значимым особенностям эффективного руководителя в условиях BANI-мира можно отнести: умение делать выбор и брать на себя ответственность, наличие (выработка) лидерских качеств и навыков, непрерывное саморазвитие, наличие (выработка) сильных качеств характера (справедливость, отзывчивость, бескорыстие, честность, воля, дисциплинированность, умение выстраивать доверительные отношения).

Кандидат экономических наук С.В. Сокерина [7] представила собственное видение навыков и качеств сотрудника «нового типа». По отношению к рабочей функции: активность, инициативность, добросовестность и умение принимать на себя ответственность; по отношению к нестабильности и изменениям в жизни: психологическая зрелость (умение слышать и видеть, эмоциональный интеллект); умение чувствовать себя уверенно и спокойно в изменяющихся обстоятельствах; по отношению к своему будущему: навык постоянно меняться и непрерывно учиться, саморазвитие; самоорганизация и самомотивация.

К важным когнитивным особенностям, по ее мнению, относятся: гибкость и быстрота мышления, системность мышления, критичность и многовариативность мышления, навык глубокого анализа, навык формирования гипотез, генерации идей, нестандартного мышления, необычных решений, навык рационального и иррационального подходов и креативность мышления. К социальным особенностям: развитую коммуникабельность, открытость к взаимодействию, поиск компромиссов и согласия, доброжелательность и уважение к людям. К адаптационным особенностям: стремление к поиску новой информации, готовность к изменениям, сохранение продуктивного мышления в ситуации неопределенности, адаптивность в разных субкультурах [7].

Синтезируя представленные подходы к определению актуальных индивидуально-психологических особенностей эффективного руководителя, целесообразно представить перечень данных особенностей, которые будут относиться к каждому из компонентов акронима BANI (таблица 1).

Основными индивидуально-психологическими особенностями эффективного руководителя в условиях хрупкости мира являются: устойчивость, внимательность к деталям, лидерство, критичность мышления, эмоциональный интеллект, оптимизм, добросовестность, коммуникабельность.

В тревожном мире эффективный руководитель должен обладать развитым эмоциональным интеллектом, оптимизмом, добросовестностью и коммуникабельностью.

Нелинейный мир требует, чтобы эффективные руководители обладали адаптивностью, гибкостью мышления, креативностью и решимостью.

В условиях непостижимого мира эффективный руководитель должен иметь: развитую интуицию; аналитическое мышление и толерантность к неопределенности.

Стоит отметить, что данные характеристики и особенности не всегда имеют четкие границы, так как они взаимосвязаны.

*Таблица 1*

**«Индивидуально-психологические особенности эффективного руководителя в условиях BANI-мира»**

Характеристика BANI-мира	Необходимые индивидуально-психологические особенности для эффективной управленческой деятельности
Brittle (хрупкий)	Устойчивость, внимательность к деталям, лидерство, критическое мышление
Anxious (тревожный)	Эмоциональный интеллект, оптимизм, добросовестность, коммуникабельность
Nonlinear (нелинейный)	Адаптивность, гибкость мышления, креативность, решимость, инициативность
Incomprehensible (непостижимый)	Развитая интуиция, аналитическое мышление, толерантность к неопределенности

### *Заключение*

BANI-мир оказывает неоспоримое влияние на деятельность организации. Даже самые, на первый взгляд, устойчивые организации могут столкнуться с непредвиденными обстоятельствами крупного масштаба, что может привести к их полной ликвидации. В связи с этим важно уделить особое внимание личности руководителя и его индивидуально-психологическим особенностям, которые

выступают одним из главных факторов эффективного управления деятельностью организации.

Разработанная модель индивидуально-психологических характеристик может быть использована при подборе, оценке, развитии и обучении персонала, что обеспечит компании возможность долгосрочного и эффективного функционирования в хрупкое, непостижимое, нелинейное и тревожное время.

#### *Список литературы*

1. Jamais Cascio. Facing the Age of Chaos [Электронный ресурс]: <https://medium.com/@cascio/facing-the-age-of-chaos-b00687b1f51d> (дата обращения: 12.03.2024)
2. Мейер Р., Майерс Р. Виртуозное лидерство: как создать собственный репертуар лидерских стилей. М.: Изд. «Дело». 2019. 392 с.
3. Итоги Всемирного экономического форума, 2023. [Электронный ресурс]: [www3.weforum.org/docs/WEF\\_Future\\_of\\_Jobs\\_2023.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2023.pdf) (дата обращения: 15.03.2024)
4. Из мира VUCA к миру BANI: материалы Гайдаровского форума: «Россия и мир: приоритеты», 13-14 января 2022. [Видеозапись]: <https://www.youtube.com/watch?v=fZOVHXxbdRY&t=12s> (дата обращения: 23.03.2024)
5. Аксеновская Л.Н. Моделирование параметров новой реальности и новые задачи организационной психологии (конец эпохи VUCA. Начало эпохи ОРРО): «Организационная психология: люди и риски»: сб. материалов XIII Всероссийской научно-практической конференции (24-25 апреля 2022 г.) / под ред. проф. Л.Н. Аксеновской. – Саратов: ИЦ «Наука», 2022. 186 с.
6. Шихалиева Д.С., Шумилова Е.Ю. Составляющие успеха руководителя в современных условиях пандемии коронавируса и экономического кризиса // Университетская наука. 2020. № 1(9). С. 109-112.
7. Сокерина С.В. Модель навыков и качеств сотрудника «нового типа» в условиях VUCA – реальности // «Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий». 2022. Т. № 11. № 1. С. 62-68.

### **INDIVIDUAL PSYCHOLOGICAL FEATURES OF AN EFFECTIVE MIDDLE MANAGER IN THE CONDITIONS OF BANI-WORLD**

*V.S. Zhidkova*

The article considers the topic of BANI-world influence on the activities of Russian organizations. The theoretical model of significant individual-psychological features of an effective manager in the conditions of BANI-world is developed.

*Keywords:* BANI-world, organizational psychology, effectiveness of managerial activity, individual-psychological features, management psychology.

## ЭМПАТИЯ КАК ФАКТОР ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ УЧАЩЕГОСЯ ЧЕРЕЗ ВИРТУАЛЬНЫЕ ЭКСКУРСИИ

*В.В. Макаров*

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

Изучается эмпатия как существенный аспект мотивации в процессе профессионального самоопределения учащихся с использованием виртуальных туров по учебным заведениям. Теоретический анализ проблемы показал, что эмпатия является важным аспектом мотивации в процессе профессионального самоопределения учащихся. Виртуальные туры могут способствовать развитию эмпатии и повышению мотивации учащихся при выборе будущей профессии.

*Ключевые слова:* профориентация, старшеклассники, эмпатия, трудовая готовность, профессиональное самоопределение, профориентационная активность, виртуальная экскурсия.

Выбор профессии — важное решение, так как от его правильности зависит многое. Человек посвящает работе значительную часть своей жизни, поэтому выбор профессии является непростой задачей, вызывающей смешанные чувства. Данный выбор влияет на карьеру, будущее финансовое благополучие, удовлетворённость работой и личное счастье. В реальной жизненной практике специалисты различных сфер часто сталкиваются с тем, что выбранная профессиональная деятельность не приносит им удовлетворения.

В процессе выбора профессии молодым людям, не имеющим опыта в принятии подобных решений, часто бывает трудно, поэтому необходимо изучить факторы, влияющие на выбор профессии, и способы сделать его осознанным.

В настоящее время многие потенциальные абитуриенты не имеют достаточной информации о том, какие специальности предлагаются в различных учебных заведениях, становятся заложниками представлений родителей и ближайшего окружения о правильном выборе профессии и получении высшего образования. Из-за проблемы доступности непосредственного посещения конкретного образовательного учреждения они получают слишком мало информации об учебных заведениях, и это мешает им выбрать профессию по душе.

На протяжении последних пяти лет Президент России Владимир Путин подчеркивает важность ранней профессиональной ориентации.

Президент РФ Владимир Путин считает, что в школах нужна работа по ранней профориентации. Сейчас, по его словам, в российских школах она

начинается с 6 по 11 класса. Об этом речь шла на встрече со студентами и работниками промышленных предприятий Челябинской области в феврале 2024 г. [1].

Существуют различные факторы, которые могут способствовать развитию эмпатии по отношению к будущей профессиональной деятельности. Например, это может быть опыт работы в данной сфере, общение с профессионалами, изучение историй успеха и неудач в этой области, а также участие в волонтерских проектах или стажировках, связанных с будущей профессией. Все эти действия могут помочь лучше понять и прочувствовать профессиональную среду, что, в свою очередь, может усилить эмпатию к ней.

В эпоху информационных технологий доступность информации об образовательном учреждении и его специальностях может помочь решить виртуальная профессиональная ориентация, которая позволит сформировать эмпатию к будущей профессии.

Эмпатия как компонент профессиональной идентификации проявляется в способности личности анализировать и оценивать действия других людей в рамках их профессиональной деятельности, “переносить” коллизии, возникающие в процессе работы, на себя, отождествляясь или противопоставляя себе как профессионалу. Это можно достичь через виртуальную профессиональную ориентацию, которая предоставляет информацию о различных профессиях и позволяет лучше понять их специфику.

Стоит отметить, что существует недостаток монографий, посвященных изучению эмпатии и ее влияния на мотивацию в контексте личностного и профессионального развития.

Проблема повышения роли эмпатии в развитии личности является предметом психологического исследования уже на протяжении долгого времени. Это связано с тем, что эмпатия как психический феномен оказывает значительное влияние на формирование личности в целом, усиливает мотивацию и эффективность деятельности, а также расширяет представление о ее результативности.

Определение эмпатии можно найти в современном толковом словаре русского языка:

1. Способность входить в чужое эмоциональное состояние, сопереживать.
2. Интеллектуальная идентификация собственных чувств с чувствами и мыслями другого человека [2].

Эмпатия как способность понимания, кем бы хотела стать личность, на раннем этапе жизни играет важную роль в профессиональном самоопределении.

В зависимости от развития, эмпатия приобретает индивидуально-качественную специфику, оказывая влияние на мотивацию личности в выборе профессиональной деятельности.

Эмпатия может способствовать формированию идентичности, поскольку она позволяет человеку лучше понимать свои собственные чувства, мысли и мотивы. Когда человек способен сопереживать другим, он может лучше понять, что движет его собственными решениями и действиями.

Понятия «эмпатия» и «идентичность» близки. Первое означает понимание эмоций и чувств. Второе, согласно Д.В. Колесову, — переживание человеком своей принадлежности к чему-либо (принципу, делу, идее) или своего единения с кем-либо (другим индивидом, самим собой, группой) [3].

Взаимосвязь эмпатии и идентичности может играть важную роль в выборе вида деятельности. Эмпатия – это способность понимать и чувствовать эмоции других людей, а идентичность – это осознание своей уникальности и индивидуальных особенностей. Эмпатийное отношение к другому способствует формированию подлинной идентичности человека [4].

Важно отметить, что выбор вида деятельности должен быть основан не только на эмпатии и идентичности, но и на других факторах, таких как интересы, навыки и ценности. Каждый человек имеет свой уникальный набор качеств, которые могут помочь ему достичь успеха в определенной области.

Для решения вышеперечисленных проблем необходимо использовать виртуальные туры, которые помогут учащимся в выборе своей профессиональной траектории и будущей профессии. Виртуальная профессиональная ориентация может включать различные инструменты и ресурсы, которые помогают людям определиться с выбором профессии. Например, это могут быть онлайн-тесты, которые помогают определить профессиональные интересы и склонности, виртуальные экскурсии, наполненные информацией, видеоматериалами об учебных заведениях видеолекциями от успешных профессионалов в выбранной области.

Поколение Z предпочитает получать информацию здесь и сейчас в интерактивном формате, используя технологии виртуальной реальности, которые позволяют получить полный и актуальный опыт посещения учебного заведения, не выходя из дома. Для успешной профориентации учащихся следует разрабатывать виртуальные туры, включающие контент, который будет направлен на повышение уровня эмпатии учащихся к будущей профессии.

Важно, что взаимодействие с виртуальной профориентацией обогащает будущего студента опытом проживания профессионально значимых для него ситуаций. Такие знания о будущей профессии надолго останутся в

эмоциональной памяти учащегося, поскольку они прошли определённую «переработку» в его сознании и получили его нравственную и профессиональную оценку.

#### *Список литературы*

1. Герейханова А. Путин заявил, что программа ранней профподготовки должна охватить все школы РФ // Российская газета. 16.02. 2024. URL: <https://rg.ru/2024/02/16/reg-urfo/putin-zaiavil-chto-programma-rannej-profpodgotovki-dolzha-ohvatit-vse-shkoly-rf.html>. (дата обращения: 04.04.2024)
2. Басова А. Г. Понятие эмпатии в отечественной и зарубежной психологии // Молодой ученый. 2012. Т. 43. № 8. С. 254-256.
3. Колесов Д.В. Антиномии природы человека и психология различия: к проблеме идентификации и идентичности // Мир психологии. 2004. №3. (39) С. 9-19.
4. Муратова И.А. Значимость эмпатийного отношения к другому в формировании идентичности человека //Исторические, философские, политические и юридические науки. Культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2017. Т. 77. № 3-1. С. 104-108.

### **EMPATHY AS A FACTOR IN A STUDENT'S PROFESSIONAL SELF-DETERMINATION THROUGH VIRTUAL EXCURSIONS**

*V.V. Makarov*

The article examines empathy as an essential aspect of motivation in the process of professional self-determination of students using virtual tours of educational institutions. Theoretical analysis of the problem showed that empathy is an important aspect of motivation in the process of professional self-determination of students. Virtual tours of educational institutions can help develop empathy and increase student motivation when choosing a future profession.

*Keywords:* career guidance, high school students, empathy, work readiness, professional self-determination, career guidance activity, virtual tour.

## ПРОБЛЕМА ДУХОВНОСТИ СТУДЕНТОВ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

*Л.В. Морозова*

Вятский государственный университет

Духовность является важнейшим аспектом в становлении личности, но роль данного феномена в российской психологической науке долгое время находилась малоисследованной, так как в начале 20 века произошла смена мировоззренческих ориентиров и идеологии. Сегодня наше общество вновь претерпевает глобальные изменения, в этой связи важным представляется изучение духовности именно в студенческой среде, так как развитие неразрывно связано со смысло-жизненными ориентациями и высокими нравственными качествами, формирование которых необходимо. Рассматривается феномен духовности студентов как многогранное понятие, включающее в себя смысловые структуры и ценностные ориентации личности. Обоснована актуальность изучения духовности в рамках психологической науки и сделана попытка разработать уровневую структуру духовности студентов.

*Ключевые слова:* духовность, понятие духовности, характеристики духовности, структура духовности, исследование духовности, бездуховность.

### *Актуальность исследования духовности студентов*

В современном российском обществе происходят глобальные изменения. Общество находится в переходной стадии развития, насаждаемые западом образцы индивидуализма, потребительства и либеральности привели молодое поколение к отступлению от ценностных ориентиров, присущих русской культуре, и, как результат, к потере идентичности и упадку духовности. Самой главной жертвой кризиса идентичности является сама личность, для которой потеря духовности является утратой ориентации на национальные ценности. Проблемы духовности и нравственности были отодвинуты на второй план в воспитании молодого поколения. Актуальность исследования духовности студентов заключается в том, что сегодняшние студенты в будущем станут представлять элиту страны и будут определять развитие нашего общества и страны в целом. Следует упомянуть о словах Президента Российской Федерации В.В. Путина, которые закреплены в Указе от 9 ноября 2022 года, в котором подчеркивается существующая проблема идеологического и психологического воздействия на граждан и насаждение чуждой российскому народу и разрушительной для российского общества системы идей и ценностей, включающей культивирование эгоизма, вседозволенности, безнравственности [1]. Важным этапом в формировании личности являются духовные ценности, исследование проблемы духовности даёт возможность в обозначении направлений развития и воспитания духовности в среде студенчества, в

российском обществе. Изучение духовности в психологии позволит совершенствовать и развивать важнейшие навыки, такие как эмпатия, способность к сопереживанию, а также глубинное понимание самих себя и своего места в мире.

#### *Феномен духовности в психологии*

В психологической науке можно рассмотреть понятие духовности, как:

- 1) имеющее отношение к религии и связанное с религиозными убеждениями человека;
- 2) не имеющее отношение к религии, светское, или секулярное;
- 3) охватывающее как светские, так и религиозные сферы человеческого опыта.

Если попытаться соотнести феномен духовности с религиозностью, можно сделать вывод, что религиозность помогает человеку осмыслить и осознать человеческую жизнь как нечто одухотворенное, возвышенное и трансцендентное, имеющее своей целью не просто плотское бытие, а восхождение на совершенно новый, высший уровень существования, смысловая сфера религиозного человека соотносится с Абсолютом, подразумевает существование и признание Высшей Силы, Бога. Так, например, в книге американского психолога, профессора Калифорнийского университета Роберта Эммонса мы находим следующее определение, духовность – это убеждения и действия, с помощью которых люди соотносят свою жизнь с Богом, или Божественным бытием. [2, с. 179] По мнению Р. Эммонса, духовные и религиозные убеждения являются не просто компонентом личности, а её ядром.

Согласно краткому психологическому словарю, «духовность» понимается как высший уровень развития и саморегуляции зрелой личности, на котором основными мотивационно-смысловыми регуляторами ее жизнедеятельности являются высшие человеческие ценности [3]. Стоит обратить внимание, что, рассматривая понятие духовности, речь идёт всегда о высших смыслах и ценностях, например, В. Франкл в книге «Человек в поисках смысла» определяет духовность как базовый экзистенциал человеческого бытия, который связан с другими аспектами нашей жизни [4]. В. Франкл рассуждал о трех уровнях человека. Первый уровень телесный, или биологический, затем следует душевный, психологический уровень, и наконец, третий уровень, духовный, который соотносится у человека со смысловой сферой. Мнение В. Франкла соотносится с христианским мировоззрением о трехсоставности человеческой природы – тела, души и духа, так апостол Павел говорит: «Ибо живущие по плоти о плотском помышляют, и живущие по духу – о духовном» [5, с. 629]. Согласно мнению В.И. Слободчикова, духовность можно отнести к родовым определениям

способа жизни человека, дух связывает человека как субъекта психической деятельности со всем человеческим родом. Рассматривая понятие «духовность» в психологии, становится понятно, что «духовность» представляется нам в утверждении высших ценностей, так, например, Д.А. Леонтьев дает следующее определение духовности: «Духовность» – высший уровень человеческой саморегуляции, присущий зрелой личности» [6].

Духовность всегда находится в смысловой сфере, она дает нам ответы на главные вопросы: что есть добро и зло? что такое истина? для чего ты живешь? Духовность – это свобода, через духовность человек открывает для себя любовь и справедливость, творчество и высшие смыслы.

#### *Структура духовности студентов и её уровни в психологической науке*

Духовность представляет собой одну из важнейших сфер жизни человека, которая включает множество аспектов. Психологическими характеристиками духовности можно назвать ценностные ориентации и ценности в целом, мотивы поведения и нравственные свойства.

В структуре духовности можно выделить следующие ее компоненты: когнитивный; эмоциональный; поведенческий.

Когнитивный компонент духовности связан с осознанием и познанием сущности духовного мира, а также с поиском смыслов целей в жизни. Когнитивный компонент может оказывать влияние на эмоциональный и поведенческий.

Эмоциональный компонент духовности является отражением внутренней эмоциональной связи человека с самим собой и окружающими. Одним из важнейших составляющих эмоционального компонента является эмпатия – умение искренне понять чувства и переживания других людей, проявлять сострадание и поддержку.

Поведенческий компонент духовности проявляется в наших действиях и тех решениях, которые основаны на духовно-нравственных принципах. Это означает стремление человека осмысленно следовать и действовать в соответствии с духовно-нравственными нормами, независимо от тех обстоятельств жизни, которые окружают его в той или иной момент его бытия. Поведенческий компонент является отражением наших ценностей.

Важным представляется разработка уровней духовности. Основываясь на уровневой структуре личности Б.С. Братуся [7, с. 44-45], мы попытались разработать уровневую структуру духовности студентов. Согласно нашей теории, существует четыре уровня духовности, высокий, средний, низкий и бездуховность. Каждому из уровней присущи компоненты проявления – когнитивный, эмоциональный, поведенческий.

Рассмотрим высокий уровень духовности, он соотносится с духовным, эсхатологическим уровнем, согласно структуре личности Б.С. Братуся. *Когнитивный компонент* характеризуется глубокими познаниями и пониманием духовных ценностей, этики и морали, познания в сфере философии и религиозного знания, и способность применять эти знания в жизни, что говорит о его мудрости. *Эмоциональный компонент* характеризуется способностью к эмпатии, состраданию, умению управлять своими эмоциями, развитым самоконтролем, высоким уровнем ответственности. *Поведенческий компонент* проявляется в альтруистическом поведении, служении другим людям и заботе о нуждающихся, у такого человека развиты нравственность, человеколюбие и мудрость, он проявляет смирение и обладает выдержкой.

Средний уровень духовности соотносится с просоциальным или гуманистическим уровнем личности. *Когнитивный компонент* проявляется через наличие базовых знаний о духовных ценностях и традициях, но поверхностное их понимание и недостаточное применение в повседневной жизни. *Эмоциональный компонент* характеризуется непостоянством в проявлении чувств, способность к сопереживанию проявляется у такого человека не всегда. *Поведенческий компонент* проявляется в эпизодических проявлениях альтруизма и заботы об окружающих, у такого человека отсутствует дисциплина и постоянство в данной сфере.

Низкий уровень духовности соотносится с группоцентрическим уровнем личности. *Когнитивный компонент* проявляется незначительными, скудными познаниями в сфере духовных ценностей, человек не задумывается над смысло-жизненными ориентациями.

*Эмоциональный компонент* личности с низким уровнем духовности проявляется в способности к сопереживанию только к членам той группы, частью которой является он сам, например, к членам своей семьи. *Поведенческий компонент* проявляется в низкой заинтересованности в самопознании, доброжелательность и уважение проявляются только к близкому кругу достойных, по мнению человека, людей, склонен действовать больше ради личной выгоды, хотя возможны исключения, если помощь требуется кому-то из его близкого круга.

Бездуховность соотносится с эгоцентрическим уровнем личности. *Когнитивный компонент* характеризуется интересом только к своей персоне, главной ценностью человек считает себя, духовные ценности могут критиковаться, подвергаться насмешкам или быть приняты только частично, если это удобно такому человеку и не мешает достижению своих целей. *Эмоциональный компонент* определен стремлением к личной выгоде и комфорту,

такой человек считает самоценным только себя, других членов общества он расценивает потребительски как орудие для достижения своих целей; милости, сострадания, любви достоин только тот человек, который может принести пользу. *Поведенческий компонент* проявляется в отсутствии альтруистического поведения, служение другим людям и тяга к заботе о нуждающихся у такого человека отсутствуют, более того он считает это зазорным и глупым занятием, осуждает все, что с этим связано. Вся деятельность такого человека направлена только на личное благополучие и статус, которых он может пытаться достигать любыми целями.

По нашему мнению, все перечисленные уровни духовности могут сочетаться между собой в каждом человеке и проявляться время от времени, в тех или иных аспектах, скорее всего возможным представляется обозначить некую доминанту, т.е. тот уровень, который превалирует над другими, например, человек с низким уровнем духовности или на уровне бездуховности может иметь попытки и порывы к милосердию или альтруизму, но данные попытки быстро заканчиваются, так как эгоцентризм и себялюбие берут верх и побеждают в этой борьбе снова и снова, потому как человеку, в большинстве случаев, проще выбрать привычный для себя путь.

#### *Выводы*

Феномен духовности человека долгое время был табуирован в психологической науке, особенно это заметно по отечественной психологии. Духовность рассматривалась только как продукт культурной деятельности человека, моральных норм, принципов. В настоящее время мы понимаем, что необходимо сделать разворот в сторону другого полюса человеческого существования и бытия, важным представляется охватывать все уровни личности человека, самым главным и наивысшим уровнем является духовный.

Несомненно, необходимо повышать уровень духовности в студенческой среде. Для молодого поколения является важным быть способными задавать себе вопросы о своих ценностях, убеждениях и целях, уметь делать выводы и стремиться к гармонии между своими внутренними убеждениями и поступками. Это поможет в развитии критического мышления, этических принципов и способности к саморефлексии. Развитие духовности студентов – это вклад в будущее нашей страны и общества, ведь именно через духовность человек может открыть доступ к смыслу жизни, определить, что является ценнейшим и основополагающим в его жизни, научиться любви и состраданию, развивать эмпатию и задать себе главные вопросы о смыслах своего бытия. Через изучение данного феномена в психологии мы сможем углубиться в понимание многогранности человека и исследовать, и охватить все уровни его личности,

в том числе и духовный. Через феномен духовности мы можем значительно расширить поле изучения личности в психологической науке и, наконец, вернуть в неё то важное, ради чего вся наука психология и была создана, – душу.

#### *Список литературы*

1. Указ Президента Российской Федерации от 9 ноября 2022 года №809, об утверждении основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей / [Электронный ресурс] // <http://www.kremlin.ru>: [сайт]. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/48502> (дата обращения: 21.10.2023).
2. Эммонс Р. Психология высших устремлений: мотивация и духовность личности / пер. с английского Д.А. Леонтьева. – Москва: Смысл. 2004. 416 с.
3. Карпенко Л.А., Петровский А.В., Ярошевский М.Г., Краткий психологический словарь // Научная библиотека: [сайт]. – URL: <http://med.niv.ru/doc/dictionary/short-psychology/fc/slovar-196-2.htm#zag-264> (дата обращения: 20.03.2024).
4. Франкл В. Человек в поисках смысла – Москва: Прогресс. 1990. 366 с.
5. Новый завет. СПб: Храм Воскресения Христова. 2009. 1007 с.
6. Леонтьев Д.А. Духовность, саморегуляция и ценности // Известия Таганрогского государственного радиотехнического университета. 2005. № 7. С. 16-21.
7. Братусь Б.С. Начала христианской психологии / Братусь Б.С., Воейков В.Л., Воробьев, С. Л. – Москва: Наука. 1995. 236 с.
8. Братусь Б.С. Психология и духовность – две вещи несовместные? // Журнал Высшей школы экономики. 2019. №3. С. 470-478.
9. Слободчиков В.И. Психология человека. Введение в психологию субъективности. Учебное пособие для вузов. – Москва: "Школа-Пресс". 1995. 384 с.
10. Чхивазде Т.В., Духовность личности: Сущностные признаки, структура и особенности проявления у студентов: специальность 19.00.01 «общая психология, психология личности, история психологии»: Автореферат на соискание доктора психологических наук / Чхивазде Т.В.; Российский университет дружбы народов. – Москва, 2011. 26 с.

### **THE MAIN PROBLEM OF STUDENTS' SPIRITUALITY: THEORETICAL ASPECTS**

*L. V. Morozova*

Spirituality is the most important aspect in the formation of a personality, but the role of this phenomenon in Russian psychological science has been little explored for a long time, since at the beginning of the 20th century there was a change in worldview and ideology. Today, our society is undergoing global changes again, in this regard, it is important to study spirituality in the student environment, since the development of spirituality is inextricably linked with meaningful life orientations and high moral qualities, the formation of which is necessary. This article examines the phenomenon of students' spirituality as a multifaceted concept that includes semantic structures and value orientations of a personality. The article substantiates the relevance of studying spirituality within the framework of psychological science, examines the phenomenon of students' spirituality in psychology and attempts to develop a level structure of students' spirituality.

*Keywords:* spirituality, concept of spirituality, characteristics of spirituality, structure of spirituality, study of spirituality, inspirituality.

## **МОТИВАЦИЯ И УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ РАБОТОЙ СОТРУДНИКОВ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ ЛАТИНСКОЙ АМЕРИКИ**

***П.М. Наварро***

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

Рассматривается изучение организационного климата и его влияния на сотрудников государственных учреждений, а также предложение улучшений в этом отношении. Однако именно на этом уровне происходят нарушения подотчетности, в том числе дисциплины, а также исполнения принятых решений и контроля за их выполнением. Целью этого исследования является измерение взаимосвязи, существующей между переменными мотивация, удовлетворенность работой, и эффективность работы сотрудников на рабочем месте.

*Ключевые слова:* организационный климат, производительность, конкурентоспособность, культура, стимулы, мотивации.

Попытаемся проанализировать проблему мотивации и удовлетворенности работой государственных служащих в Латинской Америке. Существуют различные проблемы, связанные с мотивацией персонала в государственных учреждениях. Одна из них – это недостаточный уровень мотивации, вызванный низким уровнем заработной платы, недостатком перспектив карьерного роста. Мы используем различные методы исследования, включая описание, анализ, синтез и психодиагностические методики анкетирования.

*Факторы, влияющие на мотивацию и удовлетворенность работой сотрудников государственных учреждений.*

Влияние культуры: культурные особенности Латинской Америки, такие как уважение к авторитету, влияют на мотивацию и удовлетворенность работников.

Социальная справедливость: вопросы социальной справедливости и равенства тоже играют важную роль в мотивации сотрудников государственных учреждений.

Лидерство и управление: стиль управления и лидерство могут сильно влиять на мотивацию и удовлетворенность работой сотрудников [1].

*Изучение успешных практик в регионе*

Проведение анализа успешных практик в области управления персоналом в государственных учреждениях других стран Латинской Америки может принести ценные уроки и позволить выработать подходы, адаптированные к местной культуре и контексту [2].

### *Роль мотивации в обеспечении качественных государственных услуг*

Исследование взаимосвязи между уровнем мотивации сотрудников государственных учреждений и качеством предоставляемых ими услуг может подчеркнуть необходимость уделять внимание мотивации сотрудников для достижения высоких стандартов работы в государственном секторе [3].

### *Адаптация международных методик к местным условиям*

Использование международных методик и техник управления персоналом, с учетом их адаптации к местным условиям и культуре, может быть ключевым фактором в создании мотивирующей и продуктивной среды в государственных учреждениях.

### *Важность поддержки и развития кадрового резерва*

Развитие программ поддержки и развития кадрового резерва с целью обеспечения продолжения мотивации и удовлетворенности сотрудников, а также обеспечения стабильности и эффективности в работе учреждений.

### *Поддержание открытого диалога и обратной связи*

Создание открытых механизмов для обратной связи со стороны сотрудников и обеспечение возможностей для высказывания своих мыслей и идей может способствовать повышению удовлетворенности работой и улучшению внутренней коммуникации. Организационный климат играет важную роль в формировании уровня мотивации и удовлетворенности работой сотрудников. Он включает в себя множество компонентов: стиль руководства, отношения между коллегами, условия труда и многое другое [4].

### *Методы повышения мотивации и удовлетворенности работой*

Развитие профессиональных навыков: обучение и развитие персонала могут повысить мотивацию и удовлетворенность работой сотрудников.

Повышение прозрачности и участия: включение сотрудников в процессы принятия решений и обеспечение прозрачности в работе учреждения тоже способствует их мотивации.

Системы поощрений и стимулирования: внедрение систем поощрений и стимулирования может повысить удовлетворенность работой сотрудников [5].

### *Учет культурных особенностей*

Понимание и учет культурных особенностей Латинской Америки – коллективизм, уважение к старшим и традиционные ценности, в разработке программ мотивации и удовлетворенности работой.

### *Роль эффективного коммуникационного подхода*

Развитие эффективной коммуникационной стратегии для обеспечения ясного и эмпатичного обмена информацией между руководством и сотрудниками может положительно сказаться на мотивации и удовлетворенности работой [6].

### *Стимулирование профессионального роста*

Создание системы стимулирования профессионального роста и развития сотрудников, включая программы обучения, возможности карьерного роста и менторство [7].

### *Инновационные подходы к мотивации*

Изучение инновационных подходов к мотивации сотрудников – гибкие графики работы, возможности удаленной работы и другие современные методы, которые могут быть особенно актуальны в постпандемийном мире.

### *Управление эмоциональным благополучием*

Уделение внимания управлению эмоциональным благополучием сотрудников через программы по уменьшению стресса, поддержке здоровья и балансировке работы и личной жизни. Улучшение внутренней культуры организации тоже может помочь повысить мотивацию сотрудников. Это может включать создание более поддерживающей рабочей среды, уважение к разнообразию и инклюзии.

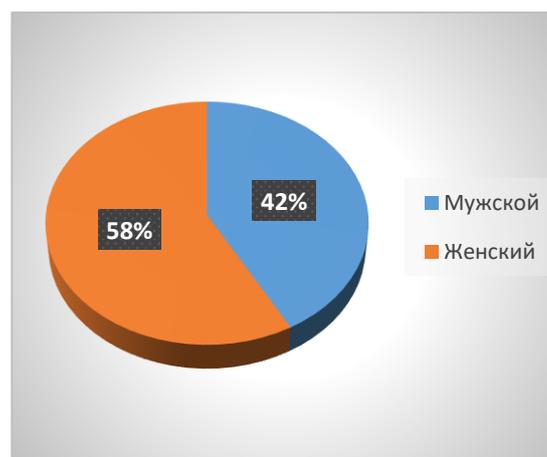
### *Методы исследования*

Попытаемся проанализировать проблему мотивации и удовлетворенности работой государственных служащих в Латинской Америке, используя различные методы исследования: описание, анализ, синтез и психодиагностические методики анкетирования.

Благодаря мероприятиям по опросу удовлетворенности сотрудников может сформироваться групповое сознание, ориентированное на предприятие, на основе демократического управления, чтобы подсознательно оказывать сильное воздействие на организацию коллектива.

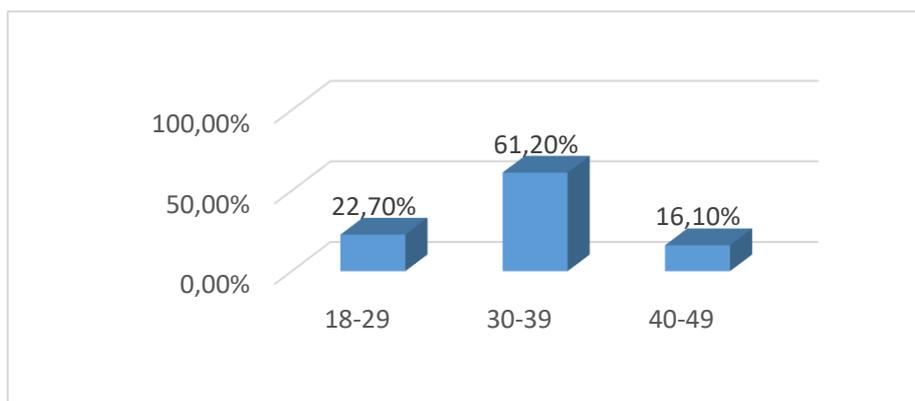
При ответе на первый вопрос «Ваш пол» 13 человек обозначили себя как представители мужского пола, 18 человек – женского пола. Отообразим это на диаграмме.

В опросе приняли участие 19 респондентов в возрасте от 30 до 39 лет, 5 респондентов в возрасте 40-49 лет, 7 респондентов в возрасте 18-29 лет.



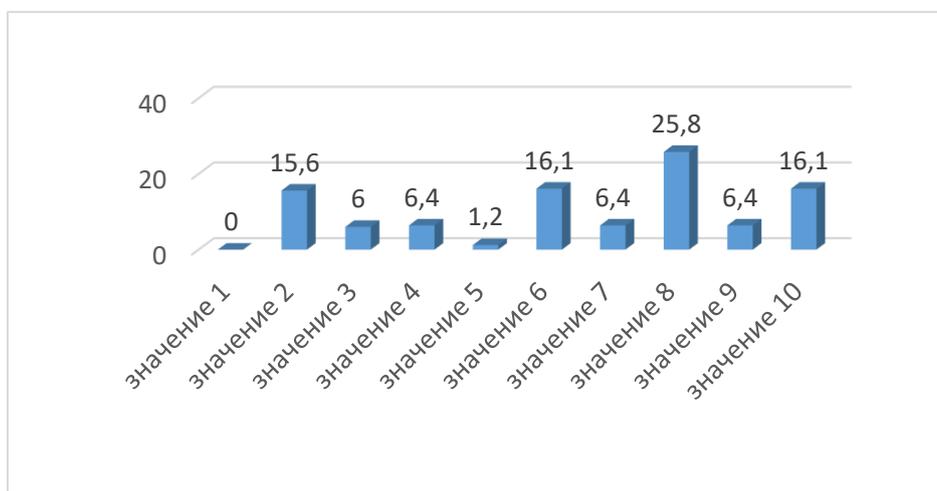
Респондентам был задан вопрос, насколько они удовлетворены текущей системой мотивации в их компании. Ответы было решено представить в виде 10-балльной шкалы, где 1 – совсем не удовлетворен, 10 – полностью удовлетворен.

Динамика ответов на заданный вопрос выстроилась следующая:



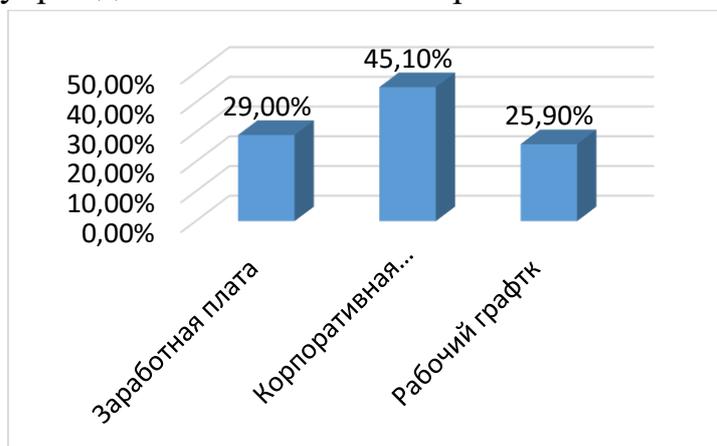
Согласно динамике показателей удовлетворенности сотрудников условиями труда в компании, можно сделать вывод, что большая часть сотрудников не полностью удовлетворены.

Далее мы задали вопрос, какие аспекты мотивации работают хорошо и их не стоит менять.



Большая часть респондентов (45,1%) свидетельствуют о том, что имеющаяся корпоративная культура нуждается в существенной доработке.

Далее нам необходимо сформировать и расписать мероприятия по повышению мотивации и удовлетворенности работой сотрудников государственных учреждений Латинской Америки.



### *Заключение*

Мотивация и удовлетворенность работой сотрудников государственных учреждений в Латинской Америке являются важными аспектами, требующими внимания со стороны руководства и управляющих органов, понимания особенностей культуры и контекста региона, а также применение соответствующих методов управления персоналом. Важно принять необходимые меры для улучшения этих факторов, включая повышение заработной платы, предоставление перспектив карьерного роста и улучшение внутренней культуры организации. Это поможет повысить мотивацию и удовлетворенность работой сотрудников, что, в свою очередь, положительно скажется на качестве государственных услуг.

### *Список литературы*

1. Gómez L. (2020). Arte y cultura. Cultura y motivación laboral en América Latina. Revista de sociología del trabajo, 3 (1), 24-38.
2. Pérez J. Clima organizacional en las instituciones públicas de América Latina: Impacto en la satisfacción laboral y la productividad. Revista de estudios latinoamericanos, 4 (2), 34-56.
3. Иванова С.А. Мотивация на 100 %. А где же у него кнопка?. – М.: Альпина Паблишер. 2013. 285 с.
4. Rodríguez M. (2019). Arte y cultura. Justicia social y satisfacción laboral en las instituciones públicas. Revista de investigación social, 2 (2), 67-83.
5. Афанасьева В.С. Эффективные методы мотивации персонала // Аллея науки. 2020. Т. 2. № 12(51). С. 456-458.
6. Rodríguez M. (2019). Arte y cultura. Justicia social y satisfacción laboral en las instituciones públicas. Revista de investigación social, 2 (2), 67-83.
7. Alva J.Y., Domínguez F. (2015). Clima organizacional y satisfacción laboral en los trabajadores De La Universidad San Pedro De Chimbote, 2013. Crescendo, 6 (1), 90-102. Repellendus; <http://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo/article/view/818> (дата обращения: 15.03.2024)

## **MOTIVATION AND JOB SATISFACTION OF EMPLOYEES OF PUBLIC INSTITUTIONS IN LATIN AMERICA**

*P.M. Navarro*

This article examines the study of organizational climate and its impact on employees of government institutions, as well as proposing improvements in this regard. However, it is at this level that violations of accountability occur, including discipline, as well as the implementation of decisions and their monitoring. The aim of this research is to measure the relationship between the variables of motivation, job satisfaction, and the effectiveness of employees in the workplace.

*Keywords:* organizational climate, productivity, competitiveness, culture, incentives, motivations.

## РОЛЬ НАСТАВНИЧЕСТВА В АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА

*У.А. Некрасова*

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

Рассматриваются виды адаптации, способы её осуществления. Определена роль наставничества в процессе адаптации персонала. Рассмотрены виды наставничества, его методы и модели, оценка работы наставника.

*Ключевые слова:* адаптация персонала; наставничество; виды, методы, модели наставничества, оценка работы наставника.

Адаптация персонала представляет собой тщательно продуманную программу интеграции новых сотрудников в коллектив, позволяющую им быстрее освоиться с новыми задачами, условиями работы и корпоративной культурой, а также наладить рабочие контакты.

Современные ученые рассматривают адаптацию персонала в организации как:

- процесс изменения сотрудника в ходе знакомства с деятельностью и организацией, трансформацию собственного поведения в соответствии с требованиями среды [1];
- приспособление экономической системы и ее отдельных субъектов, работников, к изменяющимся условиям внешней среды, производства, труда, обмена, жизни; приспособление индивидуума к рабочему месту и трудовому коллективу [2];
- процесс ознакомления работника с новой организацией и изменения его поведения в соответствии с требованиями и правилами организационной культуры новой организации [3];
- процесс, занимающий от нескольких месяцев до нескольких лет.

Таким образом, адаптация персонала является процессом, в ходе которого сотрудники знакомятся и приспосабливаются к содержанию и условиям трудовой деятельности, а также к социальной среде организации.

В зависимости от предыдущего опыта работы выделяют две формы адаптации персонала: первичную и вторичную. Первичная адаптация проходит, когда сотрудник вступает в должность впервые, без предыдущего опыта работы в этой сфере. Вторичная форма – приспособление работников, уже имеющих опыт профессиональной деятельности [4].

Также распространено деление адаптации на производственную и внепроизводственную [4].

Процесс производственной адаптации предполагает ознакомление сотрудника с установленными стандартами и процедурами работы в организации, а также сферой своей ответственности.

Во внепроизводственной адаптации играют роль простые вещи, такие как комфортные условия в офисе, неформальное общение с коллегами и отработка собственного стиля поведения на корпоративных мероприятиях.

Различные подходы к определению видов адаптации персонала показывают ее многоаспектность, которая определяется особенностями производственно-экономической системы и социальных отношений внутри организации.

Компании используют различные способы адаптации персонала, чтобы обеспечить комфортную и эффективную работу нового сотрудника:

1. Онбординг – представляет собой поэтапное введение нового сотрудника в организацию, в ходе которой человек знакомится с корпоративной культурой компании, ее внутренними процедурами и коллективом.

2. Реализация наставничества – направлена на помощь стажеру в совершенствовании его навыков в соответствии с требованиями компании и освоении рабочих процессов. Эффективная обратная связь включает регулярные обсуждения с новым сотрудником его задач, достижений и проблем, с которыми он сталкивается.

3. Обучение – дает новым сотрудникам возможность для профессионального роста и способствует их быстрой адаптации. Включает участие в тренингах, конференциях, вебинарах и других образовательных мероприятиях, направленных на развитие необходимых навыков и знаний.

4. Вовлечение нового сотрудника в командные встречи, приглашение его на корпоративные мероприятия и социальные события. Это способствует более быстрой установке взаимопонимания с коллегами, укреплению командного духа и успешной интеграции в коллектив.

5. Организация доступа к технологическим инструментам, ресурсам компании, а также сервисам и платформам, которыми пользуется вся команда. Это позволяет новичку быстрее ориентироваться во всех внутренних рабочих процессах и приступить к выполнению задач [4].

Все эти способы применяются для эффективной адаптации персонала компании. Они помогают новому сотруднику быстрее войти в рабочий процесс, установить взаимоотношения в коллективе и достичь хороших результатов.

В целом за адаптацию персонала в организации отвечают специалисты HR-отдела (HR-менеджер, специалист по адаптации персонала), руководитель

образовательного центра, руководитель подразделения, где работает новый сотрудник, а также наставник.

Одним из самых эффективных методов адаптации персонала является наставничество.

Современные исследователи рассматривают наставничество в организации как:

– обучение на рабочем месте, форму взаимодействия более опытного сотрудника (наставника) с менее опытным (новичком, обучаемым), основной целью которого является оперативное вовлечение новых сотрудников в выполнение должностных обязанностей и деятельность организации [4];

– универсальная технология передачи опыта, знаний, формирования навыков, компетенций, метакомпетенций и ценностей через неформальное взаимообогащающее общение, основанное на доверии и партнерстве [5];

– форма обеспечения профессионального становления, развития и адаптации к квалифицированному исполнению должностных обязанностей работников, а также лиц, проходящих в организации стажировку или практику [2].

Наставничество – важный инструмент, который работодатель может использовать для развития своих сотрудников.

Основные методы наставничества в профессиональной среде направлены на передачу опыта новичкам и помощи им в освоении новых навыков. А именно:

1. Баддинг позволяет передать опыт не старшего сотрудника, а коллеги, который был принят на работу ранее, что создает более непринужденную обстановку.

2. Шедоунг отличается тем, что новичок повторяет за наставником все рабочие действия, не задавая вопросов.

3. Ролевая игра – помогает стажеру освоить навыки решения проблем и принятия решений в реальных рабочих ситуациях.

4. Творческий тандем – подразумевает, что стажер с самых первых дней работы становится полноправным участником рабочего процесса. Он вовлекается во все аспекты работы и имеет возможность учиться у опытных специалистов. [7]

Каждый из этих методов имеет свои преимущества и недостатки, и их выбор зависит от особенностей конкретной ситуации и индивидуальных потребностей новичка.

Опытные наставники используют разнообразные модели, чтобы помочь стажерам освоить новые навыки и преуспеть в своей работе:

1. Формальное наставничество, которое заключается в объяснении целей и приемов работы. Наставник помогает новичку понять, что ожидается от него на рабочем месте и какие задачи нужно решать.

2. Ситуационное наставничество – включает в себя обращение новичка к наставнику только в сложных ситуациях. Наставник выступает в роли поддержки и помогает стажеру разобраться с проблемами, с которыми он столкнулся.

3. Наставничество-супервизия – наставник делится сведениями об организации, перспективах развития протеже, обучает основным навыкам. Отношения строятся на принципе контроля.

4. Неформальное наставничество – подразумевает помощь в ориентации корпоративных ценностей и принятых норм организации, знакомстве с коллегами [6].

Данные модели наставничества представляют собой эффективные инструменты для развития новичков в профессиональной сфере. Опытные наставники могут комбинировать указанные модели, чтобы создать эффективную программу наставничества, способствующую успешному старту стажера и его дальнейшему развитию.

Выбор наставника в организации должен опираться на ряд критериев. Наставник должен быть компетентным специалистом в своей профессиональной области, обладать необходимыми личностными и управленческими навыками, а также иметь высокий уровень мотивации для обучения других.

Личностные компетенции, считающиеся важными для наставника, включают эмоциональный интеллект, проактивность, обучаемость, доброжелательность и ориентацию на людей и результат.

Управленческие компетенции наставника включают коммуникативные навыки, лояльность к компании, стрессоустойчивость, умение организовывать работу, осуществлять контроль и мотивировать сотрудников, а также умение управлять конфликтами [6].

Возможность дальнейшего осуществления наставничества для специалиста определяет оценка его деятельности.

Инструментами оценки наставника могут быть: диагностические методики, личностные опросники, прогностическое интервью, структурированное интервью и другие подобные инструменты.

Оценка работы наставника основывается на пяти блоках:

1. Средняя оценка по заключению руководителя подразделения и наставника по результатам адаптационного периода. Полученное заключение отражает общую эффективность работы наставника и его влияние на адаптацию новичка.

2. Оценка по результатам анкеты обратной связи, заполненной наставляемым. Эта оценка позволяет понять, насколько наставник смог помочь сотруднику в его адаптации и обучении, и выявить возможные проблемы или недостатки в работе наставника.

3. Оценка выполнения целей и задач, поставленных перед наставником, на период адаптации нового сотрудника.

4. Оценка квалификации наставника по результатам экзамена. Эта оценка говорит о том, насколько наставник обладает необходимыми знаниями и навыками для эффективного обучения и поддержки новых сотрудников.

5. Результаты тестирования новичка на конец адаптационного периода [8].

Критерии результативности, которые используются для оценки системы наставничества в организации в целом, включают:

1. Процент сотрудников, успешно прошедших адаптационный период. Этот показатель говорит о том, насколько эффективна работа наставников в помощи сотрудникам в их адаптации.

2. Текучесть персонала в первый год после трудоустройства. Уменьшение текучести кадров свидетельствует о том, что наставничество помогает удерживать сотрудников и создавать благоприятную рабочую среду.

3. Повышение качества профессионального обучения в организации по результатам квалификационного экзамена. Когда сотрудник успешно сдает квалификационный экзамен, это говорит о том, что наставник прекрасно справился с обучением и подготовкой сотрудника.

4. Процент наставляемых, сдавших квалификационный экзамен с первой попытки. Этот показатель оценивает не только работу сотрудника, но и уровень подготовки наставника.

5. Показатель эффективности по результатам прохождения обучающей программы по снижению стресса в рамках реализации системы адаптации для руководителей при смене должности. Успешное прохождение программы свидетельствует о том, что наставничество помогает новым руководителям эффективно справиться со стрессом и адаптироваться к новой должности. [8]

Ценность наставничества в компании проявляется в экономии ресурсов, так как новые сотрудники быстрее адаптируются и делают меньше ошибок. Наставничество снижает текучесть кадров и повышает лояльность и вовлеченность персонала. Кроме того, наставничество способствует профессиональному развитию сотрудников и укрепляет авторитет наставников, что является выгодным для репутации компании.

Наставничество способствует развитию не только новичка, но и самого наставника. Его карьера развивается, он учится, осваивает новые функции.

Для новичков преимущества системы наставничества проявляются в упрощении координации в коллективе и компании, а также снижении стресса и неопределенности в процессе обучения и адаптации. С помощью наставника новому сотруднику проще ориентироваться в компании и определить свою дальнейшую карьеру после испытательного срока.

Таким образом, наставничество играет значимую роль в деятельности компании, самих наставников и новичков, поэтому руководству организации следует относиться более серьезно к выбору наставника и организации его работы.

### *Список литературы*

1. Аксенова Е.А. Управление персоналом: Учебник для вузов [Электронный ресурс] / Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ. 2017. 560 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028879>. (дата обращения: 23.03.2024).
2. Егоршин А.П. Основы управления персоналом: учебное пособие [Электронный ресурс] / А.П. Егоршин. 4-е изд., перераб. и доп. Москва: ИНФРА-М. 2024. 352 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/2113856>, (дата обращения: 28.03.2024).
3. Анисимов А.Ю. Управление персоналом организации: учебник для вузов [Электронный ресурс] / А.Ю. Анисимов, О.А. Пятаева, Е.П. Грабская. Москва: Издательство Юрайт. 2024. 278 с. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/544142> (дата обращения: 23.03.2024).
4. Исаева О.М. Управление человеческими ресурсами: учебник и практикум для вузов [Электронный ресурс] / О.М. Исаева, Е.А. Припорова. 2-е изд. Москва: Издательство Юрайт. 2024. 178 с. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/537156> (дата обращения: 28.03.2024).
5. Письмо Минпросвещения России от 23.01.2020 N МР-42/02 «О направлении целевой модели наставничества и методических рекомендаций» (вместе с «Методическими рекомендациями по внедрению методологии (целевой модели) наставничества обучающихся для организаций, осуществляющих образовательную деятельность по общеобразовательным, дополнительным общеобразовательным и программам среднего профессионального образования, в том числе с применением лучших практик обмена опытом между обучающимися») [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://legalacts.ru/doc/pismo-minprosveshchenija-rossii-ot-23012020-n-mr-4202-o-napravlenii/> (дата обращения: 20.03.2024).
6. Стандарт «Об организации наставничества» [Электронный ресурс] / Режим доступа: [http://cmrp.ru/uploads/nastav\\_paper.pdf](http://cmrp.ru/uploads/nastav_paper.pdf), (дата обращения: 20.03.2024).
7. Кларин М.В. Корпоративный тренинг, наставничество, коучинг: учебное пособие для вузов [Электронный ресурс] / М. В. Кларин. Москва: Издательство Юрайт, 2024. 288 с. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538205>, (дата обращения: 30.03.2024).
8. «Наставничество в целях повышения производительности труда» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://bc-nark.ru/best/our/64936/> (дата обращения: 01.04.2024).

## TUTORING ROLE IN PERSONNEL ADAPTATION

*U.A. Nekrasova*

The article investigates the possible ways and means of personnel adaptation. The author analyzes the role of tutoring in just-employed staff adaptation, models and techniques of tutoring, as well as tutor effectiveness appreciation methodology.

*Keywords:* personnel adaptation; tutoring; types, techniques and models of tutoring; tutor effectiveness measuring.

**МЕЖПОКОЛЕНЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ  
В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ:  
ПЕРСПЕКТИВЫ АДАПТАЦИИ И МОТИВАЦИИ  
МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ**

*С.А. Соколова*

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

Представлены результаты исследования мотивационной структуры молодых сотрудников высокотехнологичных предприятий. Исследование охватило 30 участников в возрасте от 20 до 25 лет. Выявленное преобладание внутренней мотивации подчеркивает значимость самореализации и профессионального удовлетворения для молодёжи. Предложены рекомендации по улучшению межпоколенческой коммуникации и адаптации молодых специалистов.

*Ключевые слова:* мотивация, молодые специалисты, коммуникация между поколениями, работодатель, адаптация и удержание молодых специалистов, рекомендации.

*Введение*

Вопросы трудоустройства молодых специалистов и их успешной адаптации в организации никогда не теряют своей актуальности. Это обусловлено рядом причин: от быстро меняющейся экономической и социокультурной обстановки, требующей постоянного обновления и развития профессиональных навыков, до взаимоотношений между работодателем/коллективом и молодым начинающим профессиональную деятельность работником.

Несмотря на готовность привлекать молодежь, работодатели, по-прежнему, не доверяют молодым специалистам [2]. По результатам исследования, проведенного Н.В. Климовой и Т.И. Касьяновой на базе Уральского федерального университета им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, среди причин такого недоверия выделяются: недостаток у молодых людей самостоятельности и ответственности, недоверие (непонимание) уровня подготовки «бакалавриат», отсутствие у молодых людей жизненного опыта, психологические качества молодых людей, высокий уровень мобильности и динамичности молодых специалистов [3].

Вопросы межпоколенческого взаимодействия затрагивают не только аспекты трудоустройства и профессиональной адаптации, но также касаются сферы трудовой социализации молодежи. В ряде случаев интеграция молодого сотрудника в организационный коллектив представляется, скорее, как проблематичный процесс, поскольку ассимиляция молодых специалистов

сопряжена со значительными временными и финансовыми вложениями. Существует распространенное среди старшего поколения предубеждение, согласно которому молодежь лишена стойких ценностей, не склонна подчиняться устоявшимся правилам и не готова принимать рекомендации и методы работы, предложенные старшими коллегами, поскольку они считаются устаревшими. Значимость трудового коллектива в процессе профессионального становления молодого специалиста нельзя недооценивать. Под воздействием профессионального окружения происходит усвоение нравственных аспектов личности профессионала, формируется профессиональная этика субъекта. Нравственно-психологическая атмосфера в коллективе оказывает существенное влияние на уровень творческой активности индивида, на его стремление к профессиональному развитию.

Возникает закономерный вопрос: как можно обеспечить эффективность межпоколенческого взаимодействия в рамках совместной трудовой деятельности? В этом контексте появляется необходимость глубже изучить особенности молодого поколения и разработать методики для успешного сотрудничества, учитывая, что процесс адаптации предполагает взаимное приспособление как сотрудника, так и организации [4].

Осознание уникальных черт молодого поколения и разработка адекватных методик для эффективного межпоколенческого взаимодействия представляют собой ключевые факторы успешной адаптации в динамично меняющейся социально-экономической и демографической обстановке. В этом контексте необходимо подчеркнуть, что наблюдаемые трансформации в системе ценностей и ожиданиях молодых специалистов инициируют значительные модификации в их профессиональных поведенческих стратегиях. Особое внимание заслуживает тенденция увеличения числа увольнений молодых работников до 25 лет, делающих выбор в пользу организаций, где акцентируется внимание на мотивационных аспектах трудовой деятельности, возможности дистанционной работы и гибкого графика, а также наличия открытого диалога с руководством и обратной связи [5]. Данная тенденция отражает комплексное стремление молодежи к достижению равновесия между профессиональной деятельностью и личной жизнью, при этом особое внимание уделяется поддержанию ментального здоровья и поиску удовлетворения от работы. Эти наблюдения позволяют сделать вывод, что внутренняя мотивация и стремление к самореализации играют решающую роль в профессиональном становлении молодых специалистов.

Таким образом, эффективное управление внутренней мотивацией молодых специалистов является необходимым компонентом их успешной адаптации в организации, предотвращения увольнений и эффективной стратегии

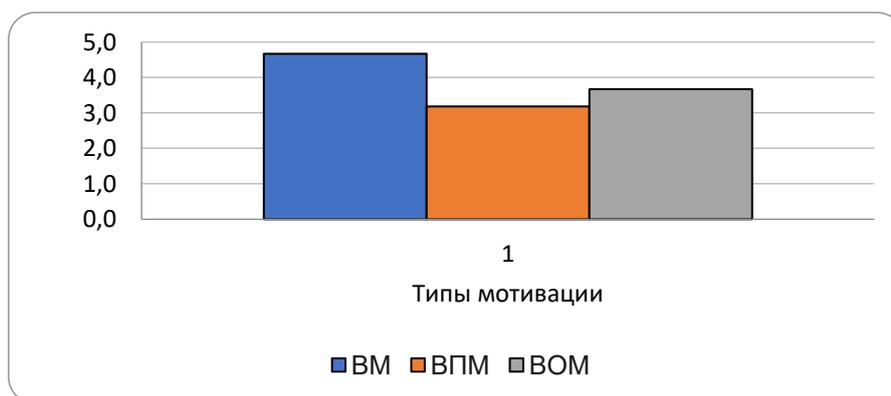
межпоколенческого взаимодействия, что делает тему исследования об особенностях внутренней мотивации трудовой деятельности молодых специалистов актуальной и значимой для современных работодателей.

#### *Результаты исследования и их обсуждение*

В исследовании участвовало 30 сотрудников высокотехнологичных предприятий в возрасте от 20 до 25 лет. Данная возрастная группа была определена с целью изучения мнений и взглядов представителей нового поколения, находящихся на стадии активного вхождения в профессиональное сообщество. Участники опроса имеют различные уровни образования, включая высшее, незаконченное высшее образование, специальное образование, и находятся на различных этапах своей профессиональной карьеры, от тех, кто только начал работать, до тех, кто уже имеет определенный опыт. Участники опроса проживают в различных регионах, что обеспечивает разнообразие взглядов и опыта в контексте различных социокультурных факторов. При формировании выборки уделялось внимание равномерному распределению опрашиваемых по различным критериям, чтобы обеспечить высокий уровень репрезентативности.

Для сбора данных использовались методики «Мотивация профессиональной деятельности» [К. Замфир в модификации А.А. Реана] и «Многофакторный опросник для оценки мотивации трудовой деятельности (Multifactor Inventory of Labor Activity Motivation, MILAM)» [М.В. Прохорова, О.М. Овсянникова, 2017].

Полученные данные по методике К. Замфир показали преобладание внутренней мотивации в мотивационном комплексе:  $BM > BPM > BOM$  (рис. 1).



**Рис. 1.** Среднее значение мотивационного комплекса по К. Замфир

Данные показали, что индекс внутренней мотивации достигает наивысшего среднего значения (4,7 балла), превосходя остальные типы мотивации: внешнюю положительную и внешнюю отрицательную. Статистическая значимость

обнаруженных различий в средних значениях была подтверждена с помощью однофакторного дисперсионного анализа, что повторно иллюстрирует сниженную эффективность традиционных методов мотивации, таких как система «кнута и пряника», в воздействии на трудовую деятельность молодых работников.

Для эффективной активации внутренней мотивации (ВМ) молодых специалистов целесообразно предложить задачи и проекты, которые будут им по-настоящему интересны.

В процессе определения структуры мотивации трудовой деятельности с помощью методики МІЛАМ установлены ключевые мотивы молодых специалистов (табл.1).

Мотивы проранжированы по убыванию средних значений и позволяют сформировать представление о особенностях мотивационного комплекса молодого поколения в контексте современных вызовов и изменений в обществе.

*Таблица 1*

**Ключевые мотивы трудовой деятельности молодых специалистов**

№	Факторы	Среднее значение
1	Работа как таковая	9
2.	Здоровая психологическая атмосфера	8
3	Низкая заработная плата	8
4	Профессиональный рост	8
5	Самореализация	7
6	Оптимальные условия работы	7
7	Карьерный рост	7
8	Участие в принятии решения	7
9	Новизна	7

Из приведенных данных следует, что на первом месте ключевых мотивов труда оказалась «Работа как таковая», что указывает на высокую значимость самой работы в их профессиональной жизни. Также высокие показатели у «Здоровой психологической атмосферы» и «Низкой заработной платы» свидетельствуют о значимости комфортного рабочего окружения и адекватной компенсации за труд. Эти результаты позволяют сделать вывод, что молодые специалисты ценят не только материальное вознаграждение, но и психологический комфорт, а также возможности для профессионального и личностного роста в рамках своего профессионального развития

*Выводы*

На основе данных, полученных в ходе комплексного исследования мотивационной структуры молодых сотрудников высокотехнологичных

предприятий, можно сделать ряд значимых выводов. Отмечается преобладание внутренней мотивации, что свидетельствует о важности самореализации и личного вклада в трудовую деятельность молодых специалистов.

Анализируя структуру мотивации, можно отметить, что наивысшие средние значения приходятся на такие аспекты, как важность самой работы, здоровая психологическая атмосфера, адекватность заработной платы и возможности для профессионального роста. Эти факторы подчёркивают не только стремление молодежи к финансовой стабильности, но и к удовлетворению от процесса работы и развития в профессиональной сфере.

Исходя из результатов исследования, можно рекомендовать следующие подходы для налаживания межпоколенческих коммуникаций в современных организациях:

1. Фокус на индивидуальных интересах: стимулирование внутренней мотивации молодых специалистов путём предложения задач и проектов, которые соответствуют их личным интересам и целям.

2. Создание поддерживающей атмосферы: обеспечение здоровой психологической атмосферы, которая способствует открытому диалогу и сотрудничеству между различными поколениями в коллективе.

3. Прозрачность и открытость коммуникаций: развитие культуры открытости и взаимного уважения, где молодые сотрудники могут свободно делиться своими идеями и получать конструктивную обратную связь.

4. Обеспечение возможностей для профессионального и карьерного роста: разработка программ развития, которые предусматривают чёткие перспективы для профессионального и личностного роста молодых работников.

Такие подходы не только способствуют успешной адаптации молодых специалистов, но и обеспечивают их долгосрочную вовлечённость в работу организации, а также высокий уровень мотивации, что, в свою очередь, ведёт к повышению общей производительности организации.

#### *Список литературы*

1. Результаты онлайн-опроса ANCOR и АНО «Россия – страна возможностей» [Электронный ресурс]. 2024. URL: <https://ka.rsv.ru/news/tpost/2bxd2s8uy1-kompanii-sokraschayut-stazhirovki-no-akt> (дата обращения: 01.03.2024).

2. Подцероб М., Осипов А. Лишь 9% всех вакансий на рынке труда потенциально подходят молодым соискателям: [Электронный ресурс] / Мария Подцероб, Антон Осипов. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2024/01/29/1017177-lish-9-vseh-vakansii-na-rinke-truda-potentsialno-podhodyat-molodim-soiskatelyam>, вход свободный. – Загл. С экрана. – Опубликовано 2024-01-29, Источник: ВЕДОМОСТИ.

3. Климова Н.В., Касьянова Т.И. Рынок труда молодежи: проблемы и пути их решения // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы III Междунар. науч.-практ. конф. (г. Екатеринбург, апрель 2017 г.). 2017. С. 284-287.

4. Игнатова Т.В., Рыболовлева О.А. Профессиональное развитие персонала организации: теоретические подходы, сущность, стадии и факторы // Социология и жизнь. 2014. № 3(33). С. 76-81.

5. Ерунда и токсичный коллектив: почему молодые стали чаще увольняться и как их удержать [Электронный ресурс]. 2024. URL: <https://www.forbes.ru/svoi-biznes/439499-erunda-i-toksichnyj-kollektiv-rosemu-molodye-stali-case-uvol-nat-sa-i-kak-ih-uderzat> (дата обращения: 01.01.2024).

6. Прохорова М.В., Овсянникова О.М. Разработка многофакторной методики диагностики мотивации трудовой деятельности // Психологический журнал. 2017. Т. 38. №1. С. 73-97.

**INTERGENERATIONAL COMMUNICATION IN MODERN ORGANIZATIONS:  
PROSPECTS FOR ADAPTATION  
AND MOTIVATION OF YOUNG SPECIALISTS**

*S.A. Sokolova*

In the article findings of an analysis of a study on the motivational structure of young employees at high-tech enterprises. The study involved 30 participants aged between 20 and 25 years. The identified predominance of intrinsic motivation emphasizes the importance of self-realization and professional satisfaction among the youth. Recommendations for improving intergenerational communication and adaptation of young professionals are proposed.

*Keywords:* motivation, young professionals, intergenerational communication, employer, adaptation and retention of young professionals, recommendations.

## СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

---

### РАЗДЕЛ 1. КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ МОЛОДЕЖИ: ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

**Бармина Елена Юрьевна** – студентка кафедры управления персоналом факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Руденко Анна Вадимовна, кандидат социологических наук, заведующий сектором внутренних коммуникаций Управления корпоративного развития ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

**Бердников Данил Евгеньевич** – студент 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.

**Велина Дарья Александровна** – студентка направления «Стратегические коммуникации в индустриях 4.0» Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», г. Санкт-Петербург. *Научный руководитель:* Авакова Элина Борисовна, кандидат социологических наук, доцент Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого.

**Витковская Софья Константиновна** – 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.

**Ерошевич Никита Михайлович** – студентка Департамента государственного администрирования Школы социальных наук и востоковедения, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», г. Санкт-Петербург. *Научный руководитель:* Ходачек Александр Михайлович, доктор экономических наук, профессор, руководитель Департамента государственного администрирования, президент НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге.

**Жукова Мария Олеговна** – студентка кафедры общей социологии и социальной работы 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.

**Кислов Арсений Игоревич** – студент кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Саралиева Зарэтхан Хаджи-Мурзаевна, доктор исторических наук, профессор кафедры общей социологии и социальной работы ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

**Кузьмина Марина Анатольевна** – студентка кафедры печати и новых медиа, ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», г. Москва. *Научный руководитель:* Головкин Сергей Борисович, кандидат филологических наук, профессор кафедры печати и новых медиа ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии».

**Кусманов Тимур Маратович** – студент кафедры социологии и культурологии социологического факультета Самарского национального исследовательского университета им. С.П. Королева, г. Самара.

**Лошманкин Александр Владимирович** – студент кафедры социологии и культурологии социологического факультета Самарского национального исследовательского университета им. С.П. Королева, г. Самара. *Научный руководитель:* Чердымова Елена Ивановна, доктор психологических наук, профессор кафедры социологии и культурологии Самарского национального исследовательского университета им. С.П. Королева.

**Некрасов Дмитрий Андреевич** – студент Негосударственного образовательного частного учреждения высшего образования «Московский институт психоанализа», г. Москва.

**Никитина Анна Сергеевна** – студентка кафедры социологии и культурологии социологического факультета ФГАОУ ВО «Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева». *Научный руководитель:* Масленкова Наталья Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры социологии и культурологии Самарского национального исследовательского университета им. С.П. Королева.

**Соболевская Юлия Владимировна** – студентка кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Шпилев Дмитрий Анатольевич, доктор социологических наук, профессор кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

**Сотников Сергей Александрович** – студентка кафедры методологии социологических и маркетинговых исследований социологического факультета ФГАОУ ВО «Самарский национальный исследовательский

университет имени академика С.П. Королева», г. Самара. *Научный руководитель:* Готлиб Анна Семёновна, доктор социологических наук, профессор кафедры методологии социологических и маркетинговых исследований Самарского национального исследовательского университета им. С.П. Королева.

**Чернодымова Виктория Сергеевна** – студентка курса кафедры теории и методики профессионального образования факультета психологии, социально-гуманитарного института ФГАОУ ВО «Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева», г. Самара. *Научный руководитель:* Чердымова Елена Ивановна, доктор психологических наук, профессор кафедры социологии и культурологии Самарского национального исследовательского университета им. С.П. Королева.

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

**Грунин Григорий 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:* Куликова Александра Владимировна, кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии проектной деятельности и проконкурентного регулирования ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

**Добролюбова Екатерина Александровна** – студентка кафедры психологии управления факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского».

**Жидкова Валерия Сергеевна** – студентка кафедры психологии управления факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Сайгина Елена Владимировна, кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии управления ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

**Куракина Наталья Викторовна** – студентка кафедры психологии управления факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Прохорова Мария

Вячеславовна, кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии управления ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

**Макаров Владимир Викторович** – студент 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.

**Морозова Любовь Владимировна** – студентка кафедры психологии факультета педагогики и психологии ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», г. Киров. *Научный руководитель:* Ершова Нина Николаевна, кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии Вятского государственного университета.

**Наварро Пена Маргарита** – студентка кафедры психологии управления факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Прохорова Мария Вячеславовна, кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии управления ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

**Некрасова Ульяна Андреевна** – студентка кафедры психологии управления факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Кабанова Лидия Александровна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры психологии управления ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

**Соколова Светлана Александровна** – студентка кафедры психологии управления факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». *Научный руководитель:* Прохорова Мария Вячеславовна, кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии управления ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

## **ПЕРСПЕКТИВЫ**

*Сборник научных статей магистрантов и аспирантов*

Выпуск 13

**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 12.07.2024

Формат 60×84 1/16. Бумага офсетная. Печать цифровая.  
Уч.-изд. л. 7,2. Усл. печ. л. 6,39. Заказ № 836. Тираж 100 экз.

Отпечатано с готового оригинал-макета  
в типографии ННГУ им. Н.И. Лобачевского.  
603000, г. Нижний Новгород, ул. Б. Покровская, 37