Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Министерство внутренней региональной и муниципальной политики
Нижегородской области

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

Межрегиональная общественная организация «Академия Гуманитарных Наук»

Международная научно-практическая конференция

«КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ: ПЕРСПЕКТИВЫ И ВЫЗОВЫ»

15–16 сентября 2022 г.

Нижний Новгород
2022 г.

УДК 316
ББК 60.5
К 63

Р е ц е н з е н т ы :

Ивченков Сергей Григорьевич — Доктор социологических наук, профессор, декан социологического факультета, заведующий кафедрой социологии молодежи Саратовского национального исследовательского государственного университета им. Н.Г. Чернышевского, г. Саратов, Россия

Заляев Артур Рустемович — Кандидат социологических наук, проректор по молодежной политике, доцент кафедры истории, философии и социологии Казанского государственного медицинского университета Министерства здравоохранения Российской Федерации, г. Казань, Россия

К 63 **Коммуникативные практики современной молодежи: перспективы и вызовы** / Под общей редакцией проф. З.Х. Саралиевой. – Н. Новгород: Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского, 2022. – 726 с.

ISBN 978-5-91326-772-6

В сборнике представлены материалы научных исследований, обсуждавшихся на международной научно-практической конференции «Коммуникативные практики современной молодежи: перспективы и вызовы» (15–16 сентября 2022 г., г. Нижний Новгород, ННГУ им. Н.И. Лобачевского).

Сборник предназначен для исследователей, преподавателей, аспирантов и студентов, работников медицинских и социальных учреждений и общественных организаций.

ISBN 978-5-91326-772-6 УДК 316
ББК 60.5

© Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского, 2022

В международной научно-практической конференции «Коммуникативные практики современной молодежи: перспективы и вызовы» (15–16 сентября 2022 г., г. Нижний Новгород, ННГУ им. Н.И. Лобачевского) участвовали исследователи, специалисты и практики из ***8 стран*** (Российская Федерация, Великобритания, Индия, Иран, Италия, Китайская Народная Республика, Республика Беларусь, Республика Узбекистан)***, 28 городов Российской Федерации*** (Владивосток, Волгоград, Дзержинск, Екатеринбург, Иваново, Иркутск, Казань, Калининград, Киров, Москва, Нижний Новгород, Омск, Пенза, Пермь, Ростов-на-Дону, Салехард, Самара, Санкт-Петербург, Саранск, Саратов, Симферополь, Ставрополь, Тюмень, Ульяновск, Уфа, Чебоксары, Якутск, Ярославль и с. Чурапча), ***45 вузов, 19 организаций*** (исследовательских центров, медицинских и социальных учреждений, НКО).

ЦЕЛИ КОНФЕРЕНЦИИ: обсуждение результатов исследований в области социологии, социальной работы, психологии, педагогики, юриспруденции, медицины, истории следующих проблем: функции коммуникации; коммуникативная личность; виды коммуникации (личностная, групповая, массовая); дискурс как вид коммуникации; каналы коммуникации; коммуникативный стиль; направленность коммуникации; культура общения; речевой этикет; мотивация общения; культура переговорной коммуникации; парадигмы социальной коммуникации (субъект-объектная, субъект-субъектная); научные дискуссии; научные тексты; роль социальных институтов в формировании коммуникативных практик; трансформация коммуникативных практик: виртуальная среда, цифровые технологии; коммуникативные практики молодежи в межпоколенном взаимодействии; коммуникативные практики в условиях миграции населения; риски: утрата приватности, автономности, безопасности; девиации; новые коммуникативные барьеры; утрата речевой культуры; размывание норм грамотности; виртуализация общения.

ЧЛЕНЫ РЕДКОЛЛЕГИИ:

Саралиева Зарэтхан Хаджи-Мурзаевна	– профессор кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук ННГУ им. Н.И. Лобачевского
Голубин Роман Викторович	– декан факультета социальных наук ННГУ им. Н.И. Лобачевского
Романовская Вера Борисовна	– зав. кафедрой теории и истории государства и права юридического факультета ННГУ им. Н.И. Лобачевского
Судьин Сергей Александрович	– зав. кафедрой общей социологии и социальной работы факультета социальных наук ННГУ им. Н.И. Лобачевского

Расположение материалов в сборнике продиктовано регламентом работы конференции: сначала тексты секционных докладов, затем выступлений на секциях.

Редакционная коллегия

СОДЕРЖАНИЕ

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ

Амбарова П.А. Коммуникативные механизмы образовательной стигматизации 15
Баранова М.В. Специфика правокультурной коммуникации государства и общества в условиях виртуализации бытия 19
Беляева Л.А. Социализация «взрослой» российской молодежи в условиях новой коммуникативной среды 24
Бикметов Е.Ю. Коммуникативный разум как дискурс, направленный на культуру общения 28
Бочаров В.Ю. Коммуникативные барьеры трудовой мотивации российской рабочей молодежи сферы клиентского сервиса 32
Винокурова У.А. Добрососедство как основа коммуникативных практик 37
Дулина Н.В., Беликова Е.О. Межкультурный диалог на юге России: проблемы и перспективы развития (по итогам социологического исследования) 42
Карасев П.К. Скулшутинг как коммуникативная практика 47
Москалевич Г.Н. Функции коммуникации в современном обществе 49
Петрова Т.Э. Поддержка добровольчества (волонтерства) в субъектах Российской Федерации: опыт социальной коммуникации 54
Пруель Н.А., Градусова В.Н. О необходимости повышения роли СМИ в освещении результатов реализации национальных проектов 58
Ростовская Т.К., Васильева Е.Н. Коммуникация в системе детско-родительских отношений как основа формирования брачного поведения молодежи (по результатам глубинного интервью) 64
Саралиева З.Х. Реализация молодежью принципов социальной коммуникации 68
Судьин С.А. Коммуникации в сфере здоровья: постановка проблемы и исследовательские перспективы 74
Ушакова М.В. Понять, чтобы помочь. Коммуникативные практики в работе детского правозащитника..... 78
Фадеева И.М. Мнения молодых грантополучателей о деятельности российских фондов поддержки научной деятельности 85
Хаджаев Х.С. Трансформация коммуникации в современных условиях в Узбекистане 92
Ясин Чэнь, Федюшкина А.И. Изменение коммуникативных практик преподавателей и студентов в период пандемии Covid-19: опыт работы летней российско-китайской онлайн-школы..... 96

СЕКЦИЯ 1
ПАРАДИГМЫ И ФУНКЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

ДОКЛАДЫ

Заляев А.Р. Новые тренды коммуникативных практик молодежи в трансформирующемся обществе 100
Леонова И.С. Коммуникативный стиль как измерение национальной культуры 103
Шетулова Е.Д. Социальная коммуникация: сравнительный анализ подходов 109
Шпилев Д.А. Особенности коммуникации участников сайтов экстремистской направленности 113

ВЫСТУПЛЕНИЯ

Безрукова Н.А., Цапина Т.Н. Коммуникации в современных условиях 119
Кутявина Е.Е. Условия коммуникативного действия в межэтническом взаимодействии (Ю. Хабермас) 123
Проданцов К.С., Николаенко А.М. Блогер для молодежи – это источник информации или пример для подражания? 126
Ситникова И.В. Коммуникативные практики молодежи в процессе профессионального самоопределения 131

СЕКЦИЯ 2
КОММУНИКАТИВНАЯ ЛИЧНОСТЬ

ДОКЛАДЫ

Воронин Г.Л., Погоришная Л.Е. Общение и счастье как социологические категории 138
Гочхайт Сайкат Культурные факторы и арабские женщины-предприниматели в Испании 142
Зеленев И.А. Доверие «своим» и субъективное благополучие современной российской молодежи 149
Изидори Эмануэле, Леонова И.С., Алонци Роберта Woke культура как коммуникационная и политическая стратегия: критическое исследование 153
Каспаров И.В., Попель А.А. Речевая культура как отражение лингвистической креативности студентов 158
Козырьков В.П. Коммуникационные аспекты связи личности с родиной 162

Митягина Е.В. Диагностика креативности для определения индивидуальных траекторий обучения студентов 166
Овчаров А.О., Овчарова Т.Н. Научная коммуникация как условие становления молодого ученого..... 171
Прохорова М.В., Плотникова Е.С., Савичева А.В., Козлова Л.А. Источники формирования представлений современной молодёжи о науке..... 175
Теодорович М.Л., Патокина Н.Н., Шангин Н.В. Проблемы академической грамотности студентов в контексте цифровизации образования 180

ВЫСТУПЛЕНИЯ

Башук Е.Н., Кузнецова Н.М., Орлов А.В. Доверие в ситуации неопределённости 185
Гладина Т.Д., Видманова Ю.А., Боченков Д.А., Карташова А.Г. Влияние современных коммуникативных технологий на развитие человеческого капитала молодежи 189
Дегтярева И.А., Шарапова А.А. Коммуникативная толерантность студентов в контексте проектно-образовательного интенсива..... 194
Демарева В.А., Исакова И.А., Вяхирева В.В. Возможности психофизиологической оценки состояния и поведения молодых водителей 199
Дуванская М.К., Зотьева А.А. Исследование коммуникативных качеств будущего специалиста..... 203
Дуванская М.К., Христофорова К.А. Повышение эффективности социально-психологических методов на основе субъекториентированного управления 206
Зимовина Е.П. Гендерный аспект ценностных установок калининградской молодежи..... 213
Казаков М.П. Трансформация коммуникативных практик: цифровая личность и кибербезопасность 217
Кобзарева С.Е. Развитие коммуникативных способностей детей с ограничением слуха с помощью обучения игре на блокфлейте..... 221
Лакомова А.А. Владение русским языком молодыми трудовыми иммигрантами в Нижегородской области..... 225
Марухин Е.Е. Взаимодействие через призму самореализующихся опасений .. 228
Маслова О.А., Пятин В.Ф. Новые возможности моделирования коммуникативных практик медицинского персонала с помощью иммерсивных технологий 232
Орлова О.М. Коммуникативная активность в профессиональном самоопределении школьников..... 238
Осокина Т.В., Абржина Е.А. Молодежные форумные кампании как инструмент личностного развития молодежи 242

Осокина Т.В., Сымова Ю.А. Об итогах молодёжного историко-культурного форума «Истоки» 246
Панкратова Е.В., Трошина М.А. Роль навыков общения в процессе самореализации студенческой молодежи (на примере ИВГУ и ИГЭУ). 250
Привалов И.В. Специфика формирования доверия к информации на примере фильмов исторической тематики. Результаты опроса..... 254
Сайфуллин Г.П., Сайфуллина А.В. Особенности коммуникативных практик в процессе подготовки молодежи к семейной жизни 257
Семенов О.Ю. Социальные сети в политической коммуникации ФРГ на примере партии «Альтернатива для Германии»..... 261
Ушакова Я.В., Евстропова С.В. Специфика коммуникативных практик лиц с ограниченными возможностями здоровья 266
Францева Ю.Е., Блохина А.Е. Современный диалог как способность к пониманию..... 269
Хазан М.Ю. Развитие коммуникативных навыков обучающихся вузов, необходимых для успешной реализации практической подготовки..... 274
Цапина Т.Н., Безрукова Н.А. Особенности российской деловой культуры 18–19 века 278
Цапина Т.Н., Кондратьева Е.В. Роль и значение невербальных коммуникаций в деловом общении..... 282
Цветкова Е.А. Метаидентичность коммуникативной Z личности..... 286
Чигрина Н.В. Формирование читательской культуры студентов (по результатам исследований)..... 290
Шарунова Е.В. О бессознательной коммуникации в группе 294
Ярыгина Н.Ю. Диалог: вид коммуникации и/ или вид межличностных отношений и/ или личностный выбор 297

СЕКЦИЯ 3
ВИДЫ, СФЕРЫ И КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ

ДОКЛАДЫ

Бекарев А.М., Пак Г.С. Власть и коммуникации 301
Егорова Н.Ю. Практики студентов при выборе брачного партнера 305
Киселев И.Ю., Загребин В.В. Источники социально-политических новостей в студенческой среде 308
Липатова Л.Н., Тарандо Е.Е. Возможности общественных организаций в формировании здорового образа жизни россиян 312
Певная М.В., Вишневский Ю.Р., Минченко Д.В. Преодоления неучастия молодежи в волонтерской деятельности: постановка проблемы 317
Петрова И.Э. Цифровые коммуникации в образовании: новые возможности формирования программ магистратуры..... 322

Птицына Н.А., Маркова Е.К. Практики развития коммуникативных навыков молодежи в условиях образовательного пространства вуза 326
Рожкова Л.В., Каримова Л.Ф. Коммуникативные практики молодых специалистов в сфере HR 330
Ромашова И.Б., Лангман И.А. Особенности коммуникаций в российских ИТ-компаниях 334
Ромашова И.Б., Спирина Е.А. Проблемы деловых коммуникаций молодежи в современной организации 339
Старшинова А.В., Гасумова С.Е. Цифровая трансформация коммуникативных практик взаимодействия молодежи с системой социальной защиты и социального обслуживания 344

ВЫСТУПЛЕНИЯ

Белова Т.П., Яковлева И.И. Коммуникативное измерение образовательного процесса в вузе: оценки студентов и выпускников 350
Грошев А.М. Формирование базовых ценностей российской молодежи и их влияние на процесс коммуникации 354
Ермилова А.В. Проблема социальной защищенности спортсменов высших достижений 357
Заводнова П.О., Зилинская Д.Е., Новикова А.Н., Скачкова А.С. Современные социальные сети как способ коммуникации студентов 363
Зернов Д.В. Молодежь в социальных сетях: гендерные различия 366
Зинчак Е.В., Заводцева В.В. Проблемы коммуникации в мультикультурных группах 370
Ивашечкина Д.Е. Взаимодействие русской православной церкви с семьей в сети интернет 375
Исакова И.А., Чукрина А.А. Интернет-знакомства как форма брачного выбора современной молодежи 377
Карпикова И.С., Артамонова В.В. Исследование коммуникативного компонента социально-психологической готовности молодежи к волонтерской деятельности 381
Коровина Е.В., Трофимова Ю.В. Студенческая молодежь в условиях трансформации коммуникативных практик 386
Курносова Л.С. Коммуникационные сети нижегородских армян 390
Лобанов В.В., Русинова Е.Е. Развитие северного широтного хода: социальные аспекты 394
Малинин М.В., Хитрюк О.А. Коммуникация как основа топонима на примере отдельных населённых пунктов Нижегородской области 398
Маскаева Е.Н. Региональная пресса: выбор молодежи (на примере Республики Мордовия) 401
Мигунова А.В., Казакова А.В. Благополучатели в системе взаимодействия с НКО 404

Осокин А.А. Партиципарная коммуникация в дискурсе социальных медиа 408
Рак Е.А., Костина О.А., Каширова Д.В. Развитие коммуникаций в сфере студенческого туризма г. Нижнего Новгорода: социологический анализ 412
Рак В.Е., Лапина А.А. Муниципалитет online: управление коммуникациями в цифровую эпоху 416
Сайгина Е.В. Построение системы корпоративной коммуникации как эффективного инструмента работы с молодыми специалистами (на примере холдинговых структур) 421
Свешникова П.С. Роль коммуникативных практик семьи в сфере финансового поведения студенческой молодежи 425
Тюлюнова В.В. Современный кинематограф как инструмент массовых коммуникаций 429
Уваров И.А. Использование осужденными молодежного возраста коммуникативных практик, традиционных для мест лишения свободы 433
Устинкин С.В., Горюнова А.А. Семья как фактор влияния на ценностное сознание молодежи 437
Шлягина Е.Н. Сотрудники правоохранительных органов и современная молодежь: особенности коммуникации 441
Янак А.Л. Дискурсы немодальных семейных отношений: официальный и молодежный..... 445

СЕКЦИЯ 4

ТРАНСФОРМАЦИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК

ДОКЛАДЫ

Бородатая М.Н., Ершова Н.Н. Обогащение коммуникативных практик подростков с помощью метода Photovoice..... 451
Карцева А.К., Лазарева Е.Н. Преимущества и недостатки онлайн-обучения: опыт пандемии COVID-19 456
Корж Н.В. Влияние цифровых технологий на коммуникативные практики молодежи..... 460
Коротышев А.П. Цифровые коммуникативные практики: нейросетевые и математические модели, возможности прикладного анализа..... 464
Шалютина Н.В. Специфика использования молодёжью социальных сетей: радиусы и источники доверия 470

ВЫСТУПЛЕНИЯ

Карманов А.А. Цифровое участие граждан: запросы общественности и влияние цифровизации 474

Корнева О.А. Современные тенденции информатизации социальной работы с людьми с ОВЗ 481
Малинин М.В., Хитрюк О.А. Молодежные парламентские структуры как инструмент закрепления коммуникативных навыков 484
Музыка Д.В. Возможности применения дистанционных технологий при взаимодействии в студенческих волонтерских объединениях 487
Новожилова О.А. Удаленная занятость как механизм включения молодых инвалидов в сферу трудоустройства 490
Овчинникова Н.В., Тютюнникова К.Н. Социальные сети как молодежная коммуникативная среда (на примере сети «Вконтакте») 494
Охримчук Я.А. Особенности коммуникации в виртуальной реальности 498
Пакшина И.А. Идентичность провинциального города в контексте повседневных коммуникативных практик городских интернет-сообществ 503
Романова О.Д. Сетевое социальное взаимодействие в развитии гражданского общества 508
Рушева А.В. Эффективность управления в условиях трансформации практик делового общения 512
Шинкаренко Е.А. Резюме как средство коммуникации молодежи и работодателей 515

СЕКЦИЯ 5
КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ МОЛОДЕЖИ В МЕЖПОКОЛЕННОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ

ДОКЛАДЫ

Андреева Ю.В., Лукьянова Е.Л. Коммуникативные особенности межпоколенного взаимодействия в семьях рабочих 520
Барашкова К.Д., Алексеева Г.Г. Волонтерство как инструмент социальной коммуникации для активного долголетия 524
Блонин В.А. Модели демографического поведения в межпоколенном взаимодействии 527
Дулина Н.В., Ануфриева Е.В. Забвение в памяти современных российских студентов или отсутствие диалога между поколениями? (по итогам социологического исследования) 532
Захарова Л.Н., Заладина А.С. Форма обращения менеджеров к персоналу как ключевой элемент социального управления в компаниях с разной вовлеченностью в инновационные процессы 536
Карпунина А.В., Гроза П.А., Мягков А.Ю. Коммуникативные практики во взаимодействии с лицами с инвалидностью: поколенческий аспект 541

Касаткина Н.П., Федосеева М.В. «Цифровое» детство: структура медиапотребления и границы родительского контроля 545
Киенко Т.С. Опыт научной коммуникации молодых исследователей с возрастными активистами практик социального участия: роль качественной методологии в трансформации стереотипов старости 550
Курникова М.В. Социальные коммуникации сиблингов детей-инвалидов 554
Петрова Т.Ю. Коммуникативные практики в многодетных семьях 557
Смирнова Г.П. Специфика коммуникативных практик молодежи в межпоколенном взаимодействии 559
Фатенков А.Н. Априорная предвзятость информации 565
Шаброва Н.В. Формирование гражданской культуры молодежи: роль коммуникативного взаимодействия студентов и их родителей 569

ВЫСТУПЛЕНИЯ

Вандышева Л.В. Средства пропаганды семейных ценностей среди молодежи..... 574
Захаркина Т.Н. Коммуникативные практики в контексте капитализации родительских компетенций..... 578
Рябинская Е.С. Межпоколенное взаимодействие: анализ зарубежных исследований 582
Суворова О.Г. Специфика межпоколенных коммуникаций после развода..... 587
Чигрин В.А. Интернет – зона повышенного риска в коммуникативных практиках молодежи (на материалах Республики Крым) 590

СЕКЦИЯ 6

РИСКИ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК МОЛОДЕЖИ

ДОКЛАДЫ

Ананьин С.А. Дети и молодежь в современной Европе 595
Голубин Р.В. Школа как пространство безопасности: социологический подход..... 601
Исакова И.А. Цифровые коммуникативные практики молодежи в сфере здроровьесбережения..... 605
Прохода В.А. Образование в контексте формирования толерантного сознания современной российской молодежи 610
Тихомиров С.М. Увеличение объёма девиантных социолектов как фактор индикации роста девиаций в обществе..... 613

Щекотуров А.В. Влияние Facebook* на развитие социального капитала студентов 618

ВЫСТУПЛЕНИЯ

Волченкова Е.В., Лучинина М.И., Бельтюкова О.В. Профилактика кибербуллинга в подростковой среде 622
Дунаева Н.И., Баранова Ю.М. Отношение студентов к дистанционным формам обучения 627
Кришталь М.И. Блокировка Facebook* и Instagram* глазами студентов Калининграда 632
Митрофанова С.Ю. Саботаж в конфликте и обучение лжи как форматы коммуникативных практик современных детей 636
Плотникова Е.С., Тимченко А.Д. Профилактика девиантного поведения молодёжи в виртуальном пространстве 640
Ракова К.В. Риски и блага гибридной коммуникации типа «врач–пациент» в контексте цифровизации системы здравоохранения 643
Тарасова А.Н. Развитие партнерства социально ориентированных некоммерческих организаций и образовательных организаций для активизации социального участия молодежи: коммуникационный аспект 648
Шангин Н.В. Коммуникативные барьеры в процессе преподавания: специфика обучения новых поколений студентов 652

СЕКЦИЯ 7

ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ КОММУНИКАЦИИ

ДОКЛАДЫ

Калинина Е.В., Камалетдинов Р.Р. Актуальные вызовы правового регулирования безопасности информационного пространства (политологический, социологический и правовой ракурс) 657
Плехова Ю.О., Рябинина А.А. Особенности правового взаимодействия с системами, использующими искусственный интеллект 661
Романовская В.Б. Социальная коммуникация и образование XXI в.: потери и перспективы 664
Черных Е.Е. Профессиональные коммуникации в процессе воспитания студента 668

* Суд признал «экстремистской» и запретил в России деятельность корпорации Мета, которой принадлежат платформы Instagram и Facebook.

ВЫСТУПЛЕНИЯ

Безносова Я.В. Право как форма коммуникации в контексте коммуникативного правопонимания А.В. Полякова 673
Горбунов М.Д. К истории вопроса о коммуникативных (языковых) основаниях права 676
Жданов П.С. Правовая коммуникация и язык права..... 680
Назарова Н.Л. Коммуникативные компетенции в деятельности участников уголовного судопроизводства 685
Романовская Л.Р. Юридический язык как основа юридического дискурса..... 689
Смирнов Е.Р. Медиация в коммуникативной практике предупреждения девиантного поведения молодежи 692
Сэруа В.С. Профессионально-коммуникативная функция общественных организаций юридического профиля (на примере досоветских юридических научных обществ) 698
Федюшкина А.И. Визуальные средства коммуникации в средневековых правовых памятниках 702
Щерова Н.С. Юридическая периодика как средство коммуникации в профессиональной среде во второй половине XIX в. 705

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ 709

КОММУНИКАТИВНЫЕ МЕХАНИЗМЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СТИГМАТИЗАЦИИ*

COMMUNICATIVE MECHANISMS OF EDUCATIONAL STIGMA

П.А. Амбарова
Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург
P.A. Ambarova
Ural Federal University, Ekaterinburg

Предметом анализа является сигнификативно-символическая функция коммуникации в ситуации образовательной стигматизации. Рассматриваются вербальные и невербальные средства конструирования ярлыка не успешных в образовательном плане учащихся – как на индивидуальном, так и групповом уровне. Обосновывается коммуникативная природа образовательной стигматизации как процесса продуцирования и трансляции ресурсными субъектами образования «искаженной идентичности» неуспешных.

The subject of the analysis in the publication is the significative-symbolic function of communication in the situation of educational stigmatization. Verbal and nonverbal means of constructing a label of failure students are considered both at the individual and group level. The article substantiates the communicative nature of educational stigmatization as a process of production and translation by resource subjects of education of the «spoiled identity» of failure students.

Ключевые слова: образовательная стигматизация, образовательная неуспешность, социальные механизмы стигматизации, образовательные общности

Keywords: educational stigmatization, educational failure, social mechanisms of stigmatization, educational communities

Образовательная стигматизация

В последние годы увеличение числа учащихся (школьников и студентов), имеющих признаки образовательной неуспешности, сопряжено с тенденцией негативного маркирования их низкого академического статуса. Образовательная неуспешность трактуется как несоответствие основных показателей образовательной деятельности учащихся (успеваемости, образовательной

* Публикация подготовлена при поддержке РФФИ, проект № 19-29-07016 «Трансфер человеческого капитала образовательных общностей: от неуспешности к успешности».

мотивации, навыков самообразования) нормативной (институциональной) модели образовательной успешности. Культивирование принципа «выбора победителей» как основы образовательной политики на всех уровнях российского образования [1] превращает образовательную (не)успешность в маркер «нормальности» или «инаковости», становится основой практик «навешивания ярлыков».

Исходя из классической трактовки стигмы И. Гоффмана [2], образовательную стигматизацию можно определить как отрицательное отношение к тем субъектам образования (индивиду, группе, организации), чья образовательная деятельность негативно маркируется социальным окружением как не соответствующая представлениям о «нормальности» (успешности в образовании), которые разделяются большинством. Как правило, нормативная модель образовательной успешности формируется «сильными», ресурсными акторами образования (министерствами, разработчиками образовательных стандартов, педагогами, институтами развития образования) и транслируется ими в образовательное сообщество.

Социологический подход к образовательной стигматизации отличается от других дисциплинарных подходов тем, что он предполагает: 1) трактовку стигматизации как социального отношения; 2) понимание стигмы как результата социального конструирования (конструируется модель (не)успешности, нормы, стандарты); 3) разработку позитивной перспективы решения данной проблемы. Решение названных исследовательских задач предполагает выявление социальных механизмов образовательной стигматизации в качестве ключевого элемента данного процесса, понимание которого позволяет управлять «испорченной идентичностью» образовательно неуспешных учащихся.

Коммуникативная природа образовательной стигматизации

Релятивность социальных представлений об образовательной неуспешности и, соответственно, вопрос обоснованности стигматизации учащихся по критерию образовательной (не)успешности заставляют нас обратиться к объяснительному потенциалу теории социального конструирования П. Бергера и Т. Лукмана [3]. Согласно ей, установки, оценки, представления относительно образовательной (не)успешности конструируются в социальных взаимодействиях субъектов образования так же, как и идентичность стигматизированного учащегося (или группы учащихся). Образовательная среда представляет собой сложное коммуникативное пространство, сотканное из большого числа противоречивых связей, отношений, представлений и действий, равнодействующей которых становится стереотипизация оценки образовательных достижений и стратегий поведения в отношении их носителей.

В число коммуникантов входят педагоги, представители системы управления образованием различных уровней, сами учащиеся (школьники, студенты), их родители, стейкхолдеры, СМИ. Вступая в прямые и опосредованные коммуникации между собой, названные социальные субъекты формируют коллективное отношение к стигматизируемому. Включение в коммуникативное пространство «сочувствующих» акторов с их оценками и отношением к образовательной неуспешности определяет возможности преодоления неуспешным учащимся его стигматизируемого положения. К таким акторам относится часть преподавателей, родителей, узких специалистов (психологов, социальных и коррекционных педагогов), чья помощь неуспешным школьникам и студентам ориентирована на гуманизацию отношений в сфере образования.

Коммуникативные средства образовательной стигматизации

В процессе систематического анализа литературы были выделены социальные механизмы образовательной стигматизации, природа которых связана с вербальными и невербальными способами коммуникации в образовании:

– номинативные, или языковые (клички, дразнилки, молчание);

– способы и стили общения (манипуляции, давление, угрозы, остракизм, буллинг);

– использование разных шкал оценивания учебных достижений (двойные стандарты, занижение оценок);

– депривация (ограничение прав, возможностей, ресурсов, отказ в доверии, делегировании полномочий);

– физическое насилие (физическое наказание родителями детей за неуспеваемость);

– латентная селекция («социальный рейтинг», «конкурсы для сильных»).

Использование названных механизмов в процессе образовательной стигматизации означает реализацию сигнификативно-символической функции коммуникации. Личностные качества или характеристики деятельности неуспешного учащегося таким образом обозначаются (называются, именуются) и соотносятся с иными социальными свойствами – его статусом, ресурсами, образовательными шансами. Кроме того, процессы образовательной стигматизации становятся отражением социальных и социально-психологических особенностей социальной среды (группы, образовательной организации), «поскольку в них рельефно проявляются структура, идеология и направленность межличностных отношений» [4, с. 25].

Номинативные механизмы стигматизации – наиболее очевидные в коммуникации – на самом деле являются только «верхушкой айсберга». При этом клички («неумеха», «тормоз», «тупица») действуют с той же силой, как и молчание, которое психологи в этом случае трактуют как эмоциональный абьюз, или висхолдинг (от англ. withholding – воздержание, приостановка). В педагогической практике примером висхолдинга может выступать игнорирование неуспешного ученика (студента) при опросе или отказ в неформальном общении.

Невербальные механизмы образовательной стигматизации даже более разнообразны, чем вербальные. Они используются не только для определенной селекции «успешных» и «неуспешных» (примером служит практика деления учеников по классам и далее их наименование как «сильный класс» с успешными учениками или «слабый класс» с неуспешными учениками), но и для символического «очищения» группы (класса, школьного коллектива) от носителей постыдного качества – образовательной неуспешности. Исследования показывают, какой широкий спектр невербальных практик применяется в некоторых школах, чтобы избавиться от учеников, «портящих статистику» и имидж «лучшей школы».

Коммуникативные стратегии преодоления образовательной стигмы

Коммуникативное пространство образования позволяет не только конструировать образовательную стигму, но вырабатывать различные поведенческие стратегии в ответ на нее. Это могут быть как преодолевающие стратегии, так и стратегии понижающей адаптации к стигматизирующей ситуации. В первом случае учащийся стремится справиться со своей образовательной неуспешностью (научиться тому, что не умеет, что дается с трудом). Во втором случае могут возникнуть образовательные имитации (включая академическое мошенничество) или маргинализация образовательного статуса учащегося («второгодник», «кандидат на исключение», «кандидат на выпуск со справкой»).

Во многом формирование образовательной стигмы, как и ее преодоление, зависят от ближайшего окружения и характера его коммуникаций. Соответственно, если ближайшее окружение относится к «учебным» недостаткам неуспешного учащегося толерантно, то внутренняя стигматизация (самостигматизация) может отсутствовать и/или легко преодолевается. При этом внешняя стигма нивелируется, учащийся приобретает определенную резистентность к ней.

Список литературы

1. Ставка на одаренных детей – где место обычному ребенку? URL: https://clck.ru/rfCEM (дата обращения: 28.06.2022).
2. Goffman E. Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity. N.Y.: Prentice-Hall, 1963. 147 p.
3. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995. 323 с.
4. Абраменкова В.В. Поименование как культурный феномен – в истории и современности // Культурно-историческая психология. 2009. № 4. С. 23–32.

СПЕЦИФИКА ПРАВОКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ ГОСУДАРСТВА И ОБЩЕСТВА В УСЛОВИЯХ ВИРТУАЛИЗАЦИИ БЫТИЯ

SPECIFICS OF LEGAL AND CULTURAL COMMUNICATION BETWEEN STATE AND SOCIETY UNDER THE VIRTUALISATION OF EXISTENCE

М.В. Баранова
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
M.V. Baranova
Lobachevsky University

Взаимодействие государства и общества является одним из ключевых направлений государственной политики. Возможность и способность государственных органов трансформировать свою деятельность адекватно требованиям изменяющегося социума обладает неоспоримой ценностью. Оптимальные условия и средства для обмена юридической информацией между представителями государства и обществом создает правовая коммуникация. Продуманная совместная активная деятельность властных и невластных субъектов формирует условия для гармоничной трансформации права, позволяет оптимизировать формальную и содержательную стороны юридической практики.

Interaction between the state and society is one of the key directions of state policy. The ability and ability of state bodies to transform their activities adequately to the requirements of a changing society has an undeniable value. Legal communication creates optimal conditions and means for the exchange of legal information between representatives of the state and society. Thoughtful joint active activity of powerful and non-powerful subjects creates conditions for a harmonious transformation of law, allows you to optimize the formal and substantive aspects of legal practice.

Ключевые слова: коммуникация, правовая коммуникация, право, государство, общество, законодательство, виртуализация, постиндустриальное общество, властное, невластное

Keywords: communication, legal communication, law, state, society, legislation, virtualization, post-industrial society, domineering, non-domineering

Система взаимодействия государства и общества является одним из ключевых направлений государственной политики современной Российской Федерации. Событийный ряд меняется крайне быстро, ключевые тенденции оказываются недолговечными, жизнь изобилует новыми вызовами, требующими адекватной реакции. В таких условиях особой ценностью является возможность государственных органов своевременно трансформировать свою деятельность в соответствии с требованиями сменяющихся поколений, велениями времени. В условиях глобализации государство призвано стоять на защите прав и свобод граждан, избирать инновационные пути развития, отвечающие специфике происходящих социальных и технологических изменений. Правовая коммуникация создает условия и средства для обмена юридической информацией между властными представителями государства и социумом. Востребованность такого диалога обусловлена перманентно происходящей юридизацией отношений в обществе. Рост значения права в социуме находит отражение практически во всех сферах бытия, затрагивает не только отношения дееспособной части населения страны, но и меняет специфику взаимодействия с несовершеннолетними.

Правовая политика современной России в целом направлена на формирование системы такого диалогизированного равноправного взаимодействия государства всех слоев социума. Идея партнерства в рамках правовой коммуникации сегодня вызвала к жизни саморегулируемые процессы, свидетельствующие об институционализации гражданского общества, установлении особых каналов правового общения.

Возможность и качество коммуникации государства и общества в настоящее время обусловлена совершенствованием юридической национальной системы, повышением эффективности правового регулирования, а также качеством правовоспитательного процесса, обращенного, как к несовершеннолетним, так и к совершеннолетним гражданам.

В условиях виртуализации бытия меняется распределение ключевых позиций сфер экономики, политики, культуры. Иные ценности выходят на первый план, поскольку «…социум, где индустриальный сектор потеряет свою ведущую роль под воздействием возрастающей технологизации, где основной производственной силой станет наука, потенциал же всякого общества будет

измеряться масштабами той информации и тех знаний, которыми оно располагает» [1, с. 20]. Постиндустриальное общество через процессы цифровизации

предоставляет новые площадки для удаленного взаимодействия, ускоряет коммуникацию на разных уровнях общения, в том числе внутри «властно-невластного» диалога. Смена традиционного жизненного уклада обусловливает смену ментальности, трансформирует восприятие и проявления регуляторов отношений. Именно интернет сегодня выступает уникальным средством, предоставляющим возможности для построения многоуровневой правокультурной коммуникации, влияющей на значимые доминантные сферы жизни социума.

Так, современные реалии науки и образования, архизначимые для становления молодого гражданина, претерпели существенные изменения. Особо позитивным и привлекательным в науке сегодня представляется высокий процент ее утилитарности, буквальной пригодности для конкретного вида профессии, что неоправданно сближает основанное на глубоких доктринальных исследованиях образование с освоением ремесла. Очевидно, что в системе высшего юридического образования ценность учебных дисциплин стала определяться близостью к простому практическому применению некоторого навыков, на первый план вышли компетенции специалиста. Практическая составляющая обладает несомненной ценностью в ходе обучения, но эффективно исключительно при условии фундаментальной базовой подготовки, системного освоения знаний. Цифровизация, порой, служит причиной примитивизации понимания знаний о праве, правовой культуре, создавая обманчивое впечатление о достаточности отрывочных сведений, находящихся в свободном доступе в сети Интернет, возможности непрофессионального результативного обращения с ними.

Новые условия виртуализации бытия обусловливают нетипичное видение места и роли права в государстве, меняют специфику его восприятия гражданами. Не случайно в правовой доктрине нашли отражение рассуждения о «медиократии», как о весьма противоречивом достижении технологизированного мира, поскольку угроза накопления противоречий в таких государствах может перспективно вызвать социальный конфликт. Информационные средства, довлеющие над обществом безраздельно, не стабилизируют коммуникативные связи между гражданами государством. Хотя, в менее радикальных ситуациях диалог, опосредованный широким спектром цифровых средств, оптимизирует взаимодействие властных и невластных начал, способствует становлению делиберативной демократии. При этом, осознание

необходимости включенности в праворегулятивные процессы в условиях постиндустриального общества на властном или невластном уровне требует от человека системных знаний, должного уровня правосознания и правовой культуры.

Коммуникация строится преимущественно в сети Интернет, что типично для общества программируемых коммуникаций, характеризующегося наличием развитых коммуникативных сетей и достаточным техническим оснащением. В этих условиях активизируется процесс взаимодействие правовых культур, обусловливающих быстрое внедрение в жизнь социума и правовую реальность инновационных элементов, например, таких как канселинг (cancel culture).

Осмысление этого инновационного элемента современной цифровизированной коммуникации следует начать с выявления причин, как его появления (базовые/ собственные причины), так и причин, запускающих этот относительно-самостоятельный социальный механизм (особенные/ деятельностные). С большой долей уверенности можно утверждать, эти причины взаимосвязаны и взаимообусловлены. Идея зарождения и становления глобального гражданского общества востребовала новые информационные каналы, обеспечивающие возможность взаимодействие государства и социума, различных социальных сегментов между собой, позволяющие снижать напряженность за счет выплескивания полярных мнений, индивидуальных позиций неприятия. Именно эту нишу занял канселинг, как базовая возможность доступного многоуровневого взаимодействия и средство демонстрации и погашения социальной агрессии. Здесь нельзя сбрасывать со счетов, что cancel culture может генерировать и поддерживать социальную напряженность, разжигать рознь, учитывая биполярность подавляющего большинства сложных феноменов, допущение возможности такого проявления позволяет полно его оценить и предвидеть развитие событий. Обретя такой механизм, общество использует его, как реакцию на ряд особенных причин [см. 2].

Российская правовая культура уникальна, что налагает определенный отпечаток на выстраиваемый диалог власти и социума. Традиционно правовая культура нашей страны основана на особом «абсолюте» «правды, справедливости», являющемся квинтэссенцией понимания «безусловной ценности и меры» для оценки правомерного или противоправного деяния в современном и праве. Безусловно, такой подход детерминировал и противоречия восприятия правовой реальности и технико-юридических инструментов работы с правом, приводящие к проблемам реализации юридических установлений. При этом, несомненная ценность преемственных связей, приведшая к сохранению уникального, основанного на специфике

культурной идентичности восприятия государственных властных велений воспринята современной правовой доктриной и учитывается в рамках юридической практики. Право, безусловно, сегодня предстает универсальным регулятором, поскольку «всегда ассоциировалось с порядком, законами, устанавливающими порядок, и в этом отношении оно универсально» [3], однако, влияние более ранней концепции на построение коммуникации государства и общества налицо в современной демократической России и сегодня.

Несмотря на существенные изменения, вызванные виртуализацией бытия социума, неизменным остается необходимость «достижения качества восприятия правовой информации, выстраивание коммуникативного действия, «ориентированного на достижение взаимопонимания и согласия» [4]. Современный диалог социума и государства базируется на идеях делиберативной демократии, придающей большое значение партнерскому характеру взаимоотношений властных и невластных субъектов правовой коммуникации. Корни такого внимания государства к участию граждан в значимых юридических преобразованиях находятся в уверенности в большей жизнеспособности и эффективности нормативных правовых установлений, принятых в ходе открытого диалога и активного участия граждан.

Коммуникация социума и государства в современной России обладает рядом специфических черт, обусловленных особенностями развития страны, уникальным процессом трансформации национальной правовой культуры:

Во-первых, граждане сегодня явно готовы быть объектом правового властного (государственного) воздействия, ждут от государства защиты своих прав, упорядочения отношений, правил взаимодействия, то есть довольно пассивны.

Во-вторых, государство активно берет на себя привычную лидерскую позицию во взаимодействии, готово быть властным субъектом воздействия.

В-третьих, явно видны процессы освоения обществом механизмов делиберации, повышается уровень включенности граждан в правокультурную коммуникацию, социум настроен на построение перспективного равноправного диалога с государством.

В-четвертых, государство готово отчитываться перед социумом, само инициирует правила и условия этого процесса, демонстрирует доступность социальному аудиту открытых видов своей деятельности. Социум, в свою очередь, осваивает пути и средства оценки деятельности государства.

Равноправная правокультурная коммуникация государства и общества, учитывающая специфику реалий виртуализации бытия, позволяет сформировать условия для эффективного поступательного развития государства. Продуманная

совместная активная деятельность властных (государство) и невластных (общество) субъектов способна гармонизировать процесс трансформации права, оптимизировать и интенсифицировать перспективное развитие юридической практики.

Список литературы

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М.: Academia, 2004. 944 с.
2. Баранова М.В. Канселинг (cancel culture) как инновационный правокультурный феномен // Юридическая техника. 2021. № 15. С. 124–127.
3. Мальцев Г.В. Культурные традиции права: Монография. М.: Норма: ИНФРА-М, 2013. 607 с.
4. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб.: Наука, 2001. 382 с.

СОЦИАЛИЗАЦИЯ «ВЗРОСЛОЙ» РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ НОВОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ СРЕДЫ*

SOCIALISATION OF “ADULT” RUSSIAN YOUTH IN THE NEW COMMUNICATIVE ENVIRONMENT

Л.А. Беляева
Институт философии РАН, г. Москва
L.A. Belyaeva
The Institute of Philosophy, The Russian Academy of Sciences, Moscow

Проанализировано влияние на первичную и вторичную социализацию молодежи семьи, учителей, одноклассников, неформальных групп и виртуального мира, в который включена практически вся молодежь. Сделан вывод, что неформальные группы и общение в интернете занимают главное место в первичной и во вторичной социализации современной молодёжи при почти полной ее отстраненности от политического участия и приверженности этике абсентеизма.

The influence on the primary and secondary socialization of young people of the family, teachers, classmates, informal groups, and the virtual world, which includes almost all young people, is analyzed. It is concluded that informal groups and communication on the Internet occupy the main place in the primary and secondary

* Подготовлено в рамках проекта РФФИ № 20-011-00285 «Социальная стратификация и социализация российской молодёжи в постсоветский период».

socialization of modern youth, with their almost complete detachment from political participation and adherence to the ethics of absenteeism.

Ключевые слова: «взрослая» молодежь, социализация, виртуальный мир
Keywords: “adult” youth, socialization, virtual world

В многочисленных исследованиях отечественных авторов присутствует явная попытка не только составить «социологический портрет» молодежи, но и понять, может ли общество «рассчитывать» на современную молодежь как движителя развития России, насколько ее цели соответствуют ожиданиям общества и могут содействовать обновлению общественной жизни. Целостного, достоверного представление о молодежи сегодня не сложилось, для властей и более старших поколений, да и для нее самой она terra incognita.

Объектом анализа в нашем исследовании были две когорты молодого населения России, которых можно отнести к «взрослым» молодым: 18–24 и 25–34 гг. Нами брался в расчет социальный возраст молодежи – освоенность респондентами социальных ролей. Объединяет обе выделенные когорты то, что они прошли социализацию уже в постсоветский период, включены в образовательную систему и в рынок труда, для них информационные технологии стали главными средствами коммуникации, развития и общения, соответственно у них сформировался такой образ жизни, который отличает этих молодых от более старших возрастных когорт. Вместе с тем предполагалось, что высокая скорость социальных и политических изменений в современном обществе наложила свой отпечаток на различие социальных портретов этих двух групп «взрослой» молодежи, что и подтвердилось в результате анализа. Выбор объекта изучения определялся и тем, что эти «взрослые» молодые в скором времени станут главной силой развития общества, выдвинут свои требования в реализации принципов социальной справедливости, демократии и открытости миру. Как бы то ни было, эти «взрослые молодые» скоро придут на места, занимаемые старшими возрастными когортами, имеющими смешанный опыт советского и постсоветского бытия. Было опрошено 1917 респондентов в возрасте от 18 до 34 лет с выделением примерно равных по численности двух возрастных когорт: младшая 18–24 и старшая 25–34 года. Выдержана репрезентативность этих групп по полу, образованию и месту жительства.

Предметом анализа послужили факторы и условия социализация молодежи в новой коммуникационной среде.

Результаты и обсуждение

В результате анализа полученного эмпирического материала были зафиксированы глубокие различия материального положения внутри двух когорт молодёжи, а также радикальное влияние на дифференциацию молодёжи

экономического и социально-культурного капитала родительских семей, что позволяет говорить о разных экономических и социальных ресурсах групп внутри молодёжи. Внутренняя дифференциация поколения молодёжи в России является безусловным фактом, поскольку составляющие ее группы различаются, как это формулировал К. Мангейм, местоположением в социальном пространстве [1]. Вследствие этого происходит субъективизация стратификационных различий, фиксируемая в ориентациях на манеру поведения, музыкальные пристрастия, стиль одежды, а также образ жизни.

Есть все основания считать, что в настоящее время существенно изменились факторы и условия социализации молодежи (см. табл.). Пожалуй, только семья сохраняет социализирующие функции на ранних этапах развития молодого человека, но в более поздние возрастные периоды на авансцену выходят другие институты, прежде всего связанные с цифровой коммуникацией, отодвигая на задний план семью и образовательные учреждения. Но и в семье происходят заметные изменения, влияющие на ее функции. По данным статистики и нашего опроса, растет доля неполных семей. Если среди респондентов взрослой возрастной группы (25–34 года), когда им было 14 лет, 28% росли в неполных семьях, то среди 18–24 летних таких было уже 35%. Еще 2–3% росли не с родителями. При этом характерно, что полностью доверяли своим родителям в этом юном возрасте во второй группе 41%, а в первой только 34%, авторитетом родители были для 35% в старшей и только для 29% в младшей группе, даже полную уверенность, что они получат реальную помощь от родителей высказали 52% из старшей против 43% из младшей группы. Прослеживается отсутствие влияния семьи на религиозность молодежи.

Таблица

Насколько соответствовали Ваши взаимоотношения с родителями, одноклассниками и школьными учителями, когда Вам было 14 лет?

Полностью согласны со следующими суждениями	18–24 г.	25–34 г.
1. Вы доверяли		
- своим родителям	34	41
- одноклассникам	11	9
- учителям	8	13
2. Для Вас были авторитетом, их мнение служило ориентиром для Вас в жизни		
- родители	29	35
- одноклассники	2	2
- учителя	7	10
3. В трудной ситуации Вы могли получить реальную помощь		
- от родителей	43	52
- от одноклассников	4	6
- от учителей	9	10

Сравнение двух групп взрослой молодежи демонстрирует низкий уровень доверия одноклассникам и учителям при снижении уровня доверия в младшей группе по сравнению со старшей. Учителям полностью доверяли в старших классах 13% из старшей группы и только 8% из младшей. Характерно, что одноклассники оказались позади по доверию по сравнению с учителями. Причем уровень доверия опять падает в младшей группе на фоне старшей группы. Можно задать резонный вопрос – что стало со школьной дружбой, почему на смену ей пришли жесткая конкуренция и враждебность учащихся? Индивидуализм и отсутствие солидарности сейчас закладываются уже в детском и подростковом возрасте, нередки случаи буллинга в школьных и других молодежных коллективах. Замечу, что все респонденты уже вышли из подросткового и переходного возраста и поэтому объяснять такие их суждения подростковым максимализмом и неприятием авторитетов вряд ли возможно.

По признанию респондентов, все большее влияние на молодежь школьного возраста оказывают неформальные отношения в школе в отличие от влияния учителей и доверия им. Среди старшей группы 49% отметили, что неформальные отношения в школе повлияли на то, как складывалась их жизнь в дальнейшем, но еще больше это влияние отмечают в младшей группе – 57%. И это при падении доверия к учителям и одноклассникам.

Неформальные отношения выходят на еще более значимые позиции в поведении и социализации молодежи, когда они после школы приходят в учебные заведения или на работу. Их роль не снижается по сравнению со школой, а в младшей группе вырастает до 60%. Думаю, что неформальные группы и общение в интернете играют главные роли в социализации молодежи. Около 82% младшей и более 88% старшей молодежной группы заходят в Интернет каждый день. Более 50% молодёжи признали, что всё свое свободное время они проводят в Интернете. В получении новостей о политике интернет стал первым и главным источником информации, особенно в группе 18–24 летних. Благодаря интернету активно происходит социально-сетевое группообразование, становящееся социальным капиталом молодежи на основе и сильных, и слабых связей. М. Грановеттер пришел, на первый взгляд, к парадоксальному выводу, справедливому в отношении сетевых групп молодежи: слабые связи могут рассматриваться как необходимое условие формирования у индивидов возможностей, а также их интеграции в сообщества; а сильные связи, способствующие формированию сплоченности на локальном уровне, на макроуровне приводят к фрагментации общества [2, с. 40]. Уход в виртуальное пространство коммуникации позволяет молодежи вступать в новое социальное сообщество, обладающее своей культурой, политическими взглядами, языком общения [3].

Политические ориентации молодёжи отличает плюральность и отстраненность от современной политики в силу неверия в свои возможности как-то повлиять на нее. Нигилизм молодёжи зиждется на недоверии к политическим институтам и критическом отношении к уровню демократии в стране. Особенно это касается младшей группы 18–24 года, для 69% которой важно жить в демократической стране, но только 29% считают, что наша страна управляется демократично. Интересы молодёжи сосредоточиваются в основном на проблемах собственного материального благополучия и внутрисемейных отношениях, которые не всегда отличаются миролюбием и терпимостью, часто носят (в 50% случаев) конфликтный характер. Социализация современной молодежи проходит в условиях неустойчивого социального развития, что порождает у нее внутренние психологические напряжения, страхи и опасения.

Список литературы

1. Мангейм К. Проблема поколений // Очерки социологии знания: проблема поколений – состязательность – экономические амбиции / К. Мангейм; Пер. с нем. Е.Я. Додина; Отв. ред. Л.В. Скворцов. М.: ИНИОН РАН, 2000. С. 8–63.
2. Грановеттер М. Сила слабых связей // Экономическая социология. 2009. Т. 10. № 4. С. 31–50.
3. Козырева Л.Д., Зверькова С.А. Трансформация социальных связей молодёжи в информационном обществе // Социодинамика. 2017. № 4. С. 94–104.

КОММУНИКАТИВНЫЙ РАЗУМ КАК ДИСКУРС, НАПРАВЛЕННЫЙ НА КУЛЬТУРУ ОБЩЕНИЯ

THE COMMUNICATIVE MIND AS A DISCOURSE AIMED AT THE CULTURE OF COMMUNICATION

Е.Ю. Бикметов
Уфимский государственный авиационный технический университет, г. Уфа
E.Yu. Bikmetov
Ufa State Aviation Technical University, Ufa

В рамках концепции коммуникативного разума Ю. Хабермаса анализируется культура общения, ориентированная на достижение консенсуса, что представляется актуальным для разработки технологий работы с молодежью, образования. Гуманитарная культура становится фундаментом коммуникации, развивает дискурсивность, исключающую единственную мировоззренческую позицию. Предпонимание, понимание и взаимопонимание

рассматриваются в качестве предпосылки обращения к нравственной тотальности разума, который связан с волеобразованием человека в процессе коммуникации.

Within the framework of the concept of communicative mind J. Habermas analyzes a culture of communication focused on reaching consensus, which seems relevant for the development of technologies for working with young people, education. Humanitarian culture becomes the foundation of communication, develops discursivity that excludes a single ideological position. Pre-understanding, understanding and mutual understanding are considered as prerequisites for addressing the moral totality of the mind, which is associated with the will formation of a person in the process of communication.

Ключевые слова: коммуникативное действие, коммуникативный разум, предпонимание, понимание, взаимопонимание, дискурс, гуманитарная культура

Keywords: communicative action, communicative mind, pre-understanding, understanding, mutual understanding, discourse, humanitarian culture

Актуальность исследования связана с преодолением субъект-центрированного разума. Гуманизм ориентировался на человека, его внутренний мир, стремился к «объективности», однако в итоге оказался в сетях историографии, ориентированной на «вневременное» бытие. Но жизнь человека и общества ориентирована на обретение власти над своим существованием, над самим собой. Стремление сделать общение эффективным выявляет препятствие, его вызывающее. В мышлении имеется некая «стена», которая противодействует общению. В условиях модерна мироощущение связано с попыткой структурировать феномен событийности. Коммуникативный разум структурирует «жизненные миры», а эти миры постоянно воспроизводят действия, ориентированные на взаимопонимание. Трудно достичь взаимопонимания и понимания, когда члены сообщества способны просто рассуждать и действовать [1, с. 306]. Ю. Хабермас пишет, что субъект начинает осознавать себя сознающим, и его сознание превращается в самосознание, но не напрямую, а в результате «возвращения к самому себе» из взаимоотношений с другими. И так же делают все остальные участники дискурса [2, с. 205–211].

Коммуникативное действие имеет в своей основе языковую среду. Только коммуникативная модель действия предполагает «язык как медиум полноценного взаимопонимания, при которой говорящий и слушатель из горизонта их предынтерпретированного жизненного мира соотносятся с чем-то в объективном, социальном и субъективном мире для того, чтобы достичь общих определений ситуации» [3, с. 78]. Речь и действие – не одно и то же. Непосредственные участники общения осуществляют в коммуникативной

практике свои намерения. Но коммуникация предполагает согласие, а без согласия невозможно и моральное действие. Мы понимаем речь человека, когда знаем, что делает ее приемлемой. Понятийность коммуникативного действия выступает таким образом основанием понимания социального мира.

Необходимо разграничивать стратегическое и коммуникативное действие. Если стратегическое действие направлено на достижение результата управления социальными системами и процессами, прагматическое знание, то коммуникативное действие связано с «жизненным миром» человека, его экзистенциальными основаниями и диалектикой общественной рационализации. «Определение ситуации участниками коммуникативного процесса выступает основой формирования структурных условий социального взаимодействия. Смысло-символьное пространство коммуникации создает … базу социального действия» [4, с. 168].

Коммуникативный разум восстает против субъектцентрированного разума, то есть против ничем не ограниченной воли человека. Парадигма познания предметов должна смениться тенденциями, ориентированными на взаимопонимание. Невозможно заменить устаревший порядок вещей, который пытается обновить метафизически одинокий, задавленный структурами субъект. Субъект оказывается некоей константой в дискурсах. Этот субъект выступает эквивалентом понятия «жизнь». Взаимопонимание не может сложиться в условиях отсутствия понимания и предпонимания. Предпонимание не есть объективирующая установка, которая дает познающему субъекту возможность ориентироваться исключительно на самого себя. Развитие человека не должно утрачивать своего привилегированного положения в мире. Используемые предметы указывают на более толстый или более тонкий слой тяжести, которая требует своего освобождения. Коммуникация, коммуникативный разум связаны с тем, что человек постоянно раздвигает границы своего рода и действует по «законам красоты» [5, с. 94]. Эти законы сопряжены с общественным пределом знания. В разные эпохи не возможен любой способ производства, поскольку он напрямую зависит от уровня производительных сил. В то же время в культуре далеко не всегда возникают идеи, соответствующие экономическим преобразованиям. Но существуют все же общественные пределы дискурса коммуникативного разума. На неразвитых общественных ступенях такие пределы не позволяют познать определенные объекты. Они тяжелы для понимания их смысла. Пределы знания обусловлены исторически малоподвижной косностью, свойственной живым существам. Кроме того, общественные пределы коммуникативного знания обусловлены сопротивлением всему новому. Дискурс как коммуникация при этом разрушается, уничтожаются каналы коммуникации,

коммуникативный стиль мышления, культура общения, мотивы общения. В основе коммуникативности лежит высокая культура общения [6, с. 129].

Удивительным оказывается то обстоятельство, насколько научные, интеллектуальные перспективы эпохи остаются привязанными к задачам, формам, пределам имеющегося способа производства и обмена. Сегодня дискурс оторвался от понятия труда. Исследователи больше ориентированы на созерцание, чем на общественную деятельность. Такие социальные пределы познания, которые связаны с исследованием процесса раскрепощения производительных сил, объективны. Они заложены в самих вещах, связаны с эпохой. В каждый период выдвигаются только такие проблемы и задачи, которые возможно разрешить. Мысль человека проникает в социальную действительность лишь в том случае, когда эта действительность проникает в мысль. В коммуникации в социальных структурах «реализуется знаниевый, ценностный, эмоциональный потенциал, способствующий координации, контролю взаимодействий. … Субъекту управления необходимо оценивать и согласовывать коммуникационные возможности, личностные и групповые ценностные ориентации» [7, с. 91–92]. «Будучи «проектом» своего бытия, человек всегда нуждался в таких конструктивных элементах, как знания, имеющих статус универсалии культуры [8]. Успешность понимания людьми друг друга достигается при условии, что взаимодействие имеет эмоциональную основу, выражающуюся в развитости эмоционального интеллекта, которая во многом снимает преграды и препятствия. Такие преграды общения не исчерпываются чисто социальным началом и вовсе не «снимаются» социальным. Но социальные барьеры не разрешают главного слоя проблемы – теоретико-познавательного и объектного. В данном аспекте существует внешний мир, не зависимый от воззрений.

В общении осваиваются и создаются новые стороны идентичности. Личность, рефлексируя, обретает многогранность. Так же продуцируется смысловая среда коммуникации, определяющая структуру и характер социального действия. Действующий индивид создает свой социальный мир, который, в случае несоответствия принятому социальному порядку, служит базой формирования идентичности и источником социальных изменений.

Список литературы

1. Хабермас Ю. Философский дискурс о модерне. Двенадцать лекций // Пер. с нем. 2-е изд., испр. М.: Весь Мир, 2008. 416 с.

2. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Пер. с нем., под ред. Д.В. Скляднева. СПб.: Наука, 2000. 377 с.

3. Фурс В.Н. Философия незавершенного модерна Юргена Хабермаса. Минск: Экономпресс, 2000. 224 с.

4. Лукьянов А.В., Бикметов Е.Ю., Пушкарева М.А. Проблема языка в гносеологии и социальной теории: историко-критическое введение: Монография. Уфа: БАГСУ, 2008. 224 с.

5. Маркс К. Экономическо-философские рукописи 1844 года // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 42. М.: Изд-во политической литературы, 1974. 708 с.

6. Кутявина Е.Е., Саралиева З.Х. Язык и власть // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Право. 2003. № 2 (7). С. 124–130.

7. Бикметов Е.Ю., Амирханова Л.Р. Опыт междисциплинарного исследования внутриорганизационной коммуникационной политики // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. 2020. № 2. С. 85–98.

8. Бекарев А.М., Пак Г.С. Структуры знаний в обществах знаний // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2012. № 1 (3). С. 114–118.

КОММУНИКАТИВНЫЕ БАРЬЕРЫ ТРУДОВОЙ МОТИВАЦИИ РОССИЙСКОЙ РАБОЧЕЙ МОЛОДЕЖИ СФЕРЫ КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА*

COMMUNICATIVE BARRIERS TO LABOR MOTIVATION OF RUSSIAN WORKING YOUTH IN THE FIELD OF CUSTOMER SERVICE

В.Ю. Бочаров
Самарский университет, г. Самара;
Социологический институт Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН, г. Санкт-Петербург;
Тюменский индустриальный университет, г. Тюмень

V.Yu. Bocharov
Samara University, Samara;
The Sociological Institute,
The Federal Center of Theoretical and Applied Sociology,
The Russian Academy of Sciences, Saint Petersburg;
Tyumen Industrial University, Tyumen

Рассматривается коммуникативный аспект трудовой мотивации российской рабочей молодежи, занятой в сфере клиентского сервиса. Приводятся данные качественного исследования, полученные в рамках многолетнего социологического проекта «Жизненные стратегии молодежи

* Исследование выполнено при поддержке гранта РНФ № 17-78-20062 «Жизненные стратегии молодежи нового рабочего класса в современной России».

нового рабочего класса в современной России». Отмечаются барьеры, препятствующие развитию мотивации общения среди рабочей молодежи.

The article examines the communicative aspect of the labor motivation of Russian working youth employed in the field of customer service. The data of qualitative research obtained within the framework of the multi-year sociological project “Life strategies of youth of the new working class in modern Russia” are presented. The barriers preventing the development of communication motivation among working youth are noted.

Ключевые слова: рабочая молодежь, клиентский сервис, трудовая мотивация, мотивация общения, контроль менеджеров, «скрипты» общения, пандемия, маски

Keywords: working youth, customer service, work motivation, communication motivation, managers' control, communication “scripts”, pandemic, masks

Методология нашего исследовательского проекта «Жизненные стратегии молодежи нового рабочего класса в современной России» (2018-2022 гг., руководитель – Т.В. Гаврилюк) опирается на междисциплинарный подход «new working class studies». В рамках этого подхода обосновывается отнесение работников сферы клиентского сервиса к рабочим (рабочему классу) современного постиндустриального общества. Под новым рабочим классом мы понимаем группу наемных работников, занятых во всех сферах материального производства и сервиса, труд которых рутинизирован, разделен на стандартизированные сегменты, поддается алгоритмизации и количественному нормированию результатов; не участвующих в управлении и не имеющих прав собственности в организации, в которой они заняты [1].

Первый этап наших эмпирических исследований включал проведение массового анкетного опроса (N=1534) и глубинных интервью с молодыми рабочими промышленности и клиентского сервиса (31 интервью) Уральского Федерального округа (2018 г.). В рамках этого этапа были определены критерии отнесения информантов к рабочей молодежи, выделены и обоснованы модели и стратегии их трудового поведения, а также выявлен доминирующий тип трудовой мотивации [2]. Для определения типа трудовой мотивации за основу принимались концепции отечественных исследователей В.И. Герчикова [3, с. 218-219] и Я.Л. Эйдельмана [4, с. 36]. Тип мотивации трудового поведения молодого работника нами понимается как сформированная на основе потребностей совокупность фиксированных социальных установок, определяющих стиль поведения и уровень социально-экономических притязаний молодого работника в данной организации (предприятии), на данном рабочем месте и во взаимоотношении с другими работниками.

Второй этап исследований был осуществлен в Самаре в 2021 г. В рамках этого этапа использовались методы качественной социологии – глубинное и фокус-групповое интервью. В качестве объекта исследования выступала молодежь нового рабочего класса в возрасте от 18 до 35 лет, проживающая в г. Самара и занятая в организациях клиентского сервиса (общественного питания) на рабочих позициях, не связанных с управленческими функциями. Выборочная совокупность составила 20 информантов. Интервью проводились с молодыми работниками (13 – жен., 7 – муж.), занятыми на рабочих должностях (бариста, барменов, официантов, кассиров-администраторов) трех организаций клиентского сервиса, относящихся к региональной сети кофеен (1), международной сети кафе и ресторанов общественного питания (2) и сетевому ресторанному холдингу (3) [5].

Кроме того, нами были проведены четыре фокус-группы (по 8 информантов в каждой из них, всего – 32), в которых принимала участие рабочая молодежь г. Самара, отобранная в соответствии со скрининговым анкетным телефонным опросом по заданным квотным параметрам и занятая на рабочих должностях в промышленности и строительстве (две группы), а также в сфере клиентского сервиса (две группы) [6].

Полученные результаты подтвердили данные других социологических исследований относительно типичности ситуации, когда молодые рабочие вынуждены соглашаться, по сути, на любые условия занятости, обусловленные «необходимостью адаптации к нестабильным условиям жизни и труда» [7, с. 186]. При этом инструментальный тип трудовой мотивации российской рабочей молодежи является доминирующим. Заработная плата, по утверждению подавляющего большинства информантов первого этапа исследования (2018 г.), является, по сути, главным источником их трудовой мотивации: «*Зарплата хорошо мотивирует*» (Евгений, 26 лет, повар); «*Деньги, наверное (смех), это первый мотиватор в сфере работы, мне кажется…*» (Сергей, 22 года, менеджер по работе с клиентами); «*Зарплату бы побольше платили. И всё. Больше ничего не надо*» (Илья, 29 лет, слесарь КИПиА); «*Что может мотивировать? Деньги, все… вся суть в деньгах*» (Дамир, 23 года, продавец в магазине бытовой техники). Отметим, что даже те информанты, кто называли другие источники своей трудовой мотивации (похвала руководителя, положительные отзывы клиентов, признание в коллективе, карьера), обязательно говорили и о материальном факторе своей занятости, то есть о доминировании инструментальной мотивации своего труда.

Данные второго этапа исследования (2021 г.) тоже позволяют говорить о превалировании инструментальной трудовой мотивации рабочей молодежи,

сферы клиентского сервиса: «…*скорей всего, только деньги мотивируют на эту работу*» (Виктория, 21 год, член бригады ресторана); «…*основная мотивация – это, наверное, все-таки деньги…*» (Мария, 21 год, член бригады ресторана).

Тем не менее, в отличие от рабочих промышленных предприятий, у занятых в сфере клиентского сервиса достаточно широко распространена *мотивация общения* с такими же молодыми коллегами или с клиентами: «*Мне нравится общаться с людьми…*» (Ирина, 22 года, официант); «*Это общение, скорее всего, потому что я люблю болтать, а тут я со всеми болтаю… так как очень малооплачиваемая работа, и ты больше устаешь на ней, чем зарабатываешь*» (Елена 22 года, член бригады, кассир); «*Общение с людьми… с коллегами, вот. Как я и говорила, меня окружают шикарные люди… и менеджеры, и сам рабочий состав… и я их люблю, и они меня любят… и все очень интересно, то есть буря эмоций, так сказать*» (Анна, 18 лет, кассир-сборщик).

Однако менеджерами такой тип мотивации молодых рабочих сервисной сферы практически не учитывается в их управленческих практиках. Более того, в настоящее время существуют серьезные барьеры, которые не позволяют в полной мере использовать мотивационный потенциал коммуникативных практик, которые так привлекают немалую часть рабочей молодежи.

К негативным барьерам, препятствующим развитию мотивации общения, можно отнести следующие:

1. *Контроль менеджеров за коммуникацией между работниками и работниками и клиентами*. Информационные технологии снабдили менеджеров и владельцев предприятий новыми инструментами контроля, и сегодня практика видеофиксации всех рабочих операций в сфере общепита – обыденная практика. С помощью видеонаблюдения менеджеры контролируют не только речевое взаимодействие рабочего персонала с клиентами, но и эмоциональную составляющую их общения: «*Я лучше скажу заученную фразу с каменным лицом, чем ну…реально скажу, ну что-нибудь нехорошее*» (Анна, 18 лет, кассир-сборщик).

Тем не менее, практически все информанты «по секрету» сообщали исследователям, что у них в заведении есть «слепые» зоны, где они могут скрыться от видеокамер. Естественно, что таких зон нет непосредственно на кассах и барных стойках, но наличие таких «укрытий» помогает снизить стресс от постоянного контроля: «*Есть слепые зоны, так называемые. Но на кассе слепых зон нет. Нет, конечно, есть одна слепая зона, но там все равно немного видно. Есть одна большая слепая зона на панировке. Там целый угол слепой*

зоной является. Есть слепая зона на сухом складе, там вообще нет камер» (Виктория, 19 лет, кассир).

2. Наличие *жесткой регламентации («скриптов»)* для общения между работником и клиентом: «*...мы видим клиентов издалека, смотрим на него 5 секунд, говорим… здравствуйте, добро пожаловать, потом предлагаем ему новинки…э…там у нас есть «треугольник», то есть то КАК мы должны и ЧТО предлагать, после чего мы говорим какие-то определенные фразы, связанные с оплатой, затем прощаемся с ним точно так же дружелюбно, со скучными фразами… и вот так вот…*» (Виктория, 21 год, член бригады ресторана).

3. *Масочный режим 2020-2021 гг.* и связанные с ним конфликтные ситуации между работником и клиентом по поводу отсутствия масок: «*…мы не принимаем гостей без масок – они начинают очень злиться на это, что мы как-то им эти маски навязываем. То есть типа … наденьте, пожалуйста, маску… как бы, на мой взгляд эта фраза ни к чему прям… Но у людей, это вот прям какой-то негатив за собой влечет*» (Виктория, 21 год, член бригады ресторана); «*…у меня не было конфликтов, но вот сейчас, наверно, самое банальное, что может быть, это маски... Это, в принципе, единственная причина конфликтов, с которым я сталкивалась…*» (Надежда, 22 года, бариста).

Таким образом, типичный режим рабочего дня работников сферы клиентского сервиса, как правило, состоит из рутинных, повторяющихся операций, проходящих под постоянным видеоконтролем менеджеров. Практика видеофиксации и стандартизированное исполнение «скриптов» взаимодействия персонала с клиентами подавляют «живое общение», тем самым блокируя мотивацию общения. Многие информанты чувствуют стресс от того, что постоянно находятся под контролем менеджеров и в результате вынуждены сдерживать свои эмоции и снижают коммуникативную активность: «*Усталость …моральная... ну я могу потом долго не разговаривать… с родителями. Я… у меня, допустим, 3 дня рабочих, 2 дня у меня выходных, и я вот этот вот день один из выходных, я могу сидеть в своей комнате, чтобы ко мне никто не подходил. Наверно, больше опустошенность какую-то я чувствую, эмоциональную, моральную даже в какой-то степени. Потому что ну… очень много эмоций отдаешь на работе*» (Татьяна, 20 лет, официант).

Список литературы

1. Молодежь нового рабочего класса современной России: коллективная монография / Под ред. Т.В. Гаврилюк. М.: Флинта, 2019. 392 с.

2. Жизненные стратегии молодежи нового рабочего класса / Под ред. Т.В. Гаврилюк. М.: Флинта, 2020. 408 с.

3. Управление человеческими ресурсами: менеджмент и консультирование / Под ред. В.В. Щербины. М.: Независимый институт гражданского общества, 2004. 520 с.
4. Лапыгин Ю.Н., Эйдельман Я.Л. Мотивация экономической деятельности в условиях российской реформы. М.: Наука, 1996. 112 с.
5. Бочаров В.Ю. Занятость молодежи нового рабочего класса организаций общественного питания в период пандемии // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2022. Т. 15. Вып. 1. С. 26–46.
6. Бочаров В.Ю. Трудовые отношения российской рабочей молодежи клиентского сервиса // Социально-трудовые исследования. 2022. № 46 (1). С. 177–186.
7. Темницкий А.Л. Формирование индивидуальной субъектности в сфере труда у молодых работников современной России // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 3. С. 182–200.

ДОБРОСОСЕДСТВО КАК ОСНОВА КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК
NEIGHBORLINESS AS A BASIS FOR COMMUNICATIVE PRACTICES

У.А. Винокурова
Арктический государственный институт культуры и искусств; Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова, г. Якутск, Республика Саха (Якутия)
U.A. Vinokurova
Arctic State Institute of Culture and Arts; North-Eastern Federal University n.a. M.K. Ammosov, Yakutsk, Sakha Republic (Yakutia)

Проблема выстраивания добрососедских отношений приобретает особую остроту в современных реалиях. Социальный институт соседства исследуется как основа коммуникативных практик при выстраивании социально-пространственных взаимоотношений на локальном, региональном и глобальном уровнях. Дано определение соседства как вида социально-территориальных отношений, обладающих широким разнообразием психологических образов, смыслов и ценностей, а также стратегий и механизмов конструирования сопредельных отношений на уровне цивилизаций, государств, народов, общностей, а также пространственно обусловленных межличностных отношений.

The problem of building good-neighborly relations becomes especially acute in modern realities. Social institution of neighborhood is researched as a basis for communicative practices in building socio-spatial relations at local, regional and

global levels. Neighborhood is defined as a kind of social and territorial relations with a wide variety of psychological images, meanings and values, as well as strategies and mechanisms of constructing neighboring relations at the level of civilizations, states, nations, communities and spatially determined interpersonal relations.

Ключевые слова: соседство, добрососедство, политика соседства, занавес неведения, принципы культурной свободы в коммуникациях, язык вражды

Keywords: neighborhood, good neighborhood, neighborhood policy, curtain of ignorance, principles of cultural freedom in communications, hate-speech

Соседство как феномен социально-психологических, социально-культурных, социально-экономических, социально-пространственных отношений еще не стало предметом пристального исследования. Между тем, межконтинентальные, межцивилизационные, глобальные, региональные и локальные трансформации границ ведут к изменению института соседства как социального и нематериального культурного наследия сообществ людей.

Массовые миграции населения по направлению Юг-Север, Восток-Запад в XX в. привели к разработке политики соседства в Европе, выраженной в мультикультурных практиках, не оправдавших ожидания принимающих сообществ. Вместе с тем проблема выстраивания соседских отношений как в узком, так и в широком смыслах приобретает особую остроту в новых реалиях. Земля, территории, пространства становятся ведущей ценностью цивилизационного развития по мере увеличения численности человечества. Наряду с борьбой за ресурсы развивается гражданское гуманитарное движение, нацеленное, прежде всего, на защиту права голоса детей в соответствии с нормами Конвенции ООН о правах ребенка, Международным десятилетием культуры мира и ненасилия в интересах детей планеты, утверждающими традиции международного сотрудничества, взаимопонимания и солидарности.

Социологическая трактовка понятия «соседство» предлагает следующее определение: «это вид социально-территориальных отношений, обладающих широким разнообразием психологических образов, смыслов и ценностей, а также стратегий и механизмов конструирования сопредельных отношений на уровне цивилизаций, государств, народов, общностей, а также пространственно обусловленных межличностных отношений». При этом важно различать такие категории, как «политика соседства» и «добрососедство», определить механизмы соседских отношений: добровольная ассимиляция, интеграция, договор, диалог, конфликт, противоборство различной степени напряженности и поляризации.

Соседство – неотъемлемый фактор среды обитания человека, социума и определения государственных границ. Ценностный фактор соседства может иметь различные фокусы, что в изобилии сохранено в фольклорной культуре разных этносов. В русской культуре отмечается множество слов с позитивным смыслом частицы СО: сосед, согласие, совет, сосуществование, сотрудничество, сознание, содействие, сословие, совместимость, сочувствие, сопряжение, созвучие, содержание, соединение, соприкосновение, побудительные глаголы: создать, сотворить, согреть, сойтись, сопровождать, сорганизовать.

Межконтинентальные, межцивилизационные, глобальные, региональные и локальные миграции ведут к изменению института соседства как социокультурной основы коммуникативных практик сообществ людей. Политика соседства составляет часть межгосударственных и международных отношений. Политолог А.И. Кузнецов [1] выделяет различие между современным дипломатическим понятием «политика соседства», используемым в международных документах, и устоявшимся термином «добрососедство». Политика соседства относится к фундаментальным основам современных международных отношений и рассматривается как одна из форм оказания влияния или его сопротивлению.

Известно, что соседей по территориально-геополитическому признаку не выбирают. Процесс формирования добрососедских отношений занимает длительное историческое время, чтобы реализовались симметричные договорные отношения, уважение к лимитрофу цивилизаций и культур, взаимополезному Пограничью и Диалогу соседей. Поворот российской политики в сторону Восточной Азии, наблюдаемый в последнее время, имеет политико-экономический интерес и не может не привнести нового содержания в политику соседских отношений.

В содержании соседских отношений можно выделить триаду: *ресурс – продукт – цель.* Джон Ролз [2] ввел понятие «занавес неведения», смысл триады в том, что не зависимо от того, идет ли речь о (количественном и качественном) присутствии или (полном) отсутствии информации о ресурсе соседа, следует обратить внимание на созданный этой информацией продукт моральных ресурсов как основополагающей цели соседских взаимодействий. Неверное понимание ресурсов соседей может привести к глобальной поляризации сообществ, росту взаимного недоверия, повышенной конфликтности, радикализации опасности постправды. Теории заговора, террористические атаки, преступления, насилия и нарушения прав человека, наклеивания ярлыков соседям, манипулирование их идентичностью ставят под угрозу долгосрочные перспективы укрепления демократии, прав человека и социальной

сплоченности, добрососедства. Занавес неведения может создавать пространство вражды между соседями.

Существует связь между уровнем насилия в СМИ и уровнем насилия в обществе. Используя социально-когнитивную теорию, психолог А. Бандура [3] выявил, что человек, наблюдая действия какого-то образца, приобретает символический прототип для поведения в соответствующей ситуации. Он заключил, что люди «научаются» агрессии, перенимая ее как модель поведения, наблюдая за другими людьми. Как и большинство социальных навыков, агрессивная манера поведения усваивается в результате наблюдения за действиями окружающих и оценки последствий этих действий. А. Бандурой и его коллегами (начиная с 60-х гг.) было собрано значительное количество данных о влиянии телевизионного насилия на социальное поведение. Эти труды показывают, что длительная экспозиция насилия по телевидению может: а) увеличивать агрессивность поведения зрителей; б) уменьшать факторы, сдерживающие агрессию; в) притуплять чувствительность к агрессии; г) формировать у зрителей образ социальной реальности, не вполне адекватный действительности.

Трансформация медиа как пространства вражды вызвал появление термина «язык вражды» (“hate-speech”). Он содержит признаки деления на «МЫ-группу» и «ОНИ-группу», противопоставленных по ряду признаков, провоцирующих злобу, ненависть, радикальные негативные действия, управляемого хаоса. Путем такого деления формируется и подкрепляется стереотип отрицательного образа соседа, нации, расы, религии.

Добрососедство предполагает следование принципам культурной свободы, признания культурных различий и культурного разнообразия, принципам вежливости, доброты, открытости и отношения к другим с тем же уважением, которое мы хотим получать от них. Эти принципы предполагают осознанный выбор отношений с предпочтительными соседскими общностями и народами. Так, якутский поэт-пророк Алексей Кулаковский [4] во времена наступающей смуты Первой мировой войны предопределил выбор предпочтительного соседа: «Передаться Америке, Японии, Китаю? Нет, – эти NN не проходят: те нас быстро задавят в борьбе за существование, и белоглазый, большеносый нуча, не говоря уже о даровании православной веры, гораздо ближе нам, милее и родственнее их…)». В этих размышлениях описан приемлемый образ желаемого соседа – он должен быть на уровне близкой социальной и культурной дистанции, ментально притёртым в процессе длительного исторического взаимодействия. Добрососедство создает целостность социального организма соответствующего уровня.

Соседство как ценность содержится в концепте «малая родина» и вовлечено в систему социальных отношений в процессе формирования личности ребенка, воспитуемого в семье, прежде всего в сельском социуме. Соседство исследуется на разных уровнях общественных практик территориальных сообществ: преимущественно обобщаются практики соседских отношений и самоуправления собственников и жильцов многоквартирных домов, кварталов.

Конструирование добрососедских отношений строится на основе универсальных интеллектуальных ценностей.

Это:

1. Ясность. Необходимость в ясности изложения мыслей проистекает из того факта, что мы хотим или должны донести до других определенный смысл, а нечеткий язык подрывает или разрушает эту цель.
2. Достоверность
3. Точность
4. Релевантность
5. Глубина
6. Широта
7. Логичность
8. Беспристрастность.

Налаживание добрососедских отношений строится на конструировании механизмов диалога с разными цивилизациями, народами, поколениями, социальными стратами общества и личностями. Необходимо совершенствовать и расширять сотрудничество в вопросах добрососедства.

Список литературы

1. Кузнецов А.И. Добрососедство и европейская политика соседства – в чем различие? // Балтийский регион. 2009. № 2 (2). С. 76–87.
2. Джон Роулз: Теория справедливости // Гуманитарный портал. URL: https://gtmarket.ru/library/basis/6642/6644 (дата обращения: 01.06.2022).
3. Средства массовой информации как источник агрессии // ВКонтакте. 12.07.2018. URL: https://vk.com/@psyhologiaa-sredstva-massovoi-informacii-kak-istochnik-agressii (дата обращения: 01.06.2022).
4. Кулаковский А.Е. Якутской интеллигенции. Якутское книжное издательство, 1992.

МЕЖКУЛЬТУРНЫЙ ДИАЛОГ НА ЮГЕ РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ (ПО ИТОГАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)

INTERCULTURAL DIALOGUE IN SOUTHERN RUSSIA: PROBLEMS AND DEVELOPMENT PROSPECTS (BASED ON SOCIOLOGICAL RESEARCH)

Н.В. Дулина, Е.О. Беликова
Волгоградский государственный университет, г. Волгоград
N.V. Dulina, E.O. Belikova
Volgograd State University, Volgograd

На основе результатов инициативного социологического исследования, посвященного преемственности культурного наследия в России, описывается отношение студенческой молодежи Южного федерального округа к народной культуре, важности ее сохранения. Делается вывод о необходимости учета тех изменений, произошедших в сознании молодежи под влиянием процессов глобализации, в работе со студенческой молодежью.

Based on the results of an initiative sociological study on the continuity of cultural heritage in Russia, the attitude of student youth of the Southern Federal District to folk culture, the importance of its preservation are described. It is concluded that it is necessary to take into account the changes that have occurred in the minds of young people under the influence of globalization processes in working with student youth

Ключевые слова: молодежь, студенты, культура, народная культура, традиции, межкультурный диалог

Keywords: youth, students, culture, folk culture, traditions intercultural dialogue

Определяясь с понятиями, напомним, что под Югом России когда-то понимались территории, подконтрольные Добровольческой армии, а затем Вооруженным силам Юга России и входящие в состав Российского государства в период Гражданской войны в России. В настоящее время под этим термином обычно понимаются территории Южного федерального округа (ЮФО), в состав которого входят восемь субъектов, среди которых – три республики (Адыгея, Калмыкия и Крым), Краснодарский край, три области (Астраханская, Волгоградская и Ростовская), а также Севастополь. Есть все основания утверждать, что это уникальная, не столько географически, сколько социально, территория, отличающаяся многообразием и разнообразием культур и религиозных убеждений проживающих здесь народов и народностей. Статистика свидетельствует, что в территориальных границах региона проживают армяне, украинцы, калмыки, казахи, татары, адыги. Но следует

признать, что подавляющая часть в структуре населения (согласно переписи 2010 г.) представлена русскими (83,75%). По этноязыковому составу тоже преобладает славянская группа (85,67%). Национальное многообразие региона находит свое отражение и в большом количестве смешанных браков [1].

Межкультурный диалог с разнообразным составом населения весьма важен, поскольку любая культура по своей природе как конструктивна, так и деструктивна, обладает как интегрирующими, так и дезинтегрирующими основаниями, как размежевывая, так и объединяя «чужих» и «своих». Соседство многих культур в ограниченном физическом пространстве всегда чревато появлением конфликтов. Наблюдаемые методами социологии проявления культуры позволяют говорить об отсутствии на территории региона конфликтов на национальной и/ или религиозной почве. Добрососедские отношения и уважение к иной культуре складывались на этой территории веками, становясь элементом жизнесберегающих технологий отдельных народов и этносов, региона в целом.

О межкультурном диалоге разных народов и этносов, населяющих юг страны, мы уже говорили и писали ранее (см., напр., [2–5]). В рамках данного материала мы хотели обратить внимание на молодое поколение, входящее во взрослую жизнь, которое будет определять уже в ближайшее время будущее нашей страны, в том числе и в рамках выстраивания межкультурного диалога. Как молодое поколение региона, выросшее в иных условиях, нежели их прародители, относится к иной (не своей) и своей культуре? А какую культуру считают своей? Ответы, хотя бы частично, на поставленные и другие вопросы можно найти, обратившись к результатам социологического исследования «Культурное наследие и связь поколений», инициированного и проведенного Российским обществом социологов (РОС) весной 2022 г. (N=9751). Одной из задач исследования было выявление форм межпоколенных связей в меняющихся социальных контекстах, отношения к культуре своего народа. С описанием технических параметров поля, в том числе и выборки исследования, можно ознакомиться, обратившись к отдельным публикациям [6] или на официальном сайте РОС. В совокупности опрошенных представлены все федеральные округа страны, в том числе и ЮФО. Именно на этих эмпирических данных и будут строиться наши дальнейшие рассуждения.

В общий массив исследования от ЮФО было включено 2329 наблюдений, что составляет почти четверть (23,9%) от общего числа опрошенных. Выборка стихийная, объект исследования: студенты российских вузов – граждане России. Среди респондентов ЮФО девушки составили почти две трети (66,5%), юноши – треть (33,5%). Задача обеспечения репрезентативности выборки не

ставилась, однако полагаем, что большой объем выборки позволяет сделать содержательные выводы. Ограниченные рамки, к сожалению, не позволяют полностью представить социально-демографические характеристики выборочной совокупности.

Одним из первых вопросов, с которым исследователи обратились к студентам, был сформулирован следующим образом: «Как Вы считаете, должен ли современный человек хорошо знать культуру своего народа?» Формулируя данный вопрос, мы исходили из определения культуры, которое дал В.С. Цукермана: «Культура – это исторически развивающаяся система материальных и духовных ценностей, норм и навыков специализированного мастерства, накопленного в ходе всей жизни людей и передающегося от одного поколения к другому для создания, усвоения, сохранения и распространения этих ценностей. Совершающееся таким образом формирование человека и есть развитие культуры» [7]. Мы полагаем, что ключевым в этом определении является акцент именно на формировании человека. Народная культура, творцом которой выступает сам народ, сохраняя необходимое и вытесняя неактуальное, определяла/ определяет, нормирует все аспекты жизнедеятельности социума: уклад жизни, формы хозяйственной деятельности, обычаи, обряды.

Весьма динамичная современная жизнь предъявляет свои требования к входящему во взрослую жизнь поколению, которое, овладевая новыми технологиями, являет миру свои ценности и ценностные установки, аккумулируя опыт предшествующих поколений, как отечественных, так и зарубежных. Результаты, полученные в ходе выше упомянутого исследования, убеждают, что современные российские студенты, в своем большинстве, осознают ценность народной культуры в целом (см. табл. 1).

Таблица 1

Мнение респондентов ЮФО о необходимости хорошо знать культуру своего народа, %

Как Вы считаете, должен ли современный человек хорошо знать культуру своего народа?	%
Да, если он ощущает свою принадлежность к определенному этносу и заинтересован в сохранении его традиций	49,1
Да, но важно ориентироваться и в культурном наследии других народов	46,3
Не обязательно, в современном мире это не важно, культуры отдельных народов давно потеряли актуальность	4,6
Итого:	100,0

Коэффициент V Крамера [0; 1]: 0,098, вероятность ошибки (значимость): 0,00.

Что важно. При общей позитивной оценке ценности народной культуры нельзя не заметить расхождения в акцентах, прозвучавших в ответах респондентов, тем более что мнения разделились практически поровну. Для одной части студентов – важно ощущение своей принадлежности с определенным этносом, своей идентификации с ним, стремлением сохранить его традиции (49,1%). Для другой группы важно расширить рамки культурного мира и ориентироваться не только в культуре своего этноса, но и в культурном наследии других народов (46,3%). Такой «разлом» в оценках студентов может свидетельствовать о наличии двух общностей среди молодежи. Одна из этих общностей в большей степени ориентирована на идентификацию со своим этносом, другая – на культурное разнообразие (многообразие) культурных практик разных народов. Мы не беремся выносить собственные оценочные суждения – хорошо это или плохо, мы лишь констатируем факт наличия такого «разброса» мнений. Полагаем, что почти пять процентов (4,6%) респондентов, разделивших мнение о том, что в современном мире знать культуру своего народа – это не важно, поскольку культуры отдельных народов давно потеряли актуальность, это отражение набирающих обороты процессов глобализации. Да, это факт, с которым уже приходится считаться в современном мире, что подтверждается ответами студентов и на другой вопрос анкеты (см. табл. 2).

Необходимо ли прилагать какие-либо усилия, чтобы сохранять народную культуру? Студенты ЮФО в большинстве (82,1%) признали важным сохранение народной культуры (см. табл. 2). Но уже 17,9% опрошенных (против 4,6% в предыдущем вопросе) признают, что народная культура – пережиток прошлого (7,2%), либо не могут определиться со своим отношением к сохранению народной культуры.

Таблица 2

Мнение респондентов ЮФО о важности сохранения народной культуры, %

Считаете ли Вы важным сохранение народной культуры?	*%*
Да, необходимо прилагать все усилия, чтобы сохранить народную культуру и передать ее нашим потомкам	82,1
Народная культура – пережиток прошлого, в мире есть куда более интересные и важные культурные явления	7,2
Затрудняюсь ответить	9,4
Другое	1,3
Итого:	100,0

Коэффициент V Крамера [0;1]: 0,054, вероятность ошибки (значимость): 0,00.

Даже представленные результаты позволяют заключить следующее. В развитии народной культуры важным является ее преемственность. При работе с

молодежью необходим учет наметившихся изменений в сознании студенческой молодежи, чтобы диалог внутри страны (в том числе и на Юге страны) оставался межкультурным, подчеркивая разнообразие и красоту языков, традиций народов.

Список литературы

1. Беликова Е.О. Качественные стратегии изучения религиозной идентичности в смешанных браках (на примере социологического исследования в Волгоградской области) // Социология и общество: социальное неравенство и социальная справедливость (Екатеринбург, 19–21 октября 2016 г.): Материалы V Всероссийского социологического конгресса / Отв. ред. В.А. Мансуров. М.: Российское общество социологов, 2016. С. 1451–1456.
2. Беликова Е.О. Стратегия развития межнациональных и межкультурных взаимодействий в Волгоградской области // Научный вестник Волгоградского филиала РАНХиГС. Серия: Социология и политология. 2016. № 1. С. 40–43.
3. Дулина Н.В., Беликова Е.О. Специфика поликультурного существования на перекрестке цивилизаций: региональный аспект (на примере Волгоградской области) // Инновационно-предпринимательское образование в контексте повышения качества жизни: Материалы Международной научно-практической конференции 12 декабря 2018 г.: в 3-х частях. Алматы: Университет «Туран», 2019. Ч. 1. С. 19–23.
4. Дулина Н.В. Социокультурное пространство Юга России в условиях модернизации // Инновационно-предпринимательское образование в контексте повышения качества жизни: Материалы Международной научно-практической конференции 12 декабря 2018 г.: в 3-х частях. Алматы: Университет «Туран», 2019. Ч. 1. С. 15–19.
5. Belikova E.O., Dulina N.V. Digital Fields of Communications of Religious Organizations // International Journal of Engineering and Advanced Technology (IJEAT). 2019. Vol. 9. Iss. 1. Pp. 6600–6603.
6. Дулина Н.В., Мансуров В.А., Пронина Е.И., Широкалова Г.С., Шкурин Д.В., Юрьев П.С. Народная культура в оценках российской студенческой молодежи // Научный результат. Социология и управление. 2022. Т. 8. Вып. 3. С. 61–78.
7. Цукерман В.С. Народная культура как социальное явление: автореф. дис. ... д-ра филос. наук. Свердловск: Урал. гос. ун-т им. А.М. Горького, 1984. 39 с. URL: https://www.dissercat.com/content/narodnaya-kultura-kak-sotsialnoe-yavlenie (дата обращения: 01.08.2022).

СКУЛШУТИНГ КАК КОММУНИКАТИВНАЯ ПРАКТИКА
SCHOOLSHOOTING AS A COMMUNICATIVE PRACTICE

П.К. Карасев
Министр внутренней муниципальной и региональной политики Нижегородской области, г. Нижний Новгород
P.K. Karasev
Minister of Internal Municipal and Regional Policy of the Nizhny Novgorod Region, Nizhny Novgorod

Скулшутинг рассматривается как коммуникативная практика, приведены конкретные примеры массовых расстрелов, случившихся в последние годы. Проводится различение скулшутинга и колумбайна как форм респондентного и оперантного поведения. Делается вывод о направленности расстрелов не на конкретных людей, а на школу как социальный институт.

An attempt is made to consider schoolshooting as a communicative practice, specific examples of mass shootings that have occurred in recent years are given. A distinction is made between skulking and columbine as forms of respondent and operant behaviour. We conclude that mass shootings are directed not to specific individuals, but to the school as a social institution.

Ключевые слова: скулшутинг, «Колумбайн», социология средней школы, социальная безопасность

Keywords: schoolshooting, «Columbine», high school sociology, social security

Доклад посвящен несколько необычной форме молодежной коммуникации: в качестве таковой мы предлагаем рассмотреть случаи скулшутинга, то есть, массовые расстрелы в школах, ставшие невероятно актуальной темой в мировой социальной повестке в последние два десятилетия. Несколько лет назад это явление стало широко распространяться и в России. Кратко охарактеризуем наиболее яркие случаи.

Керченская трагедия

17 октября 2018 г. восемнадцатилетний студент Керченского политехнического колледжа Владислав Росляков устроил атаку на свое собственное учебное заведение, вооружившись помповым ружьем и несколькими самодельными взрывными устройствами. В результате нападения погиб 21 человек, включая самого Рослякова, 67 получили ранения.

Трагедия в Казани

11 мая 2021 г. 19-летний Ильназ Галявиев, вооружившись охотничьим ружьем, направился в гимназию № 175, которую окончил несколько лет назад. На улице его видели несколько человек, однако не обратили внимание на

странного юношу с оружием и не вызвали полицию. Впоследствии молодой человек расскажет, что уже продолжительное время ненавидит весь мир. В результате нападения погибли девять человек (семь учеников и два педагога), еще 23 человека пострадали.

Трагедия в Перми

20 сентября 2021 г. студент первого курса юридического факультета Пермского государственного университета Тимур Бекмансуров вошел в здание образовательного учреждения и открыл огонь по охраннику и людям. В общей сложности были убиты шесть человек.

Все эти трагедии выдержаны в стилистике международного деструктивного течения «Колумбайн», названного в честь американской средней школы в штате Колорадо, в которой в 1999 г. впервые произошло массовое убийство учащихся и педагогов.

Характерные черты идеологии «Колумбайн»:

- ненависть к человечеству;
- отношение к людям как к биомусору;
- крайний солипсизм, то есть признание своего субъективного взгляда на мир единственной объективной реальностью;
- героизация (вплоть до обожествления) наиболее одиозных исторических персонажей или современников;
- «приурочивание» кровавых расправ к связанным с ними датам, их канонизация и символизация.

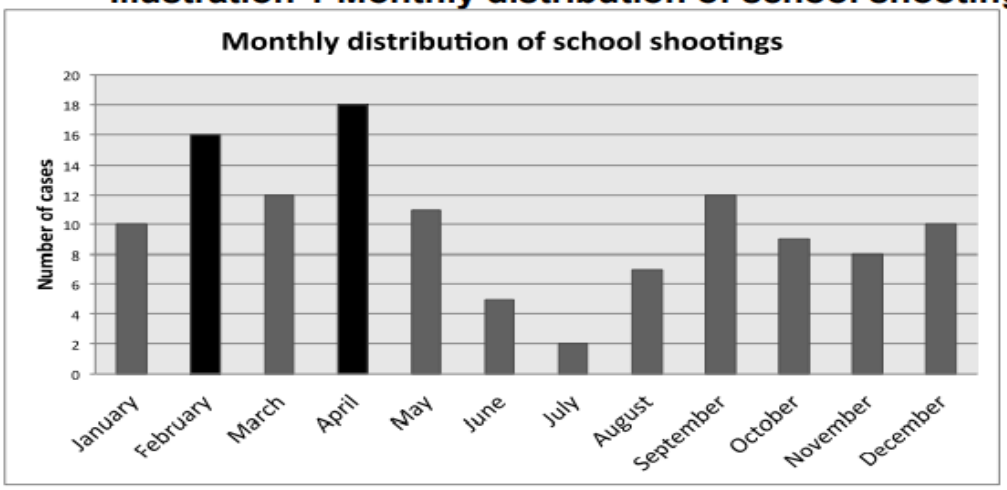
«Колумбайн» и «Скулшутинг»

действие *оперантное*, основанное на субъективных представлениях о никчемности человечества, бессмысленности существования, отрицании права на жизнь, имеющее в большей степени внутреннюю обусловленность	форма *респондентного* поведения, то есть проявляющегося в ответ на определенные воздействия – травлю, харрасмент или иные формы унижения, имевшие место на протяжении какого-то времени, предшествующего стрельбе

Ключевым социальным пространством генерации скулшутинга и одновременно его основной целью является школа. Скулшутер, как правило, совершает свои действия на ее территории, в учебное время и на глазах у школьного сообщества. Потребность стрелка в аудитории можно подтвердить с помощью анализа распределения случаев стрельбы в школах по месяцам. В июне и июле случаи стрельбы в школах крайне редки, потому что в это время школы, как правило, закрыты. Во-вторых, жертвы школьной стрельбы обычно случайны, что свидетельствует о том, что действия школьного стрелка не

направлены на конкретных членов школьного сообщества, они адресованы школе как социальному институту.

Illustration 1 Monthly distribution of school shootings



Source: Böckler et al., 2013

Факторы-мотиваторы скулшутинга

- 24% стрелков мотивированы желанием получить внимание или признание;
- 27% – суицидальными мыслями или отчаянием;
- 61% – мотивированы желанием отомстить;
- 75% – чувствовали издевательства/ преследования/ угрозу со стороны других.

Это свидетельствует не только о респондентном характере скулшутинга, но и о низкой способности школ обеспечить необходимый уровень интеграции классного коллектива и снизить риски социальной сегрегации и социальной эксклюзии.

ФУНКЦИИ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ
THE FUNCTIONS OF COMMUNICATION IN MODERN SOCIETY

Г.Н. Москалевич
Минский инновационный университет, г. Минск, Беларусь
G.N. Moskalevich
Minsk Innovation University, Minsk, Belarus

Исследуются различные функции общения. Дана характеристика каждой функции коммуникации, рассмотрен их вклад в формирование личности индивида. Сделан вывод о важной роли функций коммуникации в жизни людей,

поскольку общение является деятельностью, направленной на достижение социально значимых результатов, а также средством самовыражения и духовной связи между участниками коммуникации, обмена духовными ценностями.

The various functions of communication are explored. A characteristic of each function of communication is given, their contribution to the formation of the individual's personality is considered. The conclusion is made about the important role of communication functions in people's lives, since communication is an activity aimed at achieving socially significant results, as well as a means of self-expression and spiritual connection between participants in communication, exchange of spiritual values.

Ключевые слова: коммуникация, функции коммуникации, потребность в общении, вклад в формирование личности, социальная значимость общения, средство самовыражения, духовная связь, духовные ценности

Keywords: communication, functions of communication, the need for communication, contribution to the formation of personality, social significance of communication, means of self-expression, spiritual connection, spiritual values

Общеизвестно, что коммуникация – это очень важная и неотъемлемая часть связей с общественностью. В вопросе изучения люди в основном говорят об обмене между субъектами коммуникации информацией разного рода. Следовательно, информацию нельзя использовать без коммуникации. Еще в начале формирования общества общение и взаимодействие как средства коммуникации играли очень важную роль в обществе. Этим и обусловливается актуальность темы настоящего исследования.

В наше время под коммуникацией понимается обмен информацией, который приводит к передаче информации интеллектуального и эмоционального содержания от отправителя к получателю.

Само слово «коммуникация» произошло от латинского слова *communico*, что означает делиться, общаться. Коммуникация в человеческом обществе означает общение, обмен мыслями, знаниями, чувствами, образцами для подражания. Следует сразу отметить, что слово «обмен» в данном случае является метафорой. На самом деле, если люди обмениваются идеями, мыслями, словами, то они их не теряют, а наоборот, взаимно обогащают друг друга.

Как известно, человек – существо биосоциальное, и, помимо физиологических потребностей, у каждого индивида более или менее имеется потребность в общении с представителями своего вида. В более узком смысле, коммуникация – это процесс и результат установления контакта между людьми или взаимодействия субъектов с использованием различных систем знаков. Коммуникация имеет множество функций, например, координационная,

помогающая людям согласовывать действия при организации совместной деятельности, эмотивная, заставляющая нас испытывать необходимые для полноценной жизни эмоции, или же функция самовыражения, представляющая собой средство раскрытия своей сущности.

Осуществление этих функций, конечно, зависит как от самого человека, так и от социальной ситуации, в связи с которой этот аспект рассматривается.

Каждая коммуникационная функция очень важна и поэтому не может быть организована в иерархическом порядке. Рассмотрим основные функции общения.

Контактная функция означает установление контакта как состояния взаимной готовности принимать и передавать информацию и поддерживать взаимосвязь в форме постоянной взаимной ориентации. В современном мире поддерживать контакт между людьми не сложно: человечество разработало множество устройств, делающих общение простым и удобным.

Во все времена проблема установления контакта была присуща людям с разными психическими характеристиками в разной степени. В меньшей степени масштаб проблемы для каждого конкретного случая определяется такими факторами, как социальная или политическая ситуация в стране, но эти аспекты влияют и на легкость установления контактов [1, с. 252].

Информационная функция включает в себя процессы формирования, передачи и приема информации [2, с. 71]. Реализация этой функции имеет несколько уровней. Во-первых, выравниваются различия в исходном сознании людей, вступающих в психологический контакт. На втором уровне происходит обмен информацией и принятие решений напрямую. Третий уровень связан с желанием человека понимать других.

Эта функция очень важна, поскольку подразумевает обмен сообщениями, мнениями, планами, решениями, и только отсутствие взаимопонимания между контактными лицами может помешать ее реализации в современном обществе, как и во всех предыдущих.

Стимулирующая функция заключается в том, чтобы стимулировать активность партнера, чтобы направить его на выполнение определенных действий. Стоит ли говорить о его важности в современном мире?

Коммуникация – главное средство управления людьми. В настоящее время эта функция успешно реализуется как средство манипулирования сознанием и действиями людей как в негативном, так и в позитивном смысле, что ярко проявляется во всех сферах жизни общества, а также в сфере личных отношений.

Контрольная функция, аналогичная по своему содержанию стимулирующей функции, предполагает изменение состояния или моделей поведения партнера. Ее значение в современном мире тоже сложно переоценить.

Координационная функция – это взаимная ориентация и согласованность действий при организации совместной деятельности. От того, насколько хорошо реализована эта функция, напрямую зависит эффективность совместной деятельности, ведь в современном мире, как и во все предыдущие эпохи, огромную роль играет умение координировать свои действия с коллегами или друзьями [3].

Эмоциональная функция – это пробуждение необходимых эмоциональных переживаний у партнера, а также изменение с его помощью его переживаний и состояний. Большинство людей склонны передавать и демонстрировать свое эмоциональное состояние с помощью различных форм вербального и невербального общения, часто вопреки всей логике и ожиданиям человека, которому адресовано это общение. Это своеобразное проявление отношения к происходящему через обращение к другому члену общества.

Синдикативная функция – это способ объединить людей. Люди склонны объединяться в большие и маленькие социальные группы как для совместной деятельности, так и просто для того, чтобы почувствовать себя частью сообщества, чего современным людям часто не хватает. Непросто описать важность этой функции для общества в целом, но каждый понимает, насколько она важна на подсознательном уровне для каждого конкретного человека. Что касается реализации этой функции в современном обществе, то она активно осуществляется через создание различных социальных движений и объединений людей с общими интересами или целями.

Инструментальная функция характеризует общение как социальный механизм для управления и передачи информации, необходимой для выполнения действия, таким образом объединяя функции двух других – функции управления и информации. Отражая саму суть общения, инструментальная функция позволяет получать и передавать информацию, необходимую для осуществления определенного действия, принятия решения. В современном мире это активно реализуется с помощью различных средств коммуникации [3].

Функция самовыражения помогает подтвердить, продемонстрировать личный интеллект и психологический потенциал. Эта функция общения является одной из самых важных, потому что человек проявляет себя только в обществе, что позволяет человеку раскрыть все аспекты своей личности, сделать их значимыми для других и убедить себя в собственной значимости.

Современное общество предлагает огромное количество возможностей для самовыражения как в общении, так и вне его. Отсутствие общения, в свою очередь, порождает различные комплексы, сомнения и усложняет жизнь.

Таким образом, общение – это жизненная потребность и условие человеческого счастья. Функции общения в психологии имеют отличительные особенности для разных категорий общества, поскольку психика, например детей, существенно отличается от психики взрослых. Необходимо различать и особенности общения представителей разных полов и социальных групп. Коммуникация в широком смысле слова – это передача информации от одного человека к другому. Одно и то же понятие в организационном контексте рассматривается как процесс (общение людей) и объект (совокупность технических средств, обеспечивающих передачу информации). Основной коммуникационной функцией является информационная, так как процесс коммуникации направлен на информирование участников диалога.

Для каждой категории людей и даже для каждого человека важность той или иной коммуникативной функции, безусловно, будет разной. Тем не менее, важную роль коммуникации в жизни людей сложно оспорить, поскольку ее ценность можно увидеть, как минимум, с двух сторон: общение как деятельность, направленная на достижение социально значимых результатов, и общение во благо, смысл которого – самовыражение и духовная связь участвующих в коммуникации людей с духовными ценностями партнера.

Список литературы

1. Основы теории коммуникации: Учебник / Под ред. проф. М.А. Василика. М.: Гардарики, 2005. 615 с.

2. Введение в психологию / Под общ. ред. А.В. Петровского. М.: Академия, 1996. 496 с.

3. Дроздова В.А. Функции общения и возможности их реализации в современном обществе // Гуманитарные научные исследования. 2014. № 1. URL: https://human.snauka.ru/2014/01/5696 (дата обращения: 02.06.2022).

ПОДДЕРЖКА ДОБРОВОЛЬЧЕСТВА (ВОЛОНТЕРСТВА) В СУБЪЕКТАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ОПЫТ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

SUPPORT OF VOLUNTEERISM (VOLUNTEERING) IN THE REGIONS OF THE RUSSIAN FEDERATION: THE EXPERIENCE OF SOCIAL COMMUNICATION

Т.Э. Петрова
Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
T.E. Petrova
Russian State University for Humanities, Moscow

Рассматриваются вопросы социальной коммуникации в процессе поддержки добровольчества (волонтерства) в субъектах Российской Федерации.

The article presents experience of support of volunteers in Russian regions.

Ключевые слова: государственная поддержка, взаимодействие, добровольчество (волонтерство), социальная коммуникация

Keywords: state aid, cooperation, volunteers, social communication

Росмолодежью совместно с Ассоциацией волонтерских центров (АВЦ) в целях развития компетенций добровольцев (волонтеров) и организации их участия в крупнейших международных и федеральных событиях реализуется Программы мобильности волонтеров Российской Федерации на 2019-2024 гг.

В рамках Программы в 2021 г. организовано участие 1790 инициативных граждан в качестве добровольцев (волонтеров) в 20 масштабных спортивных, культурных, деловых, общественно-политических и других социально значимых событиях. Участие добровольцев (волонтеров) в организации всероссийских и международных событий позволило им не только освоить и транслировать на местах лучшие образцы эффективного добровольческого (волонтерского) менеджмента, но и повысить собственные компетенции, получить опыт.

В 2021 г. проведено восемь экологических смен на базе государственного природного биосферного заповедника «Черные земли» (Республика Калмыкия), ФГБУ «Национальный парк «Алания» (Республика Северная Осетия – Алания), ФГБУ «Национальный парк «Смоленское Поозерье» (Смоленская область), ФГБУК «Государственный историко-архитектурный и этнографический музей-заповедник «Кижи» (Республика Карелия), ФГБУ «Байкальский государственный природный биосферный заповедник» (Республика Бурятия), ФГБУ «Земля Леопарда» (Приморский край), негосударственного природоохранного центра «НАБУ – Кавказ» и АНО «Северный Урал»

(добровольцы (волонтеры) благоустраивали экологические тропы, строили переправы, собирали травы, заготавливали корм для животных, организовывали раздельный сбор отходов и проводили исследовательскую работу).

Совместно с АНО «Центр поиска пропавших людей» в Республику Дагестан, Калининградскую и Тюменскую области были направлены добровольцы (волонтеры) для проведения водолазных работ по поиску пропавших детей. Совместно с ВОО «Всероссийский студенческий корпус спасателей» квалифицированные волонтеры приняли участие в ликвидации пожаров в г. Иркутске и ликвидации подтоплений в г. Керчи (Республика Крым) и Иркутской области.

В июле-сентябре 2021 г. в Псковской области прошел Молодежный лагерь «Самолва», организованный Российскими студенческими отрядами совместно с ОД «Волонтеры культуры», в ходе 5 смен 75 волонтеров культуры из 26 регионов России приняли участие в образовательной программе по различным направлениям добровольчества (волонтерства) и развития личностных компетенций.

В сентябре 2021 г. «Волонтерами культуры» совместно с ВОД «Волонтеры-медики» организована работа Гостевого дома #МЫВМЕСТЕ на фестивале «Таврида.АРТ», ежедневно для жителей арт-квартала, участников и гостей фестиваля проходили встречи с экспертами, семинары, дзен-сессии, авторские экскурсии, тренинги и развивающие игры.

В октябре 2021 г. в г. Тюмени состоялся V Всероссийский форум «серебряных» добровольцев «#МЫВМЕСТЕ #МолодыДушой», которые приняли участие в насыщенной образовательной программе, состоявшей из 7 треков, посвященных конкретным направлениям добровольчества (волонтерства): социальное, медиа, медицинское, культурное, экологическое, событийное и онлайн-добровольчество. Для участников были организованы нетворкинги, совместная работа на площадках, TED-лекции с известными людьми, добровольческий квиз и культурная программа.

Среди регионов Российской Федерации был проведен конкурс на организацию обучающих стажировок в сфере гражданской активности и добровольчества (волонтерства) для региональных делегаций, победителями которого стали 8 регионов (г. Москва, г. Санкт-Петербург, Алтайский край, Приморский край, Ивановская область, Ростовская область, Республика Карелия, Удмуртская Республика).

По итогам конкурса среди некоммерческих организаций, реализующих социально значимые проекты и программы на территории Российской Федерации, в 2021 г. были определены 7 победителей, на базе которых прошли

стажировки для передачи накопленного опыта и лучших практик развития социальной активности и добровольчества (волонтерства) в регионах (АНО «Центр социальных проектов», АНО «Квартал Луи», Благотворительный фонд помощи хосписам «Вера», АНО «Программа комплексной реабилитации личности «Лига мечты/Лыжи мечты», Благотворительный фонд «Я свободен», Культурный фонд И.А. Гончарова, СПб БОО «Перспективы»). В результате проведенных стажировок участники получили уникальные практики реализации гражданских инициатив, процесс внедрения которых сопровождается наставниками.

На территории Российской Федерации Минспортом России, Минкультуры России, Росмолодежью активно внедряется стандарт событийного волонтерства, который включает основные шаги реализации добровольческой (волонтерской) программы, дополнительные нормативные документы. В 2021 г. стандарт был внедрен в Алтайском крае, Ростовской области, г. Санкт-Петербурге, ХМАО-Югре и Республике Башкортостан, в ближайшее время запланировано внедрение такого стандарта в Волгоградской, Калининградской, Новосибирской и Самарской областях [1].

В 2021 г. 1 280 активных добровольцев (волонтеров) были поощрены туристическими поездками по России в рамках проекта «Больше, чем путешествие», реализуемого Росмолодежью, Ростуризмом совместно с Минобрнауки России, президентской платформой «Россия – страна возможностей» и Российским обществом «Знание».

На региональном уровне применяется широкий перечень мер поддержки и поощрения добровольцев (волонтеров), содержание которых может отличаться в зависимости от региональной специфики.

В 2021 г. в регионах были обучены свыше 77 тыс. участников добровольческой (волонтерской) деятельности. В 72 субъектах Российской Федерации реализованы собственные обучающие программы для добровольцев (волонтеров) и организаторов добровольческой (волонтерской) деятельности. 25 субъектов Российской Федерации реализуют программы дополнительного профессионального образования в сфере добровольчества (волонтерства) и взаимодействия с НКО.

В 64 субъектах Российской Федерации организации, работающие с добровольцами (волонтерами), или инициативные добровольческие (волонтерские) группы могут безвозмездно либо на условиях льготной аренды пользоваться государственными и муниципальными помещениями. Чаще всего безвозмездно предоставляются помещения на базе государственных и

муниципальных учреждений для проведения мероприятий, а также для организации работы добровольческих (волонтерских) штабов.

В 9 регионах добровольческие(волонтерские) организации могут рассчитывать на льготную оплату коммунальных услуг в занимаемых помещениях. Ярким примером являются Чеченская Республика и Псковская область, где для них льгота составляет 100% стоимости.

В 17 регионах России добровольцам (волонтерам) предоставляются льготы на оплату проезда, в некоторых из них данная мера действует на постоянной основе.

В 57 регионах добровольцам (волонтерам) предоставляются бесплатные билеты на спортивные соревнования, культурные мероприятия, а также билеты в физкультурно-оздоровительные учреждения и учреждения культуры.

В 24 регионах страны участники добровольческой (волонтерской) деятельности пользуются льготами на посещение спортивных и культурных учреждений.

В 63 субъектах Российской Федерации добровольцам (волонтерам) и организаторам добровольческой (волонтерской) деятельности оплачивают расходы на участие во всероссийских, межрегиональных и региональных форумах, конференциях, слетах.

Во всех регионах страны размещаются фотографии активистов добровольческого (волонтерского) движения на информационных баннерах в городах, проводятся торжественные церемонии награждения выдающихся добровольцам (волонтеров) в честь Международного дня добровольца, публикуются истории добровольцев (волонтеров) в социальных сетях [2].

Список литературы

1. Письмо Росмолодежи от 27.12.2021 № КР/7743-03.
2. Письмо Минэкономразвития России от 01.02.2022 № 6642-ТИ/Д04и.

О НЕОБХОДИМОСТИ ПОВЫШЕНИЯ РОЛИ СМИ В ОСВЕЩЕНИИ РЕЗУЛЬТАТОВ РЕАЛИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

ON THE NEED TO INCREASE THE ROLE OF THE MEDIA IN COVERING THE RESULTS OF THE IMPLEMENTATION OF NATIONAL PROJECTS

Н.А. Пруель
Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург
В.Н. Градусова
Северо-Западный институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Санкт-Петербург
N.A. Pruel
Saint Petersburg State University, Saint Petersburg
V.N. Gradusova
North-West Institute of management – Branch of the of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Saint Petersburg

Обосновывается необходимость повышения роли средств массовой информации в достижении национальных целей развития. Это позволит не только довести результаты социально-экономической политики государства до каждого гражданина, но и вовлечь население в эту работу. На примере реализации национального проекта «Демография» в Санкт-Петербурге показано, что только усилий государства для этого не достаточно – отставание выявлено по показателям рождаемости и доле граждан, придерживающихся здорового образа жизни.

The article substantiates the need to increase the role of mass media in achieving national development goals. This will allow not only to bring the results of the socio-economic policy of the state to every citizen, but also to involve the population in this work. Using the example of the implementation of the national project "Demography" in St. Petersburg, it is shown that only the efforts of the state are not enough for this – the gap is revealed in terms of birth rates and the proportion of citizens who adhere to a healthy lifestyle.

Ключевые слова: уровень жизни, национальные цели развития, национальный проект, пандемия, демография

Keywords: standard of living, national development goals, national project, pandemic, demography

В 2018 г. президентским указом были установлены национальные цели и стратегические задачи развития Российской Федерации на период до 2024 г., некоторые их них касаются самих основ жизнедеятельности общества: экологической ситуации, демографического развития, организации образования и охраны здоровья населения, жилищных условий россиян, ситуации на рынке труда, состояния автомобильных дорог и городской среды, доступности культуры [1].

Для оценки достижения поставленных целей сформирована система индикаторов. 113 показателей национальных проектов, направленных на достижение поставленных целей, включено в федеральный план статистических работ. Росстат, начиная с 2019 г., ежегодно публикует данные, характеризующие ход реализации национальных проектов и достижения национальных целей развития. Однако до общественности эти данные не доходят, что не позволяет гражданам оценить эффективность государственной социально-экономической политики.

Публикуемые Росстатом данные анализируются учеными, результаты исследований публикуются в научных журналах. Но люди, не имеющие отношения к науке, научные журналы, как правило, не читают. Складывающееся в обществе представление о социально-экономической ситуации в стране нередко не соответствует реальности. Изменения происходят не быстро, поэтому люди их и не замечают. Но это не значит, что положительных сдвигов нет. Закономерно встает вопрос, как донести результаты усилий государства до людей, ради которых и реализуются данные национальные проекты.

Например, для того, чтобы граждане знали о том, как формируются и распределяются доходы бюджета, публикуется «Бюджет для граждан» в укрупненном виде без излишней детализации, понятной только специалистам, что позволяет заинтересованным членам общества сформировать представление об источниках государственной казны и ее распределении.

Но обычных россиян больше всего интересует, что делает государство, чтобы условия их жизни и жизни их детей стали лучше. Особую роль в этом призваны сыграть средства массовой информации, которые, имея огромную аудиторию, опираясь на проверенные источники, в доступной форме способны довести такую информацию до широкого круга читателей.

Информировать граждан о результатах использования средств государственного бюджета необходимо делать еще и потому, что россияне принимают непосредственное участие в формировании государственного бюджета, поскольку именно налог на доходы физических лиц – его главная составляющая. Налогами со своих доходов граждане обеспечивают почти 1/3

часть консолидированного бюджета страны. В пандемийном 2020 г. налог на доходы физических лиц был почти в 1,5 раза больше налога на прибыль (табл. 1).

Таблица 1

Доходы консолидированного бюджета Российской Федерации по источникам формирования, в % [2, с. 966 – 967]

Источник поступления	*2018*	*2019*	*2020*
Доходы, всего	100,0	100,0	100,0
из них:			
налог на прибыль организаций	25,1	24,7	19,6
налог на доходы физических лиц	29,5	29,2	28,5
налоги на имущество	11,3	10,0	9,1
безвозмездные поступления	17,5	19,0	27,5
иные источники	16,6	17,1	15,3

Кроме того, каждый занятый в экономике россиянин участвует в формировании прибыли, а это второй по величине источник консолидированного бюджета страны. И, наконец, третий основной источник государственного бюджета – налоги на имущество граждан, и, по сути, каждый взрослый член общества его ежегодно уплачивает.

Регулярно публикуются данные о величине и росте валового внутреннего продукта, уровнях инфляции и безработицы и других макроэкономических показателях. Но для большинства обычных людей эти показатели мало информативны, они при формировании мнения о результативности государственной социально-экономической политики опираются на собственные представления и/ или на другие источники, которые достоверными назвать нельзя (нерепрезентативные опросы, мнение отдельных граждан, информация от иностранных агентов).

Из всего огромного потока информации, характеризующей деятельностей органов власти, наибольший интерес для обычных людей представляют те показатели, которые напрямую касаются каждого из нас. Именно такие индикаторы применяются для оценки реализации достижения национальных целей развития. На примере Санкт-Петербурга покажем, как можно интерпретировать данные официальной статистики и сделать их понятными каждому гражданину. Подчеркнем, что для такого примера выбрали 2020 г. – первый год пандемии COVID-19. Этот год был наиболее сложным, с точки зрения управления, поскольку никто в мире не знал, как будут развиваться события, правительства стран работали в режиме пожарной команды. Пришлось

пересмотреть и отдельные параметры бюджета, чтобы покрыть внезапно возникшие и быстро растущие расходы.

Значения индикаторов 2020 г., характеризующие достижение целей национального проекта «Демография» в области уровня жизни населения в СПб в сравнении в данными по РФ в целом, приведены в таблице 2.

Таблица 2

Социально-экономические показатели, отражающие достижение национальных целей развития в области демографии, в Санкт-Петербурге в 2020 г. [2, с. 36 – 39]

№ п/п	*Показатель*	*РФ*	*СПб*
1	Ожидаемая продолжительность жизни граждан в возрасте 55 лет, число лет	22,06	23,81
2	Ожидаемая продолжительность здоровой жизни, число лет	60,31	62,10
3	Смертность населения старше трудоспособного возраста, на 1000 человек населения соответствующего возраста	45,570	41,493
4	Суммарный коэффициент рождаемости, число детей на 1 женщину	1,505	1,371
5	Доля граждан, ведущих здоровый образ жизни, процентов	7,3	8,0
6	Уровень занятости женщин, имеющих детей дошкольного возраста	66,0	72,8

До начала реализации национальных проектов в 2018 г. ожидаемая продолжительность жизни граждан в возрасте 55 лет в СПб была больше среднего показателя в стране. В 2019 г. этот показатель в северной столице увеличился немного в большей степени, чем в РФ в целом, но снижение в 2020 г. было значительно более существенным: в РФ – на 1,69 года, в СПб – на 2,06 года. Но и после снижения уровень рассматриваемого показателя в СПб – один из самых высоких в стране.

Ожидаемая продолжительность жизни граждан в возрасте 55 лет больше, чем в СПб, была только в 3 российских субъектах. Ожидаемая продолжительность здоровой жизни в СПб была и остается больше, чем в целом в РФ. В 2020 г. и в стране, и в СПБ показатель оставался таким же, как год назад. По величине данного показателя СПб находится на 10-м месте в стране.

Относительный показатель смертности населения старше трудоспособного возраста в СПБ был и остается меньше, чем в РФ: в 2018 и 2019 гг. – на 12%. В 2020 г. произошел повсеместный рост смертности этой категории населения (на 24% в РФ и на 28% в СПб), но в СПб он был более значительным, что привело к сокращению различий. По данному индикатору СПб в 2020 г. находился на 72-м месте. Более низкие значения рассматриваемого показателя были зафиксированы в 13 субъектах РФ.

Рождаемость в СПб заметно ниже, чем в РФ в целом. В 2018–2020 гг. суммарный коэффициент рождаемости в стране уменьшился, но в северной столице снижение было заметно б*о*льшим – на 6,5% против 4,7% в РФ. Заметим, что в первый год пандемии в России рассматриваемый показатель немного увеличился, а в СПб – снизился на 1,8%. Среди регионов Северо-Западного федерального округа более низкая рождаемость характерна только для Ленинградской области. Но в России немало регионов, в которых рассматриваемый показатель ниже, чем в СПб. В 2020 г. таких регионов было 23.

Доля граждан, ведущих здоровый образ жизни, на старте национальных проектов в СПб была почти в 2 раза меньше, чем в среднем в стране. В 2019 г. значения показателя сблизились, поскольку в РФ отмечалось сильное снижение, а в СПб существенный рост. В 2020 г. рассматриваемый индикатор достижения национальных целей развития в области демографии в СПб снизился незначительно, а в стране в целом снижение составило почти 20%. В итоге удельный вес населения, придерживающегося здорового образа жизни, в СПб стал немного больше, чем в стране в целом. Но по этому показателю СПб занимает довольно низкие позиции в федеральном рейтинге – 60-е место в 2020 г. Во многих субъектах СЗФО этот показатель гораздо выше.

Условия для занятости женщин с малолетними детьми в СПб значительно лучше, чем в большинстве других российских регионов. Однако в 4 субъектах СЗФО этот показатель еще выше: Республике Карелия, Республике Коми, Архангельской и Вологодской областях. Если в РФ в целом в первый год пандемии этот показатель снизился, то в СПб отмечается рост уровня занятости этой категории женщин.

Итак, в 2020 г. на ход реализации национального проекта «Демография» в стране в целом и в СПб, в частности, сильно повлияла пандемия: по ожидаемой продолжительности жизни граждан в возрасте 55 лет СПб занимает 3-е место в РФ, но снижение этого показателя в первый год пандемии в этом регионе было более существенным; ожидаемая продолжительность здоровой жизни в РФ и СПб в 2020 г. практически не изменилась; по величине коэффициента смертности населения старше трудоспособного возраста СПБ находится на 72-м месте, однако рост смертности этой категории населения в первый год пандемии был более значительным, чем в стране в целом; рождаемость в СПб была и остается ниже среднероссийского уровня, стабилизировать процесс пока не удается; в 2020 г., несмотря на долго действовавший локдаун, доля граждан, ведущих здоровый образ жизни, в СПб немного увеличилась, но остается сравнительно

небольшой; занятость женщин, имеющих малолетних детей, в СПб значительно выше среднероссийского уровня и в первый год пандемии еще более повысилась.

Проведенный анализ позволяет говорить о том, что даже в самый опасный период пандемии, характеризующийся практически повсеместным ухудшением демографических показателей, второй по численности российский город остался одним из наиболее благополучных в стране. Из подлежащих мониторированию индикаторов национального проекта «Демография» отставание выявлено в показателях рождаемости и удельного веса граждан, ведущих здоровый образ жизни, что является еще одним аргументом в пользу того, что достижение национальных целей развития зависит не только от усилий государства. Обсуждение этих вопросов в СМИ будет способствовать вовлечению граждан в работу по достижению национальных целей развития.

Список литературы

1. О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 г. // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&firstDoc=1&lastDoc=1&nd=102468157 (дата обращения: 15.08.2022).
2. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2021: Стат. сб. / Росстат. М., 2021. 1112 с.

КОММУНИКАЦИЯ В СИСТЕМЕ ДЕТСКО-РОДИТЕЛЬСКИХ ОТНОШЕНИЙ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ БРАЧНОГО ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДЕЖИ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ГЛУБИННОГО ИНТЕРВЬЮ)*

COMMUNICATION IN THE SYSTEM OF CHILD-PARENT RELATIONS AS THE BASIS FOR THE FORMATION OF MARITAL BEHAVIOR OF YOUNG PEOPLE (BASED ON THE RESULTS OF AN IN-DEPTH INTERVIEW)

Т.К. Ростовская
Институт демографических исследований Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН, г. Москва
Е.Н. Васильева
Волгоградский государственный университет, г. Волгоград; Институт демографических исследований Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН, г. Москва
T.K. Rostovskaya
The Institute for Demographical Research, The Federal Center of Theoretical and Applied Sociology, The Russian Academy of Sciences, Moscow
E.N. Vasilieva
Volgograd State University, Volgograd; The Institute for Demographical Research, The Federal Center of Theoretical and Applied Sociology, The Russian Academy of Sciences, Moscow

Обобщены данные, полученные методом глубинного интервью (n=150) с членами разных типов семей (благополучные семьи, неполные семьи, детные, бездетные семьи). Задача исследования – выявить влияние родителей на формирование брачного поведения молодежи. В результате исследования сформулированы гипотезы о влиянии типа коммуникации между детьми и родителями на стратегию брачных отношений, реализуемую детьми по мере взросления.

The paper summarizes the data obtained by in-depth interviews (n=150) with members of different types of families (prosperous families, single-parent families, families with children, childless families). The aim of the study is to identify the influence of parents on the formation of marital behavior of young people. As a result of the study, hypotheses about the influence of the type of communication between

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РНФ в рамках научного проекта № 20-18-00256 «Демографическое поведение населения в контексте национальной безопасности России».

children and parents on the strategy of marital relations implemented by children as they grow up were formulated.

Ключевые слова: коммуникация, детско-родительские отношения, брачное поведение, молодежь, демография

Keywords: communication, child-parent relations, marital behavior, youth, demography

Семья, являясь базовым институтом социализации личности, передает следующим поколениям традиционные или специфические семейные ценности. Основным способом передачи можно назвать вербальную и невербальную коммуникацию. Акты коммуникации складываются в коммуникативное поведение, которое мы анализируем в рамках концепции М. Вебера: целерациональное, ценностно-рациональное, традиционное (стратегии коммуникативного поведения) и аффективное (стратегия поведения не выстраивается). От типа коммуникативного поведения зависит, как молодежью будут восприняты образцы поведения.

Обсуждаемые проблемы раскрываются в социологии исследованиями жизненного мира семьи глазами старшего поколения и молодежи в условиях социальных изменений [1-4]. Развернуто представлены исследования повседневной коммуникации в семье в психологии [5; 6]. Интересно исследование в области филологии В.С. Анохиной [7], в котором выделены разные тактики коммуникативного поведения в семье – конструктивные (тактики семейной заинтересованности, заботы и участия, поддержки, похвалы) и конфликтные (оскорблений, приказа, иронии, раздражения).

Опираясь на представленные теоретические работы, в рамках научного проекта № 20-18-00256 «Демографическое поведение населения в контексте национальной безопасности России» при финансовой поддержке РНФ под руководством профессора Т.К. Ростовской было проведено исследование методом глубинного интервью. В десяти регионах России: г. Москва, Республика Башкортостан, Республика Татарстан, Вологодская область, Волгоградская область, Ивановская область, Московская область, Нижегородская область, Свердловская область, Ставропольский край – было опрошено по 15 информантов, а именно членов разных типов семей (молодых, студенческих, детных, бездетных и др.) разных возрастных групп.

Гайд интервью включал несколько блоков вопросов, один был ориентирован на выявление специфики отношений информантов со своими родителями в разные жизненные периоды – когда информанты были в детском возрасте; в добрачный и брачный периоды. Исследовались как вербальная (что

рассказывали родители о том, как познакомились, что советуют или советовали), так и невербальная (как родители заботились о себе и о детях, как взаимодействовали друг с другом) коммуникации. Рассказывая об опыте детско-родительских отношений, информанты раскрывали не только стратегии коммуникативного поведения в родительской семье, но и стратегии поведения в собственной семье, отмечая, что хотели выстраивать отношения в семье, как у родителей, или не так, как у родителей. Необходимо отметить, что информанты отбирались из семей с модальным доходом для исследуемых регионов.

По результатам исследования были выявлены следующие коммуникативные стратегии, распространённость которых нужно проверять методами массового опроса, формулируя соответствующие гипотезы. Во-первых, целерациональная стратегия – родители активно информируют (информировали) детей о том, как им не нужно действовать в той или иной жизненной ситуации, рассказывают, как было у них, формируют жизненные планы детей. Проецирование собственного семейного опыта на семейный и жизненный опыт детей не всегда является благоприятным, если учитывать теорию ограниченной рациональности. Брачное поведение информантов в этом случае зависит от уровня доверия родителям, в итоге брак не заключается, так как, например, учеба не завершена, или заключается быстрее, чтобы не упустить выгоды (повышение дохода или статуса)

Во-вторых, ценностно-рациональная коммуникативная стратегия формирования семейных ценностей, которая включает вербальные и невербальные коммуникации, посредством которых родители передают детям семейные ценности и опыт, рассказывают, как познакомились, как ждали появления ребенка (детей), как заботиться о своем здоровье, здоровье детей, подают пример невербальной коммуникации, то есть действий в определенных ситуациях. В то же время данная стратегия коммуникации – это выстраивание отношений родителей и детей без жесткой позиции контроля действий ребенка. Стратегия влияет благоприятно на решение детей о заключении брака.

В-третьих, традиционная стратегия декларирует ценность семьи, то есть информанты говорят, что семья должна быть счастливой, здоровой, как много делали родители для них, то есть невербальная коммуникация являлась трансляцией ценности семьи, однако вербальной коммуникации не осуществлялось – дети не могут сказать, как познакомились их родители, ждали ли детей, что вкладывали в понятие счастья. Решение о заключении брака принимается в соответствии с традиционными представлениями, в некоторых случаях брак поспешен (все уже замужем, мне тоже нужно быстрее).

В-четвертых, аффективная стратегия: родители игнорировали детей не только вербально, но и пренебрегали некоторыми потребностями детей, реализуя собственные жизненные планы. В итоге у информантов сформировалось негативное отношение к семье родителей. Тем не менее, такая коммуникативная стратегия не всегда оказывает негативное влияние на брачное поведение. Брак используется как избегание родительской семьи – выйду замуж и буду жить отдельно. Благополучие брака в этом случае зависит от многих факторов.

По результатам исследования было сформировано древо гипотез о влиянии детско-родительской коммуникации на формирование брачного поведения, которые будут проверены в следующем исследовании. Благополучие семьи в зависимости от выбранной стратегии не оценивалось.

Список литературы

1. Артамонова Я.В., Барсуков С.С. Конструирование жизненного мира молодой семьи в условиях изменяющейся реальности // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2020. № 4. С. 233–237.
2. Зубок Ю.А., Чупров В.И. Отношение молодежи к семье в изменяющейся социальной реальности // Семья в современном обществе. Серия «Демография. Социология. Экономика». Т. 4. № 1 / Под ред. С.В. Рязанцева, Т.К. Ростовской. М.: Экон-информ, 2018. С. 103–108.
3. Ростовская Т.К., Князькова Е.А. Система ценностей и жизненный успех: взгляд разных поколений // Социальная политика и социология. 2020. Т. 19. № 1 (134). С. 81–89.
4. Саралиева З.Х., Егорова Н.Ю., Рябинская Е.С. Брак и семья студентов в условиях трансформации // Вестник Южно-Российского государственного технического университета. Серия: Социально-экономические науки. 2022. Т. 15. № 1. С. 193–208.
5. Голубева Е.В., Истратова О.Н. Опыт отношений в родительской семье как предиктор психологического благополучия молодых людей // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2018. Т. 7. № 2 (23). С. 358–362.
6. Романова Е.В., Щербакова А.С. Влияние опыта взаимоотношений в родительской семье на формирование супружеских отношений и удовлетворенность браком // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12: Психология. Социология. Педагогика. 2011. № 3. С. 121–128.
7. Анохина В.С. Стратегии и тактики коммуникативного поведения в малой социальной группе (семье) // Вестник Ставропольского государственного университета. 2008. № 3. С. 64–71.

РЕАЛИЗАЦИЯ МОЛОДЕЖЬЮ ПРИНЦИПОВ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

YOUTHS' IMPLEMENTATION OF THE PRINCIPLES OF SOCIAL COMMUNICATION

З.Х. Саралиева
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
Z.H. Saralieva
Lobachevsky University

Рассматриваются общие принципы и уровни социальной коммуникации современного российского общества и специфика участия молодежи: цели, барьеры, результаты, виды и формы, роль социокультурной функции семьи. Социальная коммуникация трактуется как социальное взаимодействие, часть которого составляет обмен информацией.

General principles and levels of social communication in modern Russian society and specificity of youth participation are considered: goals, barriers, results, types and forms, the role of socio-cultural function of family. Social communication is interpreted as social interaction which includes information exchange.

Ключевые слова: социальная коммуникация, принципы формирования и реализации, молодежь в пространстве всех уровней коммуникации

Keywords: social communication, principles of formation and realization, youth in the space of all levels of communication

Чаще всего под коммуникацией понимают обмен информацией, заведомо принимая условия и разного информационного багажа, и умений, и разную степень технической вооруженности передачи и получения информации.

Это справедливо, но не раскрывает, на наш взгляд, всей объемности этого явления, безусловно, социального. В широком понимании, социальная коммуникация синонимична социальному взаимодействию, в основе которого не только информационный обмен. Социальное взаимодействие – многоакторный процесс, во-первых; во-вторых, вклад акторов более-менее равновелик. Это не означает, что нет ведущего, преобладающего, но общая интенция – соучастие, относительно эквивалентное обоюдное воздействие.

Исследование социальной коммуникации логично подчинить следующей структуре:

I. *Процессность коммуникации* (для каждого участника движение от простого к сложному).

II. *Уровневость* по разным критериям.

1) *Социетальный* мегауровень – «сквозной», вовлекающий социум в целом, естественно, и по значимым для всех проблемам. Цель такой коммуникации – консолидация на базе преодоления неравенств, конфликтности, формирования менталитета как обобщенного доверия.

2) *Социальный* – межобщностный и межинституциональный (межпоколенный, гендерный, территориальный, кросскультурный, межконфессиональный, межэтнический, социально-классовый). Цель – преодоление конкретных проявлений противоречий.

3) *Микроуровень – межличностный*. Вбирая характеристики первых двух, добавляет систему личностных норм, представлений, ресурсов и капиталов (особенно интеллектуальную зрелость и индивидуальную культуру общения). Цель – понять мир, вписаться в канву коммуникативных социальных практик.

Молодежь как социально-возрастная общность, несмотря на свою специфичность (малый социальный опыт, во многом не устоявшаяся ценностная структура, нередко проявляемая бескомпромиссность, некое «социальное нетерпение», гипертрофированное чувство превосходства технологической вооруженности), чтобы не выпасть из пространства общесоциальной коммуникации, должна следовать ее основным принципам.

Для успешной коммуникации необходимо руководствоваться следующими принципам и критериям:

= когнитивный ресурс для обеспечения рефлексии обсуждаемой проблемы/саморефлексии, эрудиция, самостоятельность, критичность мышления;

= толерантность, позитивно-конструктивное неагрессивное взаимодействие, основанное на доверии и эмпатии;

= эмоционально-психологическая устойчивость (в том числе сохранение способности к длительному общению);

= коммуникабельность, умение расположить к себе взаимодействующих акторов, быть убедительным, тактичность);

= ответственность за выбор адекватных цели стиля и средств коммуникации;

= культура письменной речи (логика, четкость формулировок, понятная лексика, грамотность, избегание сленга);

= субъект-субъектный диалогизм как основа коммуникации, коммуникативное партнерство, противодействие навязыванию чужого лидерства и мнения;

= владение современными коммуникационными технологиями;

= отношение к чужому тексту, мнению, точке зрения: принять к размышлению; беспрекословно; критически; с комментариями; отвержение в случае принципиальных расхождений;

= отношение к своему тексту, мнению, точке зрения: способность пересмотреть или частично изменить в свете полученных новых данных, происходящих событий; допустимость компромисса в частностях для сохранения главного, существенного; избегать как бескомпромиссности в своих утверждениях, так и некритичной готовности принять чужой взгляд, трактовку;

= речевой этикет в общении: разговорный язык, официальный язык;

Некоторые правила:

1) не начинать фразу с отрицания,
2) строить суждения в позитивном ключе,
3) подчинение общему этикету (учет статуса, возраста, пола, образования, здоровья, эмоционально-психологического состояния участников коммуникации),
4) обсуждать конкретную проблему, не переходя на личности,
5) избегать монологичности в условиях общего обмена мнениями.

= в профессиональном общении умение: ориентироваться на партнеров-участников, конкретную ситуацию/проблему, цель – поиск консенсуса; общение с учетом своего места в служебной иерархии;

= добровольность коммуникации. Ее следует подразделять на «инициативную» и «реагирующую».

Коммуникативный успех возможен в обоих случаях, если сочетаются взгляды на обсуждаемую проблему и участники держатся этических правил взаимодействия, в основе которых доверие (априорное или возникшее) и следование нормам культуры общения (как минимум, избегая доминирования). Принудительная коммуникация всегда «реагирующая» для респондента. Степень успешности может резко варьироваться в зависимости, главным образом, от умения инициатора заинтересовать, вовлечь, удержать внимание тех, чье мнение значимо.

Это общие положения-условия. Для каждого вида коммуникации технологии достижения позитивного эффекта различны. Обратим в этой связи внимание на материалы, посвященные успеху в реализации такой не простой методики, как стандартизированное телефонное интервью. Авторы концентрируют внимание на категориях – «конструирование информационного согласия», «эффект интервьюера», «эмоциональный шлейф», «коммуникативная креативность», «коммуникативное равновесие» [1, с. 26].

Существуют ли стандарты коммуникативного взаимодействия? Лучше придерживаться категории «принципы-критерии», которая, в отличие от стандарта, допускает определенную и необходимую гибкость в осуществлении коммуникативных практик. Например, нередко настаивают на диалогичности общения (мы тоже), то есть на активном взаимодействии участников. Но, если главное в коммуникации – передача разной и разными способами информации, общение может быть и монологичным (доведения до сведения; просвещение; предписание).

Некоторого комментария требует и категория доверия/недоверия. Существует «наследуемое недоверие» молодежи к освещению любых происходящих событий в отечественных средствах массовых коммуникациях. У старшего поколения проявляется «приобретенное недоверие» к сегодняшним изменениям, как правило, на фоне «избыточного доверия», то есть некритичности восприятия старых времен. «Избирательное доверие» (кому, в чем, по каким вопросам/проблемам). Качества личности, совокупный взгляд малой семейной группы на события прошлого и настоящего отражаются на доверии/недоверии и опосредованно/непосредственно влияют на участие в коммуникационных процессах по параметрам: насыщенность; разнонаправленность на акторов; содержание (события и их трактовка; намерения, планы и их интерпретация; личности и комментарии, отбор техник взаимодействия); соотношение рационального и эмоционального в подаче и оценке информации.

Чтобы плодотворно (для себя и для социума) участвовать в социальной коммуникации, молодежь должна овладеть/обучиться конкретным коммуникативным практикам, исходя из выше названных принципов. В это обучение должна включаться и семья через реализацию своей социокультурной функции.

Система социокультурной функции семьи включает:

= Воспитание когнитивной культуры (учить думать, запоминать, понимать для достижения способности к критическому мышлению как преграды манипулированности со стороны социума, конкретной общности, малой группы, индивидов).

Реализация этого аспекта предполагает постоянно усложняющееся с возрастом интеллектуальное освоение внешнего и внутреннего мира с применением новых технологий. Успешность обеспечивается уже достигнутым когнитивным уровнем и потенциалом его возрастания. Важно, приобретая сегодня навыки жизни «в цифре», не утрачивать умений и интереса к отработанным веками способам познания и мышления.

= Формирование коммуникативной культуры с многомерным секторальным ориентированием: обмен информацией по самому широкому спектру от вопросов внутрисемейных отношений и учебных задачек до самостоятельного (обоснованного) взгляда на сложности международных отношений.

Вырабатывается на стыке когнитивного развития и социальной активности. Не должна быть сугубо инструментальной, применимой к ограниченной части мира, а терминальной, способствующей и социализации как усилия социума, и самосовершенствованию.

= Дополнение основополагающего принципа толерантности акцентом на неагрессивности. Чтобы контролировать эту сторону коммуникации молодежи, следует понимать, почему человек вообще прибегает к агрессивной форме общения? Сошлемся на мнение Эриха Фромма, который предлагал объяснять агрессивность человека синдромом страха, формирующегося под воздействием ряда причин:

= угрозы, исходящей от заведомо более сильного противника;

= чувства беспомощности из-за неумения справиться со своей внутренне агрессивностью [2].

***

С точки зрения участия молодежи в социальных коммуникативных практиках исследователям следует сосредоточиться на их целях и видах.

Цели:

= содействие формированию образа и стиля жизни (ориентация на самостоятельную жизнедеятельность, социальную субъектность. Определяется тремя аспектами/факторами: объективный (вне личности); социальный (с участием личности в соответствии со статусом и ролями); субъективный (внутриличностный) [3];

= формирование ценностного арсенала;

= пополнение профессиональных знаний;

= возрастание общей культуры, культуры языка;

= обогащение досуговой деятельности;

= овладение широким спектром технических средств коммуникации;

= приобретение и совершенствование навыков в изложении и отстаивании своей точки зрения (в монологе, диалоге, дискуссии), противодействие чужому давлению и табу со своей стороны на любые виды агрессивности в коммуникации.

Остановимся на таком виде молодежных коммуникативных практик, как академическая мобильность студентов. Формы:

= обучение по обмену;

= стажировки/ практики;

= реализация совместных грантов последований.

Барьеры: языковые трудности; специфика организации учебного процесса (б*о*льшая самостоятельность в выборе конкретного семестрового или годичного учебного плана), исследовательских работ (б*о*льшая уплотненность графика, требования к аналитическим отчетам и публикациям); недостаток финансирования для бытового обустройства; сложности адаптации в случаях проживания в общежитиях и семьях.

Результаты: = обогащение знаниевого ресурса, повышение квалификации, профессиональное совершенствование; = непосредственное взаимодействие в иной социокультурной ситуации, расширение межстранового социального пространства; углубление взаимопонимания; = приобретение опыта в соответствии с международными требованиями к научным публикациям; = возможность сбора данных для продвижения своих диссертационных работ; = опыт работы в зарубежных компаниях с восприятием свойств иной организационной культуры; = содействие возрастанию своего научного/ педагогического потенциала, его реализация в России; = продвижение за рубежом достижений отечественной науки и основ деятельности высшей школы.

Особо актуально изучение роли семьи в формировании коммуникативных практик молодежи вообще и в сфере семейных отношений, в частности.

Неравенство семей с точки зрения технологической оснащенности, доступности передачи информации резко отражается на ее объеме, скорости, эффективности.

Специфика внутрисемейных коммуникаций проявляется: = в сосредоточенности ее в нуклеарном ядре или в формате расширенной семьи; = охватывают всех членов семьи или взаимодействие выборочно; = кругом обсуждаемых проблем – ориентация на сугубо семейные или и общесоциальные; = в инициаторах коммуникации – прародители, родители, дети; = степени доверительности; = тональности; = продолжительности; = интенсивности; = добровольности/ принудительности; = конфиденциальности/ открытости; = в средствах; = технологической доступности; = в реальных или виртуальных способах общения.

Особо подчеркнем практики семейных коммуникаций в повторных браках: общение с членами бывших семей считается внутрисемейным или внешним, открыто или латентно? Меняется ли при этом контент, обмен

информацией в актуальной и с бывшей семьей? Какие средства преобладают: встречи, телефонная связь, интернет, почта?

Актуально исследование и коммуникативных практик нерезидентных по разным причинам (развод, работа или обучение в другом городе/стране, удаленность проживания) супругов, родителей, сиблингов.

Чем богаче будет набор коммуникативных практик молодежи, чем обширнее поле их научного осмысления, тем плодотворнее, социетально и социально значимее будут результаты вклада этой общности в совершенствование современного российского социума.

Список литературы

1. Ипатова А.А., Рогозин Д.М. Условия коммуникативного успеха в стандартизированном телефонном интервью // Социологический журнал. 2014. № 1. С. 21–54.
2. Фромм Э. Анатомия человеческой деструкции // СОЦИС. 1993. № 11. С. 105–113.
3. Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность. М.: Academia, 1995. 252 с.

КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ ЗДОРОВЬЯ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ И ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ

HEALTH COMMUNICATION: STATEMENT OF THE PROBLEM AND RESEARCH PROSPECTS

С.А. Судьин
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
S.A. Sudjin
Lobachevsky University

На материалах зарубежных исследований анализируется тематическое пространство health communications – перспективной сферы коммуникаций. Среди них: коммуникации между пациентами и поставщиками медицинских услуг, кампании в средствах массовой коммуникации на тему пропаганды здорового образа жизни, медицинская информатика и телемедицина. Устанавливается связь между современными тенденциями демографического развития России и потребностью в развитии health communications.

Using the materials of foreign researches, the author analyzes the thematic space of health communications – prospective sphere of communications. Among them:

patient-provider communications, mass media campaigns about healthy lifestyles promotion, medical informatics and telemedicine. The link between current trends in the demographic development of Russia and the need to develop health communications is established.

Ключевые слова: коммуникации в сфере здоровья, коммуникации между пациентами и поставщиками медицинских услуг, медицинская информатика, телемедицина

Keywords: health communications, patient-provider communications, medical informatics, telemedicine

Как и в любой другой области коммуникации, проще представить ее себе по тому, чем занимается и что исследует ученый, чем пытаться дать ее определение. Коммуникация в сфере здоровья может быть лучше проиллюстрирована в контексте четырех основных областей исследования, включая коммуникацию между пациентом и врачом, кампании по коммуникации в сфере здоровья, медицинскую информатику и телемедицину. Однако, эти четыре области вряд ли представляют исчерпывающий список областей коммуникации в сфере здоровья. Рассмотрим их подробнее.

Коммуникация между пациентом и врачом – первый сюжет внутри темы health communications. В последних исследованиях в этой области термин «врач» был заменен на «поставщик услуг» в сфере здравоохранения в знак признания вклада специалистов различного профиля (например, медсестер, физиотерапевтов, фармацевтов), участвующих в уходе за пациентами и не являющихся врачами. Исследования в области коммуникации между пациентом и поставщиком медицинских услуг касаются навыков и форм коммуникации, а также того, насколько значимо ее влияние на ход и результаты лечения.

Вполне ожидаемо, что пациенты с большей вероятностью будут придерживаться рекомендаций врача, если они понимают более широкие инструкции/ рекомендации, а также если пациенты доверяют и уважают поставщика медицинских услуг как источник информации. Качество коммуникации между пациентом и врачом определяет и характер взаимоотношений. Стоит отметить коммуникационные проблемы, с которыми сталкивается врач. Он должен в течение очень короткого времени понять и поставить пациенту диагноз, сообщить ему о проблеме и плане лечения и управлять командой из медсестер и узких специалистов. Многие пациенты нередко находятся не в лучшем настроении, что требует обучения навыкам общения и развития конфликтологических компетенций.

Эффективность коммуникации зависит от коммуникативных навыков не только врачей, но и пациентов. Исследования показали, что пациенты, обладающие лучшими коммуникативными навыками, обычно более эффективно общаются со своими врачами. Кроме того, они более активно участвуют в процессе принятия решений о лечении и уходе и более удовлетворены отношениями с поставщиками медицинских услуг.

Продвижение здоровья с помощью кампаний в средствах массовой коммуникации является популярным методом обучения и убеждения. Информирование и обучение являются основными целями сообщений в рамках коммуникаций в сфере здравоохранения. Коммуникационная кампания в сфере здравоохранения должна сначала привлечь внимание целевой аудитории, члены которой тоже должны активно воспринять сообщение, счесть его достоверным и, наконец, использовать эту информацию при формировании целевого поведения в сфере здоровья (например, «должен ли я бросить курить?»). Это необходимо сделать за 30 секунд видеоряда или 15-тисекундное радиообращение. Кампании массовой коммуникации полагаются на информирование и апеллируют к логике и эмоциям, чтобы повлиять на аудиторию. Аудитория узнает о пользе определенных моделей поведения (например, 6 жизней можно спасти благодаря одному посмертному донору органов) или о вредных последствиях таких моделей поведения, как, например, злоупотребление алкоголем и наркотиками. В то же время массовая коммуникация использует эмоциональные инструменты для привлечения внимания аудитории, например, пугает рисками перехода с марихуаны на более тяжелые наркотики или связью алкогольного опьянения с делинквентным поведением, или, напротив, виктимностью.

Хотя каналы межличностного общения, например, взаимодействие между пациентом и провайдером медицинских услуг могут быть более эффективными, чем каналы массовой коммуникации в передаче сообщений о здоровье и мотивации к изменению поведения, хорошо реализованные кампании по коммуникации в сфере здравоохранения способны оказывать небольшое или умеренное воздействие не только на осведомленность о здоровье, убеждения и установки, но и на поведение благодаря широкому охвату аудитории.

Технологии здравоохранения и медицинской информатики сыграли важную роль в формировании облика современного здравоохранения и приемов лечения пациентов. Многие пациенты имеют электронные медицинские карты, хирурги наблюдают за пациентами через Интернет, а хронические больные часто используют всемирную сеть, чтобы лучше понять свою болезнь и поделиться своими опасениями и страхами с врачами или товарищами по

несчастью. Информатика в медицине и здравоохранении изучает роль коммуникационных технологий в передаче информации между людьми (например, пациентами) и источниками информации (например, поставщиками медицинских услуг).

Зачастую проблема поиска медицинской информации в Интернете заключается не в недостатке информации, а в ее избытке. Кроме того, качество медицинской информации в Интернете нередко оставляет желать лучшего, а некоторая из них является неточной, вводящей в заблуждение или даже опасной. Таким образом, способность ориентироваться в огромном количестве медицинской информации в Интернете, оценивать ее качество и принимать обоснованные решения относительно лечения и управления здоровьем может иметь решающее значение для улучшения состояния здоровья.

Информационные технологии сделали возможной массовые исследования для оценки эффективности коммуникаций в области здравоохранения. Оценка необходима, чтобы узнать, сработала ли та или иная программа, достигла ли она целевой аудитории, выполнила ли поставленные цели, а также что нужно изменить, чтобы сделать ее более эффективной.

Многие исследования в области коммуникации в сфере здравоохранения опираются на вмешательство для улучшения результатов в сфере здравоохранения. Вмешательство – это запланированные мероприятия или практики, разработанные для достижения желаемого результата, например, улучшения психического здоровья или снижения веса. Например, в 2003 г. в Буффало, штат Нью-Йорк, была разработана программа для улучшения психического здоровья химически зависимых людей, которая предусматривала физические упражнения и фитнес-режим на добровольной основе [1]. Результаты исследования показали, что активные пользователи программы отмечают улучшение качества жизни через 3 и 6 месяцев по сравнению с теми, кто пользуется программой реже. Хотя было обнаружено, что качество жизни пациентов улучшилось, не совсем ясно, что явилось главным фактором его повышения. Некоторые называют это проблемой курицы и яйца: возможно, люди, которые чаще пользуются услугами учреждений, просто более готовы к позитивным изменениям, чем те, кто ими не пользуется или пользуется реже.

Тенденции демографического развития современной России, в немалой степени обусловленные проблемами здоровья и здравоохранения, делают тематику коммуникаций в данной сфере невероятно актуальной. Огромная роль поведенческих факторов в формировании общей картины рождаемости и смертности позволяет надеяться на эффективность регулярных воздействий на аудиторию. Отметим, что коммуникации в сфере здравоохранения – это быстро

развивающаяся подобласть коммуникаций, которая объединяет междисциплинарные усилия ученых и специалистов в области общественного здоровья, медицинской науки, маркетинга, инженерии. Коммуникация в сфере здравоохранения – это динамичная область исследований, которая стремится понять коммуникативные процессы во время клинического осмотра, направлена на продвижение здорового поведения через средства массовой коммуникации, а также рассматривает роль технологий в передаче информации между пациентами и поставщиками медицинских услуг.

Список литературы

1. Feeley T.H., Manyon A.T., Servoss T.J., Panzarella K.J. Toward validation of an assessment tool designed to measure medical students' integration of scientific knowledge and clinical communication skills // Evaluation and the Health Professions. 2003. No 26. Pp. 222–233.

ПОНЯТЬ, ЧТОБЫ ПОМОЧЬ. КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ В РАБОТЕ ДЕТСКОГО ПРАВОЗАЩИТНИКА

UNDERSTAND TO HELP. COMMUNICATION PRACTICES IN THE WORK OF A CHILD RIGHTS DEFENDER

М.В. Ушакова
Уполномоченный по правам ребёнка в Нижегородской области, г. Нижний Новгород
M.V. Ushakova
Ombudsman for Children's Rights in Nizhny Novgorod Region, Nizhny Novgorod

Отражены приоритетные направления деятельности Уполномоченного по правам ребенка, выявлены проблемы жизнедеятельности детей, основные коммуникативные практики во взаимодействии с семьями по поводу нарушения прав детей (в том числе, реакция на обращения граждан).

Акцентируется внимание на тесном взаимодействии уполномоченного с правоохранительными органами, общественными организациями и фондами, школами, социально ориентированными НКО, СМИ. Основная цель – формирование правового сознания, правовой культуры для профилактики и устранения нарушений прав ребенка.

The report reflects the priority areas of the Ombudsman for Children's Rights, identifies the problems of children's lives and the main communication practices in

interaction with families regarding violations of children's rights (including the response to citizens' appeals).

Emphasis is placed on close cooperation between the Ombudsman and law enforcement agencies, public organisation and foundations, schools, socially oriented non-profit organisation and the media. The main objective is to shape the legal consciousness and legal culture in order to prevent and eliminate violations of children's rights.

Ключевые слова: детский правозащитник, коммуникативные практики, направления и основные задачи по защите прав детей, качество жизни несовершеннолетних

Keywords: children's rights defender, communicative practices, directions and main tasks of children's rights protection, quality of life of juveniles

Приоритетными направлениями работы Уполномоченного по правам ребенка в регионе, отражающими реакцию детского правозащитника на проблемы в жизнях и судьбах детей, являются:

- обеспечение безопасности детства,
- сбережение здоровья и повышение качества жизни несовершеннолетних,
- деятельность по защите прав тяжело больных детей, в том числе получающих паллиативную помощь,
- улучшение положения детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, многодетных, замещающих семей,
- инициирование предложений и рекомендаций в высшие федеральные и законодательные органы по вопросам улучшения положения всех категорий детей в Нижегородской области,
- социальное проектирование в сфере детства.

Можно констатировать, что система органов, на которые возложены функции содействия ребенку в защите его прав, а также контроля за различными аспектами соблюдения прав ребенка (органы образования, здравоохранения, прокуратуры, комиссии по делам несовершеннолетних, органы опеки и попечительства) в регионе сложилась. Но нередки случаи, когда должный комплексный подход к защите прав ребенка присутствует в ряде отраслей частично. В своей деятельности Уполномоченный по правам ребенка старается компенсировать данный недостаток: постоянный анализ информационных данных о состоянии дел в сфере детства, превентивный или регулирующий характер в ряде случаев координирующей деятельности позволяет не только способствовать восстановлению уже нарушенных прав конкретного ребенка (работа с обращениями), но и в дальнейшем обеспечить изменения по улучшению положения детей в целом. Это выражается, например, в подготовке предложений по созданию/коррекции нормативных правовых актов.

Такая нормотворческая работа, как правило, осуществляется не исключительно самостоятельно, а после коллективной межведомственной работы экспертов. Как, например, работа Уполномоченного в составе рабочих органов, создаваемых по различным направлениям защиты прав ребенка. Это может быть работа в составе комитетов совета при Правительстве Нижегородской области по вопросам попечительства в социальной сфере или рабочих групп, действующих при комитете по социальным вопросам областного Законодательного Собрания.

Рассмотрение обращений граждан в целях содействия обеспечению гарантий государственной защиты прав и свобод ребенка, беспрепятственной реализации и восстановления нарушенных прав и свобод ребенка является основным направлением деятельности Уполномоченного по правам ребенка в Нижегородской области.

При рассмотрении обращений, руководствуясь федеральным законодательством, Уполномоченный широко реализует коммуникативную функцию и неформальное открытое общение с гражданами. Такой подход направлен на повышение открытости государственного управления и приближение к интересам граждан.

И хотя главным объектом правозащитной деятельности Уполномоченного является ребенок, в подавляющем большинстве случаев работа по защите прав и интересов детей ведется непосредственно с его семьей. Исходя из понимания, что в семье, как любой социальной системе, базой являются коммуникации, Уполномоченный при работе по обращению каждой отдельной семьи учитывает основные коммуникации, характерные для современной семьи. И в первую очередь, как показывает практика, это преобладание экономической коммуникации. Именно бытийный уровень взрослых членов семьи часто превалирует при рассмотрении самых актуальных вопросов в работе Уполномоченного – вопросов нарушения права ребенка жить и воспитываться в семье.

Из поступивших обращений по данной тематике, как и прежде, б*о*льшая их часть касалась семейных споров о воспитании детей (об определении места жительства ребенка и порядка общения с ним, о неисполнении судебных решений по семейным спорам о воспитании детей, об удержании ребенка одним из родителей или родственниками).

Жизнь семьи отличается бытовой повседневностью или материальной стороной и духовной составляющей нравственных, правовых, психологических, эстетических процессов, происходящих в семье.

Кризисы семейной жизни в этом отношении являются разрывами в коммуникациях семейной системы, которые могут начинаться с наиболее

слабых компонентов системы. Понимание ситуации в отдельно взятой, конкретной семье важн**о** для построения коммуникации с ней со стороны Уполномоченного по правам ребенка.

Уполномоченный работает со случаем, поэтому вступая в коммуникацию с отдельной семьей, необходимо понимать, какая из внутрисемейных коммуникаций актуальна в конкретной семейной системе. И всякое воздействие на семью необходимо строить как взаимодействие. В этой связи взаимодействие с семьей приходится налаживать комплексно или междисциплинарно, что позволяет делать такое воздействие более эффективным. Собственные кадровые ресурсы Уполномоченного ограничены. Однако это не является причиной непринятия мер по урегулированию ситуации в семье. Для проведения продуктивной работы Уполномоченным по взаимной договоренности либо в рамках заключенных соглашений могут быть привлечены практикующие семейные психологи, например, из НРОО «Нижегородский женский кризисный центр», или высококвалифицированные специалисты ГБУЗ НО «Консультативно-диагностический центр по охране психического здоровья детей и подростков», либо опытные юристы ГКУ НО «Госюрбюро по Нижегородской области».

Как уже отмечалось, Уполномоченный активно участвует в проектной деятельности. На протяжении почти десяти лет проводится активная совместная работа с Социальным фондом «Право на жизнь», директором которого является Марина Голубь, и Нижегородским благотворительным фондом «Жизнь без границ», которым руководит Марина Ефимова.

Совместно с Социальным фондом «Право на жизнь», победителем первого конкурса 2021 г. Фонда Президентских грантов, Уполномоченный участвовал в реализации социально значимого проекта «Амбассадоры будущего». Проект направлен на защиту жизни и здоровья подрастающего поколения от разрушительного воздействия ПАВ и на создание условий реализации творческого потенциала учащейся молодёжи путём вовлечения её в волонтёрскую деятельность, ориентированную на виктимологическую и антинаркотическую профилактику среди своих сверстников.

Целевыми группами проекта стали старшеклассники общеобразовательных школ, студенты колледжей города Нижнего Новгорода в возрасте от 15 до 18 лет, их законные представители и педагоги при активном участии УКОН ГУВД России по Нижегородской области.

Но есть направления работы, которые из проектной деятельности трансформировались в системную работу. В рамках совместной работы с Социальным фондом «Право на жизнь» проводится социализация заключенных

женщин, имеющих детей, отбывающих наказание в ФКУ ИК-2 ГУФСИН России по Нижегородской области, посредством консультаций, правовой поддержки, оказания реальной помощи их семьям.

Отдельно хочется остановиться на совместной работе с Благотворительным фондом «Жизнь без границ» в рамках программы «Наставничество без границ».

В феврале 2021 г. Нижнем Новгороде был открыт центр наставничества для подростков («Хулиганодом»). Работая с неидеальными, в нашем понимании, подростками, специалисты Фонда показывают ребятам альтернативу их поведению, учат проводить время со смыслом, отказавшись от вредных привычек. На базе «Хулиганодома» реализуются такие проекты, как «Наставничество», «Профориентация, социализация, трудоустройство подростков», «Профилактика безнадзорности и правонарушений подростков», «Повышение профессиональных компетенций специалистов, которые работают с детьми и подростками», «Обучение специалистов системы образования и социальной политики внедрению эффективной технологии наставничества». В центре проводятся консультации для приемных семей, работают психологи, школа наставничества. Кроме того, «Хулиганодом» стал площадкой для стажировки специалистов, работающих с подростками, из Нижнего Новгорода и других городов страны. Сегодня по области открыто уже четыре таких центра, где подростки проводят свой активный досуг, так сказать, «по своему разумению», но под умелым началом своих взрослых товарищей.

Всего же Уполномоченный тесно работает более чем с 20 некоммерческими организациями по всему спектру своих направлений деятельности.

Еще одним из значимых направлений деятельности Уполномоченного, на котором хочется отдельно остановиться, – формирование правового сознания. Главным образом целевыми аудиториями такой работы являются участники образовательных отношений – педагогический состав и учащиеся общеобразовательных организаций, организаций среднего профессионального образования. Формирование правового сознания проводится, главным образом, в формате правового просвещения.

Одна из наиболее доступных и эффективных форм работы по правовому просвещению с использованием информационно-коммуникативных форм – выступления на правозащитные темы. Зачастую для бесед Уполномоченным приглашаются представители прокуратуры, комиссий по делам несовершеннолетних и защите их прав, сотрудники подразделений по делам несовершеннолетних полиции.

Для работы с заинтересованными аудиториями Уполномоченным используются как ставшие привычными в постковидный сезон форматы общения по удаленной связи, так и просветительская работа с выездами, например, в летнее время в детские загородные оздоровительные центры, где, кроме Уполномоченного, вопросы безопасного поведения в социуме с подростками обсуждают специалисты Приволжского управления Роскомнадзора, транспортной прокуратуры.

Вопросы правового воспитания несовершеннолетних Уполномоченным активно обсуждаются и с педагогическим сообществом, и с родительской общественностью. Площадки для такой работы предоставляют Мининский университет, Нижегородский институт развития образования, центр «Сфера». На базе МБУДО «Дворец детского (юношеского) творчества им. В.П. Чкалова» с аудиторией приемных родителей Городского педагогического факультета «Особых государственных семей (приемные семьи)» Уполномоченным неоднократно обсуждались вопросы повышения родительской ответственности в системе формирования у детей понимания и реализации ценностных жизненных ориентиров (принципов чести, морали, достоинства, интеллектуального и нравственного развития).

Еще одно из направлений работы Уполномоченного – курирование Детского общественного совета, созданного при Уполномоченном по правам ребенка в Нижегородской области. Этот орган самоуправления создан в целях развития процесса принятия решений по вопросам, затрагивающим интересы детей, а также обеспечения взаимодействия Уполномоченного по правам ребенка в Нижегородской области с несовершеннолетними в области защиты их прав, свобод и законных интересов, выработки предложений по совершенствованию данной деятельности, организации просветительской работы по вопросам прав детей. Мы знаем, что подростки крайне недоверчивы к мнению взрослых, плохо реагируют на менторский тон и поучительные беседы старших, именно поэтому Детский общественный совет можно назвать эффективным каналом коммуникации между взрослыми и детьми.

Кроме того, перед Уполномоченным стоит еще одна задача – формирование правовой культуры. Будучи составной частью общечеловеческой культуры, правовая культура прямо и косвенно влияет на формирование сознания и деятельность людей в различных сферах жизни, так как большинство проблем развития нашего общества непосредственно связано с необходимостью повышения правовой культуры в целом.

И здесь хотелось бы остановиться на таком важном направлении в своей работе, как повышении культуры правовых отношений. В этих целях

Уполномоченный осуществляет взаимодействие с различными аудиториями участников правовых отношений, включая различные информационно-коммуникативные системы.

В целях информирования по вопросам соблюдения прав и законных интересов детей, разъяснений сложных ситуаций, с которыми к детскому правозащитнику наиболее часто обращаются граждане, Уполномоченным выстраивается конструктивное коммуникативное взаимодействие со средствами массовой информации. Это способствует эффективности работы Уполномоченного, так как, по нашему мнению, эффективная коммуникационная политика, ко всему прочему, является значимой составной частью в выстраивании связей с общественностью.

СМИ сегодня являются наиболее действенным инструментом в деле правовой и культурной пропаганды, так как средства массовой информации – это один из необходимых коммуникативных ресурсов, задача которого давно вышла за рамки простого информирования. Сегодня это скоростной канал получения сведений из разных источников с возможностью их анализа, площадка для прямого диалога с обществом, незаменимый ресурс повышения уровня эрудиции социума, в том числе правовой грамотности, инструмент воздействия на общественное мнение.

Деятельность Уполномоченного по защите прав и интересов ребенка предполагает тесное сотрудничество со СМИ, которое традиционно реализуется по нескольким направлениям. Прежде всего, СМИ выступают одним из важнейших инструментов правового просвещения и информирования населения о деятельности Уполномоченного. Одновременно СМИ служат источником информации для самого Уполномоченного о фактах нарушения прав ребенка или его семьи. При получении из открытых источников данных о нарушениях в отношении детей Уполномоченный в случаях, предусмотренных законодательством, по собственной инициативе принимает необходимые меры в рамках своей компетенции.

Взаимодействие с медиасообществом в рамках информационно-просветительской деятельности осуществляется Уполномоченным на принципах открытости, доступности и готовности к диалогу. Тесное взаимодействие с электронными и печатными СМИ позволяет обеспечивать информационную поддержку защиты прав и интересов ребенка и донести до каждого заинтересованного гражданина информацию о возможностях обращения к Уполномоченному.

Наиболее активно Уполномоченный сотрудничает с такими информационными агентствами, как НИА Нижний Новгород, НТА Приволжье,

NewsNN, Время Н. Из печатных региональных СМИ хотелось бы отметить «Нижегородскую правду», из федеральных газет – «АиФ» и «Московский комсомолец».

И в заключение хочу обратить внимание на значимый ресурс, используя который Уполномоченным обеспечивается одна из основ его деятельности, – максимальная доступность и реализация возможности обращения к нему любого гражданина.

Речь идет о собственном сайте Уполномоченного по правам ребенка в Нижегородской области. На этом ресурсе каждый сможет найти всю необходимую информацию о работе государственного детского правозащитника, познакомиться с новостями законодательства, отправить в его адрес обращение. Адрес сайта: pravrebenka.ru

Уполномоченный по правам ребенка открыт для взаимодействия с общественностью в деле содействия реализации, защиты и восстановления нарушенных прав ребенка. И в сложной ситуации каждый житель области может рассчитывать на правовую поддержку детского правозащитника (омбудсмена).

МНЕНИЯ МОЛОДЫХ ГРАНТОПОЛУЧАТЕЛЕЙ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ ФОНДОВ ПОДДЕРЖКИ НАУЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ*

OPINIONS OF YOUNG GRANT HOLDERS ON THE ACTIVITIES OF RUSSIAN RESEARCH FUNDS

И.М. Фадеева
Российский научно-исследовательский институт экономики, политики и права в научно-технической сфере, г. Москва
I.M. Fadeeva
Russian Research Institute for Economics, Politics, and Law in Science and Technology, Moscow

Рассматриваются мнения молодых российских ученых об их опыте грантовой деятельности. Отмечается значимая роль института научных фондов в привлечении молодых исследователей в науку, использовании ими разнообразных инструментов поддержки ученых. Анализируются институциональные изменения в деятельности российских научных фондов, а

* Подготовлено по теме государственного задания Минобрнауки России «Организационно-техническое и информационно-аналитическое сопровождение мониторинга инструментов поддержки молодых исследователей в научно-технологической сфере», выполняемой РИЭПП в 2022 г.

также обозначаются наиболее острые проблемы, касающиеся получения и выполнения грантов молодыми учеными.

The opinions of young Russian researchers about their experiences in grant activities are considered. The significant role of research foundations in attracting young researchers to science and their use of various tools to support scientists are pointed out. The institutional changes in the activities of Russian research foundations are analyzed. The major problems concerning the receipt and implementation of grants by young researchers are identified.

Ключевые слова: молодые ученые, научная карьера, институт, наука, исследование, научный фонд

Keywords: young researchers, academic career, institute, science, research, research fund

В эпоху высокой научно-технической конкуренции и цифровой трансформации ключевым ресурсом развития государства является кадровый потенциал, обладающий передовыми знаниями, уникальными компетенциями и обеспечивающий научно-технологическое развитие. Среди стран с инновационной экономикой ведется острая борьба за привлечение наиболее ярких и талантливых исследователей, специалистов IT-сферы из других стран. В 2022 г. на фоне украинского кризиса правительства США, Великобритании и некоторых других стран заявили о создании привлекательных условий для иммиграции российских ученых, которые могут получить работу, вид на жительство и даже гражданство.

В России, как и во многих странах, молодым исследователям предоставляются разнообразные инструменты поддержки на всех этапах научной карьеры, начиная со студенческих лет и заканчивая поддержкой молодых докторов наук. В этом процессе участвуют органы государственного управления, научные фонды, университеты, советы по поддержке молодых ученых, частные компании и другие заинтересованные институты. Молодые талантливые исследователи получают поддержку в виде грантов и стипендий, предоставляемых Президентом РФ, Правительством РФ, федеральными научными фондами, а также правительствами субъектов РФ и региональными фондами. Гранты в сфере науки и технологий предоставляют и крупные российские компании совместно с фондами или самостоятельно.

Как указывают ученые, гранты – это необходимое условие и нередко единственный способ для многих исследователей заниматься успешной научной деятельностью, так как именно наличие такой поддержки дает ученому гарантированное время для занятия наукой, а также позволяет показать продуктивность своей работы через публикации, часто обеспечивающие

признание на национальном и международном уровне [1, с. 670]. В одной из зарубежных работ отмечается, что получение грантов повышает престиж ученых, что, в свою очередь, позволяет им вступать в коллаборации с ведущими специалистами и укрепить свое положение в научном сообществе [2, с. 94]. Оценивается и влияние участия ученых в научных мероприятиях (например, в научных воркшопах) на повышение их продуктивности, в частности, расширение круга научных контактов позволяет опубликовать статьи в престижных журналах, что является необходимым условием для получения новых грантов [3, с. 5].

Вместе с тем, в российских реалиях грантополучатели сталкиваются с определенными трудностями при получении и выполнении грантов. Например, выполнение крупных грантовых проектов сопряжено с большой бюрократической нагрузкой в форме подготовки отчетов, занимающих довольно много времени, а не с профессиональным научным администрированием [4, с. 93]. Кроме того, отсутствует доступная статистика, обобщающая результаты научной деятельности в конкретных областях исследований [4, с. 95]. И одной из распространенных проблем является ситуация неопределенности, в которую попадают исследователи после завершения не только небольшого, но и крупного научного проекта, лишаясь вместе с окончанием проекта финансовой поддержки.

Руководством России постоянно ставятся задачи по совершенствованию системы мер, оказываемой молодым исследователям, в том числе, фондами поддержки научной, научно-технической, инновационной деятельности. В 2021 г. Заместителем Председателя Правительства РФ Д.Н. Чернышенко был утвержден План мероприятий («дорожная карта») по совершенствованию мер поддержки, оказываемой молодым исследователям, разработанный в соответствии с поручениями Президента РФ от 29 декабря 2018 г. № Пр-2558 и Правительства РФ от 2 октября 2020 г. № ТГ-П8-12248.

Несмотря на то, что в последние годы совершенствуется система мер поддержки молодых исследователей, а также и значительно больше внимания уделяется финансированию науки в целом, существующие проблемы в области грантового финансирования исследователей требуют более детальной проработки.

Анализ вопросов, связанных с получением и выполнением грантов молодыми исследователями (гранты Президента РФ, гранты, предоставляемые научными фондами), осуществлялась на основе опроса, проведенного в научных и образовательных организациях, подведомственных Минобрнауки России, в августе-сентябре 2022 г. Выборка (n=1700) охватила исследователей из более 60

субъектов РФ, включая крупные города, где находятся ведущие научные центры – Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Казань, Екатеринбург, Нижний Новгород, Пермь, Самара, Саратов.

Открытые вопросы, которые задавались исследователям, позволяют зафиксировать мнения грантополучателей о деятельности российских фондов, сильных и слабых сторонах их деятельности, а также выявить наиболее часто встречающиеся проблемы. В ходе качественного контент-анализа изучались ответы молодых ученых (в выборке их оказалось 453 человека – 353 кандидатов наук до 35 лет и 100 докторов наук до 45 лет).

Мнение профессионального сообщества ученых выполняет важную регулятивную функцию, оказывающую влияние на деятельность фондов как важных социальных институтов, требующую своевременного оперативного реагирования на обозначенные молодыми учеными проблемы. Принимая во внимание результаты эмпирического исследования, можно обозначить некоторые положительные стороны грантовой поддержки, которые отмечают молодые грантополучатели.

Грантовое администрирование. Исследователи указывают на улучшение в целом системы распределения грантов, увеличение объема их финансирования и количества тематик исследований. Отмечается повышение квалификации экспертов и прозрачности в оценивании заявок, адресность поддержки актуальных тематик, гибкость в выборе исследовательских практик. Наблюдается «весьма значительный прогресс в работе фондов за последние 10 лет» (35 лет, к.н.), «существует работающая система» (38 лет, д.н.). Практикуется «гибкий формат грантов по размеру коллектива (индивидуальный/ малая группа/ отдельный коллектив/ масштабная лаборатория. Возможность выбора как отдельных типов деятельности (теория/ технология/ эксперимент), так и их комбинации» (31 год, к.н.). Появилась возможность электронной подачи заявок, что упрощает процесс администрирования, сокращает количество бумажных документов и экономит время. Имеется «удобная единая система электронной коммуникации и документооборота; стало намного удобнее, когда сняли требование предоставления бумажного варианта отчета/ заявки» (39 лет, д.н.). «В целом, грантовая поддержка является существенной для финансирования операционной деятельности группы. РНФ практически идеален» (37 лет, д.н.). «Не слишком мешают и не слишком балуют (контроль)» (35 лет, к.н.). «Позитивным является создание соревновательности у научных групп» (31 год, к.н.).

Однако, в системе администрирования грантов существуют некоторые барьеры, мешающие исследовательскому процессу. Если процедура подачи

заявок, благодаря электронным формам, упростилась, то содержание заявок и отчетностей продолжает оставаться для молодых исследователей трудоемкой. Высказываются мнения, что остается «много бюрократической работы по заполнению бумаг», произошло «смещение акцентов в сторону достижения формальных показателей публикационной активности в ущерб глубине проработки выбранной научной проблемы», присутствуют «долгие сроки рассмотрения заявок, остается мало времени на выполнение проекта».

Грант как механизм материально-технического обеспечения науки. Грантовое финансирование, по мнению ученых, во многом позволяет обеспечить существование науки и, соответственно, деятельность ученых. Благодаря грантам появляется возможность приобрести современное оборудование, обеспечить научную группу расходными материалами. «Можно сказать, что с помощью фондов формируется премиальная часть заработной платы научного сотрудника, причем с гораздо меньшим коррупционным уровнем, чем мог бы, если финансы распределялись внутри одной организации и по усмотрению начальства» (35 лет, к.н.). «Наличие грантов обеспечивает необходимый уровень материально-технической поддержки исследований» (40 лет, д.н.), «возможность не подрабатывать на стороне, а заниматься только научными исследованиями» (41 год, д.н.).

Грант как инструмент развития потенциала молодых ученых. Как отмечают молодые ученые, гранты направлены на развитие потенциала конкретных ученых, научных коллективов, особенно в регионах, они способствуют расширению научной коммуникации, повышению престижа профессии ученого. «Участие в конкурсах мотивирует работать больше» (33 года, к.н.), «проекты помогают молодым ученым поверить в свои силы, постараться внедрить или проверить свои идеи. А для опытных ученых они помогают расширить сферу научной деятельности» (33 года, к.н.). «Гранты являются важным механизмом поддержки научных исследований коллективов» (37 лет, д.н.). «Конкурсы позволяют получить грант ученому не только из Москвы или Санкт-Петербурга» (32 года, к.н.). «Благодаря материальной поддержке фондов появляется возможность реализовать и развить научные проекты молодых ученых» (32 года, к.н.). «Можно ездить на конференции и перенимать опыт коллег» (31 год, к.н.). «С помощью экспертов фондов научные сотрудники частично получают информацию о том, чем стоит заниматься, а чем не нужно заниматься» (35 лет, к.н.).

При опросе отрицательных высказываний по их объему оказалось больше, чем положительных. Это, по всей видимости, отражает сложившуюся ситуацию многолетнего отсутствия полноценной обратной связи между фондами и

грантополучателями. Распространено мнение среди грантополучателей, что подобные опросы необходимо проводить как можно чаще, а лучше – ежегодно.

Грант как институт науки и образования. Выполнение исследований с привлечением молодежи (студентов, аспирантов, молодых ученых), а также их квотирование является распространенной практикой при получении грантов. Однако участие недостаточно подготовленной молодежи в научных проектах становится существенной нагрузкой для руководителей проектов, которым нередко приходится растить коллективы с нуля. Как отмечают грантополучатели, «дополнительные показатели по проектам кроме научных публикаций (образовательные программы, публикации в СМИ, защиты кандидатских [диссертаций], привлечения допгрантов [имеется в виду дополнительных финансов]), сильно отвлекают от непосредственно научной деятельности, снижая ее качество» (31 год, к.н.). Следует частично согласиться с данным мнением, поскольку возлагать на руководителя проекта все составляющие системы подготовки научных кадров является неправильным, а также объединять два процесса – образовательный и исследовательский в ограниченный по времени период выполнения гранта не всегда представляется возможным. Требования при выделении грантов должны быть соразмерны задачам, которые ставятся при их выполнении. Негибкий подход порождает нелегитимные практики, например, использование приписок в системе отчетности (формальное включение студентов, аспирантов, молодых сотрудников в состав исполнителей проектов для выполнения показателей, а также немотивированных к науке исполнителей в соавторы публикаций, которые подходят по критерию возраста).

Экспертиза грантовых заявок. Значительной критике грантополучатели подвергают процедуру экспертизы проектов. В качестве претензий к институту рецензирования ими указывается следующее: размытые критерии отбора победителей; порой субъективный подход эксперта к проекту; механизм оценки для соискателя часто непрозрачен; требования рецензентов во многих случаях не соответствуют размеру грантового финансирования; не всегда оценивают заявки компетентные эксперты, особенно при экспертизе междисциплинарных проектов. В ряде случаев обращается внимание на низкий уровень культуры экспертной работы, отсутствие обратной связи на письма, запросы; грантополучателям не всегда ясны причины отклонения заявки; их не устраивает отсутствие возможности апелляции на рецензию/ оценку заявки, особенно в случаях, когда рецензент в явном виде проигнорировал имеющуюся в заявке информацию.

Централизация финансирования науки. В условиях ограниченных финансовых возможностей и растущих задач по научно-технологическому развитию страны произошло закрытие фондов – РГНФ и РФФИ. Однако опыт, наработанный указанными фондами, не был в полной мере учтен РНФ, самым крупным грантодержателем. Молодые грантополучатели отмечают, что РФФИ поддерживал первые шаги исследователей в науке, использовал более широкую линейку для молодых ученых, включая конкурс «Мой первый грант», грант для аспирантов, предполагающий последующую защиту. Один из выводов, прозвучавший в ответах грантополучателей, связан с тем, что институт грантовой поддержки стал избыточно централизован, исчезло многообразие, важное для развития всех отраслей науки. Приведем одно из высказываний, системно отражающее данную проблему: «Монополизация грантовой поддержки в едином для всех наук фонде имела негативные последствия, так как не учитывала специфику гуманитарных наук и финансировала их по остаточному принципу. Исчезли тематические конкурсы, существовавшие в РГНФ и РФФИ. Все гранты стали коллективными. РНФ зачем-то навязывает руководителям проектов малых научных групп «в нагрузку» второго молодого ученого, предполагая, что это имеет какой-то смысл» (40 лет, д.н.). Обращается внимание на то, что гуманитарные исследования часто не требуют коллективного участия, напротив, конкурсные условия выполнения коллективного проекта гуманитарного профиля требуют поиска случайных партнеров, далеких от тематики выполняемого проекта.

Первоначальные результаты опроса молодых грантополучателей свидетельствуют о необходимости совершенствования системы выделения грантов, оказываемой фондами, в части формирования более гибкой системы управления, а также учета предложений, которые поступают от субъектов, выполняющих грантовые проекты. Результаты исследования требуют более глубокого анализа, который будет направлен на выработку соответствующих управленческих решений.

Список литературы

1. Lin D.J., Cudkowicz M.E., Cho T.A. Opinion and Special Articles: Challenges and opportunities in defining career identity in academic neurology // Neurology. 2018. No 91 (14). P. 670–672.

2. Bloch C., Graversen E.K., Pedersen H.S. Competitive Research Grants and Their Impact on Career Performance // Minerva. 2014. No 52. P. 77–96.

3. Blanco M.A., Qualters D.M. Mutual mentoring: Effect on faculty career achievements and experiences // Medical Teacher. 2020. No 42 (7). P. 799–805.

4. Душина С.А. Научный трансфер: еще раз о мобильности, мегагрантах и первых академиках // Социология науки и технологий. 2017. Т. 8. № 2. С. 87–103.

ТРАНСФОРМАЦИЯ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ В УЗБЕКИСТАНЕ
TRANSFORMATION OF COMMUNICATION IN THE MODERN CONTEXT IN UZBEKISTAN

Х.С. Хаджаев
Ташкентский финансовый институт,
г. Ташкент, Республика Узбекистан
Kh.S. Khadjaev
Tashkent Institute of Finance,
Tashkent, Republic of Uzbekistan

Рассмотрены вопросы трансформации коммуникации в Узбекистане с учетом происходящих реформ в сфере цифровой экономики. Анализируется специфические черты коммуникационных систем с учетом особенностей Узбекистана, в частности с учетом числа интернет-пользователей и степени развития ИТ-технологий.

The article considers the issues of transformation of communication in Uzbekistan, taking into account ongoing reforms in the digital economy. The specific features of communication systems are analyzed, taking into account the peculiarities of Uzbekistan, in particular, taking into account the number of Internet users and the degree of development of IT technologies.

Ключевые слова: трансформация, коммуникация, цифровые технологии, система, интернет, мобильные устройства

Keywords: transformation, communication, digital technologies, system, internet, mobile devices

Цифровая экономика в настоящее время является важной частью развития стран. С учетом этого при трансформации коммуникации в современных условиях особое внимание уделяется развитию информационных, телекоммуникационных технологий. Исходя из этого, каждый человек в своей деятельности участвует в различных сферах экономики, используя элементы различных коммуникативных систем. В современных условиях цифровые технологии усиливают применение коммуникационных «дистанционных» связей в широких масштабах. Именно появление электронных средств коммуникации начало открывать возможности при преодолении

территориальных ограничений масштаба социальных сетей. В этом процессе необходимо учитывать скорость информационного обмена, который позволяет, с точки зрения коммуникативных процессов, нахождение всех участников сети вне зависимости от их географического положения. Появление новых информационных и телекоммуникационных технологий не только меняет формы и способы коммуникаций между людьми, но также определяет изменения традиционных способов и форм коммуникаций. Как отмечается в статье О.Б. Кошовец и Н.А. Ганичева, современные коммуникативные системы характеризуются следующими специфическими чертами.

Во-первых, коммуникативные системы основываются на сложных вычислительных процессах; во-вторых, люди перестают быть единственными агентами коммуникации; в-третьих, коммуникативные системы все более плотно вписываются в повседневную жизнь человека; наконец, технологическая революция 4.0 создает инфраструктуру для массового распространения подобных форм коммуникации [1].

Цифровая трансформация – достаточно длительный процесс [2].

В данных формах коммуникации особое место занимают мобильные устройства, которые прочно вошли в повседневную жизнь миллионов людей. Как отмечено в источниках статистики во всем мире, устройства с доступом в Интернет (смартфоны и планшеты) превратились в незаменимые инструменты для общения, получения информации и развлечений. Как показывают статистические данные, в 2021 г. количество уникальных пользователей мобильного интернета составило 4,32 млрд. Это указывает на то, что более 90% населения мира, пользующегося Интернетом, используют мобильные устройства для выхода в Интернет. По прогнозам, в будущем владение мобильными устройствами и использование Интернета будут только расти. Эта тенденция особенно заметна на развивающихся рынках, где мобильные сети являются основным средством доступа в Интернет. Сегодня в мире мобильный интернет-трафик составляет почти 55% от общего веб-трафика [3].

Интернет-среда представляет собой «сложную, самоорганизующуюся коммуникационную среду, обладающую постоянно появляющимися, новыми свойствами» [4].

Как во всех странах, так и в Узбекистане, постоянное совершенствование коммуникации в информационной среде, активное развитие информационного общества начало оказывать влияния на доступность, скорость и удобство получения и предоставления информации в электронном формате. Основным результатом достижения современного опережающего роста развития ИТ-технологий в Узбекистане является высокое качество предоставления

государственных услуг, осуществление большинства юридически важных действий в электронном пространстве, внедрение единого электронного правительства. Данный фактор способствовал снижению барьеров взаимодействия государства и общества, повышению эффективности государственного управления, улучшению качества государственных услуг и уменьшению условного «расстояния для коммуникаций» между правительством и обществом. С учётом опыта борьбы с пандемией в 2021 г. в Республике расширилась цифровизация в сфере здравоохранения, завершено внедрение в регионах систем электронная поликлиника и телемедицина. Было продолжена цифровая трансформация банковской сферы с учетом автоматизированных систем управления и финансовых технологий. Для цифровизации сельского хозяйства были привлечены более 600 млн. долларов для внедрения современных агротехнологий и инновационных решений.

По состоянию на 1 января 2022 г. количество пользователей интернета в Узбекистане достигло около 23 млн. человек. Первое место по числу интернет-абонентов занял Ташкент с 4,3 млн. человек. Последнее место заняла Сырдарьинская область с 600 тыс. пользователей [5] (рис. 1).

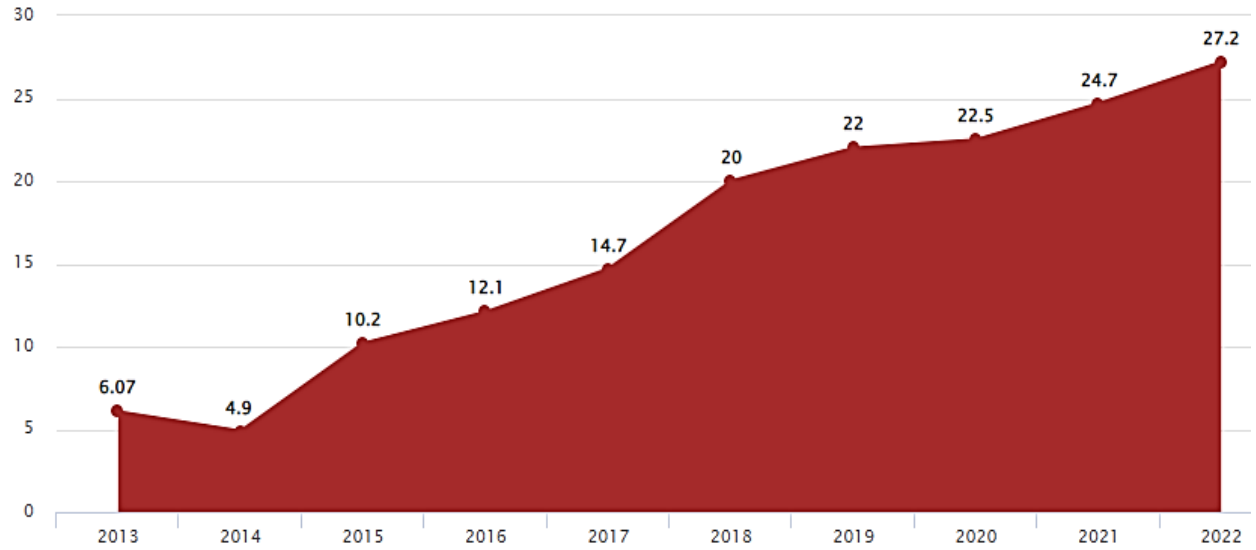


Рис. 1. Динамика роста численности интернет-пользователей в Узбекистане, млн. чел.

Переход к новым формам взаимодействия посредством Интернета ведёт к трансформации социальной коммуникации и усилению зависимости самого процесса коммуникации от определённых программных приложений или Интернет-ресурсов.

Степень развития в стране цифровой экономики напрямую связана с уровнем развития информационно-коммутационных технологий. Ее принято

оценивать различными показателями: доля цифровой экономики в ВВП, размеры инвестиций в отрасль ИКТ, скорость интернета, его покрытие территории страны и доступность для использования населением, уровень развития электронной коммерции, доля госуслуг в системе электронного правительства, обеспеченность организаций специалистами в области ИКТ. Развитию отрасли ИКТ способствовал рост объёма инвестиций в основной капитал по виду деятельности «информация и связь», которое 2020 г. составило в Республике 12,9 трлн. сум. Указом президента от 5 октября 2020 г. одобрена Стратегия «Цифровой Узбекистан-2030», которая предусматривает в ближайшие два года реализацию свыше 280 проектов цифровой трансформации регионов и отраслей экономики страны. На ближайшую перспективу поставлена задача увеличить долю цифровых услуг в ВВП страны в два раза [6].

В заключение следует отметить что все эти меры помогают трансформации коммуникативных практик, улучшению виртуальной среды и цифровых технологий в Узбекистане.

Список литературы

1. Кошовец О.Б., Ганичев Н.А. Глобальная цифровая трансформация и ее цели: декларации, реальность и новый механизм роста // Экономическая наука современной России. 2018. № 4. С. 126–144.
2. Solis B. The 2018–2019 State of Digital Transformation // Brain Solis. 2019. URL: https://www.briansolis.com/2019/01/the-2018-2019-state-of-digital-transformation/ (дата обращения: 22.07.2022).
3. Статистика мобильного интернета — цифры и тренды в мире и в Узбекистане // ICTNEWS. 2022. URL: https://ictnews.uz/23/06/2022/mobile-data-infographics/ (дата обращения: 22.07.2022).
4. Федюнин Д.В., Гончарова Н.Ю. Современные особенности построения цифровых коммуникаций и их эффективность // Практический маркетинг. 2012. № 11 (189). С. 28–34.
5. Исследование цифровой экономики Узбекистана: инвестиции в IT-сектор за 4 года выросли в 4 раза // Газета.uz. 2021. URL: https://www.gazeta.uz/ru/2021/05/05/research/ (дата обращения: 22.07.2022).
6. Указ Президента Республики Узбекистан № УП-6079 «Об утверждении стратегии «Цифровой Узбекистан-2030» и мерах по ее эффективной реализации» от 5 октября 2020 г. // LexUZ on-line. URL: https://lex.uz/ru/docs/5031048 (дата обращения: 22.07.2022).

ИЗМЕНЕНИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ И СТУДЕНТОВ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19: ОПЫТ РАБОТЫ ЛЕТНЕЙ РОССИЙСКО-КИТАЙСКОЙ ОНЛАЙН-ШКОЛЫ

CHANGING COMMUNICATIVE PRACTICES OF TEACHERS AND STUDENTS DURING THE COVID-19 PANDEMIC: EXPERIENCES FROM A SUMMER RUSSIAN-CHINESE ONLINE SCHOOL

Ч. Ясин
Шанхайский политико-юридический университет,
г. Шанхай, Китайская Народная Республика
А.И. Федюшкина
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
Ch. Yasin
Shanghai University of Political Science and Law,
Shanghai, People's Republic of China
A.I. Fedyushkina
Lobachevsky University

Обобщается опыт работы российских преподавателей с китайскими студентами в условиях эпидемии Covid-19. Выделяются основные особенности изменения коммуникативных практик преподавателей и студентов в условиях дистанционного обучения. Акцентируется внимание на необходимости сокращения пассивных коммуникативных практик в процессе дистанционного общения преподавателя и студента.

This article summarizes the experience of Russian teachers working with Chinese students during the Covid-19 epidemic. The authors notice the main features of the communicative practices of teachers and students in the context of distance learning. Attention is focused on the need to reduce passive communication practices in the process of remote communication between a teacher and a student.

Ключевые слова: дистанционное обучение, коммуникативные практики, межкультурные коммуникации, образование

Keywords: distance learning, communicative practices, intercultural communications, education

Пандемия Covid-19 перестроила многие стороны нашей жизни, в том числе и образовательные практики. Системы начального, среднего и высшего образования по всему миру столкнулись с беспрецедентными вызовами, которые послужили толчком для их трансформации. Несмотря на то, что Российская Федерация в настоящее время активно отказывается от принятых ранее жестких эпидемиологических ограничений и возвращается к

допандемийной реальности, дистанционные образовательные технологии продолжают активно применяться и, вероятнее всего, станут обычными элементами учебного процесса в будущем. Без преувеличения можно сказать, что пандемия коронавирусной инфекции навсегда изменила наши взгляды на образование, сделала подходы к обучению более гибкими и привела к масштабной и очень быстрой цифровизации обучения.

Изменения особенностей социальных взаимодействий, происходящих в информационном обществе, влекут за собой и изменения коммуникативных практик, среди которых ученые выделяют расширение возможностей социализации, усложнение механизмов конструирования идентичности [1, с. 319].

Активное внедрение в образование цифровых технологий дает возможность развивать многие образовательные программы даже в условиях ограничения академической мобильности. Так, несмотря на строгий карантин в Шанхае, вновь введенный властями Китая 28 марта 2022 г. на фоне распространения коронавирусной инфекции, Шанхайскому политико-юридическому университету и Университету Лобачевского удалось в мае-июне 2022 г. провести летнюю онлайн-школу по основам русского языка, российской истории, политики и права.

Опыт этой работы позволил выявить некоторые особенности построения коммуникации в условиях дистанционного обучения и показал, что коммуникативные практики преподавателей и студентов в новых реалиях не могут оставаться неизменными.

Мы можем выделить следующие ключевые аспекты коммуникации с использованием дистанционных образовательных технологий, учет которых позволит в дальнейшем совершенствовать методику преподавания дисциплин социогуманитарного блока.

1) Сокращение пассивных коммуникативных практик в процессе дистанционного общения преподавателя и студента.

Коммуникация преподавателя и студента в условиях дистанционных технологий неизбежно подчиняется общим закономерностям общения в медиасетях, одной из которых является свобода коммуникации и необходимость выстраивания горизонтальных связей между субъектами [2, с. 307-308]. Дистанция между преподавателем и студентом, с одной стороны, увеличивается за счет удаленного формата коммуникации, а с другой стороны, неизбежно сокращается. Происходит некоторый слом иерархичности коммуникации, поскольку при общении с использованием информационных технологий ограничивается круг инструментов контроля за поведением студента со стороны

преподавателя. Неопределенность пространственно-временной локализации коммуникации, преобладание текстуального характера общения, ограниченность невербальных средств коммуникации, возможность создания своего виртуального образа во многом уравнивают положение преподавателя и студента, размывая четкие границы их статуса.

Необходимо признать, что полный переход к дистанционной работе в период локдауна сделал крайне затруднительным достижение целей обучения с помощью классических образовательных технологий. Традиционные занятия лекционного типа, когда преподаватель выступает активной стороной коммуникации, а студент – пассивным слушателем, показали свою низкую эффективность. В отсутствие действенных механизмов контроля за поведением студента в момент проведения занятия с использованием видеосвязи особенно важным становится активное вовлечение студента в диалог. В случаях, когда студенту в рамках занятия отводится лишь роль пассивного «потребителя» информации, его внимание быстро рассеивается, он отключается от лекции, даже если продолжает присутствовать в системе видеосвязи.

В условиях дистанционного общения от преподавателя требуется максимальное сокращение собственного монолога в рамках онлайн-занятий. Хорошим выходом видится организация диалогической лекции, в ходе которой слушатели включаются в общение и активно интерпретируют полученную информацию.

2) Увеличение доли визуальных средств коммуникации при обучении в дистанционном режиме.

Эффективным способом включения студента в коммуникацию в условиях онлайн-обучения является широкое использование визуальных средств коммуникации: изображений, видео, инфографики. Результативность использования визуальных образов в образовании подтверждается многими исследователями. Отмечается, что при передаче информации с использованием визуальных средств коммуникации задействуются оба полушария головного мозга, что приводит к улучшению результатов обучения [3, с. 371].

Целесообразным представляется использование при проведении онлайн-занятий наглядного материала, представляющего для студента яркий зрительный образ. Проведение лекционных занятий онлайн необходимо сопровождать презентациями, которые, в зависимости от тематики, могут быть наполнены как иллюстративным материалом и инфографикой, так и другими символами и знаками, понятными и знакомыми студенту, способными создать устойчивую ассоциацию с изучаемым материалом.

3) Учет общности и различия культурного контекста при построении коммуникации.

Любое социальное взаимодействие, в том числе коммуникация преподавателя и студента в процессе обучения, происходит в существующей социокультурной среде, которая выступает неким фоновым знанием, объединяющим субъектов и создающих для них общий тезаурус [4, с. 55]. При этом эффективная коммуникация возможна только в том случае, когда все ее участники одинаково интерпретируют действия друг друга и распознают транслируемый символический смысл, принятый в той или иной культуре.

Учет социокультурных особенностей участников образовательного процесса является залогом эффективного построения межкультурных коммуникаций, что подтверждает опыт работы российских преподавателей с китайскими студентами. Здесь необходимо отметить, что дистанционный режим обучения только усложняет эту задачу, поскольку каждый из участников коммуникации остается в своей культурной среде. В связи с этим целесообразным представляется при подготовке подобных занятий провести работу по адаптации подачи материала с учетом культурных особенностей слушателей. Необходимо обратить внимание не только на содержание материала, которое должно быть понятно человеку из другой социокультурной среды, но и на подбор иллюстраций, выбор цветовой схемы наглядных материалов, изучение особенностей культуры речевого общения.

Список литературы

1. Сергодеева Е.А. Коммуникативные практики в повседневности информационного общества // Теория и практика общественного развития. 2015. № 12. С. 317–319.

2. Кашпар В.И. Теоретические подходы к изучению коммуникативных практик в условиях растущей цифровизации общества // Социологический альманах. 2020. № 11. С. 304–310.

3. Никулова Г.А., Подобных А.В. Средства визуальной коммуникации – инфографика и метадизайн // Образовательные технологии и общество. 2010. Т. 13 (№ 2). С. 369–387.

4. Зотов В.В., Лысенко В.А. Коммуникативные практики как теоретический конструкт изучения общества // Теория и практика общественного развития. 2010. № 3. С. 53–55.

СЕКЦИЯ 1

ПАРАДИГМЫ И ФУНКЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

ДОКЛАДЫ

НОВЫЕ ТРЕНДЫ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК МОЛОДЕЖИ В ТРАНСФОРМИРУЮЩЕМСЯ ОБЩЕСТВЕ

NEW TRENDS IN YOUTH COMMUNICATIVE PRACTICES IN A TRANSFORMING SOCIETY

А.Р. Заляев
Казанский государственный медицинский университет, г. Казань
A.R. Zalyaev
Kazan State Medical University, Kazan

Раскрыты актуальные аспекты развития системы коммуникация в молодежной среде. Отмечается значение цифровизации коммуникативных практик в контексте теории поколений. Сделан вывод, что генеральной тенденцией трансформации коммуникативных практик современной молодежи является погружение в цифровую среду (диджитализация) социальных сетей, медиаплатформ и виртуальных игр.

The article reveals the actual aspects of the development of the communication system in the youth environment. The importance of digitalization of communication practices in the context of the theory of generations is noted. It is concluded that the general trend in the transformation of the communicative practices of modern youth is immersion in the digital environment (digitalization) of social networks, media platforms and virtual games.

Ключевые слова: поколение Z, коммуникация, цифровая среда, социальные сети, меметизация

Keywords: generation, communication, digital environment, social networks, memetization

Коммуникация (от лат. «communicatio» – сообщение) пронизывает всю социальную ткань общества, формируя в период качественной трансформации общественных связей принципиально новые тренды и практики межличностного взаимодействия. Молодежь традиционно выступает в качестве главного агента модернизации коммуникативных практик, будучи главным реципиентом передовых трендов общественного развития. Не является исключением и текущий момент времени, отличающийся форсированной эволюцией трендов

социальной коммуникации, чутко реагирующих на изменения в научно-технологическом укладе жизни. В связи с этим особую актуальность приобретают вопросы трансформации коммуникативных практик современной молодежи.

Для социологической науки привычной стала классификация поколенческих циклов, разработанная У. Штраусом и Н. Хоувом. Согласно положениям данной теории, люди, родившиеся с 1997 по 2012 гг., являются представителям так называемого Поколения Z (Generation Z, так же – зумеры). Наиболее характерной чертой данного поколения является доселе не известный предыдущим поколениям (Y, X, бумерам) степень вовлеченности в активное использование цифровых технологий, буквально пронизывающих все стороны жизни человека. В отличие от представителей Поколения Y (миллениалов), для которых экстремально быстрое распространение цифровых технологий пришлось уже на пору юности и ранней молодости, зуммеры родились с «компьютером в руках».

«Миллениалы» стали первым поколением, которое взрослело с полным доступом к Интернету и смартфонам, что сделало их менее склонными к общению лицом к лицу. Неизбежным следствием трансформации коммуникативных практик стала их цифровизация. Период 2000-х гг. стал моментом возникновения социальных сетей и мультимедийных платформ как принципиально нового метода коммуникации, предоставлявшего своим пользователям практики цифрового взаимодействия и обмена информацией.

«Миллениалы» на рабочем месте предпочитают цифровые средства коммуникации, включая мгновенные сообщения, текстовые сообщения и электронную почту. В отличие от миллениалов, зуммеры могут быстро обрабатывать большие объемы информации и ожидать мгновенной обратной связи. Они тоже склонны избегать прямых конфликтов и разногласий. Поэтому может показаться парадоксальным, что большинство представителей поколения Z предпочитают разрешать серьезные вопросы лицом к лицу. Коммуникативный сдвиг очевиден в маркетинге. Поскольку зумеры выросли вместе с Интернетом, их привычки к покупкам в Интернет-магазинах значительно отличаются от привычек других поколений.

За годы коронавирусной пандемии изменения в коммуникациях достигли своей наивысшей интенсивности и коснулись всего общества. Но в эпицентре трансформаций, как всегда, оказалась молодежь, особенно обучающаяся [1, с. 132]. Смартфон остается предпочтительным устройством для 75% пользователей Поколения Z, которые проводят в среднем 4 часа и 15 минут на своих мобильных устройствах каждый день.

Результаты анкетирования молодежи до 21 года показывает лидерство социальных сетей среди каналов коммуникации: «ВКонтакте» (96%) и Instagram (76%), далее идут «Одноклассники» (34%), Twitter (18%), TikTok (3,5%) и Tumble (0,5%) [2, с. 19]. TikTok, короткометражная видеоплатформа, содержащая контент продолжительностью от 15 до 60 секунд, стала популярным и быстрорастущим приложением для молодежи по всему миру. Как платформа, ориентированная на легкие развлечения, TikTok поддерживает вирусность и поощряет меметические ремиксы. Видеоролики с мемами, в основном включающие синхронизацию губ, танцевальные номера и пародии, стали одной из определяющих особенностей платформы. Коммуникация между представителями молодежи в значительной степени «мемефицирована», что позволяет упростить социальное взаимодействие в цифровой среде. Зумеры взаимодействуют с помощью коротких видеороликов и практик на TikTok, опираясь на цифровое сообщение в виде меметичного, запоминающегося зрелищного кадра как средства коммуникации [3, с. 52]. Дополнительным каналом коммуникации миллениалов и зумеров становится пространство виртуальных игр. Совместное участие представителей молодежи в виртуальных играх позволяет им налаживать каналы взаимодействия друг с другом, повышая значение интерактивного аспекта коммуникации.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что диджитализация является главным трендом развития коммуникативных практик современной молодежи, представленной Поколением Z. Погружение в цифровую среду социальных сетей, медиаплатформ и виртуальных игр создает фундамент для определения методик социальной коммуникации, упрощая и меметизируя процесс общения.

Список литературы

1. Чанкова Е.В., Сорокин О.В. Традиционное и современное в коммуникативных практиках молодежи // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. 2021. № 1. С. 131–142.
2. Зверева Е.А., Хворова В.А. Трансформация ценностных ориентиров молодежи в современной информационно-коммуникационной среде // Коммуникативные исследования. 2022. Т. 9. № 1. С. 7–28.
3. Тузовский И.Д. К вопросу об атрибутивных чертах культуры цифровой эпохи // Ученые записки Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского. Философия. Политология. Культурология. 2018. Т. 4 (70). № 2. С. 46–59.

КОММУНИКАТИВНЫЙ СТИЛЬ КАК ИЗМЕРЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ

COMMUNICATION STYLE AS A DIMENSION OF NATIONAL CULTURE

И.С. Леонова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
I.S. Leonova
Lobachevsky University

Анализируется предположение относительно того, что национальные культуры можно различать по преобладающим коммуникативным стилям, примером которых являются стили ответов на вопросы анкеты. Проводится различие между средним стилем общения в отдельно взятой национальной культуре и дисперсией стилей общения на национальном уровне. Проводится анализ результатов, полученных по итогам вторичного анализ опубликованных данных о ценностях и убеждениях, касающихся разных измерений национальных культур, которые различаются по склонности представителей данных культур соглашаться и не соглашаться с предлагаемым утверждением, а также по частоте крайности и умеренности в ответах. Склонность представителей разных национальных культур к согласию или несогласию наиболее кратко объясняется с помощью показателей, полученных на основе измерения «индивидуализм–коллективизм». Обсуждаются преимущества правильной интерпретации этих тенденций ответов для извлечения достоверных показателей культурной вариативности и определения более полного спектра культурных измерений.

The article analyzes the assumption that national cultures can be distinguished by prevailing communication styles, an example of which are the styles of answering the questions of the questionnaire. A distinction is made between the average communication style in a single national community and the dispersion of communication styles at the national level. The article presents the analysis of the results, received according to the results of the secondary analysis of the published data about values and beliefs, concerning the features of national communities, which differ in the propensity of their citizens to agree or disagree with the proposed statement, as well as in the frequency of extremes and moderation of answers. The tendency of individuals of different nations to agree or disagree is most succinctly explained using indicators derived from the "individualism–collectivism" dimension. The advantages of controlling for these response tendencies to extract reliable measures of cultural variability and to determine a more comprehensive range of cultural dimensions are discussed.

Ключевые слова: национальная культура, коммуникативный стиль, ценности, вариативность, коллективизм, индивидуализм

Keywords: national culture, communicative style, values, variation, collectivism, individualism

За последние несколько десятилетий прогресс в понимании культурных различий в значительной степени обусловлен определением параметров вариативности национальных культур. По большей части эти измерения были определены на основе опросов индивидуальных ценностей и убеждений. Следуя примеру Хофстеде (1980), данные индивидуального уровня были агрегированы до уровня страны, что позволило выявить измерения национальных различий с помощью факторного анализа на уровне страны или других эквивалентных процедур [1-5].

Хотя выведенные таким образом измерения ценностей оказали большое влияние на разработку и интерпретацию кросс-культурных исследований [6-8], многие аспекты этого подхода остаются предметом дискуссий. В частности, желательно более полно определить, каким образом ценности связаны с культурными вариациями в поведении. Хотя ценности выражаются в терминах, свободных от контекста, поведение индивидов, вероятно, является результатом как их собственных ценностей, так и преобладающего контекста. Данный материал посвящен одному конкретному классу поведения: стилю ответов людей, которые участвуют в межнациональных опросах. В своей работе Смит утверждал, что вариации в стиле ответов респондентов на вопросы следует рассматривать не как источник ошибки измерения, а как образец их привычных способов общения с другими людьми [9]. Он выявил сильную согласованность в оценках стиля ответов на уровне стран, полученных в результате семи крупных многонациональных опросов, и обнаружил, что страны с высоким уровнем согласия имеют особый профиль, характеризующийся ценностями, благоприятствующими институциональному коллективизму и избеганию неопределенности, а также практиками, отражающими коллективизм внутри группы.

Культурные различия в общении обсуждаются уже много лет [10], но до сих пор не проводилось исследований, в которых бы противопоставлялись стили общения в значительном количестве стран. Гораздо более широкая выборка данных может быть получена в результате вторичного анализа межнациональных опросов, проведенных для других целей. Преимущество такого сбора данных заключается в том, что он позволяет получить информацию, которая является неявной и косвенной. Респонденты вряд ли задумываются о том, как они распределяют свои ответы по ряду шкал ответов, когда отвечают на ряд вопросов по существу, и могут невольно показать свой

реальный стиль, когда отвечают на вопросы анкет, разработанных для измерения других концепций, представляющих интерес для социологов, таких как ценности, убеждения или установки.

В межнациональных исследованиях обычно спрашивают о согласии или несогласии с позитивно сформулированными пунктами, а не используют уравновешенные наборы пунктов. Возможно, по этой причине особое внимание уделяется согласию как стилю общения. Большинство авторов подобных опросов считают стиль ответа источником артефактной ошибки и находят способы частично исключить его влияние из своих данных с помощью различных форм стандартизации [11-13]. Однако другие авторы отмечают статистические проблемы, присущие процедурам, и некоторые исследователи предпочитают определять свои измерения, используя нестандартизированные данные [14; 15]. Это создает риск ложной корреляции между измерениями, полученными в этих исследованиях, и характеристиками наций, основанными на стиле реагирования. Анализ, использующий эти измерения в настоящем исследовании, включает контроль на попустительство.

Холл (1976) в свое время выдвинул предположение, что можно выявить различие между высококонтекстной и низкоконтекстной коммуникацией [10]. Коммуникация в высоком контексте является более косвенной и продуманной и предполагает, что слушатель в значительной степени знаком с рассматриваемыми вопросами. Низкоконтекстная коммуникация более прямая и лаконичная. Гудыкунст, Тинг-Тумей и Чуа (1988) отметили параллель между этим различием и противопоставлением коллективизма и индивидуализма, которое оказалось крайне популярным среди кросс-культурных исследователей [16]. Если внутригрупповая гармония является главной ценностью членов коллективистских культур, можно ожидать, что они будут отдавать предпочтение непрямым способам общения, по крайней мере, в рамках своих групп. Если у них есть привычка часто соглашаться с окружающими, то они тоже могут отвечать на вопросы опроса в более попустительской манере. Если они обычно выражают свои мысли умеренно, то они могут непропорционально отдавать предпочтение средним точкам шкалы Лайкерта. Однако ни в коем случае нельзя сказать, насколько тесно стили ответов на вопросы с другими аспектами общения.

Существующие меры молчаливого согласия не являются удовлетворительными для полного изучения стилей ответов. Согласие обычно определяется как одномерная шкала, суммирующая распределение оценок респондента по шкале Лайкерта, например, от «категорически не согласен» до «категорически согласен». Респонденты, стремящиеся к максимальной

гармонии, могут избегать обеих крайностей и выбирать более умеренные точки шкалы. Следовательно, следует обсудить отдельные прогнозы в отношении степени согласия и несогласия, а также степени умеренного ответа и его противоположности, крайнего ответа.

Смит определяет культуру экстремальной в том случае, когда наблюдается сильная лояльность к предпочитаемым точкам зрения внутри субкультурных групп и сильная антипатия по отношению к другим группам, либо внутри своей нации, либо за ее пределами [17]. Напротив, культура консенсуса будет характеризоваться выражением гармонии и единообразия мнений. Культура несогласия, скорее всего, будет такой, в которой выражение индивидуального мнения ценится больше, чем где-либо еще, в то время как в умеренной культуре будет преобладать осторожность в выражении своего мнения.

Определяя категории национальных общностей просто в терминах преобладающей частоты согласия и несогласия, сразу становится очевидным, что контрасты в других аспектах коммуникации тоже могут приниматься во внимание. Например, в так называемых «экстремальных» культурах общение будет в большей степени сосредоточено на членах внутренней группы, чем в культурах несогласия. В умеренных культурах коммуникация, вероятно, будет более косвенной, чем в культурах консенсуса. Как в «экстремальных», так и в умеренных культурах можно ожидать, что коммуникация будет варьироваться между целями в большей степени, чем в культурах консенсуса и несогласия. Такие вопросы можно исследовать эмпирически после того, как будет установлена ценность характеристики стиля реагирования на национальном уровне.

Индексы стиля ответа, использованные Смитом (2004), все были средними для респондентов. Смит и Фишер (2008) использовали многоуровневый анализ, чтобы расширить этот тип исследования. Они выявили взаимодействие между ценностями индивидуального уровня, ценностями национального уровня и средними показателями граждан как для конформистских ответов, так и для ситуации крайности. Например, было показано, что конформистские ответы больше всего проявляются у коллективистски настроенных респондентов в коллективистских национальных культурах, в то время как экстремизм сильнее всего проявляется у индивидуалистически настроенных респондентов в национальных культурах с низким уровнем институционального коллективизма.

Разграничение национальных культур по стилям ответов может дополнить знания, полученные в ходе опросов о ценностях и убеждениях. Например, можно обеспечить меры, которые менее подвержены сознательным аспектам самопрезентации. Однако этот подход заслуживает доверия, если будет

доказано, что он обеспечивает конвергентную валидность между широким спектром показателей культурных атрибутов. Если дальнейшие исследования смогут воспроизвести содержательную природу вариаций стиля ответов, мы будем иметь больше возможностей определить, когда их влияние должно быть исключено из кросс-культурного инструментария, а когда нет.

Наиболее поразительным аспектом результатов проведенного исследования Петером Смитом (2011) является доказательство наличия культурного контраста, который не зависит от атрибутов категории индивидуализма–коллективизма. Кросскультурные психологи давно обращают внимание на восточноазиатские страны как на образцы коллективизма, несмотря на то, что эти страны не имеют крайних показателей по большинству шкал индивидуализма. Напротив, восточноазиатские нации находятся на крайних позициях в измерениях, определяемых сдержанностью, институциональным коллективизмом, культурной герметичностью и гибкостью (которую можно рассматривать как готовность приспосабливаться к другим). Чтобы полностью понять этот аспект культурных различий, необходимо уделить больше внимания национальным культурам, которые определяют противоположный конец этого измерения.

В частности, необходимо рассмотреть причины, по которым национальные культуры могут различаться по степени крайности преобладающих в них стилей общения. Широко распространено мнение, что основа контраста между национальными культурами, которые являются более коллективистскими и более индивидуалистическими, лежит в силе и природе связей между отдельными людьми и группами. Что может быть отличительным и до сих пор игнорируемым принципом, который определяет различия в экстремальности общения? Чтобы ответить на этот вопрос, лучше всего сосредоточиться не на сближении восточноазиатской умеренности и коллективизма, а на стилях общения, которые преобладают в более коллективистских странах, находящихся на полюсе крайностей в данном анализе. Несмотря на отсутствие соответствующих эмпирических данных, национальные культуры с высокими показателями экстремальности в ответах, относятся к тем, которые часто считаются «культурами чести». Возможно, что национальная культура с высоким баллом крайности в ответах включает относительно большую озабоченность защитой от угроз со стороны внешней группы, в то время как национальная культура с высоким баллом умеренности в ответах может означать приоритет поддержания внутригрупповой гармонии. В планируемых исследованиях по теме видится необходимым провести более систематические сравнения указанных выше категорий.

Список литературы

1. Inglehart R. Modernization and post-modernization: Cultural, economic and political change in 43 nations. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1997.

2. Hofstede G. What did GLOBE really measure? Researchers' minds versus respondents' minds // Journal of International Business Studies. 2006. No 37. Pp. 882–896.

3. Smith P.B., Peterson M.F., Schwartz S.H. et al. Cultural values, sources of guidance and their relevance to managerial behavior: A 47 nation study // Journal of Cross-Cultural Psychology. 2002. No 33. Pp. 188–208.

4. Schwartz S.H. Mapping and interpreting cultural differences around the world // Comparing cultures: Dimensions of culture in a comparative perspective / H. Vinken, J. Soeters, P. Ester (Eds.). Leiden, NL: Brill, 2004. Pp. 43–73.

5. Bond M.H., Leung K., Au A. et al. Culture-level dimensions of social axioms and their correlates across 41 cultures // Journal of Cross-Cultural Psychology. 2004. No 35. Pp. 548–570.

6. Kirkman B.L., Lowe K.B., Gibson C.B. A quarter century of Culture's Consequences: A review of empirical research incorporating Hofstede's cultural values framework // Journal of International Business Studies. 2006. No 37. Pp. 285–320.

7. Smith P.B., Bond M.H., Kağıtçıbaşı Ç. Understanding social psychology across cultures: Living and working in changing world. London: Sage, 2006.

8. Matsumoto D., Yoo S.H. Toward a new generation of cross-cultural research // Perspectives on Psychological Science. 2006. No 1. Pp. 234–250.

9. Smith P.B. Acquiescent response bias as an aspect of cultural communication style // Journal of Cross-Cultural Psychology. 2004. No 35. Pp. 50–61.

10. Hall E.T. The hidden dimension. New York: Doubleday, 1976.

11. Hofstede G. Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage, 2001.

12. House R.J., Hanges P.J., Javidan M. et al. Leadership, culture and organizations: The GLOBE study of 62 nations. Thousand Oaks, CA: Sage, 2004.

13. Gelfand M.J., Nishii L., Raver J. On the nature and importance of cultural tightness-looseness // Journal of Applied Psychology. 2006. No 91. Pp. 1225–1244.

14. Inglehart R. Modernization and post-modernization: Cultural, economic and political change in 43 nations. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1997.

15. Minkov M. What makes us different and similar: A new interpretation of the World values survey and other cross-cultural data. Sofia, Bulgaria: Klasika i Stil, 2007.

16. Gudykunst W.B., Ting-Toomey S., Chua E. Culture and interpersonal communication. Newbury Park, CA: Sage, 1988.

17. Smith P.B. Communication styles as dimensions of national culture // Journal of Cross-cultural psychology. 2011. No 42 (2). Pp. 216–233.

СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОДХОДОВ

SOCIAL COMMUNICATION: COMPARATIVE ANALYSIS OF APPROACHES

Е.Д. Шетулова
Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева, г. Нижний Новгород
E.D. Shetulova
Nizhny Novgorod State Technical University n.a. R.E. Alexeev, Nizhny Novgorod

Цель материала заключена в обзоре подходов к проблеме социальной коммуникации. Рассмотрение вопроса приводит к выводу о трёх сложившихся исследовательских парадигмах: символического интеракционизма, социальной феноменологии, диалогической концепции.

The purpose of the article is to review approaches to the problem of social communication. Consideration of the issue leads to the conclusion about three established research paradigms: symbolic interactionism, social phenomenology, dialogic concept.

Ключевые слова: методология гуманитарного познания, символический интеракционизм, социальная феноменология, диалогическая концепция

Keywords: methodology of humanitarian knowledge, symbol interactionism, social phenomenology, dialogical concept

Как верно замечено Ю. Подгорецки, коммуникация есть необходимый элемент взаимодействия людей, групп, народов, государств, в ходе которого осуществляется передача и взаимопередача информации, чувств, оценок, значений, смыслов, ценностей. Нельзя не согласиться и с тем, что она занимает ведущее место в сфере социальных процессов, ибо без неё невозможно конституирование социальных общностей, систем, институтов, организаций и самого социума, и «всякое исследование социальной жизни затрагивает те или иные её формы» [1, с. 157].

Однако с определением содержания понятия «коммуникация» не всё обстоит однозначно. В литературе присутствует ряд истолкований его, при том, что эти истолкования пересекаются между собой. «Большой энциклопедический словарь» определяет коммуникацию как смысловой и идеально-содержательный аспект социального взаимодействия [2, с. 378]. А «Большой толковый социологический словарь» как передаче или обмен информацией [3, с. 314]. В любом случае основной акцент делается на «пути сообщения», на моменте

общения, передачи информации от человека к человеку, на специфической форме взаимодействия людей в процессе их деятельности, осуществляемой при помощи языка и других знаковых систем [4, с. 617].

Исследование коммуникации философским и конкретно-научным знанием обладает не одной лишь теоретической значимостью. Эта практико-политическая актуальность в современном обществе возрастает, в том числе, в результате прямого воздействия информационных технологий на типы и формы общения людей в условиях сегодняшнего дня. Новые технологии предопределяют специфику человеческого общения, характерными чертами которого становятся виртуальность, интерактивность, гипертекстуальность, глобальность, креативность, анонимность, мозаичность. Переход к информационному обществу обусловливает как позитивные (расширение познавательных практик, взаимопроникновение рационального и нерационального способов освоения действительности), так и негативные последствия. К последним следует отнести: сужение социальных связей, аутизацию детей и подростков, социальную дезорганизацию. Как известно, на социальную дезорганизацию своё пристальное внимание обратил Ф. Фукуяма, отметивший, в частности, что современное информационно-коммуникационное общество «страдает» деградацией социальных связей, что имеет множество проявлений от роста недоверия к общественно-политическим институтам до фактического распада нуклеарной семьи [5, с. 14].

Сложилось, по меньшей мере, три фундаментальных исследовательских парадигмы, анализирующих проблематику социальной коммуникации – символический интеракционизм (Г. Блумер, Г. Гарфинкель, Дж.Г. Мид), подход социальной феноменологии (А. Щюц), диалогическая концепция (М.М. Бахтин, М. Бубер). Остановимся на их характеристике подробнее.

Символический интеракционизм в качестве своего основания принимает положение, согласно которому любое социальное действие возможно благодаря коммуникации. Общение и взаимодействие осуществляются при помощи языка, телодвижений, жестов, и все они обладают символической природой. Особая роль, безусловно, принадлежит языку. Любое взаимодействие предполагает владение языком, что позволяет через символы увидеть себя в мире. При этом коммуникация как таковая состоится лишь в том случае, когда люди придают тем или иным символам одинаковое значение. Коммуникация важна для человека не только в смысле «видения себя», но и ещё по одной базовой причине. «Я» возникает из социальной интеракции, находясь в непрерывном взаимодействии с «Мы», с обобщённым другим, социальной группой, посредством чего человек усваивает ценности группы как свои собственные.

Социальная феноменология исследует структуру человеческого общения, исходя из понимания коммуникации как «интерсубъективного сочленения мотивов» (ожидание субъекта – моё действие повлечёт за собой действие другого). Принципиальным моментом выступает трактовка, согласно которой, между «Я» и «Другим» уникальные и фундаментальные отношения. Соответственно «Я» и «Другой», сохраняя все свои особенности, осуществляют непосредственный обмен между персональными мирами. Это означает, что кроме диалогизирующих никого нет.

Диалогическая концепция исходит из тезиса, выраженного М.М. Бахтиным: «само бытие человека (и внешнее, и внутреннее) есть глубочайшее общение. Быть – значит общаться диалогически» [6, с. 312]. Собственно, и сознание есть только тогда, когда есть два сознания. Отсюда диалог – «единственная адекватная форма вербального выражения подлинной человеческой жизни» (бесперебойный обмен речевыми действиями между собеседниками при особенном внимании к нормативным проблемам взаимности) [6, с. 318]. Этот диалогический характер бытия положен в основу методологии гуманитаристики, фундамент которой – диалогическое движение понимания.

Все три исследовательских парадигмы оказали огромное влияние на развитие философии, социологии, психологии. И, в принципе, вышли далеко за их пределы, став классикой гуманитарного познания как специфической отрасли науки. Анализ идей символического интеракционизма, социальной феноменологии, диалогической концепции продолжает оставаться в центре внимания современных исследователей (работы С.М. Богуславской, А.С. Ивановой, М.И. Ненашева) [7–9]. Но этим парадигмам присущи и ряд ограничений и парадоксов. Так, символический интеракционизм уделяет слишком большое внимание микросоциальным процессам при забвении макросоциальных факторов. Отсюда возникает эффект «структурного вакуума» без исторического и социокультурного контекста [10, с. 187]. Социальная феноменология заключает в себе парадокс одновременного наличия обобщённых оценок социальной жизни на уровне субъекта и фактически запрещения такого обобщения на уровне социальных структур. Как полагает Р.К. Тангалычева, факт объективного существования явлений и процессов не затрагивается [10, с. 189].

В качестве некоторого итога, присоединюсь к соображению, высказанному некоторое время назад профессором Л. Свидлером. В процессе коммуникации постоянно возникают ситуации «пересечения» (а подчас и конфликта) мировоззренческих, культурных и прочих структур. Отсюда

глубинный диалог и критическое мышление, без которого диалог невозможен, являются базовыми навыками, лежащими в основе человеческой жизни и опыта. Эти навыки ориентирования в различных культурных, религиозных, идеологических мирах, разных смысловых структурах формируют умение принять существующие различия между культурами и индивидами [11, с. 83]. Таким образом, коммуникация нацелена на взаимопонимание и диалог, а диалог обусловливает возможность коммуникации, что в тенденции ведёт к преодолению парадоксов и противоречий современного общества.

Список литературы

1. Подгорецки Ю. Социальная коммуникация – наука XXI века // Историческая и социально-образовательная мысль. 2015. Т. 7. № 2. С. 157–163.
2. Коммуникация // Большой энциклопедический словарь: философия, социология, религия, эзотеризм, политэкономия / Гл. науч. ред. и сост. С.Ю. Солодовников. Мн.: МФЦП, 2002. С. 378–379.
3. Джери Д., Джери Дж. Коммуникация // Большой толковый социологический словарь (Collins). Т. 1. М.: Вече, АСТ, 2001. С. 314–315.
4. Коммуникация // Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. А.М. Прохоров. М.: Советская энциклопедия, 1989. С. 617.
5. Фукуяма Ф. Великий разрыв. Человеческая природа и воспроизводство социального порядка. М.: АСТ, Ермак, 2004. 474 с.
6. Бахтин М.М. К переработке книги о Достоевском // Эстетика словесного творчества / Сост. С.Г. Бочаров. М.: Искусство, 1979. С. 308–327.
7. Богуславская С.М. Диалог в трудах М.М. Бахтина // Вестник Оренбургского государственного университета. 2011. № 7 (123). С. 17–23.
8. Иванова А.С. Методологическая программа обоснования социогуманитарного знания А. Шюца // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2013. № 4 (12). С. 12–20.
9. Ненашев М.И. Идеи социальной феноменологии Альфреда Шюца // Вестник Вятского государственного университета. 2010. № 2 (1). С. 6–10.
10. Тангалычева Р.К. Теория коммуникации Н. Лумана в микросоциологической перспективе символического интеракционизма и социальной феноменологии // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12. Психология. Социология. Педагогика. 2012. № 3. С. 183–197.
11. Сергеев М. Глубинный диалог – критическое мышление // Вестник Российского философского общества. 2000. № 5 (13). С. 82–84.

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИИ УЧАСТНИКОВ САЙТОВ ЭКСТРЕМИСТСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

COMMUNICATION FEATURES OF PARTICIPANTS OF EXTREMIST WEBSITES

Д.А. Шпилев
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского; Нижегородская академия МВД России, г. Нижний Новгород
D.A. Shpilev
Lobachevsky University; Nizhniy Novgorod Academy of the Russian Ministry of Internal Affairs, Nizhniy Novgorod

С помощью метода многомерного контент-анализа выявлены и описаны основные темы, обсуждаемые модераторами и посетителями сайтов, посвященных тематике «Арестантский устав един» (АУЕ) и Колумбайна в социальной сети «ВКонтакте», классифицированы приемы, используемые модераторами для снижения уровня критического восприятия предлагаемой подросткам информации.

The article uses the method of multivariate content analysis to identify and describe the main topics discussed by moderators and visitors to the AUE and Columbine sites in the social network “VKontakte” and classify the techniques used by moderators to reduce the level of critical perception of the information offered to teenagers.

Ключевые слова: АУЕ, Колумбайн, скулшутинг, социальная сеть, сайт, контент-анализ, модератор, Интернет, ВКонтакте, субкультура, экстремизм, идеология, полиция; преступность

Keywords: AUE, Columbine, schoolshooting, social network, website, content analysis, moderator, Internet, VKontakte, subculture, extremism, ideology, police, crime

В настоящее время в сети Интернет активно действуют и развиваются субкультуры деструктивной направленности. От последствий воздействия этих субкультур на подростков пострадали многие страны. Российская Федерация не является исключением. 17 августа 2020 г. Верховный суд Российской Федерации по иску генерального прокурора России Игоря Краснова признал уголовную субкультуру АУЕ экстремистской организацией [1]. Действительно, деятельность сайтов, посвященных тематике АУЕ, представляет реальную угрозу гражданам, обществу и государству. Прежде всего, необходимо отметить, что подобные деструктивные социальные движения в сети Интернет оказывают

самое негативное влияние на процесс социализации подростков и молодежи. Как известно, существует несколько видов социализации: первичная, вторичная, ресоциализация и десоциализация. Относительно времени завершения первичной социализации у ученых нет однозначной позиции. Достаточно вспомнить труды Э. Эриксона, Л. Колберга и А.В. Петровского [2], чтобы понять, что к временн*ы*м границам этапов социализации в научном мире единый подход пока не выработан.

Тем не менее, в соответствии с одним из существующих подходов, первичная социализация завершается в подростковый период в возрасте 12–14 лет. Именно в это время у человека происходит окончательное формирование ценностных установок, большинство из которых остаются неизменными в течение всей последующей жизни. Этим, например, очень активно пользуются маркетологи, внедряя в сознание подростков положительные образы различных товарных марок с целью получения лояльных потребителей в долгосрочной перспективе. Этот же механизм используют модераторы сайтов, пропагандирующих деструктивные социальные движения. Чтобы понять механизмы вовлечения подростков в деструктивные социальные движения, нами было проведено исследование особенностей организации и функционирования сайтов, посвященных тематике АУЕ [3].

Подростки и молодежь интенсивно вовлекались в движение АУЕ с помощью воспевания уголовной романтики, «честности и неподкупности» воров в законе, атрибутики, показывающей принадлежность к преступному миру (в частности, поделок, изготовленных в местах лишения свободы, нанесения татуировок, ношения определенного вида одежды).

Стоит отметить, что воровская, или так называемая блатная субкультура, была популярна у определенных слоев населения еще в советские времена. Тогда основным проводником ценностей преступного сообщества в массы выступали «блатные» песни, позже получившие название шансона. В настоящее время благодаря общедоступности сетевых ресурсов появилась возможность охватить максимальное количество пользователей интернета, подменив у части подростков их самые разнообразные планы на будущее мечтой стать преступником.

Именно в возрасте 12–14 лет для подростка чрезвычайно важно завоевать авторитет у сверстников. Однако под влиянием идеологии АУЕ вместо занятий спортом, хорошей успеваемости выбираются такие средства поднятия авторитета, как сбор денег в «общак», на «грев» заключенных, «постановка на счетчик», участие в массовых беспорядках [4], членство в преступном сообществе. Это означает, что жизнь «по понятиям» имеет все шансы покинуть

пределы исправительных колоний и превратиться в повседневную реальность взаимоотношений подростков в школе и во дворе.

Проведенный контент-анализ показал, что модераторы сайтов используют несколько приемов: 1) подмена традиционной идеологии идеологией преступного мира, ее субкультурой, 2) пропаганда социопатических установок, 3) предоставление доступа к сайту и его материалам (иногда по специальным ссылкам) по принципу «на слабо», 4) пропаганда агрессивного поведения, оружия и готовности его применить (очень часто за картинками и фотографиями с изображением оружия следуют фотографии сотрудников полиции) и, наконец, 5) формирование стойкого иронично-отрицательного отношения к представителям всей правоохранительной системы.

Благодаря системной, хорошо налаженной работе кураторов и модераторов сайтов, посвященных тематике АУЕ, фактически формировались управляемые бойцы с четкими социопатическими, антиправоохранительными установками. При этом в сознании подростков культивировался статус вора в законе в качестве управляющего звена всей системы. Молодые бойцы были принципиально готовы к применению физической силы, оружия. И, поскольку ставка делалась на молодежь из простых, небогатых и непривилегированных семей, им внушалась мысль, что они всего могут добиться сами, взять свое, используя способы, альтернативные общепринятым. То есть, для смелых и «правильных» пацанов предлагались своеобразные социальные лифты, мало отвечающие представлениям простых обывателей о стратегиях достижения жизненного успеха.

Расстрелы студентами и школьниками своих товарищей и учителей (скулшутинг – school shooting), практиковавшийся ранее в США, находят все более широкое распространение и в нашей стране. Именно поэтому 2 февраля 2022 г. Верховный суд в закрытом заседании признал движение «Колумбайн» террористическим и запретил его на территории России.

Контент-анализ массива данных переписки участников движения «Скулшутинг» с использованием словаря (фильтров), относящегося к темам оружия, убийства, агрессии и ненависти, показал, что для воздействия на психику подростков и вовлечения их в деструктивную идеологию используются определенные приемы, к которым, в частности, относятся:

Призыв к использованию даркнета – скрытой анонимной сети

Подросткам дают понять, что в обычных социальных сетях нет никакой серьезной информации, что ими пользуются только дети. После этого следует предложение ознакомиться с интересной информацией в скрытой сети и предоставляется инструкция по пользованию даркнета. Далее подросткам

сообщается, что использование скрытой сети – это гарантия не попасть в поле зрения ФСБ, а также о том, что для пользователей, интересующихся оружием или желающим его приобрести, в даркнете есть много интересных данных.

Предложение проявить свою смелость и поиграть с ФСБ

Вторым приемом вовлечения является предложение проявить свою смелость и поиграть с ФСБ, показать отсутствие страха перед возможным общением с представителями спецслужб. При этом большое количество сообщений посвящено анализу и оценке работы ФСБ, в которых выражаются сомнения в адекватности сотрудников спецслужб. Присутствуют и прямые оскорбления как в стихотворной, так и в прозаичной форме. Таким образом, у подростков снижается естественное чувство осторожности, создается образ противника в лице сотрудников ФСБ, которых не следует бояться, а необходимо перехитрить и переиграть.

Стимулирование интереса к оружию у девушек

Третий способ вовлечения направлен на девушек. В беседах постоянно повторяются тезисы о том, что для «продвинутой» девушки нормально интересоваться оружием и учиться пользоваться им. Кроме того, говорится о том, что девушка тоже может быть целеустремленной и агрессивной. Такой подход позволяет модераторам соответствующих страниц в социальных сетях существенно расширить целевую аудиторию, не ограничиваясь только подростками мужского пола.

Обсуждение ТТХ различных видов оружия

Значительный объем контента посвящен рассуждениям о различных видах холодного и огнестрельного оружия, его тактико-технических характеристиках. Неоднократно говорится о том, что для человека нормально иметь дома или при себе большое количество различного оружия. Активно обсуждается вопрос о том, где и как, с какого возраста можно приобретать различные виды оружия. Подростка приучают к мысли, что можно и нужно приобрести (возможно, нелегальным путем), хранить дома, носить с собой и, по возможности, пускать в ход холодное и огнестрельное оружие.

Для выявления подростков с ослабленным самоконтролем, склонностью к девиации и психическими отклонениями в чатах ведется активное обсуждение следующих тем: 1) кто такой герой, что является героическим поступком; 2) за что можно убить человека и как за убийство наказывают в разных странах; 3) отношение к смерти, трупам, расчлененке и некрофилии; 4) ненависть, агрессия, национализм и ксенофобия; 5) суицид.

Обсуждение темы героев и героических поступков в комментариях участникам чата сообщают, что они сами не совершили никаких героических

поступков. При этом действия школьных стрелков в различных странах интерпретируются не как убийство невинных людей, а как жертвенный подвиг, который имеет смысл повторить.

Обсуждение вопроса о том, за что можно убить человека

Следует отметить, что мнения подростков о возможности совершения убийства имеют определенные отличия. Часть подростков признают, что убить можно в целях самообороны или при защите собственности. Вторая группа подростков относится к убийствам и применению насилия крайне отрицательно. Третья группа испытывает к теме преступлений и убийств иррациональный интерес и не может прекратить читать про эти события, а также рассматривать фото- и видеоматериалы. Представители четвертой группы склонны во всех тяжких преступлениях обвинять не преступника, а общество. Такой подход позволяет частично оправдать убийцу, мол, не мы такие, жизнь такая. Представители пятой группы используют тему убийств и преступлений для приколов и хайпа.

Отношение к смерти, трупам, расчлененке и некрофилии

Интенсивная дискуссия на деликатную тему сопровождается фото- и видеорядом, большим количеством черного юмора, что может негативно повлиять на человека с чувствительной душевной организацией.

Ненависть, агрессия, национализм и ксенофобия

Тема ненависти связана с двумя аспектами: во-первых, с национализмом и ксенофобией, а во-вторых, с ненавистью к людям с нетрадиционной сексуальной ориентаций, а также сексуальных меньшинств к людям с традиционными сексуальными предпочтениями.

Суицид

В чатах периодически всплывают высказывания, связанные с темой самоубийства. Эти высказывания не носят массового характера, тем не менее повторяются с достаточной регулярностью в разных интерпретациях и явно рассчитаны на определенную целевую аудиторию.

Необходимо отметить высокий уровень профессионализма модераторов сайтов, пропагандирующих среди молодежи деструктивные социальные установки. Эти люди являются хорошими психологами и социологами, прекрасно ориентируются в молодежном сленге, досконально понимают проблемы, волнующие подростков, способны приводить множество примеров из истории, литературы (в том числе, школьной) и кинематографа. Именно поэтому, ведя информационную войну, они качественно решают ее главную задачу – постепенную подмену ценностей у подростков и молодежи России.

Помимо внесения необходимых изменений в правовую базу (то есть, своевременного принятия запретительных, рестриктивных мер), обновления молодежной политики государства и профилактической работы с членами семей подростков и их школьными учителями, необходимо систематически проводить мониторинг интернет-пространства путем эмпирических замеров на региональном и федеральном уровнях. Особое внимание необходимо уделять анализу методов работы модераторов соответствующих сайтов с целью создания в дальнейшем системы эффективной контрпропаганды в интернете. Как показывает практика, запретительные меры в информационном обществе обладают ограниченной эффективностью из-за существования большого количества возможностей обойти наложенные запреты, с одной стороны, и сильного желания подростков «вкусить запретный плод», с другой стороны (в том числе, при помощи использования так называемого темного интернета). Это означает, что противодействие деструктивным социальным движениям в сети интернет, помимо нормативно-правовой базы, должно выстраиваться и на основе адресной пропаганды в социальных сетях здорового образа жизни, спорта, ценностей любви, семьи и дружбы, хорошего образования и успешной карьеры, законопослушного поведения и служения отечеству. Очень важно, чтобы родители и учителя своевременно обращали внимание на смену круга интересов у подростка, интересовались контентом социальных сетей, в которых ребенок проводит много времени.

Список литературы

1. Верховный суд признал экстремистской организацией уголовную субкультуру АУЕ // Ведомости. 18.08.2020. URL: https://www.vedomosti.ru/society/articles/2020/08/17/836930-ekstremistskoi-aue (дата обращения: 26.09.2022).

2. Основные этапы социализации личности: стадии, когда завершается процесс // Личность. Журнал о психологии. URL: https://b177.ru/prochee/osnovnye-etapy-sotsializatsii-lichnosti-stadii-kogda-zavershaetsya-protsess-tablitsa.html (дата обращения: 26.09.2022).

3. Глухова А.А., Шпилев Д.А. Роль модераторов сайтов, посвященных тематике АУЕ, в формировании социопатических и противоправных установок у подростков и молодежи // Актуальные проблемы экономики и права. 2019. Т. 13. № 4. С. 1646–1660.

4. Пререкаемый авторитет // Российская газета. 02.09.2020. URL: https://rg.ru/2020/09/02/verhovnyj-sud-priravnial-ugolovnye-poniatiia-k-ekstremizmu.html (дата обращения: 26.09.2022).

ВЫСТУПЛЕНИЯ

КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ
COMMUNICATIONS IN MODERN CONDITIONS

Н.А. Безрукова, Т.Н. Цапина
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
N.A. Bezrukova, T.N. Tsapina
Lobachevsky University

Коммуникация между людьми существовала во все времена, а сегодня стало появляться все больше технических инструментов ее реализации. Рассматривая эволюцию инструментов многочисленной коммуникации сквозь развитие человеческой культуры, можно понять, как постепенно росла скорость обмена сведениями, чтобы оставить путь к овладению людьми опытом, который был найден предшествующими поколениями. Коммуникация служит неотъемлемой частью настоящего общества и захватывает интернациональные, межгрупповые и межличностные взаимоотношения.

Communication between people has existed at all times, and today more and more technical tools for its implementation have begun to appear. Considering the evolution of multiple communication tools through the development of human culture, one can understand how the rate of information exchange gradually increased in order to leave the way for people to master the experience that was found by previous generations. Communication is an integral part of a real society and captures international, intergroup and interpersonal relationships.

Ключевые слова: коммуникация, общество, культура, информация, деятельность

Keywords: communication, society, culture, information, activity

Невозможно переоценить значимость успешной коммуникации в развитии общества. Выделяют следующие аспекты социально значимой коммуникации:

- этика в социальной коммуникации;
- речевые модели поведения;
- инструменты многочисленных сведений;
- коммуникативные стратегии в решении столкновений;
- коммуникативные механизмы, которые создают позитивные установки в социальном многообразии мнений;
- коммуникация, которая успешна публично.

Сведения и новый опыт все больше становятся в сознании людей главной ценностью. Аспект, который отражается в уникальной специфике форм

коммуникации, заключается в том, что социальная коммуникация довольно технологична и, конечно, информационно насыщенна. Публичная коммуникация играет важную роль в функционировании социальных структур. Поскольку существует множество связей между отдельными людьми, они приводят к формированию устойчивой социальной группы. Коллективное взаимодействие регулируется сложной структурой интересов, споров, ссор, коллективных норм. Это проявляется в различных формах социального общения. Опыт говорит о том, что спор становится конструктивным и допускает позитивное его разрешение только в том случае, если используются успешные коммуникативные стратегии:

- активное обсуждение;
- создание условий для свободного обмена мнениями;
- соблюдение различных норм поведения;
- попытки понять точку зрения другого;
- фокусирование на конкретных проблемах [1].

Конфликты неизбежно возникают в результате коллективных интересов, и их позитивное значение ставит под сомнение возможность эффективных методов и средств управления этими конфликтами. Социальный взгляд – это не только результат данной социальной структуры, но и исторический и культурный опыт общества. Возможность влияния на социальные взгляды сильно ограничена культурными стереотипами и направлением их векторов во времена ускоренного развития общества. Социальный взгляд в гражданском обществе стал важным фактором развития. Помимо культурных факторов, возникновение, закрепление и исчезновение тех или иных идей в социальном мнении значительно зависит:

- от того, насколько политический и другой социально значимый дискурс адекватно отражает потребности общества;
- от способов протекания коммуникации;
- от метафор, существующих в социальном сознании.

В глобальном высокотехнологичном обществе социальная коммуникация стала важным компонентом профессионального общения. Профессиональное общение – это специфика коммуникативных навыков, определяемая профессией.

К таким профессиям и областям деятельности относятся:

- преподавание;
- политическая деятельность;
- управление;
- социальная работа;

- медицина;
- государственная служба.

В каждой профессии есть определенный набор опыта и навыков, необходимых для осуществления коммуникации, соответственно, для успешной профессиональной деятельности. Особое значение приобретают этические, языковые и культурные аспекты публичной коммуникации.

Если говорить о культурных аспектах коммуникации в современных условиях, то они связаны с важностью множественного общения в духовной культуре общества. То есть, происходит реальный рост социальной информации, обществу нужна более мощная система множественной коммуникации, которая могла бы донести эту информацию до людей.

Можно утверждать, что в современных условиях активное становление культурной коммуникации происходит в разных сферах человеческой жизни: спорте, туризме, военном сотрудничестве, личных контактах. Общение как содержательный момент в сфере духовной жизни тоже является выражением систематического качества последней. Поскольку коммуникация служит конкретной формой человеческого общения, то в этом случае сама культура воспринимается как система информационных функций.

Исходя из этого, можно сказать, что общение – это определенная культурная форма духовного взаимодействия людей. Культурные ценности и стандарты распространяются в форме символов и представлений и служат некоторым справочным материалом. Было установлено, что обмен духовными ценностями является основным содержанием в развитии местной культуры. Это не удивительно, потому что в процессе общения культурные ценности способствуют наследованию жизненного опыта внутри поколений и между ними. Инструмент коммуникации функционирует как конкретный и видимый элемент на этапе коммуникации и выражает способ передачи культурных ценностей в сообществе. То же самое относится и к сохранению, производству и распространению.

Существуют два типа средств коммуникации: традиционный и типичный (современный). Становление коммуникаций включает в себя процедуры, в ходе которых материал передается, искажается, может самопроизвольно расти и угасать. Массовая коммуникация сама по себе требует инноваций и, несомненно, ассимилирует. Это придает ей динамичность и, конечно, непредсказуемость эффектов. В условиях гласности, свободы слова, права любого на получение и распространение сведений общество учится использовать все возможности многочисленной коммуникации с максимальным эффектом. Сегодня Интернет служит самым популярным инструментом

передачи сведений, и в ближайшем будущем эта популярность не спадет, а вырастет. Однако, новые технологии не будут автоматически заменять старые, ничто из сказанного выше не лишает газеты и телевидение будущего. Обе эти сферы вещания приспосабливаются к новым экономическим условиям. Однако они сталкиваются с серьезной конкуренцией со стороны новой глобальной системы. Чтобы выжить в этой борьбе, всем традиционным инструментам многочисленных сведений придется перестроиться. Инструменты многочисленной коммуникации сегодня активно участвуют в процессе становления социального мнения. Показатели совокупной эффективности деятельности инструментов многочисленной коммуникации влияют на состояние массового сознания. Не менее важными целями считаются:

- улучшение звеньев и элементов социальной организации;
- совершенствование существующей в сообществе системы социальных институтов;
- становление в социально необходимом направлении всего комплекса социальных отношений [2].

Массовые коммуникации стали сегодня достаточно сильным инструментом, который:

- создает всеобщее культурное пространство;
- формирует социальный взгляд;
- часто влияет на принятие политических решений;
- способствует взаимопроникновению культур, узнаваемости культурных образцов и стандартов за границами единой культуры.

Интенсификация коммуникаций в современных условиях привела к возникновению совершенно нового типа организации общества, функционирования и управления. Система инструментов многочисленной коммуникации обеспечила невероятно новую и эффективную связанность общества, унифицировала жизнедеятельность и психологию, за счет этого сформировала базис для утверждения специфического фокуса многочисленной культуры.

Список литературы

1. Безрукова Н.А., Цапина Т.Н., Артемьева М.В., Орлова К.А. Особенности управления человеческими ресурсами в современной экономической среде // Промышленное развитие России: проблемы, перспективы: Сборник статей по материалам XV Международной научно-практической конференции преподавателей, ученых, специалистов, аспирантов,

студентов (14 декабря 2017 г.): В 2 т. Т. 1. Н. Новгород: Мининский университет, 2017. С. 173–177.
2. Гутарева Н.Ю., Виноградов Н.В. Проблемы межкультурной коммуникации в современном социуме // Молодой ученый. 2015. № 9. С. 1274–1276.

УСЛОВИЯ КОММУНИКАТИВНОГО ДЕЙСТВИЯ В МЕЖЭТНИЧЕСКОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ (Ю. ХАБЕРМАС)

CONDITIONS FOR COMMUNICATIVE ACTION IN INTERETHNIC COMMUNICATION (J. HABERMAS)

Е.Е. Кутявина
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
E.E. Kutyavina
Lobachevsky University

Рассмотрены условия реализации коммуникативного действия в трактовке Ю. Хабермаса, специфические барьеры коммуникации, характерные для межэтнического взаимодействия. Оценивается влияние социальных факторов, способствующих либо препятствующих актуализации мотивов коммуникативного действия, а также влияние различных структур, отношений неравенства.

The conditions for the implementation of communicative action in the interpretation of J. Habermas, the specific barriers to communication that are characteristic of interethnic interaction are considered. We estimate the influence of social factors that promote or hinder the actualization of the motives of communicative action, as well as the influence of various structures, relations of inequality.

Ключевые слова: коммуникативное действие, идеальная речевая ситуация, межэтническое взаимодействие, барьеры взаимодействия

Keywords: communicative action, ideal speech situation, interethnic interaction, interaction barriers

В социологии Ю. Хабермаса понятие коммуникативного действия имеет основополагающее значение. Это основной, архетипический вариант взаимодействия, нацеленный на достижение взаимопонимания участников. Участники коммуникативного действия стремятся к одинаковой интерпретации действий и символов, стремятся понять и быть понятыми [1]. Дж.Г. Мид рассматривал такой вариант взаимодействия как базовый; люди обмениваются символами, интерпретируют их, в процессе взаимной интерпретации действий

происходит постоянная коррекция смыслов. В результате достигается уровень понимания, обеспечивающий адекватное взаимодействие [2]. И. Гоффман обращает внимание на действия людей, направленные на коррекцию интерпретации действий не для взаимопонимания, а для достижения иных целей (управление впечатлениями) [3]. Ю. Хабермас коммуникативное действие в современном обществе считает скорее редкостью, естественная коммуникация нарушается и искажается влиянием экономических, политических и других социальных структур. Для описания условий коммуникативного действия он предлагает понятие «идеальная речевая ситуация» – ситуация, в которой отсутствуют физические и социальные барьеры коммуникации. Это означает, что субъекты коммуникативного действия свободно, без принуждения приходят к общему пониманию ситуации, у каждого есть равные возможности высказываться, слушать другого, основным мотивом участников является достижение согласия в понимании ситуации.

Специфическим образом изменяются условия коммуникативного действия в межэтническом взаимодействии. С одной стороны, достижение понимания и гармонизация интересов участников взаимодействия сталкивается с очевидными затруднениями. Все теории социального взаимодействия рассматривают взаимодействие в относительно однородных социальных условиях. Есть некие стандарты, на которые опираются участники и которые делают взаимодействие возможным. Это могут быть фоновые знания участников, ценностно-нормативная среда, стандарты интерпретации символов, нормы обмена – в любом случае, участники взаимодействия должны опираться на одни и те же стандарты, что более вероятно в пределах одной этнической культуры. То есть, в межэтническом взаимодействии изначально присутствуют коммуникативные барьеры, затруднения интерпретации действий друг друга.

С другой стороны, если участники взаимодействия относятся к разным культурам, они изначально предполагают, что достижение взаимопонимания, гармонизация интересов, одинаковая интерпретация символов проблематичны и требуют усилий. Таким образом, мотив достижения взаимопонимания, характерный для коммуникативного действия, выходит на первый план. Люди знают, что барьеры коммуникации возможны, и воспринимают их именно как таковые. В обычных же условиях они склонны предполагать, что все разделяют одинаковые стандарты взаимодействия, а нарушения коммуникации связывают скорее с личными свойствами и мотивами собеседника или даже его враждебностью и предубежденностью. Языковые различия, плохое знание языка могут даже способствовать актуализации мотивов коммуникативного действия, осознанию необходимости обговаривать значение слов, жестов, символов.

Возможен крайний вариант, когда невозможность опереться на общие стандарты взаимодействия осознается, но объясняется отсутствием таковых у собеседника (он дикарь, варвар). Явление это, описанное еще в 19 в. У. Самнером и впоследствии неоднократно привлекавшее внимание этнологов и социологов, получило название этноцентризма [4-6]. В этом случае коммуникация настолько затруднена, что коммуникативное действие не может быть реализовано, либо мотивы коммуникативного действия блокированы предубежденностью участников.

Возможное возмущающее, искажающее влияние различных социальных структур тоже неоднозначно. В некоторых случаях участники межэтнического взаимодействия занимают определенные позиции в одной социальной структуре, их отношения изначально определены отношениями неравенства, коммуникативное действие реализоваться не может (бригадир и работник-гастарбайтер). Однако довольно часто межэтническое взаимодействие – это взаимодействие субъектов из разных стран, а значит – и разных социальных структур, соответственно, статусы субъектов не могут быть соотнесены (турист и местный житель, два туриста из разных стран, участники одного чата или группы в сети). Соответственно, ни у кого из участников нет преимуществ в определении ситуации, и важнейшее условие коммуникативного действия может быть обеспечено.

Список литературы

1. Хабермас Ю. Теория коммуникативного действия (фрагменты) // Вопросы социальной теории. 2007. Т. I. Вып. 1 С. 229–245. URL: https://iphras.ru/uplfile/root/biblio/vst/2007/habermas_2.pdf (дата обращения: 20.08.2022).

2. Мид Дж.Г. От жеста к символу // Американская социологическая мысль. М.: Издание Международного Университета Бизнеса и Управления, 1996. С. 213–222.

3. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2000. 304 с.

4. Триандис Г.К. Культура и социальное поведение / Пер. В.А. Соснин. М.: ФОРУМ, 2007. 384 с.

5. Калабекова С.В. Этноцентризм в современных реалиях // Политика и Общество. 2018. № 5. С. 32–38.

6. Пустарнакова А.А. Методологические подходы к определению феномена этноцентризма // Аспирантский вестник Поволжья. 2018. № 3–4. С. 57–61.

БЛОГЕР ДЛЯ МОЛОДЕЖИ – ЭТО ИСТОЧНИК ИНФОРМАЦИИ ИЛИ ПРИМЕР ДЛЯ ПОДРАЖАНИЯ?*

IS A YOUTH BLOGGER A SOURCE OF INFORMATION OR A ROLE MODEL?

К.С. Проданцов, А.М. Николаенко
Балтийский федеральный университет им. И. Канта, г. Калининград
K.S. Prodantsov, A.M. Nikolaenko
Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad

Цель исследования – сформировать потрет блогеров, которыми интересуется современная молодежь России. В результате опроса не было выявлено конкретных блогеров, которые бы интересовали большое количество молодых людей. Блогер для молодежи в большей степени источник информации, нежели пример для подражания.

The purpose of the study is to form a portrait of bloggers who are interested in the modern youth of Russia. As a result of the survey, no specific bloggers were identified who would be of interest to a large number of young people. A blogger for young people is more a source of information than an example to follow.

Ключевые слова: молодежь, блогер, медиа, лидеры общественного мнения, Россия

Keywords: youth, blogger, media, opinion leaders, Russia

Блогеры являются феноменом, существующим, прежде всего, в Интернете. Как часть веб-пространства блогеры оказывают влияние на пользователей, являются источником информации. Они способны транслировать аудитории определенные смыслы и ценности, причем как целенаправленно (как часть созданного имиджа), так и нет [1]. Между блогером и аудиторией создаются определенные отношения: симпатии – антипатии, доверия – недоверия, заинтересованности – незаинтересованности. Сегодня исследователи пытаются понять, какое влияние оказывает контент блогеров на их зрителей. Ставятся вопросы о восприятии блогеров как независимого СМИ, как лидеров общественного мнения. В частности, можно увидеть, как блогеры становятся одним из источников формирования политических взглядов населения. Они оказывают влияние и на потребительское поведение зрителей [2]. По данным Совместного аналитического доклада ВЦИОМ и Центра социального проектирования «Платформа», проведенного в 2020 г., наблюдается «большой

* Исследование выполнено в рамках реализации проекта «Приоритет-2030»: «Моделирование социально-политических и социокультурных факторов геополитической безопасности эксклавного региона России.

потенциал влияния блогеров на потребительское поведение». Почти половина тех, кто смотрит и читает блоги, готовы принять во внимание рекомендации интересующего их блогера при покупке тех или иных товаров (46%). «Пользователи осознают влияние блогеров на свою покупательскую позицию. На деле инфлюэнсеры начинают оказывать влияние и на политический выбор, идентичность юзеров, их социальные связи в сети», – пишет Светлана Бодрунова, профессор Санкт-Петербургского государственного университета [3]. Авторами научных работ подчеркивается, что контент блогеров не только сугубо развлекательный, но и имеет цель – управление общественным мнением. При этом можно предположить, что степень влияния блогеров на детей и молодежь существенно выше, поскольку они еще не обладают достаточно сформированным критическим мышлением, личностной зрелостью, жизненным опытом [4] Исследователями утверждается, что нередко блогеры-кумиры молодежи могут воспитывать в них оппозиционные настроения, нелюбовь к школе, моду на «дегеративность» [5]. В связи с этим объектом нашего исследования выступила молодежь России. А целью работы явилось выявление портрета блогеров, которыми интересуется современная российская молодежь.

С 30 мая по 29 июня 2022 г. было опрошено 664 представителя молодежи из разных городов России (376 женщин и 288 мужчин от 18 до 35 лет). Чаше всего анкету заполняли студенты из Калининграда (320) и Омска (127). В выборке присутствуют ответы молодежи Нижнего Новгорода, Москвы, Екатеринбурга, Томска и Петрозаводска. Метод исследования – онлайн-анкетирование. Тип выборки – невероятностный. Отбор респондентов осуществлялся при помощи метода снежного кома и стихийной выборки. Исследование носит поисковый характер и не претендует на репрезентативность.

В результате опроса было выявлено, что российской молодежи интересно большое количество разнообразных блогеров. Респонденты назвали 531 контент-мейкера. Полученные результаты продемонстрировали отсутствие некоторого количества блогеров, которые были бы интересны значительной части молодежи. Чаще всего назывались Юрий Дудь, Илья Варламов, Дмитрий Масленников, но число упоминаний каждого из них не достигает даже 3% от общего количество перечисленных контент-мейкеров. Однако не стоит исключать того, что респонденты могли не раскрыть имя каких-либо интересующих их блогеров. Количество упоминаний остальных 516 названных молодежью блогера составило менее 1% (рис. 1).

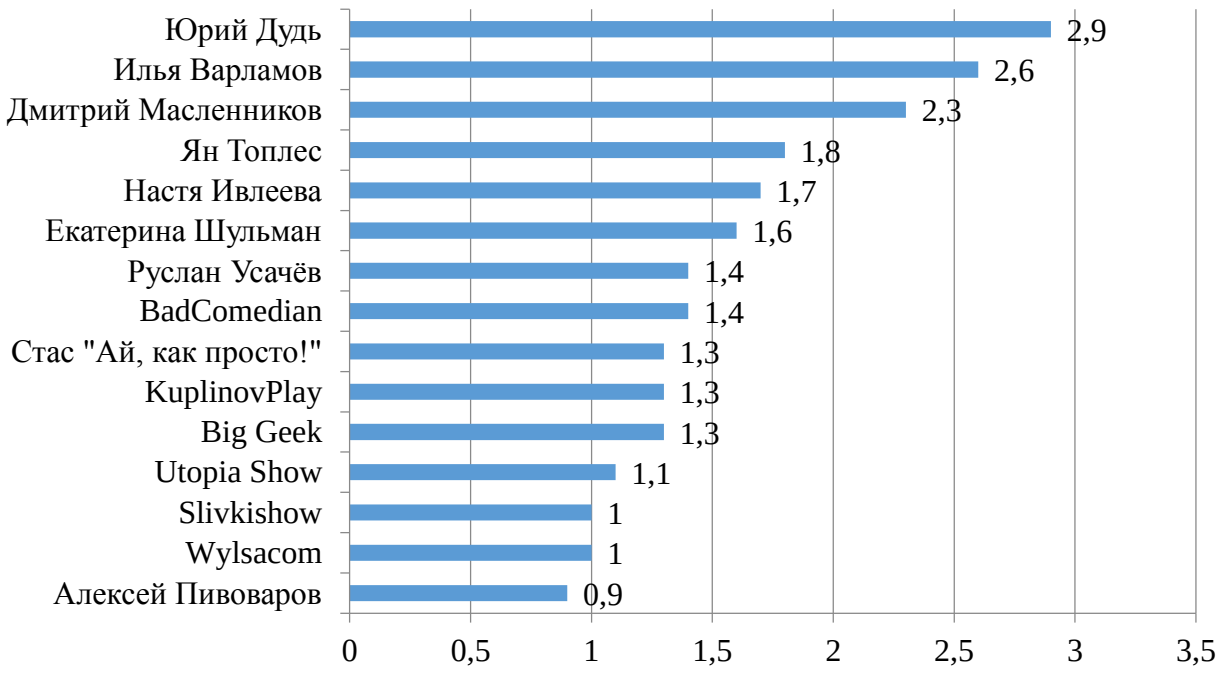


Рис. 1. Назовите, пожалуйста, блогеров или их каналы, материалы которых Вы чаще всего просматриваете или читаете? (%)

Из предложенных нами вариантов различных тематик контента блогеров почти 50% респондентов выбрали в качестве наиболее интересных спорт, науку и технологии. 39,4% интересуются материалами о здоровье, а 39% молодых людей просматривают контент, связанный с экономикой и бизнесом, политикой и международными отношениями. От себя респонденты чаще всего добавляли, что им интересен развлекательный контент (35,2%), социально-гуманитарные науки и (12,6%) и игры (12%).

Для большинства молодых людей важно, чтобы интересующие их блогеры обладали грамотно поставленной речью, харизмой и владели компетентным мнением. А такие черты, как взаимодействие с властью и большое количество подписчиков, не имеют большого значения для молодежи (табл. 1).

Помимо предложенных нами характеристик блогеров респонденты добавили свои качества, которыми должен обладать контент-мейкер. Чаще всего молодежью упоминалось умение заинтересовать (19,2%), честность (15,1%), чувство юмора (12,9%). Остальными ответившими на вопрос назывались: интеллектуальность (6,8%), открытость (5,8%), толерантность (5,6%), доброжелательность (3,6%), отзывчивость (3,4%), ответственность (3,2%), креативность (2,2%), приятная внешность (2,2%), умение отстаивать свою точку зрения (1,9%), моральность (1,7%), умение критически мыслить (1,7%).

Таблица 1

Насколько для Вас важно, чтобы интересующие Вас блогеры обладали следующими чертами? (1 – совсем не важно, 5 – очень важно, 99 – затрудняюсь ответить) (%)

	1	*2*	*3*	*4*	*5*	*99*
Наличие харизмы	5,4	8,4	13,4	19,9	42,9	10,1
Совпадение с моими взглядами	9,8	11,7	19,6	21,3	28,8	8,9
Грамотно поставленная речь	4,8	7,8	14,1	18,3	47	8,1
Компетентное мнение	5,9	7,4	16,6	19,7	40,2	9,9
Большое количество подписчиков	33	20,3	18,7	10,4	9,3	8,5
Объективность, беспристрастность	8,1	8,9	17,8	20,7	33,7	10,8
Образованность	10,7	11,7	13,8	19,6	35	9,2
Взаимодействие с властью	44,8	15,3	11	5,8	6,6	16,5

Большинство молодых людей воспринимает блогера, за творчеством которого следят, как источник информации и человека, мнение которого они разделяют. Совокупная доля молодежи, готовая прислушиваться к призывам интересующего их блогера, составляет 30,2%. Но лишь 19,7% молодых людей скорее и полностью согласны с тем, что интересующий их блогер является образцом для подражания, то есть они готовы копировать его поведение и привычки (табл. 2).

Таблица 2

Как Вы воспринимаете блогера, контент которого вызывает у Вас интерес? (1 – абсолютно не согласен, 5 – полностью согласен, 99 – затрудняюсь ответить) (%)

	1	*2*	*3*	*4*	*5*	*99*
Источник полезной/интересной информации	4,2	3,8	11,8	16,7	52,2	11,3
Человек, мнение которого я разделяю	7,3	8,5	20,4	26,3	28,5	9
Человек, к призывам которого я готов прислушиваться	20,6	15,2	20,6	15,8	14,4	13,3
Человек, поведение и привычки которого я хотел бы копировать	32,6	16,7	18	10,5	9,2	13

Основные выводы исследования заключаются в следующем:

- не было выявлено определенных блогеров, которые были бы интересны большому количеству молодых людей;

- наиболее просматриваемыми молодежью тематиками контента блогеров являются: спорт, наука и технологии, здоровье, экономика и бизнес, политика и международные отношения, развлечения;

- для молодых людей важно, чтобы просматриваемый ими блогер имел грамотно поставленную речь, харизму и владел компетентным мнением.

Взаимодействие с властью и большое количество подписчиков – наименее предпочитаемые качества;

- для молодежи блогер в первую очередь – источник информации и человек, мнение которого они разделяют, а не тот, кому они готовы подражать.

Список литературы

1. Гроза А.Г. Влияние популярных блогеров на жизнь молодежи // Конкурентоспособность территорий: Материалы XXII Всероссийского экономического форума молодых ученых и студентов. В 5-ти частях, Екатеринбург, 22–26 апреля 2019 года / Ответственные за выпуск Я.П. Силин, Е.Б. Дворядкина. Екатеринбург: Уральский государственный экономический университет, 2019. С. 12–15.
2. Шумакова А.А. Влияние блогеров на молодежь (на примере видеохостела Youtube) // Ломоносов-2019: Материалы XXVI Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов-2019», Севастополь, 03–05 апреля 2019 года / Под ред. О.А. Шпырко, В.В. Хапаева, С.И. Рубцовой. Севастополь: Филиал МГУ в г. Севастополе, 2019. С. 102.
3. От блогеров – к инфлюенсерам: борьба за внимание и влияние на аудиторию. Новые тренды. URL: https://wciom.ru/analytical-reports/analiticheskii-doklad/ot-blogerov-k-inflyuenseram-borba-za-vnimanie-i-vliyanie-na-auditoriyu-novye-trendy (дата обращения: 10.08.2022).
4. Зяблова П.А. Влияние блоггинга на молодежь // Российское общество: история и современность: Сборник научных работ студентов и аспирантов. Вып. 12. Екатеринбург: РГППУ, 2018. С. 15–19.
5. Яновская Г.В., Кочеткова О.Л., Остапенко А.А. Молодёжные блогеры как проводники идей и смыслов в подростковой среде // Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2017. № 7–8. С. 17–31.

КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ МОЛОДЕЖИ В ПРОЦЕССЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ

COMMUNICATION PRACTICES OF YOUNG PEOPLE IN THE PROCESS OF PROFESSIONAL SELF-DETERMINATION

И.В. Ситникова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
I.V. Sitnikova
Lobachevsky University

Коммуникативные практики, реализуемые в процессе профессионального самоопределения, помогают молодежи в формировании индивидуальной траектории профессионального и личностного развития. Высокая информированность молодых людей о специфике будущей профессии, о вузе и факультете способствует повышению степени осознанности профессионального выбора.

Communicative practices implemented in the process of professional self-determination help young people to form an individual trajectory of professional and personal development. The high awareness of young people about the specificity of their future profession, university and department contributes to the awareness of their professional choice.

Ключевые слова: профессиональное самоопределение, профессиональный выбор, коммуникативные практики, информационные каналы, молодежь

Keywords: professional self-determination, professional choice, communicative practices, information channels, youth

На профессиональное самоопределение молодежи оказывают влияние различные факторы, среди основных следует назвать рыночные отношения в сфере труда, ориентацию молодежи на прагматизм, а не на собственные склонности. У молодых людей сохраняется тенденция неопределенности в профессиональном самоопределении, когда важным является сам факт поступления в вуз, а выбор конкретной специальности уходит на второй план [1].

Степень информированности о специфике будущей профессии, о вузе и факультете, где планируется получение образования, оказывает большое влияние на принятие решения о выборе направления подготовки. Отсутствие постоянной коммуникации между всеми участниками процесса профессионального самоопределения – абитуриентами, студентами, родителями, вузами, работодателями, органами государственного управления – приводит к

нарастанию непонимания, неготовности к принятию решения по выбору профессионально-образовательной траектории, зависимости от внешних обстоятельств, обострению ситуации профессиональной нереализованности молодежи в связи со случайным, немотивированным выбором специальности.

С целью изучения мотивации выбора вуза и профессиональных стратегий было проведено социологическое исследование методом анкетного опроса студентов 1–5 курсов очных отделений различных направлений подготовки ведущих вузов г. Нижнего Новгорода (N=858). Анализ результатов исследования позволил выделить пять групп студентов с различной мотивацией при выборе вуза и направления подготовки с ориентацией на: 1) преимущества получения высшего образования (23%), 2) преимущества профессии на рынке труда (21%), 3) собственные способности и наклонности (31%), 4) косвенный ситуативный выбор, зависимый от других людей и внешних обстоятельств (25%), 5) случайный выбор (23%). Группы пересекаются между собой, возможен переход студентов из одной группы в другую. В выделенных группах студенческой молодежи были определены наиболее значимые источники информации о вузе и субъекты, влияющие на выбор профессионально-образовательной траектории. Оценка молодежью влияния различных информационных каналов, коммуникативных практик, системы информирования по вопросам поступления в вуз позволяет определить приоритетные каналы коммуникации с абитуриентами, отказаться от невостребованных ими способов общения, повысить качество информированности в различных группах молодежи (табл. 1).

Таблица 1

Информационные источники о вузе, %

	Выборка	*Преимущества высшего образования*	*Преимущества рынка труда*	*Наклонности*	*Косвенный выбор*	*Случайный выбор*
Интернет	71	70	75	78	65	76
День открытых дверей в вузе	36	51	41	41	38	32
Советы родителей	30	31	36	31	41	28
Друзья, товарищи по учебе в школе	24	22	27	26	27	27
Встречи, разговоры со студентами вуза	16	23	19	21	14	10

Окончание таблицы 1

Общение с сотрудниками Приёмной комиссии	15	16	14	12	12	14
Советы учителей	14	12	12	17	17	12
Печатная реклама вуза	8	7	6	6	7	10
Выступления, встречи, беседы с преподавателями вуза	7	14	5	9	12	8
Разговоры, встречи с выпускниками вуза	5	7	5	7	4	2
Теле-, радиореклама	4	5	8	4	7	5
Персональная подготовка с преподавателями вуза	2	0	4	2	3	0

Основными источниками информации о высших учебных заведениях для *студентов, ориентированных на преимущества высшего образования*, стали мероприятия, организованные вузами: дни открытых дверей, встречи с преподавателями, студентами и выпускниками образовательных учреждений занимают первые места в рейтинге распространения информации. Современная молодежь придает огромное значение такому информационному каналу, как Интернет: 70% представителей данной группы отдают предпочтение этому источнику информации, что сравнимо со среднестатистическим значением. В рейтинге источников информации о вузе важное место занимает межличностное общение с родителями, друзьями, учителями, а на информацию, распространяемую через телевидение и печатные издания, молодежь данной группы обращает мало внимания.

Молодые люди, ориентированные на преимущества профессии на рынке труда, чаще других на первое место по значимости ставят такой канал распространения информации, как советы родителей. Они отдают предпочтение вузовским мероприятиям и информации, распространяемой через Интернет. Чаще других представители этой группы обращают внимание на рекламные сообщения, радио и телевидения.

Основным источником информации о вузах *для студентов, ориентированных на собственные наклонности и склонности*, являлись различные Интернет-ресурсы. Представители этой группы чаще других получали информацию через источники, напрямую зависящие от работы высших учебных заведений: дни открытых дверей, разговоры со студентами и преподавателями вузов. Ориентированные на склонности стремятся к деятельности в определенной области труда, они осознанно выбирали вузы, редко получая необходимые сведения от сотрудников Приемной комиссии непосредственно перед поступлением.

Студенты с ориентацией на косвенный выбор испытывали трудности в принятии самостоятельного решения при выборе будущей профессии и вуза.

Главными источниками информации о высшем учебном заведении для них были родители, учителя, друзья, преподаватели вуза. Представители этой группы, как и все абитуриенты в целом, искали информацию об университетах в Интернете, однако отдавали предпочтение ей реже других.

Две трети *молодежи с ориентацией на случайный выбор* искали информацию о вузах и направлениях подготовки в Интернете. Сильное влияние на них оказывали родители и друзья, и реже других они получали информацию на встречах со студентами вуза и Днях открытых дверей.

Таблица 2

Субъекты, повлиявшие на выбор предметов ЕГЭ, %

	Выборка	*Преимущества высшего образования*	*Преимущества рынка труда*	*Наклонности*	*Косвенный выбор*	*Случайный выбор*
Никто, выбирал сам(а)	79	76	86	88	66	73
Родители	13	13	13	7	20	16
Учитель-предметник	4	7	0	2	6	5
Друзья	3	3	1	3	4	5
Классный руководитель	1	0	0	0	2	0
Администрация школы	0	1	0	0	1	2

Подготовка к сдаче Единого государственного экзамена по выбранным дисциплинам является самым показательным элементом деятельной профориентации. Итоговый выбор конкретного вуза и специальности у современной молодежи во многом определяется полученными баллами ЕГЭ. При выборе предметов для сдачи экзамена на старшеклассников часто оказывают влияние различные люди (табл. 2).

Две трети *студентов, ориентированных на преимущества высшего образования*, сами выбирали, по каким предметам будут сдавать Единый государственный экзамен, однако учителя-предметники оказывали влияние на данный выбор чаще других. Большинство *представителей группы ориентированных на преимущества профессии на рынке труда* тоже делали выбор дисциплин ЕГЭ самостоятельно, исходя из собственных профессиональных планов, небольшой части студентов помогали в этом родители. Подавляющее большинство *студентов, ориентированных на собственные наклонности*, выбирали профессию в соответствии со своими

устойчивыми интересами и склонностями. Эти молодые люди, в основном, отрицают влияние других лиц на выбор предметов для сдачи ЕГЭ. В отличие от них, *студенты, совершившие косвенный выбор,* чаще других говорят, что выбор предметов для сдачи госэкзамена они сделали не сами, а под влиянием различных людей – учителей, друзей, классного руководителя. Несмотря на то, что предметы для сдачи ЕГЭ *студенты, ориентированные на случайный выбор,* выбирали в большинстве сами, их число в этой группе ниже среднестатистических значений – прослеживается несамостоятельная стратегия вследствие влияния родителей, учителей, друзей.

При существующей тенденции снижения бюджетных мест в вузах и, как следствие, росте конкурса при поступлении в высшие образовательные учреждения повышаются требования к подготовке абитуриентов. Следует признать, что не всегда уровень преподавания в общеобразовательных школах соответствует требованиям при поступлении в вузы, поэтому большинству выпускников школ необходима дополнительная подготовка (табл. 3).

Таблица 3

Способы подготовки к поступлению в вуз, %

	Выборка	*Преимущества высшего образования*	*Преимущества рынка труда*	*Наклонности*	*Косвенный выбор*	*Случайный выбор*
Самостоятельно изучали специальную литературу, учебные пособия	58	66	61	65	59	51
Занимались с репетитором	54	64	67	59	51	46
Учились в специализированной школе, лицее, гимназии	17	24	20	18	18	9
Участвовали в профильных олимпиадах вузов	16	19	18	23	22	8
Специальной подготовки не было	14	12	11	8	11	21
Посещали подготовительные курсы в вузе	13	17	10	19	17	13
Участвовали в конкурсах научно-исследовательских работ для школьников	12	20	18	18	10	8
Сдавали нормы ГТО	12	9	12	14	10	10
Слушали курсы лекций преподавателей вузов	7	9	2	9	10	6
Учились в школе, имеющей договор с вузом на подготовку абитуриентов	3	5	4	4	4	1
Посещали в вузе курсы психологической подготовки к сдаче ЕГЭ	3	0	0	1	5	4

Молодые люди, ориентированные на преимущества высшего образования, говоря о способах подготовки к поступлению в вуз, чаще других называют занятия с репетитором и самостоятельное изучение специальной литературы. Навыки самостоятельной работы многим абитуриентам помогали и при обучении на подготовительных курсах. Важно, что четверть представителей данной группы учились в специализированной школе (лицее, гимназии). На дополнительные баллы при поступлении могли рассчитывать и те старшеклассники, кто участвовал в НИР для школьников, в профильных олимпиадах вузов, сдавал нормы ГТО.

Как и большинство студентов в целом, *представители группы ориентированных на преимущества профессии на рынке труда* для подготовки к поступлению в высшие учебные заведения чаще всего обращались к репетиторам. Однако занятия с репетитором не отменяли для них самостоятельную работу, изучение специальной литературы. Участие в конкурсах научно-исследовательских работ, профильных олимпиадах для этих школьников было способом получения дополнительных баллов к ЕГЭ.

Студенты, ориентированные на собственные способности и наклонности, чаще других самостоятельно готовились к экзаменам, изучали специальную литературу по профилю будущей специальности. Высокая профессиональная осознанность, четкие представления о том, какая профессия подходит им наиболее всего, давали возможность представителям этой группы получить дополнительные баллы к ЕГЭ в профильных олимпиадах и НИР для школьников, проводимых в вузах. Во время довузовской подготовки они занимались с репетиторами и посещали подготовительные курсы, как и большинство абитуриентов в целом.

В группе *студентов, ориентированных на косвенный выбор*, подготовка к поступлению в высшие учебные заведения велась, как и у большинства абитуриентов: занятия с репетиторами, преподавателями вуза и на подготовительных курсах, участие в НИР. Большое количество представителей этой группы участвовали в профильных олимпиадах с целью получения дополнительных баллов к ЕГЭ.

Отличительной чертой *ориентированных на случайный выбор студентов* является их инфантилизм при подготовке к поступлению в вуз. Не в состоянии оценить последствия своих действий, эти молодые люди чаще других никакой специальной подготовки не проводили. Считая, что поступить в университет получится в любом случае, они реже других занимались с репетиторами или самостоятельно изучали специальную литературу. Представители этой группы реже других участвовали в олимпиадах и НИР вузов, поскольку не видели необходимости в дополнительных баллах к ЕГЭ.

Результаты исследования показывают, что для успешной профессиональной самореализации необходим осознанный подход к выбору профессии. Профессиональное самоопределение происходит при согласовании выбранной трудовой деятельности со своими внутренними устремлениями, ценностными ориентациями, интересами и способностями [2–4]. В формировании мотивации осознанного, самостоятельного профессионального выбора, выявлении современных требований к профессии молодежи должна помогать профориентация. В условиях инновационной экономики от работника требуются не только конкретные профессиональные навыки, связанные с предметной областью, но и способность человека к коммуникации, саморазвитию и самообразованию [5]. Развитию таких навыков способствуют участие молодежи в различных профессиональных конкурсах, предметных олимпиадах и тренингах, занятия в кружках и детских технопарках, проектной и исследовательской деятельности.

Большое значение для информирования молодежи о системе профессионального образования, о состоянии и перспективах рынка труда имеют каналы получения информации, реализуемые в процессе профессионального самоопределения, разнообразные коммуникативные практики, которые должны быть нацелены на создание индивидуальной траектории профессионального и личностного развития.

Список литературы

1. Ситникова И.В. Профессиональное самоопределение студенчества: мотивационно-ценностный аспект // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2021. № 2 (58). С. 83–99.

2. Иудин А.А., Ситникова И.В., Тюнтяев А.С. Влияние ценностных ориентаций на профессиональный выбор абитуриентов (часть 1) // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2019. № 4. С. 89–97.

3. Иудин А.А., Ситникова И.В., Тюнтяев А.С. Влияние ценностных ориентаций на профессиональный выбор абитуриентов (часть 2) // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2020. № 1. С. 42–51.

4. Иудин А.А., Ситникова И.В., Тюнтяев А.С. Влияние ценностных ориентаций на профессиональный выбор абитуриентов (часть 3) // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2020. № 4. С. 61–70.

5. Рудаков В.А. Лучшие практики профориентационной работы в общеобразовательном учреждении: методические рекомендации. Ханты-Мансийск: Институт развития образования, 2017. 63 с.

СЕКЦИЯ 2

КОММУНИКАТИВНАЯ ЛИЧНОСТЬ

ДОКЛАДЫ

ОБЩЕНИЕ И СЧАСТЬЕ КАК СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ КАТЕГОРИИ
COMMUNICATION AND HAPPINESS AS SOCIOLOGICAL CATEGORIES

Г.Л. Воронин
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского;
Институт социологии
Федерального научно-исследовательского
социологического центра РАН, г. Москва
Л.Е. Погоришная
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
G.L. Voronin
Lobachevsky University;
The Institute of Sociology,
The Federal Center of Theoretical and Applied Sociology,
The Russian Academy of Sciences, Moscow
L.E. Pogorishnaya
Lobachevsky University

Исследован вопрос взаимосвязи двух социологических категорий «общение» и «счастье». Обозначен теоретический аспект: уровни социального взаимодействия и факторы, обусловливающие счастье. Материалы авторского социологического исследования «Представления Нижегородской молодёжи о счастье», проведенного методом глубинного интервью, и результаты анализа данных RLMS-HSE показывают, что общение для Нижегородской молодёжи выступает фактором счастья, обусловленного рядом мотиваций.

This article explores the issue of motivation in communication as a factor of happiness. The theoretical aspect is indicated: the levels of social interaction and the factors that determine happiness. The data of the author's sociological study “The ideas of the Nizhny Novgorod youth about happiness”, conducted by the method of in-depth interviews and the results of RLMS-HSE data analysis show that communication for the Nizhny Novgorod youth is a factor of happiness, due to a number of motivations.

Ключевые слова: счастье, мотивация, социальное взаимодействие, общение, факторы счастья

Keywords: happiness, motivation, social interaction, communication, factors of happiness

Социальное взаимодействие является неотъемлемым атрибутом человека в социокультурном пространстве. А поиск смысла в течение жизни и стремление к общественной солидарности порождает такое научное поле в социологии, как феномен счастья. Авторы исследуют, каким образом социальное взаимодействие, выраженное в общении индивидов и подкреплённое рядом мотиваций, может оказывать влияние на формирование ощущения счастья.

Т.С. Вавакина, изучая проблему эффективности социального взаимодействия, говорит о трёх уровнях: микро-, мезо- и макроуровне [1]. На микроуровне происходит ряд взаимообусловленных элементарных социальных взаимодействий, коротких эпизодов. Далее ситуация взаимодействия обретает более сложную структуру, выраженную в постановке целей и задач, что характеризует мотивацию в общении, – и это мезоуровень. Макроуровень обусловлен формированием устойчивых связей, повторяющихся социальных взаимодействий. Социальное взаимодействие может быть обусловлено целью или мотивацией в достижении счастья через коммуникации.

М.Н. Королева выделяет факторы, влияющие на счастье, разделяя их на 2 группы: в первую входят навыки, применение которых обусловливает ощущение счастья и успех социальных коммуникаций; во вторую – особенности социальной инфраструктуры, в которой задействован индивид [2]. Для достижения счастья человеку необходимо общение как один из факторов, определяющих это состояние.

Результаты анализа данных RLMS-HSE (www.hse.ru/rlms) дают возможность проанализировать взаимосвязь способности человека к коммуникации, к доверю людям и его оценкой своего субъективного благополучия (счастья). В этом анализе используются данные 2015 г. (24 волна, N=7534). В исследовании содержится вопрос о доверии к различным социальным группам: руководители предприятия, коллеги по работе, члены семьи, друзья, соседи, незнакомые люди своей и других национальностей. Статистическая процедура анализа надежности, позволяющая фиксировать наличие внутренней согласованности ответов респондентов на задаваемые вопросы, основана на средней межпунктовой корреляции (Альфа Кронбаха = 0,811). На наличие внутригрупповой связи первичных переменных (уровень доверия к различным группам населения со стороны респондента) указывают и коэффициенты парной корреляции (Спирмен), что в совокупности определяет статистически обоснованную возможность построения интегральной латентной

интервальной переменной «Уровень социального доверия (низкий – высокий)» от 0 до 10 баллов. Дальнейший анализ подтверждает нашу гипотезу о наличии взаимосвязи уровня социального доверия в обществе с субъективными оценками граждан своей жизни как «счастливой/несчастливой». Более того, люди, доверяющие своему ближнему и дальнему окружению, не конфликтны в ситуации общения и чувствуют себя счастливыми [3].

С ноября 2021 г. по январь 2022 г. проведено авторское социологическое исследование методом глубинного интервью «Представления Нижегородской молодёжи о счастье». Его результаты подтверждают выводы, которые были получены при анализ данных RLMS-HSE. В исследовании приняли участие 15 человек – молодые люди в возрасте от 20 до 27 лет, 7 юношей и 8 девушек. Из 15-ти человек – 9 являются студентами вузов, 6 человек окончили бакалавриат, двое из них обучаются в магистратуре, один человек имеет диплом бакалавра и магистра. При анализе массива данных были использованы методы качественного анализа, описанные В.В. Семёновой [4]. После изучения всего массива собранных интервью выделены единицы анализа и осуществлено первичное кодирование.

Участникам интервью было предложено поразмышлять на тему, какая деятельность в жизни приносит наибольшее удовлетворение и качественно меняет оценку собственной жизни в лучшую сторону. На первом месте оказалось общение. Эту подкатегорию обозначили 8 из 15 человек, определив её как важный аспект повседневной жизни: «*Я считаю себя очень социальным человеком, мне нужно общение, нужно получать эмоции от других людей, чтобы получать удовольствие от жизни <…> я очень нуждаюсь в постоянных общественных коммуникациях*». Молодые люди делают акцент на том, что общение с другими людьми даёт эмоциональную подпитку и положительно сказывается на их общем самочувствие. А некоторые ограничения в коммуникациях, например, из-за COVID-19, влияют на их общее настроение в худшую сторону: «*К сожалению, из-за ограничительных коронавирусных мер я стал реже видеться с близкими людьми, <…>. Это сильно влияет на моё настроение в худшую сторону. Для того, чтобы чувствовать себя отлично, мне нужно часто видеться с друзьями, родными и так далее. Я эмоционально подпитываюсь от людей*».

Следующая категория размышлений молодёжи связана с их представлениями о том, из чего может складываться счастье. Поддержка, взаимовыручка и сопереживание выступают отдельной подкатегорией счастья. Людям важно как уметь сопереживать, так и получать поддержку от близких людей. Эта подкатегория очень тесно взаимосвязана с общением/окружением и

друзьями: *«Меня делают счастливой люди, общение с людьми. Там, даже когда у друзей что-то происходит, вот то, что ко мне приходят люди, готовы со мной поделиться, своими проблемами. Мне нравится сопереживать людям, нравится то, что они могут со мной поделиться, и я могу быть тем человеком, который может сопереживать».* Степень значимости сопереживания и взаимовыручки в жизни отметили 6 человек. При этом имеется в виду как прямая, так и обратная связь аспектов общения и дружбы: *«Счастливым меня делают близкие мне люди, помощь им в чем-либо, взаимовыручка, понимание того, что ты не один и что всегда кто-то поддержит любые твои адекватные (и не очень) начинания».*

Общение является важным фактором, формирующим ощущение счастья. Мотивацией к общению выступает, как правило, потребность в получении положительных эмоций в процессе социального взаимодействия. Кроме того, это потребность в сопереживании, взаимовыручке и поддержке, которые могут быть реализованы в процессе общения с близкими людьми. Это, в свою очередь, качественно повышает оценки индивидов собственной жизни. На примере представлений нижегородской молодёжи о счастье показана взаимосвязь таких категорий, как общение, мотивация или цели социального взаимодействия, обусловливающие ощущение счастья.

Список литературы

1. Вавакина Т.С. Проблема оценки эффективности социального взаимодействия // Знание. Понимание. Умение. 2018. № 3. С. 223–230.

2. Королева М.Н. Счастье как социокультурный феномен (социологический анализ): автореф. дис. … канд. соц. наук: 22.00.06. М., 2013. 27 с. URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=30372942 (дата обращения: 28.06.2022).

3. Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ-ВШЭ (RLMS-HSE)», проводимый Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики» и ООО «Демоскоп» при участии Центра народонаселения Университета Северной Каролины в Чапел Хилле и Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН (Сайты обследования RLMS-HSE: http://www. cpc.unc.edu/projects/rlms и http://www.hse.ru/rlms) (дата обращения: 07.05.2022).

4. Семёнова В.В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию / Институт социологии РАН. М.: Добросвет, 1998. С. 174–210.

КУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ И АРАБСКИЕ ЖЕНЩИНЫ-ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ В ИСПАНИИ

CULTURAL FACTORS AND ARAB FEMALE ENTREPRENEURS IN SPAIN

Сайкат Гочхайт
Международный университет Симбиоза, г. Пуна, Индия
Saikat Gochhait
Symbiosis International University, Pune, India

В арабском мире в странах Азии и Ближнего Востока большинство предприятий являются семейным бизнесом. В указанных странах существует значительный гендерный разрыв, и у женщин меньше свободы напрямую влиять на личную и трудовую жизнь. В странах, куда иммигрируют выходцы из стран Азии и Ближнего Востока, формальные институты играют решающую роль во влиянии на женское предпринимательство. Однако многие неформальные факторы, такие как гендерные роли и стереотипы, могут влиять на поведение женщин в отношении предпринимательства. Анализируются основные мотивы женщин-предпринимателей в иной культурной среде – в Испании, где менее 5% взрослого женского населения открывает свой бизнес. Обсуждается, как ранее упомянутые стереотипы в отношении арабских женщин влияют на их инициативу в ведении бизнеса в психологически и культурно далекой стране, такой как Испания.

In the Arab world, families control most of the businesses located in Asia and the Middle East – countries where gender gaps exist and where women have less freedom to directly influence their personal and work lives. In the host countries, formal institutions play a crucial role in affecting women's entrepreneurship. However, many informal factors, such as gender roles and stereotypes, can influence women's behaviour with respect to entrepreneurship. Therefore, this paper analyses the primary motivations of women entrepreneurs in a different cultural environment, Spain, where less than 5% of the adult female population launches businesses. Finally, it discusses how the previously mentioned stereotypes of Arab women influence their initiative in running a business in a psychologically and culturally distant country such as Spain.

Ключевые слова: женское предпринимательство; мотивы и препятствия; гендерные стереотипы; предпринимательская деятельность; Глобальный мониторинг предпринимательства; технологические инновации; культурная среда; интерпретативный феноменологический анализ

Keywords: women entrepreneurship; motives and obstacles; gender stereotypes; entrepreneurial activity; Global Entrepreneurship Monitor; technological innovations; cultural environment; interpretative phenomenological analysis

Dabić et al. [1] define a ‘migrant’ as a person who moves to a country other than that of his/her usual residence for a period of at least 12 months [based on the work by Castles and Miller [2]], whereas ‘immigrant’ is the term given to a person who was born abroad. Immigrant entrepreneurship – generally understood as the undertaking of entrepreneurial activities by immigrants – incorporates tenets of business and sociology, including elements from international entrepreneurship and migration studies. The European Union has the most migrants per capita, and Spain had the third highest migration rate in the world, followed by the USA and Russia [3]. The financial crisis of the last decade has influenced the entry of Muslim migrants, with women playing an important role, being the four main geographical areas of origin Arab Magreb, Occidental Africa, the Middle East and the Near East (Gochhait, 2020). From them, Moroccan migrants constitute the majority. Likewise, in 2017, 667,189 migrants out of a total migrant population of 4,424,409 in Spain came from Morocco, with this being the main Arabian country of origin. According to INE (2018), by sex, the distribution of Spanish migrants was slightly greater for men (51.2%), whereas women migrants act as a bridge between cultures as well as play critical roles in the host society [4]. Therefore, it should be emphasised that women are traditionally given the task of safeguarding their own culture while simultaneously helping their families adjust to the new scenario [3]. Therefore, this population flow – migration – reproduces the female roles that led women to look for guaranteed economic security for their families by means of migration, i.e., entrepreneurship in *necessity-driven* actions, which could help them adapt much better to the host countries. The major reasons for migration are to create financial stability and overcome poverty for their survival. In fact, the concept of *entrepreneurship* was born in Europe, where it is becoming relevant and highly closed to the growth of the small business sector [5]. Likewise, entrepreneurship helps create employment opportunities and stimulate economic growth [6]. According to the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Women’s Report, in 2016, an estimated 163 million women were starting or running new businesses in 74 economies around the world. This not only shows the impact of women entrepreneurs across the globe but also highlights their contributions to the growth and well-being of their societies. Ramadani et al. [7] consider that women entrepreneurs are an important source of economic growth, taking into account that they are able to create new jobs for themselves and others. They also consider that female entrepreneurs provide different solutions for management, organisational, and business problems and constraints as well as the exploitation of business opportunities. Women entrepreneurs provide incomes for their families, employment for their communities, and products and services bringing new value to the world around them. Therefore, in the last decade, many scholars have focused their attention on the

relevance of female entrepreneurship in general and of Islamic women entrepreneurs in particular [8]. The concept of entrepreneurship in Islam is based on cooperation, generosity, and benevolence. In parallel, Islam strictly prohibits any monopoly, exploitation, fraud, or usury transactions [9]. Due to the specific Islamic religious laws, Anggadwita et al. [10] affirm that Moslem entrepreneurs should be different from other entrepreneurs in their motives and goals. Additionally, many cultural aspects of Muslim family-owned businesses were influenced by a religious belief system – in this case, the Islamic one, where, spirituality, harmony, institutional collectivism, in-group collectivism, and long-term orientation were seen as the most influential aspects. However, more research is needed. The relevance of women in the entrepreneurial world can be analysed from a cultural perspective, taking into account the influence of a dissimilar socio-cultural environment. Nevertheless, there is a lack of studies focusing on the entrepreneurship of Arab women out of Arab countries, in non-closer cultural environments [11]. We should highlight the study by Ismail and Zain [12], who examine the factors that motivate female entrepreneurs to start new businesses in Malaysia. In this line, women's intentions to start e-entrepreneurship in India is positively influence by unemployment and education [13]. Hossain et al. [14] study aspects that influence the development of female entrepreneurship in Bangladesh. Sarfaraz and Faghih [15] analyse factors affecting women's entrepreneurship in Iran, though it is considered a non-Arab country [16].

Therefore, this study focuses on Spain, where cultural and social norms have a direct negative effect on entrepreneurial activity. Although Spain is increasingly changing its mentality about entrepreneurship, social acceptance should be higher. Governmental programs and the establishment of new policies are needed, especially for disadvantaged groups such as women [5] in general and Arab women in particular. Hence, there is a lack of research about the obstacles Arab womenpreneurs face when they are living in countries that are completely distant in cultural terms [17], such as Spain. One of the main barriers they face is the liability of foreignness, which differs among cultures, in terms of additional difficulties encountered upon entry into the job market or starting up a business, due largely to poor language skills, discrimination, and the lack of relevant labour experience, resources or social embeddedness [18]. Despite these challenges, migrants are often more likely to become self-employed than are locals. To date, no scholar has analysed the entrepreneurship of Arab women in that country, Spain. In this sense, the present work responds to a call from Noguera et al. [19], Giménez and Calabrò [20] to examine the influence of socio- cultural factors on female entrepreneurship research.

Therefore, it is necessary to delve into the entrepreneurial activity of Arab women in Spain, seeking to determine why and how they get involved in this process.

Consequently, the main facilitating factors they encounter – as well as the main obstacles they face – should be pointed out. To extend the knowledge about this topic, a qualitative methodology has been deployed, based on in-depth interviews as a research tool, to answer the call by Dabić et al. [1]. They consider the need to conduct more qualitative methods in order to advance theoretical development and facilitate a nuanced understanding of the phenomenon of migrant entrepreneurship in general and Arab women entrepreneurship in particular. One of the main findings of this exploratory study is how informal factors related to culture, social values, and informal ties motivate women immigrants from Arabic countries to become entrepreneurs in the Spanish context.

The research will deal with qualitative research based on advanced methodology by Yin [21], with data collected through one-on-one meetings with womenpreneurs in Spain, specifically meeting the criteria with the help of interpretative phenomenological analysis (IPA). The "in-depth interviews as scientific research technique" is increasingly considered more useful in the area of entrepreneurship, as one can access reliable information and understand decision-making, implementation, and changes in all organisational processes.

Cope [22] depicts research applications in IPA, dealing with "the real foundation of a qualitative research design in the present study that provided detailed in-depth situational assessment of Arab womenpreneurs' rich experiences. Richness is considered with both context and process wise." Regarding the present study, this methodology will help analyse the key factors that guide women in starting their own firms in Spain.

As qualitative research deals with the in-depth analysis of a phenomenon, the sample size used for such research is less as compared to quantitative research. This method deals with in-depth interviews to understand the details of a given situation\phenomenon, used extensively as interviewing format with an individual and does not deal in making generalisations. The method focuses upon the how and why of an issue and does not rely on hypothesis testing. It helps in creating categories from the data and analysing relationships between these categories.

Dana and Dana [23], in their research depicting the evolving analysis style and flexibility, qualitative research looks particularly applicable for explorative studies in entrepreneurship research.

This means the research setting is naturally occurring with no manipulation from the researcher, thus providing accurate results. Dana and Dana [23] further state, from the study of Geertz [24], that qualitative research involves researchers' personal observations of situations, individuals, events, and transactions and the analysis of documents. This kind of methodology delves into the details of a given phenomenon

and does not make generalisations – thus giving unbiased and accurate outputs to the research, based on constructivist or interpretative paradigms. Therefore, this methodology holistically includes oral testimonies and thick descriptions from the respondents about their attitudes, beliefs, thoughts, and intentions. Additionally, this method is relevant and specific to our study, in which we have interviewed seven Arab women entrepreneurs who have setup their businesses in a diverse cultural environment in Spain. Thus, we have deployed therefore mentioned method.

Our sample is a conceptually created sequential sampling that configures a flexibly designed, iterative, continuous and emerging process in which the saturation theoretical process achieves its meaning to answer who must be interviewed. This sampling procedure bases on the fact that the individuals to be interviewed are interwoven with the topic of this research. Therefore, the demographic profile of Arab womenpreneurs consists of different backgrounds, age groups, origins, and educational and social levels, as well as diversified sectors. However, all could be classified as established entrepreneurs. The data were collected from Casa Arabe sources as well as from personal contacts. The deliberate selection of our sample is based on our desire to obtain diverse information related to the research aims:

1. What influences women's mentality in becoming entrepreneurs?
2. What are the main obstacles to entrepreneurship that Arab women encounter in Spain?
3. What stereotypes do Arab women face in establishing these ventures?

Past research on women entrepreneurship depicts women entrepreneurs as having started their own ventures to attain an additional source of income, with a strong economic motivation. Additionally, the context of migrant entrepreneurship opens up the dimension of ethnicity and migrant status as an intersectional influence on entrepreneurship [1]. However, the present study indicates that additional income was not the primary reason for Arab women entrepreneurs. On the contrary, when asked to choose up to two reasons why they had started their own businesses, most of the interviewed highlighted self-fulfilment and the search for a balance between their professional and personal lives.

Nearly half of the respondents consider the enterprising life to be an enhancing action of their public activity, whereas about one- third said that it has advanced their own lives. Then again, the greater part indicated that the entrepreneurial life prompted changes in their families and in their relationships with companions. This may reflect the idea of Islamic culture, which relies upon residential partners as a considerable measure of the family unit and tries to equally follow working and non-working mothers, if other relatives help them with their children. However, when Arab womenpreneurs have been living in foreign countries for long periods, some of them

adopt the lifestyle of that society, implementing its way of life while keeping the Islamic culture intact, thereby proving they can succeed in their respective ventures. In this line, when living together in the same geographic territory, members of the local community have common experiences, expectations, and interests, in a host environment where they configure social capital coming from social embeddedness.

Список литературы

1. Dabić M., Vlačić B., Paul J., Dana L.P., Sahasranamam S., Glinka B. Immigrant entrepreneurship: a review and research agenda // Journal of Business Research. 2020. Vol. 113. Pp. 25–38.
2. Castles S., Miller M.J. The Age of Migration: International Population Movements in the Modern World, 4 ed., Palgrave Macmillan Limited, Basingstoke, London, 2009.
3. Roig M., Susaeta L., Suarez E., Pin J. Arab Women Entrepreneurs in Spain: Like Cedars beside the Stream // IESE Business School Working Paper. 2016. No. 1136-E. DOI: http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2769839.
4. Cebrián I., Moreno G. Cómo Abordar la Integración de las Mujeres Inmigrantes, Guía para las Administraciones Públicas, University of Alcalá and the Institute of Women (Instituto de la Mujer), Madrid, 2008.
5. Dana L.P. Entrepreneurship and SMEs in the Euro-Zone: Towards a Theory of Symbiotic Entrepreneurship, Imperial College Press, World Scientific Books, World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2006.
6. Naser K., Mohammad W.R., Nuseibeh R. Factors that affect women entrepreneurs: evidence from an emerging economy // International Journal of Organisational Analysis. 2009. Vol. 17. No. 3. Pp. 225–247.
7. Ramadani V., Gërguri S., Dana L.P., Tasaminova T. Women entrepreneurs in the Republic of Macedonia: waiting for directions // International Journal of Entrepreneurship and Small Business. 2013. Vol. 199. No. 1. Pp. 95–121.
8. Roomi M.A., Harrison P. Entrepreneurial leadership: what is it and how should it be taught? // International Review of Entrepreneurship. 2010. Vol. 9. No. 3. Pp. 1–44.
9. Anggadwita G., Ramadani V., Alamanda D.T., Ratten V., Hashani M. Entrepreneurial intentions from an Islamic perspective: a study of Muslim entrepreneurs in Indonesia // International Journal of Entrepreneurship and Small Business. 2017. Vol. 31. No. 2. Pp. 165–179.
10. Anggadwita G., Mulyaningsih H.D., Ramadani V., Arwiyah M.Y. Women entrepreneurship in Islamic perspective: a driver for social change // International Journal of Business and Globalisation. 2015. Vol. 15. No. 3. Pp. 389–404.
11. Essers C., Benschop Y. Muslim businesswomen doing boundary work: the negotiation of Islam, gender and ethnicity within entrepreneurial contexts // Human Relations. 2009. Vol. 62. No. 3. Pp. 403–423.

12. Ismail A., Zain M. A study of motivation in business start-ups among Malay entrepreneurs // International Business & Economics Research Journal. 2006. Vol. 5. No. 2. Pp. 103–112.

13. Mand S.H., Atri M., Gill A. Influence of unemployment and education on women's intentions to start e-entrepreneurship: evidence from Indian survey data // International Journal of Entrepreneurship and Small Business. 2018. Vol. 35. No. 2. DOI: 10.1504/IJESB.2018. 094964.

14. Hossain A.K., Naser A., Zaman A., Nuseibeh R. Factors influencing women business development in the developing countries: evidence from Bangladesh // International Journal of Organizational Analysis. 2009. Vol. 17. No. 3. Pp. 202–224.

15. Sarfaraz L., Faghih N. Women's entrepreneurship in Iran: a GEM based-data evidence // Journal of Global Entrepreneurship Research. 2011. Vol. 1. No. 1. Pp. 45–57.

16. Bastian B.L., Zali M.R. Entrepreneurial motives and their antecedents of men and women in North Africa and the Middle East // Gender in Management: An International Journal. 2016. Vol. 31. No. 7. Pp. 456–478.

17. Hofstede G. Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values, Sage, Beverly Hills, CA, 1980.

18. Gurău C., Dana L.P., Light I. Overcoming the liability of foreignness: a typology and model of immigrant entrepreneurs // European Management Review. 2020. Vol. SI. Pp. 1–17. DOI: https://doi.org/10.1111/emre.12392.

19. Noguera M., Alvarez C., Urbano D. Socio-cultural factors and female entrepreneurship // International Entrepreneurship and Management Journal. 2013. Vol. 9. No. 2. Pp. 183–197.

20. Giménez D., Calabrò A. The salient role of institutions in women's entrepreneurship: a critical review and agenda for future research // International Entrepreneurship and Management Journal. 2018. Vol. 14. No. 4. Pp. 857–882.

21. Yin R.K. Case Study: Design and Methods, 2nd ed., Sage, Thousand Oaks, California, 2003.

22. Cope J. Entrepreneurial learning from failure: an interpretative phenomenological analysis // Journal of Business Venturing. 2011. Vol. 26. No. 6. Pp. 604–623.

23. Dana L.P., Dana T.E. Expanding the scope of methodologies used in entrepreneurship research // International Journal of Entrepreneurship and Small Business. 2005. Vol. 2. No. 1. Pp. 79–88.

24. Geertz C. The impact of the concept of culture on the concept of man // The Interpretation of Cultures, Basic Books, New York, 1973.

ДОВЕРИЕ «СВОИМ» И СУБЪЕКТИВНОЕ БЛАГОПОЛУЧИЕ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ*

TRUST IN “OWN” GROUPS AND SUBJECTIVE WELL-BEING OF CONTEMPORARY RUSSIAN YOUTH

И.А. Зеленев
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, г. Москва
I.A. Zelenev
Lomonosov Moscow State University, Moscow

В русле поколенческого анализа рассматривается взаимосвязь доверия «своим» группам и «субъективного благополучия» современной российской молодежи. Эмпирическая основа – результаты обработки некоторых данных проекта «Социальная стратификация и социализация российской молодежи в постсоветский период».

In line with generational analysis, the article examines the relationship between trust in “own” groups and “subjective well-being” among contemporary Russian youth. The empirical basis of the article is the results of processing some data of the project “Social stratification and socialization of the Russian youth in the post-Soviet period”.

Ключевые слова: доверие, субъективное благополучие, молодежь, поколение, факторный анализ, ранжирование

Keywords: trust, subjective well-being, youth, generation, factor analysis, ranking

Вхождение сегодня категории «доверие» в научную парадигму объясняется осознанием остроты социальной проблемы утраты доверия в современном обществе. «Доверие составляет существенный момент межличностного общения, межгруппового и организационного взаимодействия, а также функционирования общества в целом» [1, с. 111]. Группы можно классифицировать по различным признакам. Так, семья – наглядный пример группы личного контакта. За ней следуют близкие друзья, проводящие вместе время и постоянно стремящиеся составить компанию друг другу. Исследование иерархии групп по их «реальности» в сознании людей показывает, что они могут выделять, например, до пяти типов: 1) группы близкого общения (семья, друзья, криминальная группировка); 2) группы, ориентированные на выполнение задачи (рабочий комитет, работники организации); 3) социальные категории или

* Публикация подготовлена в рамках гранта РФФИ «Социальная стратификация и социализация российской молодежи в постсоветский период» (проект №20-011-00285А).

существующие длительное время большие группы (пол, раса, нация); 4) свободные ассоциации (студенты одного университета, соседи, любители классической музыки); 5) преходящие группы, такие как люди на автобусной остановке или стоящие в очереди [2].

Семья – самая значимая для нас «своя» группа или «Мы – группа», с членами которой мы обычно схожи, близки по какому-либо параметру. В этом контексте семья может быть названа «максимальной Мы-группой» для индивида [3, с. 257]. В контексте «свои/чужие» чаще всего россияне называют «своими»: родных, семью [4].

Субъективное благополучие можно понимать как общую оценку своей жизни человеком, включающую эмоциональные и рациональные компоненты. Это аналог философского понятия счастья и определения «качество жизни» [5]. Е. Динер в своей теории рассматривает субъективное благополучие как состоящее из трех компонентов: удовлетворения, позитивных и негативных эмоций [6]. Некоторые исследователи добавляют к этому наличие цели в жизни, позитивных отношений с другими [7].

Важно отметить следующее: «Несмотря на то, что проблемы оценки уровня и динамики уровня счастья, а также других показателей субъективного благополучия россиян находятся в центре внимания социологов, динамика межпоколенческих различий изучена мало» [8, с. 300].

Формирование доверия оказывает важное влияние на развертывание личностного потенциала, субъективного благополучия индивида в обществе [9].

Эмпирическая основа предлагаемой публикации – результаты обработки некоторых данных онлайн-опроса, прошедшего в июне 2020 г. по заранее подготовленной эл. анкете. Анкета заполнялась респондентами самостоятельно, без участия интервьюеров, при помощи Интернет-сервиса. Объем номинальной выборки – 2000 чел. (погрешность: 2,2%), разделенных на 2 когорты по 1000 чел. Выборка внутри когорт строилась на основе следующих критериев: пол, возраст, образование, федеральный округ, тип населенного пункта. Когорта №1 включает в себя респондентов в возрасте 18-24 лет, когорта №2 – 25-34 лет.

Эмпирика. Для обработки из базы данных взяты ответы респондентов на 8 вопросов: 3 вопроса – на тему субъективного благополучия (об удовлетворенности жизнью в целом; о том, насколько респондент счастлив; а также о субъективной оценке респондентом уровня дохода своей семьи); вопросы о взаимоотношениях со следующими агентами социализации – родителями (когда респонденту было 14 лет), одноклассниками и школьными учителями (в период обучения в старших классах), однокурсниками и преподавателями (в период обучения в ПТУ, колледже, институте).

Взаимоотношения оценивались по трем критерия для каждого агента социализации, например: 1) Вы доверяли своим родителям? 2) Родители были авторитетом для Вас, их мнение служило ориентиром для Вас в жизни? 3) В трудной ситуации Вы могли получить реальную помощь от родителей? («0» – означает, что Вы полностью не согласны с утверждением, а «10» – что Вы полностью согласны с утверждением).

Предварительно факторизовав (методом главных компонент) отдельно для каждого из пяти агентов социализации ответы по вышеуказанным критериям, мы убедились, что «доверие», «авторитетность», «помощь» стабильно формируют один фактор (при каждом факторном анализе: полная объясн. дисп. > 80%; КМО > 0,7; Sig.=0,000; факторные нагрузки каждой переменной – около 0,9). Это дало нам основание интерпретировать фактор как «Восприятие *агента* в качестве “своего”». Таким образом, будет корректным складывать баллы ответов по каждому из трех критериев – для получения интегративного балла отношения к конкретному «своему». Сделав это и ранжировав средние баллы (по убыванию) каждого из пяти агентов социализации (отдельно для когорты), получили следующую последовательность, отражающую меру восприятия в качестве «своих» (в скобках указан средний бал от «0» до «10» для когорты-1/когорты-2): родителей (8,5/8,8); школьных учителей (6,0/6,6); преподавателей (5,9/6,2); однокурсников (5,4/5,8); одноклассников (5,0/5,5). Как можно видеть, при разнице средних баллов, последовательности в когортах совпадают: наиболее «своими» воспринимаются родители и учителя, а наименее – однокурсники и одноклассники.

На следующем этапе, при факторном анализе ответов на вопросы о субъективном благополучии (методом главных компонент; полная объясн. дисп. – 63%; КМО = 0,6; Sig.=0,000), факторизуемые переменные сгруппировались в главный фактор, который интерпретируется как «Субъективное благополучие». Затем, отдельно в когорте, рассчитывались корреляции (по Спирману) этого фактора – с интегративным показателем восприятия в качестве “своего” для каждого из пяти агентов социализации (у всех полученных коэффициентов корреляции Sig.=0,000).

Максимальная сила взаимосвязи «Субъективного благополучия» выявлена у всех с восприятием в качестве «своих» – родителей (r=0,32 и r=0,30 в когорте-1 и когорте-2, соответственно), а вот далее у когорты-1 – сила взаимосвязи с восприятием в качестве «своих» – одноклассников (r=0,26), затем – школьных учителей (r=0,21), однокурсники на последнем месте (r=0,19). У когорты-2 на II и III местах сила взаимосвязи «Субъективного благополучия» с восприятием в

качестве «своих» – школьных учителей (r=0,28) и одноклассников (r=0,27), преподаватели ПТУ, колледжа, института – на последнем месте (r=0,20).

Вряд ли нуждается в дополнительном объяснении то, что максимальная сила связи с «Субъективным благополучием» выявлена во всех когортах – с восприятием в качестве «своих» – родителей. Если же говорить о величине и ранге рассчитанного коэффициента корреляции с восприятием школьных учителей, можно предположить на уровне гипотезы, что их педагогический профессионализм был выше в школьные годы более старшего поколения российской молодежи (тех, кому сегодня от 25 до 34 лет), чем у когорты-1. Конечно же, не стоит забывать о том, что, вспоминая о своих отношениях с кем-либо, респондент «выдает» не только реальные на то время данные, но и некоторые реминисценции, обусловленные прошедшим временем.

Список литературы

1. Антоненко И.В. Социально-психологическое содержание доверия // Доверие и недоверие в условиях развития гражданского общества / Отв. ред. А.Б. Купрейченко, И.В. Мерсиянова. М.: НИУ ВШЭ, 2013. С. 111–135.
2. Гулевич О.А. Психология межгрупповых отношений. М.: Московский психолого-социальный институт, 2007. 432 с.
3. Абрамов В.В. Об одном из подходов к исследованию межгрупповых отношений и эффектов // Мир психологии. 2008. № 3 (55). С. 254–258.
4. Донцов А.И., Зеленев И.А. Человек публичный: оценивающий и оцениваемый // Развитие личности. 2009. № 4. С. 40–54.
5. Леонтьев Д.А. Введение: личностный потенциал как объект изучения // Личностный потенциал: структура и диагностика / Под ред. Д.А. Леонтьева. М.: Смысл, 2011. С. 6–10.
6. Diener E. Subjective Well-Being // Psychological Bulletin. 1984. Vol. 95. No. 3. P. 542–575.
7. Argyle M. Subjective well-being // Pursuit of the Quality of Life. Oxford: Oxford University Press, 1996.
8. Сибирев В.А., Головин Н.А. Межпоколенческие различия в удовлетворенности жизнью и чувстве счастья в России (на материалах Европейского социального исследования) // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 1. С. 296–315.
9. Донцов А.И., Перелыгина Е.Б., Зотова О.Ю., Тарасова Л.В., Веракса А.Н., Рикель А.М. Доверие и субъективное благополучие как основание психологической безопасности современного общества. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2018. 578 с.

WOKE КУЛЬТУРА КАК КОММУНИКАЦИОННАЯ И ПОЛИТИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ: КРИТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

WOKE CULTURE AS A COMMUNICATION AND POLITICAL STRATEGY: A CRITICAL APPROACH

Эмануэле Изидори
Римский университет Форо Италико, г. Рим, Италия
И.С. Леонова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
Роберта Алонци
Российский университет дружбы народов, г. Москва
Emanuele Isidori
Foro Italico University of Rome, Rome, Italy
I.S. Leonova
Lobachevsky University
Roberta Alonzi
RUDN University, Moscow

Цель данной статьи – углубить и осмыслить концепцию так называемой Woke культуры и подчеркнуть, насколько пагубно она может влиять на построение, развитие и внедрение демократического мышления и культуры. Woke культура видится подрывающей самое концепцию диалога и основы демократии. В заключении статьи подчеркивается важность образования для развития критического мышления и подлинной, а не фальшивой или кажущейся, терпимости к меньшинствам и проявлениям разнообразия в обществе.

This article aims to deepen and reflect on the so-called "woke culture" concept and highlight how detrimental it can be to the construction, development, and implementation of democratic thinking and its culture. Woke culture undermines the concept of dialogue, the very foundation of democracy. In conclusion, the article highlights the importance of education for developing critical thinking and genuine tolerance, not fake or apparent, towards minorities and differences.

Ключевые слова: Woke культура, коммуникация, демократия, образование, критическое мышление

Keywords: Woke culture, communication, democracy, education, critical thinking

"Woke culture" (Stay woke!) is a 21st-century term of U.S. origin deriving from vernacular African American English. The term refers mainly to an awareness of social problems, explicitly referring to racism and discrimination (of African Americans) and social inequality of parts of the population whose human rights, freedom of thought, and free are not always respected or seen as equal.

The term is used to indicate an attitude aware of social injustices, but today it has an often derogatory and sarcastic connotation. The term has emerged recently in Anglo-Saxon countries within the broad debate about so-called minorities, sexual orientation or gender identity, ethnic background, or disability.

Other terms are used similarly, such as "cancel culture. However, in the United States itself, the adjective woke, and the noun wokeness are words that are used less and less, except with a clear derogatory connotation: further complicating the explanation not only of its meaning but also of developments in its meanings and uses.

"Woke" is not translatable to other languages such as Russian or Italian. It means something like "aware," but it indicates, or at least initially indicated, the attitude of those who pay attention to social injustices, mainly related to issues of gender and ethnicity, and do not remain indifferent to them, sympathizing and eventually working to help those who suffer them [1].

In the twentieth century, the expression "woke" already existed and was used mainly among African Americans, either with the meaning of "being alert" to danger or with the more generic meaning of being aware of something.

Nowadays, it refers to awareness about various issues and problems related to systemic racism and sexism rooted in the institutions and social dynamics of American (and, by extension, Western) society.

A term, therefore, with positive meaning for those who used it referring to a goal and an ambition: people – mostly from the so-called "millennial" generation, i.e., those born between the 1980s and the early 1990s who were doing activism in the streets and on social networks, participating in anti-racist protests or women's rights marches, raising awareness about the importance of using respectful and inclusive language to refer to minorities, for example, were defined as woke.

As mentioned above, "Cancel culture" is another term often used as a synonym for "woke culture." In the United States today, most users often use woke and cancel culture as propaganda and polemical tool, effectively evoking a danger drawn as universal and prevalent, an extremist "ideology" that would govern progressive thought [2].

"Cancel culture" is frequently seen as an integral part of the latter: it refers to eliminating or boycotting those TV programs, movies, TV series, and books, or even taking away the credibility (or even making people lose their jobs and good image) of the people who have been glorifying racism, discrimination, and disrespect for the human rights, opinion, will, and thought initially of African Americans, and, later, also of the LGBTQIA+ community and women.

Some people think "Cancel culture" would be criticized as too radical not only by the right-wing but also by others for the following reasons:

1) The term is too radical. People who call themselves "woke" often also radically criticize those people, movies, TV series, books, programs, etc., that would not intend to promote racism, homophobia, sexism, etc. The words can be misapprehended, or even the slightest nuance of wrong can be noticed.

2) "Woke" people do not forget and forgive. Once a person (or a TV program, movie, book, etc.) has said or done something erroneous in their life, people who call themselves "woke" will not easily forgive it. That refers more precisely to "Cancel culture" since "Cancel culture" aims to boycott any company, filmmaker, movie, or TV program and to remove the credibility of anyone who has expressed racist or discriminatory ideas, even if it is not their ideological basis. "Woke" people criticized several movies and TV series because they contained racist and homophobic references and were not politically correct [3].

"Woke" people turn their attention only to social struggles. Many aspects, infrastructures, and services necessary for human life should be improved. For example, the education system, the health care system, the struggle to respect the environment and animals, the problem of contaminated and carcinogenic foods, pollution, and many other current problems.

3) "Woke culture" privileges the weakest social categories instead of promoting equality.

The "woke culture" intends to make people of all ethnicities equal. It would seem that by only giving importance to groups of people belonging to those ethnicities deemed inferior by other ethnicities or less respected in terms of human rights, these groups get their social recognition. Therefore, less respected ethnic groups in terms of human rights would be favoured instead of making them equal to others.

This culture implies a risk for democracy for freedom of speech and the rhetorical strategy upon which it should be based: dialogue. Indeed, if people could not freely express their opinions contrary to the ideals promoted by "Woke culture," then "woke culture" could be said to be against freedom of thought.

We can affirm that woke culture is a communication and political strategy that is a danger to so-called western civilization. One of the deleterious effects of woke culture is to homogenize, standardize and even "purify" social groups, imprison minorities in their niche and simultaneously exclude outsiders from the latter. In other words, dividing society into archipelagos and communities rather than breaking down the walls that fragment it and create ghettos. The deny diversity, the impossibility of living together, and the rejection of universalism inherited from the Enlightenment are imposed. This communitarization of collectivity dishonours the principle of a community upon which democracy is based.

Woke culture represents something dangerous for the West because when it focuses on social demands, it cannot go beyond the veneer of superficiality and comes across as weak and insubstantial, presenting itself as a mere rhetorical exercise in political communication [4].

Woke culture acts as a purge. Stay woke is thus now perceived as a call to fight relentlessly to make society pure and to do so in the literal sense by purging it of all that is impure: the statues, the books, the ideas, and the people who carry them, in an increasingly frenzied iconoclastic fury causing the different types of phobias we have seen emerging recently [5].

The woke culture has been expanding from the United States to Europe. We had visual confirmation of that with the street protests organized, for example, by the Black Lives Matter movement in all the major cities of the Old Continent in 2020, which in some countries soon turned into full-fledged assaults on numerous statues of people perceived as "unworthy."

The right to "safe space" within the woke culture is a "symbolic" request and desire, and it expresses that of living in a glass bell, in which no one can in any way offend our sensibilities. That being the case, we can say that the "woke culture" is an ideology. The central essence of this ideology is that sensitivity – whether on the subject of rights, identity, or any aspect – comes first, and anything that minimally impacts it must be banned.

Viewed through these requests, it may still seem, with much goodwill, to be an ideology aimed primarily at protecting rather than banning, but that is not the case.

Woke people believe that just talking about issues such as racism and sexism is wrong because it makes them acceptable: in short, our society is inherently racist, and sexism is now becoming dogma, a truth of faith that must be accepted without the slightest hesitation, analysis, or debate. Those who do not uncritically accept dogma automatically go on to legitimize evil.

Worldwide, woke culture is an openly and decisively left-leaning phenomenon, of which the right struggles to understand the dynamics and respond on the same level.

The danger to democracy emerging from woke culture is evident. The risk implied in woke culture is to foster an anti-democratic culture (passed off as democratic), liberticidal and totalitarian in flavour, aimed at promoting:

a) Segregation, justified under the guise of keeping minorities and diversity represented by people safe and preventing them from offenses and attacks.

b) Rejection of forbidden publications, those whose contents might in some way offend someone's sensibilities.

c) Warnings, indications of the potential danger of books and lecturers, so that anyone who declares that they feel uncomfortable by any content can refuse to read

the book or attend the lecture – without suffering any consequences or having to supplement lost work with other activities.

d) Demonizing and dismissing (for example, within schools and University campuses) all teachers who do not conform to the woke mantra and have the audacity to teach in a way that deviates sufficiently from the formless mass of political correctness. According to the principles of woke culture, the teacher may risk a word that may bump their students.

e) Creation of a culture of professional victimhood. The real risk for woke culture is ending to create a culture of victimhood, in which it is enough to declare oneself offended by something or someone to obtain compensation, an advantage, and to have one's opponent impose a punishment.

That is a severe matter and proves dangerous and potentially oppressive for democracy. In this, the woke culture is nothing more than the armed wing of cancel culture turned into a political communication strategy aimed to amputate ever more significant parts of every (not only Western) culture and history [6].

Therefore, we believe that democracy, to nurture the dialogue on which its very existence is based, must watch out for "woke culture" and be constantly on guard.

In our opinion, only through education can we prevent woke culture from turning into an ideology against democracy. This prevention passes through a very education aimed at helping people to develop critical thinking, awareness of relativity, and respect for differences without hidden and concealed ends.

In our opinion, only through education can we prevent woke culture from turning into an ideology against democracy. This prevention passes through a deconstructive education aimed at helping people to develop critical thinking, awareness of relativity, and respect for differences without hidden and second ends.

Список литературы

1. Valentin P. L’ideologia Woke. Anatomia del Wokismo. Paris: Fondation pour l’Innovation Politique, 2022.
2. Schwartz H. Political Correctness and the Destruction of the Social Order: Chronicling the Rise of the Pristine Self. New York: Palgrave MacMillan, 2016.
3. Boyers R. The Tyranny of Virtue: Identity, the Academy, and the Hunt for Political Heresies. New York: Scribner, 2019.
4. Messer-Davidow I. Manufacturing the Attack on Liberalized Higher Education // Social Text. 1993. No 36. Pp. 40–48.
5. Carty V. Social Movements and New Technology. New York: Routledge, 2015.
6. Taguieff P.-A. L’imposture décoloniale. Science imaginaire et pseudo-antiracisme, Paris: Éditions de l’Observatoire, 2020.

РЕЧЕВАЯ КУЛЬТУРА КАК ОТРАЖЕНИЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ КРЕАТИВНОСТИ СТУДЕНТОВ

SPEECH CULTURE AS A REFLECTION OF STUDENTS' LINGUISTIC CREATIVITY

И.В. Каспаров
Самарский государственный университет путей сообщения, г. Нижний Новгород
А.А. Попель
Самарский государственный университет путей сообщения; Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород
I.V. Kasparov
Samara Railway State University, Nizhny Novgorod
A.A. Popel
Samara Railway State University; Lobachevsky University, Nizhny Novgorod

Анализируется текущее состояние разработанности проблемы креативности как общей способности к творчеству в отечественной и зарубежной социологии и психологии, рассматривается одна из ее разновидностей – лингвистическая креативность как одна из основ речевой культуры студентов, показано ее ухудшение на примере студентов языкового вуза.

The paper analyzes the current state of creativity as a general creative ability in Russian and foreign sociology and psychology, focuses on one of its varieties – linguistic creativity as one of the basis of students' culture of speech, shows its deterioration on the example of students from linguistic university.

Ключевые слова: креативность, лингвистическая креативность, общая способность к творчеству, речевая культура студентов

Keywords: creativity, linguistic creativity, general creative ability, students' culture of speech

Мы бы хотели начать данную работу с небольшого экскурса в историю исследования общей способности к творчеству, более известной сейчас как «креативность», а затем перейти к анализу ее лингвистической разновидности в контексте преломления последней в речевой культуре студентов.

Несмотря на то, что самые ранние попытки пролить свет на природу творческих способностей человека мы можем обнаружить уже в работах античных философов (Сократа, Платона, Аристотеля), которые первыми

обратили внимание на связь творчества с бессознательными процессами, полномасштабные научные исследования креативности стали проводиться только в начале 50-х годов прошлого века.

В настоящее время известны несколько фундаментальных теорий креативности (Дж. Гилфорд [1], Е. Торренс [2], Е. Спирмен [цит. по 3], В.Н. Дружинин [3], А.Н. Лук [4]), но, несмотря на богатый накопленный эмпирический и теоретический материал, креативность по-прежнему остается своеобразной «синей птицей психологии».

В своей работе Л.Я. Дорфман и Г.В. Ковалева постарались обобщить все, что нам известно о креативности:

1. Креативность подразумевает способность реагировать на необходимость в новых подходах и продуктах и тем самым адаптироваться к изменяющейся внешней среде. Данная способность позволяет осознавать новое в бытии, хотя сам процесс может носить как сознательный, так и бессознательный характер.

2. Центральным фактором творчества во многом является личность творца и сила его внутренней мотивации.

3. Специфическими свойствами креативного процесса, продукта и личности являются их оригинальность, самостоятельность, валидность, адаптивность.

4. Креативные продукты могут сильно различаться по своей природе: новое решение математической задачи, открытие химического процесса, написание музыки, построение новой философской и религиозной системы, инновация в юриспруденции, свежее решение социальных проблем [5].

В психологической (реже – в социологической) литературе мы можем обнаружить самые разнообразные определения креативности. В частности, М.А. Холодная рассматривает креативность как один из типов интеллектуальных способностей наряду с конвергентными способностями, обучаемостью и познавательными стилями. Креативность рассматривается как способность порождать множество оригинальных идей в нерегламентированных условиях деятельности [6].

Принято выделять несколько видов креативности, в частности, Х. Гарднер выделяет семь типов, исходя из соответствующих типов интеллекта: лингвистический интеллект, логически-математический интеллект, пространственный, телесно-кинестетический, музыкальный, интраперсональный и интерперсональный [7].

Приведем определение лингвистической креативности, предложенное Т.В. Тюленевой: лингвистическая креативность – это «комплекс способностей к

созданию объективно и субъективно новых идеальных продуктов с помощью средств родного и/или иностранного языка, продуцированию устных и письменных высказываний на основе дивергентного высказывания, сопряженный со стремлением студентов к творческой речевой деятельности» [8, с. 5].

Лингвистическая креативность лежит в основе речевой культуры человека, поскольку, как отмечает Е.Ф. Тарасов, язык и культура неразрывно связаны между собой, так как непосредственно «тело» знака является культурным предметом, в форме которого находят свое воплощение языковая и коммуникативные способности человека, наделение знака определенной семантикой – это тоже культурное явление, которое возникло только в процессе человеческой эволюции. Культура вплетена в язык, поскольку она вся смоделирована в тексте [9].

Между языком и культурой можно найти много общего, например, как культура, так и язык представляют собой форму сознания, в которой отражается мировоззрение человека; культура и язык взаимопроникают друг в друга; язык представляет собой отражение культурного наследия, которое передается сквозь поколения опять же с помощью языка; субъектом как культуры, так и языка всегда является человек. Таким образом, язык без преувеличения можно назвать важнейшим условием существования культуры, поскольку именно с его помощью мы приобщаемся к ней.

По мнению Е.Н. Гусевой, «отношения между культурой и языком могут рассматриваться как отношение части и целого. Язык может быть воспринят как компонент культуры и как орудие культуры. Однако язык в то же время автономен по отношению к культуре в целом и может рассматриваться как независимая, автономная семиотическая система, т.е. отдельно от культуры» [10, с. 136]. Таким образом, можно заключить, что как язык немыслим без культуры, так и культура невозможна без языка.

В нашей работе мы намеренно обходим тему катастрофического падения культуры письменной и устной речи современных студентов, поскольку она довольно детально освещена в многочисленных публикациях [10; 11]. Для нас гораздо более интересно оценить взаимовлияние речевой культуры и лингвистической креативности студентов, и в этом нам поможет простой эксперимент, который проводился автором данной работы во время работы в НГЛУ им. Н.А. Добролюбова преподавателем иностранного языка в 2002-2012 гг.

Для отработки навыков спонтанной речи на иностранном языке студентам старших курсов предлагалось выполнить простое задание: каждый из

присутствующих в группе писал на доске абсолютно любое английское слово, например, step, although, widened. Задача состояла в спонтанном построении рассказа на английском языке с постановкой в контекст слов с доски в том же порядке, без изменения их форм. Мы считаем, что данное упражнение позволяет объективно оценить не только уровень владения иностранным языком, но, прежде всего, лингвистическую креативность говорящего как способность продуцировать оригинальный текст.

Наблюдение за студентами на протяжении 10 лет позволяет нам сделать следующие неутешительные выводы. В начале проведения эксперимента (2002-2005 гг.) абсолютное большинство студентов уверенно справлялись с поставленной задачей, их рассказы отличались оригинальностью, интересными сюжетными линиями и переходами, применением неожиданных стилистических приемов. С 2005-2006 гг. качество рассказов стало стремительно падать, но самое интересное заключалось в том, что все больше и больше студентов стали испытывать затруднения в спонтанном сочинении рассказа и все чаще и чаще просили время на подготовку. С 2010 г. подавляющее количество студентов в группах оказались *неспособны* выполнить данное упражнение, причем проблема состояла не в их плохой языковой подготовке; отнюдь, многие из них достаточно уверено говорили на английском языке, а в *отсутствии идей* (как отмечали сами студенты: «Если вы сочините рассказ за меня, я легко его переведу, но сам/сама я этого сделать не могу, потому что у меня *не думается*»). Таким образом, мы наглядно наблюдаем ухудшение как лингвистической креативности, так и общей речевой культуры студентов.

Список литературы

1. Гилфорд Дж. Три стороны интеллекта: Психология мышления. М., 1965. С. 433–457.
2. Torrance E.P. Rewarding creative behavior. Prentice-Hall, 1965.
3. Дружинин В.Н. Психология общих способностей. СПб.: Издательство «Питер», 1999. 368 с.
4. Лук А.Н. Психология творчества. М.: Наука,1978. 127 с.
5. Дорфман Л.Я., Ковалева Г.В. Основные направления исследований креативности в науке и искусстве // Вопросы психологии. 1999. № 2. С. 101–106.
6. Холодная М.А. Психология интеллекта: Парадоксы исследования. 2-е изд., перераб. и доп. СПб.: Питер, 2002. 272 с.
7. Gardner H. Creative lives and creative works: a synthetic scientific approach // R. Sternberg, T. Tardiff (eds.) The nature of creativity. Cambridge: Cambridge Press, 1988. P. 298–324.

8. Тюленева Т.В. Формирование лингвистической креативности студентов неязыковых специальностей: дис. … канд. пед. наук: 13.00.01. Волгоград: ВГСПУ, 2012. 211 с.

9. Языковое сознание: как культура влияет на восприятие речи. Интервью с доктором филологических наук Е.Ф. Тарасовым. URL: https://scientificrussia.ru/articles/azykovoe-soznanie-kak-kultura-vliaet-na-vospriatie-reci-intervu-s-doktorom-filologiceskih-nauk-ef-tarasovym (дата обращения: 20.09.2022).

10. Гусева Е.Н. Формирование речевой культуры у студентов колледжа // Вестник ФГОУ ВПО МГАУ. 2014. № 1. С. 135–138.

11. Культура речи: Учеб. пособие / В.Д. Стариченок, И.П. Кудреватых, Л.Г. Рудь. Минск: Вышэйшая школа, 2015. 303 с.

КОММУНИКАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ СВЯЗИ ЛИЧНОСТИ С РОДИНОЙ

COMMUNICATION ASPECTS OF A PERSON'S CONNECTION TO HIS OR HER HOMELAND

В.П. Козырьков
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
V.P. Kozyrkov
Lobachevsky University

Родина рассматривается как сложное и многоуровневое явление. Выступая социокультурным выражением личности, она позволяет личности придать устойчивость активной взаимосвязи с обществом. Анализ приводит автора к выводу, что сложился новый уровень родины – коммуникационный. Современное проявление патриотизма во всем его многообразии невозможно без постоянной коммуникации.

Homeland is seen as a complex and multilayered phenomenon. As a socio-cultural expression of the individual, it allows the individual to give stability to an active relationship with society. The analysis leads the author to the conclusion that a new level of homeland – communicative – has emerged. The modern manifestation of patriotism in all its diversity is impossible without constant communication.

Ключевые слова: родина, уровни родины, патриотизм, социокультурная коммуникация, личность

Keywords: homeland, levels of homeland, patriotism, socio-cultural communication, personality

Патриотизм обычно определяется как любовь к родине. Но при этом не определяется, что такое родина и каков смысл любви в таком определении.

Родина рассматривается как жизненный мир личности, неотделимый от нее самой как внешне выраженная форма существования. С этой стороны родина тоже имеет сложное строение, уровни и социокультурные элементы которого могут вступать друг с другом в определенные конфликты. Чтобы их разрешить, человеку приходится *вступать в коммуникацию* по этому поводу с другими людьми. Ее специфика в том, что это преимущественно самокоммуникация (интимные элементы) и социальная коммуникация, ориентированная на выработку публичных связей и ценностей (символы, родная природа, национальная культура). Недавний опрос показал, что «для подавляющего большинства россиян – 84% – патриотизм означает “глубоко личное чувство”» [1, с. 87]. Теоретики на это редко обращают внимание. Родина представляется как явление социокультурно целое, не требующее коммуникации.

Ситуация изменилась, когда возникли сетевые сообщества и глобальная система коммуникаций на основе цифровых технологий. Они стали выдвигаться на передний план, потеснив традиционные элементы родины, связанные с политикой, культурой. Создалось даже представление, что родина исчезла, став идеологической конструкцией [2] или особым мифом [3]. Действительно, коммуникации и мобильность стали глобальными, когда человек «рождается в одном месте, вырастает в другом, женится (или выходит замуж) и обзаводится детьми в третьем» [4, с. 90]. Где тут родина? Но теоретическое обоснование утраты человеком родины натолкнулось на противоположные идеи. У. Бек говорит об «усилении роли локального», так как «глобализация предполагает не только де-локализацию, но и ре-локализацию» [4, с. 86, 87]. Глобализация не лишает человека родины, так как родина – это не только локальный феномен. Ее структура тоже глобализируется вместе с глобализацией общества и возникает ее новый уровень – коммуникационный. Отношения с родиной утрачивают статичный и прямолинейный характер. Например, россияне сидят в Брюсселе или Лондоне и посещают свою изначальную, историческую родину через глобальные коммуникационные сети. Кроме того, они не порывают связей со своей родной культурой, сохраняя ее в этнической диаспоре [5], в своих духовных предпочтениях в чужой стране, тоскуя по родине и находя ресурсы русской культуры в том же Интернете. Так формируется особая система социокультурной коммуникации, которая воспроизводит связь личности с родиной. Выскажу некоторые теоретические соображения об особенностях этой

системы коммуникаций и как сейчас изменяется ее структура, с точки зрения социологии культуры.

В новой ситуации патриотизм становится еще более сложным и противоречивым явлением, что отмечается в литературе [6, с. 6, 8 и др.]. Это не только любовь к родине, но и система особых знаний о родине, ее ценностях, представлениях о природе, традиционных нормах, особых умениях и важных исторических событиях, отличающих ее от других стран, социокультурных элементов, включая социальную практику. В своей совокупности они являются способом самоидентификации личности и основой его патриотического самоутверждения в социальном мире.

Кроме того, в новых условиях патриотизм утрачивает непротиворечивость и полноту *отношения личности к самой себе*, когда она представлена во внешне выраженном содержании родины: дом, семья, природная среда, этнос, культура. Их взаимосвязь может прерываться, так как элементы могут находиться в разных географических и социальных пространствах. К тому же их насильственный разрыв есть одно из самых страшных наказаний. Но поскольку родина как одна из сторон общества в его личностном выражении, то «конструируется» не только исторически, как это было традиционно, но и самим человеком как свободной индивидуальностью: через систему общей культуры, современной системы СМИ и глобальных коммуникаций. Последние позволяют конструировать содержание социокультурных элементов родины и тем самым создавать искусственный образ родины. В результате складывается противоречивая система коммуникаций с родиной, в которой феномен патриотизма изменяет свое содержание, утрачивая свой автохтонный характер. Или образ родины искажается и приобретает противоречивое толкование [7].

Эмоционально свое отношение к родине человек выражает наиболее глубокой эмоцией – эмоцией любви. Но это же отношение может быть источником ненависти, негодования, стыда, позора, жалости, нежности и других социальных чувств. И не только эмоций, но и социальных действий в форме защиты родины, служения ей, жертвы ради нее. Именно поэтому патриотизм есть глубоко личное чувство. В то же время постоянная коммуникация с родиной необходима человеку для воспроизводства самого себя, своей духовной структуры и укорененности в обществе. Но родина не только укореняет человека в обществе, но и позволяет ему отрываться от него, сохраняя свою свободу.

Другой коммуникационный аспект патриотизма: соотношение публичных и приватных элементов. Патриотизм зарождается как интимные, глубоко личные отношения: родные люди, родной язык, родной дом. Продолжается как

зарождающееся эстетическое чувство восхищения окружающей природой, которое является одновременно интимным и публичным. Затем появляется чувство родства с чужими людьми, которые говорят на том же языке, обитают в той же природной среде и являются носителями тех же культурных ценностей (земляки). Так постепенно появляется чувство родства со своим народом, которое уже имеет открытый для всех характер и выражается в выборе профессии, жизненного пути, в следовании определенным социальным идеалам. Как показывает современная история, далеко не всем удается сформировать такой глубоко эшелонированный патриотизм. Особенно тогда, когда определяющую роль начинают играть идеологизированные СМИ и коммуникации, начинает доминировать публичные уровни в патриотизме. Складываются и противоположные ситуации: отношения к родине в публичной форме могут вообще не проявляться, если они имеют устойчивый и гармоничный характер, формируемый достойной жизнью человека. В мирное и благодатное для жизни время вопрос, «Любите ли Вы свою родину?», вызовет просто недоумение, но это не значит, что человек не является патриотом в той или иной форме, так как человека вне родины и в постоянной коммуникации с ней не существует.

Диалог с родиной может прерваться, если любовь к родине проявляется *к самому чувству этой социальной любви*. Тогда это уже одна из форм отрицания патриотизма, а не его утверждения. Формой отрицания действительного патриотизма являются «квасной патриотизм», в котором восхищаются высотой своего чувства и красивыми фразами. Или «ура-патриотизм», выражающийся в безответственном отношении к безопасности родины лишь потому, что больше всего любят самих себя, а не родину. В настоящее время такой патриотизм трансформировался в национальный нарциссизм: в то, что традиционно называют национализмом или, в крайней своей деструктивной форме, нацизмом. В нацизме культивируют любовь к своей родине за счет уничтожения родины других людей.

Патриотизм во всей его многогранности, совокупности его традиционных и новых элементов невозможен без постоянной коммуникации. Это динамичное и развивающееся явление нельзя упрощать, поэтому выделяются разные ее формы: самокоммуникация, так как речь идет об отношении человека к самому себе; социокультурная коммуникация, поскольку родина имеет различные уровни; теоретическая коммуникация, без которой не будет адекватного понимания природы родины и будет невозможно противостоять различным деструктивным концепциям патриотизма.

Список литературы

1. Юревич А.В. Психологическая многогранность патриотизма // Психологический журнал. 2018. Т. 39. № 6. С. 86–94.
2. Сандомирская И. Книга о Родине. Опыт анализа дискурсивных практик. Вена, 2001. URL: http://yanko.lib.ru/books/cultur/sadomirskaya-rodina.htm (дата обращения: 30.05.2022).
3. Рзасой С.Г. Семиотическая мифологема «родина» // «Родина» как константа культуры: Международная научная очно-заочная конференция (Майкоп, 30 ноября – 2 декабря 2017 г.): Материалы конференции / Адыгейский государственный университет, Институт искусств. Майкоп: ЭлИТ, 2017. С. 128–133. URL: http://201824.selcdn.ru/elit-059/index.html (дата обращения: 30.05.2022).
4. Бек У. Что такое глобализация? Ошибки глобализма – ответы на глобализацию. М.: Прогресс–Традиция, 2001. 304 с.
5. Попков В.Д. Феномен этнических диаспор. М.: ИС РАН, 2003. 340 с.
6. Чикаева Т.А. Философское понимание Отечества: Монография. М: МХТИ, 2022. 124 с.
7. Образ Родины: содержание, формирование, актуализация: Материалы III Международной научной конференции. М.: МХПИ, 2019. 605 с.

ДИАГНОСТИКА КРЕАТИВНОСТИ ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ТРАЕКТОРИЙ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ

DIAGNOSIS OF CREATIVITY TO IDENTIFY INDIVIDUAL LEARNING TRAJECTORIES FOR STUDENTS

Е.В. Митягина
Вятский государственный университет, г. Киров
E.V. Mityagina
Vyatka State University, Kirov

Рассматривается методика определения уровня креативности студентов при помощи различных стандартных методик, а также описаны особенности проявлений креативности в цифровом следе. Сделан вывод, что уровень креативности можно определить исходя из цифрового следа личности. Креативные студенты имеют в социальных сетях больше друзей, чаще ставят лайки, пишут посты и делают репосты. У менее креативных студентов в подписках содержится несколько больше образовательного контента, у более креативных – опасного контента.

The article discusses the methodology for determining the level of creativity among students using various standard techniques, and also describes the features of creativity in the digital footprint. It is concluded that the level of creativity can be determined based on the digital footprint of the individual. Creative students have

more friends on social networks, more often put likes, write posts and make reposts. Less creative students have slightly more educational content in their subscriptions, while more creative students have dangerous content.

Ключевые слова: креативность, цифровой след, методики определения креативности
Keywords: creativity, digital footprint, methods for determining creativity

В 2021 г. в рамках программы «Приоритет-2030» по инициативе факультета социальных наук ННГУ им. Н.И. Лобачевского была создана лаборатория «Дизайн информации», одной из задач которой стала разработка комплексной программы исследования уровня креативности студентов на основе психологических, социологических, лингвистических и кросс-культурных методик, а также интеллектуального анализа пользовательских данных в социальных сетях. Задача была выдвинута руководством вуза с целью разработки методик рекрутинга креативных абитуриентов. Для решения этой задачи собрались специалисты из разных научных областей и организаций, в том числе Вятский государственный университет, Томский государственный университет, Высшая школа экономики, Белорусский государственный университет и автономная некоммерческая организация «Центр изучения и сетевого мониторинга молодежной среды» (г. Москва).

Основными этапами работы стали: 1. Систематизация подходов к понятию креативность; 2. Отбор оптимальных методик для её определения и тестирование студентов в социальной сети ВКонтакте; 3. Исследование особенностей проявления креативности в цифровом следе; 4. Разработка алгоритма поиска креативных студентов по цифровому следу.

Первый этап, систематизация подходов к креативности – это первая проблема, с которой сталкивается исследователь. Нашей группе удалось найти 105 дефиниций данного понятия и методик его тестирования. Ассоциативная теория определяет креативность как целенаправленную трансформацию проблемной ситуации в целом; экзистенциализм – как коммуникацию индивида с окружающей средой; в «теориях переноса» под креативностью понимается процесс переноса известных аналогов в новую ситуацию; бихевиоризм трактует креативность как биологическую функцию приспособления поведения к новым условиям посредством проб и ошибок; современные акмеологические исследования определяют креативность как акмеологический инвариант профессионализма, проявляющийся не только в высоком творческом потенциале, но и в специальных умениях нестандартно, но эффективно решать профессиональные задачи.

Сложность заключается еще и в том, что уровень креативности может зависеть от используемого теста. Так, в работе С.А. Корнилова [1] креативность измерялась с помощью двух заданий: написания творческого рассказа на заданную тему и придумывания креативных заголовков к комиксам. Оказалось, что корреляции между креативностью в том и другом случае не было. Следовательно, по одному тесту испытуемый может оказаться креативным, а по второму – нет.

Для решения проблемы множественности подходов было принято рассматривать креативность комплексно, то есть с точки зрения психологических, социологических, лингвистических и кросс-культурных методик. *На втором этапе работы* было подобрано *оптимальное*, с нашей точки зрения, *сочетание методик*: психологические (тест на мышление и креативность Дж. Брунера; тест на креативность К. Венкера; креативные тесты Ф. Вильямся, модифицированные Е.Е. Тупик); кросс-культурные (портретно-ценностный опросник Ш. Шварца в модификации В. Магуна и М. Руднева; методика креативности как гибкости категоризации Г. Триандиса), лингвистические (тест вербальной креативности С. Медника в адаптации А.Н. Воронина). Чтобы сравнить результаты методик, в каждой из них баллы были переведены в единую шкалу: низкий, средний и высокий уровень креативности. В силу ограниченности объема тезисов мы не приводим сноски на данные методики, так как их адаптированные варианты легко найти на просторах интернета по названиям.

Пилотажное исследование проводилось на платформе психологической диагностики «Фрейд» Университетского консорциума исследователей больших данных. Особенность заполнения – необходимость авторизации через социальную сеть ВКонтакте. После подписания пользовательского соглашения студент проходил тестирование, а исследователи получали id пользователя, что давало возможность сравнить результаты диагностики с цифровым следом человека в социальной сети. Мотивацией для участия в исследовании стало то обстоятельство, что после каждого теста студенты получали многосторонний анализ своих личностных особенностей.

В пилотажном исследовании приняли участие 152 студента из вышеперечисленных вузов, из которых более половины показали средний уровень креативности (52%). Процент студентов с высоким уровнем креативности – 41%, с низким – только 7% (см. рис. 1). Несмотря на пилотажный характер исследования, результаты удивляют и позволяют выдвинуть гипотезу для дальнейшей работы, что ввиду многообразия

возможностей современного цифрового мира, креативность является чертой молодого поколения.

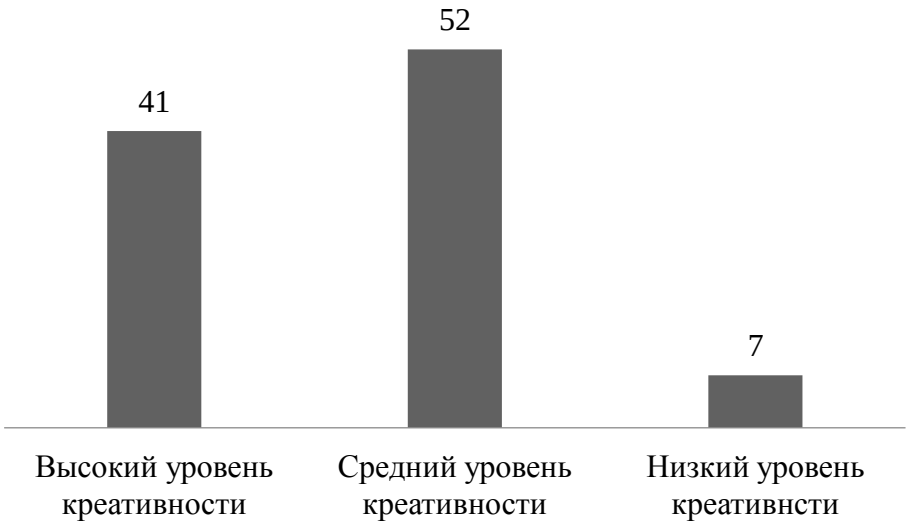


Рис. 1. Распределение студентов по уровню креативности в пилотной группе (N=152 чел.), %

Третьим этапом работы стало определение *зависимости цифровых следов от уровня креативности студентов.* В таблице 1 представлены предварительные результаты нашего анализа, позволяющие выдвинуть еще серию гипотез для дальнейшей работы. Существует множество вариантов анализа цифровых следов пользователей в зависимости от тех или иных показателей [2]. В данном исследовании особенности цифрового следа пользователя были разделены на две группы: подписки пользователя и особенности его профиля.

Нас интересовали подписки нескольких типов, в первую очередь, образовательные, которые противопоставлялись всем другим, чаще всего с развлекательным содержанием. Процент образовательных интересов в общем количестве подписок обычно невелик (до 10%). Причина в том, что студенты чаще используют социальную сеть ВКонтакте для общения и развлечения, а не для повышения интеллектуального уровня. В рамках данного исследования нам удалось выделить подписки на 11 типов сообществ, связанных с иностранными языками, философией, психологией, математикой, информатикой, физикой, химией. Интересно, но у студентов с низким уровнем креативности образовательного контента чуть больше (8,3%), чем у студентов с высоким и средним уровнями (по 5%).

В отдельную группу были выделены подписки, содержащие «опасный» контент. К данному виду информации можно отнести сообщества, связанные с преступлениями, ненавистью и агрессией, национализмом, оружием,

употреблением психоактивных веществ. Здесь различия не значительны, но несколько больше подобных подписок встречается у молодежи с высоким уровнем креативности (2,7%). У молодежи со средним и низким уровнями – 1,3% и 1,9% соответственно.

Второй блок анализа цифрового следа – это профиль пользователя. Здесь различия по уровням креативности более существенные. Чем выше уровень креативности, тем у пользователей больше друзей, тем чаще они пишут посты на своей стене, делают репосты, ставят лайки. Среднее количество знаков в постах у студентов с высоким уровнем креативности – 122, с низким уровнем – 26 (см. табл. 1).

Таблица 1

Особенности цифрового следа пользователей в зависимости от уровня креативности студентов

Цифровой след пользователя	*Уровень креативности*		
	Высокий	*Средний*	*Низкий*
Подписки пользователя			
% образовательных интересов в подписках	5,5%	5,1%	8,3%
% опасного контента в подписках	2,7%	1,3%	1,9%
Профиль пользователя			
Количество друзей	260	258	116
Количество постов на стене пользователя	42	19	5
Количество репостов на стене пользователя	83	59	19
Количество лайков на 1 пост	16	8	5
Количество лайков на 1 репост	5	1	2
Количество цитирований (среднее количество репостов на стены других пользователей)	0,42	0,16	0,02
Среднее количество знаков в постах	122	64	26

Данное исследование носило пилотажный характер и являлось подготовкой к более масштабному проекту, но его результаты позволяют сделать ряд выводов и выдвинуть гипотезы для дальнейшей работы. *Во-первых,* исследователям креативности, ввиду множественности подходов и методик её анализа, мы рекомендуем либо останавливаться на одном её виде, например, научная, творческая, цифровая, либо пытаться изучить проблему комплексно с точки зрения множества подходов. *Во-вторых,* креативность проявляется в цифровом следе личности, и можно сделать предположение, что, если вуз заинтересован в привлечении креативных студентов, их можно выявить в социальных сетях, не прибегая к многочисленным тестированиям. При этом, *в-третьих,* перед тем, как произносить громкие лозунги, что нам нужны

креативные студенты, стоит задуматься – мечта или беда такие студенты для современного вуза, ведь у креативных в подписках больше опасного контента, а у не креативных – образовательного.

Список литературы

1. Корнилов С.А. Вербальный интеллект и вербальная креативность как предикторы успешности обучения // Психология XXI века: Материалы научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. СПб., 2008. С. 331–333.
2. Исакова И.А. Возможности оценки креативности по цифровым следам // Большие данные и проблемы общества: Сборник статей по результатам Международной научной конференции (Киров, 19–20 мая 2022). Томск: Издательство Томского государственного университета, 2022. С. 75–79.

НАУЧНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК УСЛОВИЕ СТАНОВЛЕНИЯ МОЛОДОГО УЧЕНОГО

SCIENTIFIC COMMUNICATION AS A CONDITION FOR THE FORMATION OF A YOUNG SCIENTIST

А.О. Овчаров, Т.Н. Овчарова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
A.O. Ovcharov, T.N. Ovcharova
Lobachevsky University

Анализируется значение внутренней и внешней научной коммуникации в становлении молодого ученого, в формировании его исследовательских и управленческих компетенций.

The importance of internal and external scientific communication in the formation of a young scientist, in the formation of his research and managerial competencies is analyzed.

Ключевые слова: молодой ученый, научная коммуникация, коммуникация в науке, инновация, молодежное научное лидерство, компетенции

Keywords: young scientist, scientific communication, communication in science, innovation, youth scientific leadership, competencies

Информационное общество может существовать в условиях, когда наука играет главенствующую роль в разных сферах общественной жизни. Определяющая роль знаний обусловливает и приоритетную роль ученых в

обществе, делает задачей государственной важности подготовку научных кадров в условиях нарастающей технологической, экономической конкуренции. Уровень подготовки научных работников, их профессиональные компетенции должны отвечать новым вызовам, обеспечивать способность к производству новых знаний, их практическому применению. В этих условиях анализ профессионального становления молодых ученых, который осуществляется, прежде всего, в аспирантуре как основной форме подготовки нового поколения исследователей, приобретает актуальное значение. Среди условий, способствующих становлению молодого ученого, особую значимость имеет коммуникация, осуществляемая как в традиционных формах, так и через современные информационно-коммуникационные технологии (ИКТ).

Молодые ученые как социально-профессиональная группа включает работников образовательной или научной организации, к ним относятся: аспиранты, соискатели, кандидаты наук до 35 лет или доктора наук до 40 лет, молодые преподаватели и исследователи без ученой степени до 30 лет [1, с. 102]. Профессиональное становление молодого ученого начинается в вузе. Через образовательную систему осуществляется воспроизводство научного потенциала страны, будущий молодой ученый проходит путь профессионального становления от студента, проявляющего склонность к научно-исследовательской и проектной работе, через магистратуру, аспирантуру к получению ученой степени, обретению статуса научного сотрудника, исследователя, преподавателя высшей школы. Вхождение молодого исследователя в научное сообщество имеет свои особенности, которые проявляются уже на этапе обучения в аспирантуре. Становление молодого ученого связано с приобретением необходимых навыков и методов научно-исследовательской деятельности, развитием способностей к инновационной деятельности, формированием таких качеств, как творчество, креативность. В информационном обществе среди всех условий, способствующих становлению молодого ученого, владение разнообразными видами коммуникации становится, если не определяющим, то одним из тех, что обеспечивает успех вхождения в профессиональное сообщество.

Любой начинающий исследователь, вступая в мир науки, застает сложившейся систему коммуникаций, которая является условием формирования его профессиональных и личных качеств, способом его социализации. Мы разделяем точку зрения, согласно которой научная коммуникация может иметь две разновидности: внутренние и внешние научные коммуникации [2, с. 397]. Внутренние научные коммуникации характеризуют процессы формального и неформального взаимодействия среди ученых в рамках научного сообщества.

Они формируются как через непосредственные связи ученых – научные дискуссии, выступления на семинарах, конференциях, так и опосредованные – публикации в журналах, издание монографий, сборников. Внешние научные коммуникации характеризует процессы взаимодействия науки и общества, связаны с продвижением научных идей за пределы научного сообщества, трансляцией научных идей в массовое сознание, популяризацией научных результатов. В условиях инновационности в содержание понятия «научная коммуникация» нередко включают и коммуникацию науки с представителями власти, бизнеса, потенциальными потребителями научного продукта. Есть рациональный смысл в том, чтобы закрепить понятие «научная коммуникация» за внешним аспектом коммуникационного процесса, а для внутреннего аспекта использовать понятие «коммуникация в науке», как это встречаем в ряде публикаций, в частности [3].

Для начинающего ученого одной из проблем внутренней коммуникации является проблема опубликования результатов исследования в научных изданиях, имеющих высокий рейтинг. Без размещения информации о своем исследовании в высокорейтинговых журналах трудно рассчитывать на признание среди ученых, а также на финансовую поддержку проводимого исследования со стороны государственных структур (в форме премий, грантов). Несмотря на то, что в ряде издаваемых в России журналах есть специальные рубрики для публикаций молодых ученых, проникновение рыночных отношений в сферу науки и образования привело к коммерциализации коммуникативного пространства, включая плату за публикации, за доступ к информации. Обмен информацией, который когда-то был в целях достижения истины как общественной ценности, сегодня перестает быть бескорыстным и следует принципу: «покупайте и пользуйтесь!». Коммерциализация научных публикаций ограничивает возможности коммуницирования для молодых ученых, негативно сказывается на качестве публикаций, их эпистемологических характеристиках, а также затрудняет общественное признание результатов исследований молодого ученого. О важности научной общественности для творчества ученого на примере М.В. Ломоносова писал П.Л. Капица. Работы Ломоносова не получали долгое время признания, потому что «в стране не было тогда своей научной общественности. Отсутствие здорового критического коллектива затрудняло Ломоносову возможность видеть, где он шел в своих исканиях правильным путем и где он ошибался. Поэтому Ломоносов не мог проявить полную силу своего гения» [4, с. 340–341]. Коммуникация, основанная на сотрудничестве с коллегами, конструктивной критике и поддержке,

мотивирует молодых людей к высокопроизводительному, творческому труду, является стимулом для активации их исследовательского потенциала.

Для инновационной экономики важен тип специалиста, который занимается не только научными исследованиями, но и коммерциализацией результатов этих исследований, то есть вступает во внешние научные коммуникации. Задача подготовки таких специалистов порождает ряд вопросов, и в частности: готов и должен ли аспирант, молодой кандидат наук быть активным инноватором, продвигать свой научный результат на рынок? Однозначного ответа на этот вопрос нет. Внедрение рыночных отношений в сферу науки и образования привело к формированию новых подходов к управлению научными исследованиями (new public management, NPM), основанных на принципах эффективности и конкурентоспособности. Обучение менеджера по инновациям, руководствующегося принципом быстрой и эффективной коммерциализации научной идеи, и подготовка ученого-исследователя, который является творцом нового знания, – две социально значимых задачи, решение каждой имеет свою специфику. Совмещение в одном человеке исследователя и управленца вряд ли можно оценить как оптимальный вариант качественной подготовки специалиста. Хотя знакомство с основами инновационной грамотности для молодого исследователя, чтобы стимулировать его видение практического применения научного результата, будет не лишним.

И в заключении, о тезисе, сформулированном автором статьи, в которой рассмотрена связь проблемы молодежи в науке с проблематикой молодежного научного лидерства [5]. С.В. Пирожкова указывает на объективные причины, которые не позволяют «молодому ученому стать лидером в своей области». Это обусловлено, прежде всего, длительным формированием когнитивных, специфически исследовательских компетенций, которые и являются ядром научного лидерства. Но отдельные компетенции, определяющие личностное развитие, научно-организационную деятельность и внутринаучную коммуникацию, формируются раньше и быстрее когнитивных, и именно они могут стать основой локального или потенциального лидерства [5, с. 77–78]. Обретая лидерский уровень в отношении организационных, коммуникационных компетенций, определяющих личностный рост, ученый может в перспективе стать не просто ученым-организатором, как справедливо замечает С.В. Пирожкова, но и допускаем, что в соответствии с вызовами времени – менеджером по инновациям, а впоследствии – и управленческим лидером. Таким образом, коммуникации в науке и научные коммуникации, дополняя друг друга, выступают условием подготовки научных кадров, обладающих набором

не только специфических для исследовательской сферы компетенций, но и базовых управленческих навыков.

Список литературы

1. Иванченко О.С. Молодые ученые в России и проблемы их профессионализации в научно-исследовательском дискурсе // Гуманитарий юга России. 2020. Т. 9 (46). № 6. С. 99–110.

2. Покотыло М.В. Внутренние научные коммуникации в России: проблемы и перспективы развития // Мир науки, культуры, образования. 2019. № 1 (74). С. 397–399.

3. Шиповалова Л.В. Научная коммуникация и образование будущего учёного. К вопросу о преподавании истории и философии науки в вузе // Высшее образование в России. 2019. Т. 28. № 6. С. 115–127.

4. Капица П.Л. Эксперимент. Теория. Практика. Статьи и выступления. 4-е изд., испр. и доп. М.: Наука. 1987. 496 с.

5. Пирожкова С.В. Научное лидерство и позиция молодого ученого в социальной иерархии исследовательских коллективов // Цифровой ученый: лаборатория философа. 2021. Т. 4. № 3. С. 66–81.

ИСТОЧНИКИ ФОРМИРОВАНИЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ О НАУКЕ*

SOURCES OF FORMATION OF MODERN YOUTH'S CONCEPTUALIZATION ABOUT SCIENCE

М.В. Прохорова, Е.С. Плотникова, А.В. Савичева, Л.А. Козлова
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
M.V. Prokhorova, E.S. Plotnikova, A.V. Savicheva, L.A. Kozlova
Lobachevsky University

Установлено, что ключевыми источниками формирования представлений студентов и аспирантов о науке являются онлайн ресурсы, достоверность и надёжность которых не прогнозируема: Интернет СМИ, социальные сети и кроссплатформы, блоги и видеоканалы. Ограниченная часть молодёжи узнает о научных достижениях из профильных изданий и организаций или непосредственно от учёных.

It is elicited that key sources of formation of the students' and postgraduates' conceptualization about science are online resources, the credibility and reliability of which is not predictable: Internet media, social networks and cross-platforms, blogs

* При поддержке Программы стратегического академического лидерства «Приоритет 2030» Министерства науки и высшего образования Российской Федерации.

and video channels. A limited part of young people learn about scientific achievements from specialized publications and organizations or directly from scientists.

Ключевые слова: представления о науке, информация о науке, современная молодёжь, научные достижения, научная деятельность

Keywords: conceptualization about science, information about science, modern youth, scientific achievements, scientific activity

Введение

В настоящее время происходит глобальная трансформация в сфере молодежных коммуникаций. По данным опроса ВЦИОМ, молодые люди предпочитают получать новостную информацию в социальных сетях и мессенджерах [1]. В онлайн ресурсах все чаще встречается дезинформация, публикуются «фейковые новости», осуществляется манипулирование сознанием читателя [2]. Получаемая из социальных сетей информация влияет на картину мира молодежи. Представляется важным и интересным выявить основные источники формирования представлений молодёжи о науке и научных достижениях.

Дизайн исследования

Выборка исследования. 768 студентов и 20 аспирантов, обучающихся в 6 российских вузах, находящихся на территории 5 субъектов РФ, приняли участие в исследовании. Средний возраст участников исследования составил 21 год. Среди респондентов 533 девушки и 255 юношей. *Сбор данных* осуществлялся с помощью авторской анкеты, в которую наряду с вопросами, направленными на получение общих сведений о респондентах, входили задания, позволяющие выявить интерес отвечающих к современной науке, источники информации о науке и научных достижениях, степень знакомства с работой учёных. *Обработка данных* производилась с помощью методов описательной статистики и критерия Пирсона, χ^2.

Результаты и их обсуждение

Б*о*льшая часть студентов и аспирантов проявляют интерес к достижениям современной науки (рис. 1). Однако преобладание сильно и умеренно интересующихся научными достижениями молодых людей над теми, кому это не свойственно, не является весомым. Применение таблиц сопряжённости позволило установить достоверно значимые различия между всеми четырьмя группами респондентов (p=0.000).

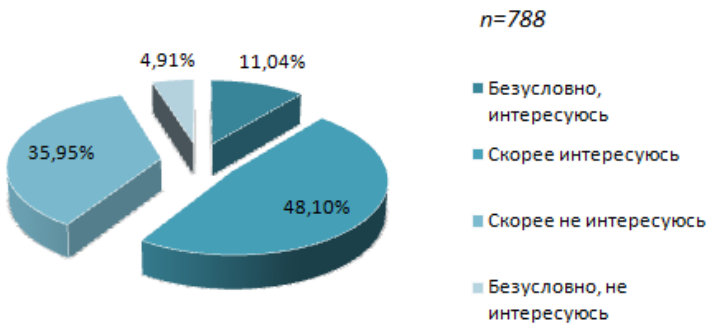


Рис. 1. Уровень интереса современной молодёжи к науке

Ответы на следующий вопрос помогли выявить каналы получения информации о науке и научных достижениях. К обозначенным в утверждениях 5 вариантам добавились ещё два, которые респонденты указали, давая ответы в свободной форме (рис. 2). Одна из формулировок «социальные сети» была расширена за счёт добавления «кроссплатформы», под которой подразумевается Telegram.

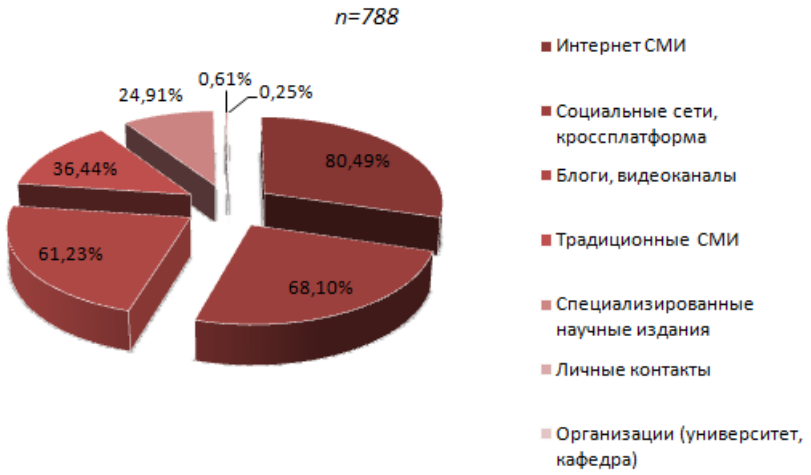


Рис. 2. Источники информации представлений современной молодёжи о научных достижениях

Основными источниками получения информации о науке выступают Интернет СМИ; на втором уровне следуют (p=0.000) социальные сети и кроссплатформы; третий уровень (p=0.004) образуют блоги и видеоканалы; далее следуют традиционные СМИ (p=0.000). И только на пятом уровне появляются специализированные издания (p=0.000), доля которых составляет около четверти от всех информационных каналов. Шестой уровень образуют две группы источников, которые связаны с личным общением (p=0.000): личные контакты (с друзьями, родными) и взаимодействия внутри образовательной/

научной организации (университет, кафедры). Достоверно значимых различий между последними двумя группами не выявлено (p=0.256). Таким образом, студенты и аспиранты, обучаясь в вузах, основную часть информации о науке и научных достижениях получают из популярных источников, которые представлены в онлайн среде. Об уровне надёжности и достоверности таких информационных каналов судить трудно.

Несмотря на то, что все респонденты обучаются в вузах, в которых активно проводится научная работа, большинство студентов и аспирантов с нею не знакомы (рис. 3).

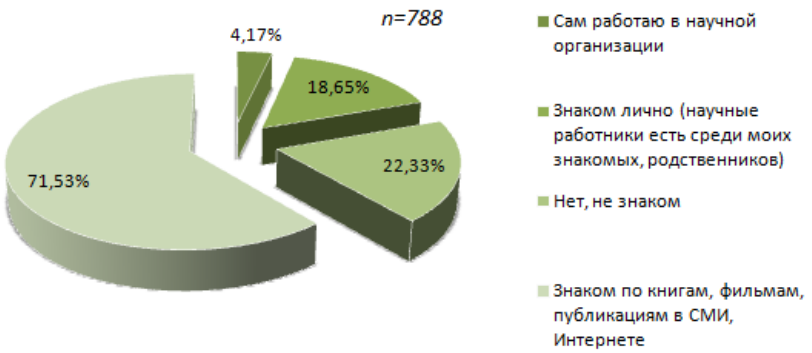


Рис. 3. Источники получения информации о работе учёных

Основным источником, благодаря которому современная молодёжь, обучающаяся в вузе, знакомится с работой учёных, выступает публицистика, представленная в оффлайн и онлайн форматах. Более печальная картина складывается на втором по значимости уровне (p=0.000). Почти четверть молодых людей не имеют и вовсе представления о работе учёных. На третьем уровне следует группа респондентов, которые лично знакомы с учёными и их работой (p=0.000). Чуть более 4% респондентов являются сотрудниками научной организации.

Полученные в эмпирическом исследовании результаты выявили острый недостаток надёжной и достоверной информации у современной молодёжи о научных достижениях и работе учёных и обозначили одновременно огромный потенциал для освещения этих направлений, в том числе путём выбора и развития тех информационных каналов, которые наиболее востребованы студентами и аспирантами. К числу таких решений относится ведение групп в социальных сетях, интерактивные круглые столы и онлайн консультации. Все перечисленные инструменты используются при информировании абитуриентов и студентов факультета социальных наук Университета Лобачевского об организационной психологии [1].

Выводы и рекомендации

Бóльшая часть студентов и аспирантов проявляет интерес к достижениям науки, однако значима доля молодых респондентов, которые не интересуются этим направлением. Ключевыми источниками для формирования представлений молодёжи о науке являются онлайн ресурсы, достоверность и надёжность которых не прогнозируема: Интернет СМИ, социальные сети и кроссплатформы, блоги и видеоканалы. Только четверть студентов и аспирантов узнают о научных достижениях из профильных изданий, научных учреждений или непосредственно от учёных. Студенты и аспиранты в своём большинстве формируют свои представления о работе учёных на основе популярных источников, а не в ходе взаимодействия со своими преподавателями, научными руководителями или выполнения научно-исследовательской работы. Для вовлечения молодых людей в научно-исследовательскую деятельность необходимо усилить их обеспечение достоверной и надёжной информацией, используя наиболее востребованные современной молодёжью информационные каналы.

Список литературы

1. Медиапотребление и активность в интернете // ВЦИОМ. 2021. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotreblenie-i-aktivnost-v-internete (дата обращения: 10.05.2022).

2. Михеев Е.А., Нестик Т.А. Дезинформация в социальных сетях: состояние и перспективы психологических исследований // Социальная психология и общество. 2018. Т. 9. № 2. С. 5–20.

3. Организационная психология. Магистратура. URL: https://m.vk.com/organizationalpsychology (дата обращения: 10.05.2022).

ПРОБЛЕМЫ АКАДЕМИЧЕСКОЙ ГРАМОТНОСТИ СТУДЕНТОВ В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ

PROBLEMS OF ACADEMIC LITERACY OF STUDENTS IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION OF EDUCATION

М.Л. Теодорович, Н.Н. Патокина
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
Н.В. Шангин
Нижегородский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации; Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
M.L. Teodorovich, N.N. Patokina
Lobachevsky University
N.V. Shangin
Nizhny Novgorod Institute of Management – branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; Lobachevsky University

На материале студенческих выпускных работ рассматриваются проблемы, связанные с академической грамотностью студентов бакалавриата, проходивших обучение в условиях усиливающейся цифровизации образования.

In the article problems associated with the academic literacy of undergraduate students who were trained in the context of increasing digitalization of education are considered on the material of student graduation papers.

Ключевые слова: академическая грамотность, цифровизация образования
Keywords: academic literacy, digitalization of education

Изначально в России понятие академической грамотности было связано с преподаванием ряда предметов на английском языке и повышением компетенций студентов, связанных с написанием работ на иностранных языках [1]. В дальнейшем сформировалась отдельная учебная дисциплина, которая преподавалась в магистратуре, а также в рамках образовательных программ бакалавриата. Вместе с такими трансформациями изменялось и содержание дисциплины. Если вначале внимание уделялось исключительно аспектам, связанным со спецификой написания научного текста [2], то в более поздних работах появляются главы, посвященные написанию грамотного текста в целом (например, грамотным использованием глаголов и местоимений, правилами

синтаксиса) [3]. Такое расширение позволяет выделить три измерения академической грамотности: операциональное, культурное и критическое. В рамках этих измерений были выработаны конкретные критерии, которые позволяют оценить степень академической грамотности автора и выявить направления ее совершенствования. Эти критерии включают: наличие всех структурных элементов текста; логичность и четкость структуры текста в целом; выдерживание структуры абзаца; грамотность письменной речи; понимание предмета изучения и погруженность в актуальные исследования, связанные с предметом; корректное использование терминов, теорий и эмпирических данных; понимание целевой аудитории текста; использование научного стиля письма; наличие объективной аргументированной авторской позиции; прозрачность и предметность аргументации [4].

Академическая грамотность студента формируется не только в рамках специализированных курсов, но и в течение всего процесса обучения. Соответственно, изменения, происходящие в образовании, сказываются на степени успешности усвоения академической грамотности. Одним из главных трендов в современном высшем образовании становится его цифровизация. Под цифровизацией образования в данном случае понимается внедрение в образовательные процессы дистанционных образовательных технологий и других элементов электронного обучения [5]. Цифровизация образования, которая предполагала, с одной стороны, снижение издержек и повышение производительности в учреждениях высшего образования, а с другой – повышение доступности образования [6], имело ряд других последствий, которые не были спрогнозированы [7]. Кроме того, вынужденное ускорение внедрения дистанционных образовательных технологий в 2020 г. способствовало появлению дополнительных проблем [8]. Влияние цифровизации на академическую грамотность студентов пока недостаточно изучено, что открывает большие перспективы для исследователей. Важно отметить, что этот процесс стоит рассматривать как часть системного кризиса современного образования [9], который включает в себя также межпоколенческий разрыв и внутрипоколенческий раскол, трансформацию преподавания в рамках школы, кризис текстовой культуры, появление альтернативных форм образования, изменение образовательных установок студентов, изменение баланса власти внутри вузов, распространение новой этики. Одним из последствий такого кризиса становится формализация, обеднение языка. Язык из целостного феномена, который описывает сложную реальность жизненного мира, превращается в набор слабосвязанных между собой сленгов, которые описывают отдельные части этой реальности.

Формирующиеся сленги работают лишь в специфических ситуациях и не позволяют использовать расширение одного из них для повышения языкового разнообразия других. Это не может не сказываться на семантическом единстве и структуре языка и восприятия мира, что важно не только для исследователя, но и для любого человека.

В рамках нашего исследования были проанализированы ранние версии выпускных квалификационных работ студентов бакалавриата Нижегородского института управления – филиала РАНХиГС в 2022 г. (15 работ, 23 материала). Нас интересовали первые версии текстов, которые позволяют увидеть изначальное видение текста студентами. Важным представляется, что данная группа студентов в течение трех курсов из четырех проходила обучение в частично дистанционном формате. Это позволяет сделать вывод о значительном влиянии на них процессов, связанных с цифровизацией образования. В работах выявлены недостатки по всем измерениям академической грамотности. Нарушения, касающиеся всех структурных элементов текста, касались в первую очередь введения и подведения итогов в рамках параграфа и главы. Внутри абзаца могла нарушаться смысловая структура, что выражалось либо в объединении разнородных идей, либо, наоборот, в разнесении одной и той же идеи на несколько абзацев без необходимости. Грамматические и синтаксические ошибки тоже довольно широко распространены. Недостаточная погруженность в актуальные исследования, связанные с предметом, а также недостаточное использование теоретических источников, в первую очередь, современных. Не всегда корректное использование терминов, теорий и эмпирических данных. Переход от научного стиля письма к публицистическому, в том числе в рамках одного абзаца. Недостаточная четкость выражения объективной аргументированной авторской позиции. Использование декларативных утверждений вместо прозрачной и предметной аргументации. В процессе работы над выпускными квалификационными работами под руководством научных руководителей практически все ошибки были устранены. Существенно, что в результате работы с научным руководителем происходит приобщение к данному языку, но не его полноценное усвоение. Можно предположить, что такой формат взаимодействия способствует написанию работ, но не формированию исследователя как автономного создателя текстов.

Цифровизация образования, по нашему мнению, оказывает многоплановое влияние на академическую грамотность студентов. Так, работа с текстовыми редакторами снижает требования к собственной грамотности у студентов, поскольку текстовый редактор выделит ошибки, предложит правильный вариант написания. Кроме того, цифровизация образования предполагает большее

разнообразие видов предлагаемого контента, что способствует привычке к быстрому переключению внимания и препятствует развитию навыка долгой работы с текстами других авторов, а в итоге и со своим. Легкий доступ к интернет-ресурсам предоставляет возможность достаточно быстро найти подходящий, с точки зрения студента, текст и выдать его за свой, стимулируя отказ от самостоятельной работы по формализации идей и представлений. Применение для контроля системы «Антиплагиат» в данном случае не решает проблему, так как проверка большого количества работ требует неприемлемо значительного времени, а самопроверка может быть проведена с использованием технологий повышения оригинальности текста или имитирована. Помимо этого, возможность быстро найти значительное количество в той или иной степени релевантных текстов может приводить к использованию для выполнения задания не наиболее подходящих материалов, а тех, которые попались раньше других. С этим связан и еще один аспект: снижается качество работы с источниками, что негативно сказывается на погруженности в предмет исследования. Снижение способности к достижению необходимой научности языка – ещё одно из негативных последствий цифровизации образования. Без долгой и вдумчивой работы над текстами невозможно полноценное усвоение терминологии, профессионального взгляда на объект. Наконец, деградирует качество самого языка – возможность мгновенного и ситуативного доступа к специализированным ресурсам, таким как словарь синонимов, электронный переводчик, снижает потребность в запоминании слов и обогащении собственного языка.

Фиксация отмеченных негативных явлений и проекций цифровизации образования рассматривается в качестве первого этапа работы над преодолением недостатков системы обучения в рамках получения высшего образования в современных условиях. Следующим, по нашему мнению, должна стать реализация более масштабного исследования, которое включало бы не только анализ работ, но и проведение социологического исследования среди самих студентов разных направлений подготовки из различных вузов. По итогам этого исследования возможна разработка проекта повышения академической грамотности студентов, который будет учитывать специфику подготовки при тиражировании практик в различных вузах, возможно, выявить основания и направления проведения аналогичной работы и на этапах среднего и среднего специального образования.

Список литературы

1. Смирнова Н.В. Академическая грамотность и письмо в вузе: от теории к практике // Высшее образование в России. 2015. № 6. С. 58–64.

2. Ярская-Смирнова Е.Р. Создание академического текста: Учеб. пособие для студентов и преподавателей вузов. М.: ООО «Вариант»: ЦСПГИ, 2013. 156 с.

3. Короткина И.Б. Академическое письмо: процесс, продукт и практика: Учеб. пособие для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2022. 295 с.

4. Короткина И.Б. Оценка академического и научного текста в трех измерениях академической грамотности // Ценности и смыслы. 2017. № 6 (52). С. 109–126.

5. Логинова А.С., Одинокова А.В., Гаврилова В.Е. Внедрение цифровых технологий в образовательные процессы: теория и практика // Вестник ВГУ. Серия: Право. 2020. № 4 (43). С. 317–329.

6. Боуэн Уильям Г. Высшее образование в цифровую эпоху. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. 224 с.

7. Минина В.Н. Цифровизация высшего образования и ее социальные результаты // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2020. № 1. С. 84–101.

8. Стариченко Б.Е. Цифровизация образования: реалии и проблемы // Педагогическое образование в России. 2020. № 4. С. 16–26.

9. Радаев В. Преподавание в кризисе. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2022. 200 с.

ВЫСТУПЛЕНИЯ

ДОВЕРИЕ В СИТУАЦИИ НЕОПРЕДЕЛЁННОСТИ
TRUST IN A SITUATION OF UNCERTAINTY

Е.Н. Башук, Н.М. Кузнецова, А.В. Орлов
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
E.N. Bashuk, N.M. Kuznetsova, A.V. Orlov
Lobachevsky University

Рассмотрено проявление доверия людей в контексте неопределённости ситуации в стране. Изучены корреляции доверия личности к себе, к миру, к другим людям, а также к различным субъектам экономической деятельности. Установлена взаимосвязь недоверия личности к миру и выраженности ощущения неопределённости.

The paper considers the manifestation of people's trust in the context of the uncertainty of the situation in the country. Correlations of personal trust in oneself, in the world, in other people, as well as in various subjects of economic activity have been studied. The relationship between the individual's distrust of the world and the severity of the feeling of uncertainty is established.

Ключевые слова: доверие, ощущение неопределённости, субъекты экономической деятельности

Keywords: trust, feeling of uncertainty, subjects of economic activity

В последнее время значительный интерес в отечественной науке уделяется проблемам доверия [1]. Это связано с увеличением кризисных явлений в обществе, возрастанию общей напряжённости. Доверие составляет важный момент социального и организационного взаимодействия, функционирования общества в целом. В нашем обществе отмечается дефицит доверия [2], поэтому исследования, посвящённые теме доверия/ недоверия в социальных, экономических и организационных отношениях, являются актуальными.

Особое значение имеет доверие при неопределённости. Неопределённость – это ситуация неполноты или недостоверности информации. Неопределённость среды повышает вероятность рисков сделать ошибку: принять неверные решения или совершить неправильные действия. Современная социальная ситуация в стране и мире характеризуется высокой степенью неопределённости [3]. В этой ситуации меняется отношение людей к различным социальным и экономическим институтам.

В данном исследовании мы изучали взаимосвязь доверия личности к себе, к миру и к другим людям с их доверием к различным субъектам экономической деятельности в контексте восприятия неопределённости житейской ситуации. Исследование проводилось на группе респондентов, работающих в различных организациях, отобранных случайным образом. В исследовании принимали участие 132 человека, в том числе 73 женщины и 59 мужчин. Опрос проводился в марте-апреле 2021 г., во время второй волны пандемии COVID-19, отличающейся высокой степенью неопределённости. Респондентам был задан вопрос, «Как Вы воспринимаете текущую ситуацию в стране?». Варианты ответов: а) ситуация неопределённая, б) ситуация скорее неопределённая, чем определённая, в) трудно сказать, г) ситуация скорее определённая, чем неопределённая, д) ситуация вполне определённая. Отвечая на вопрос 27 человек (20%) назвали текущую ситуацию неопределённой, 53 человека (40%) – скорее неопределённой, чем определённой, 30 человек (23%) – скорее определённой, чем неопределённой, 10 человек (8%) – как определённой, и 12 человек затруднились с ответом. Таким образом, большинство респондентов воспринимали ситуацию в стране как неопределённую или скорее как неопределённую.

В соответствии с характером ответов были сформированы две группы респондентов: 1) воспринимающие ситуацию в стране как неопределённую или скорее как неопределённую (80 человек), и 2) воспринимающие ситуацию в стране как определённую или скорее как определённую (40 человек). Между группами провели анализ различий выраженности у них доверия к себе, другим людям, а также к различным субъектам экономической деятельности. Анализ различий осуществлялся с помощью непараметрического критерия U Манна-Уитни. Провели корреляционный анализ и по Ч. Спирмену.

Для оценки доверия использовались опросник «Доверие/недоверие личности миру, другим людям, себе» А.Б. Купрейченко [4] и методика А.В. Орлова «Доверие субъектам экономической деятельности». Методика А.Б. Купрейченко предназначена для изучения доверия личности миру, себе, другим людям как взаимосвязанным феноменам.

Методика «Доверие субъектам экономической деятельности» (ДСЭД) разработана А.В. Орловым для оценки установок доверия/недоверия личности к деньгам, институтам и субъектам экономической жизни общества, в том числе к самому себе как принимающему экономические решения. Под институтами в данном случае понимается элемент социальной структуры и регулирования общественной жизни – совокупность учреждений, норм, ценностей, культурных образцов, устойчивых форм поведения. В методике, помимо денег, к

экономическим институтам относятся структуры, реализующие экономическую политику, бизнес-организации. Кроме того как субъекты, принимающие экономические решения и в отношении которых определяется доверие, в методике указаны: сам респондент как лицо, принимающее экономические решения о покупках и вложениях средств; организация (руководство), где работает респондент, коллеги по работе (учёбе); население и общественные институты. Методика позволяет дифференцировать отношение респондентов к различным экономическим субъектам на основе доверия или недоверия.

Результаты опросов показали средний уровень доверия у большинства респондентов. Достоверных различий в проявлениях различных форм доверия между группами, отличающимися восприятием неопределённости ситуации, не установлено. Среднегрупповые значения по методике А.Б. Купрейченко соответствовали статистической норме. Респонденты демонстрировали скорее доверие, чем недоверие другим людям, а также доверие себе в умении делать оценки и прогнозы, а также строить взаимоотношения с другими людьми.

Анализ данных по методике «Доверие субъектам экономической деятельности» показал различное отношение респондентов к разным объектам оценки. К большинству социальных и экономических субъектов доверие не высокое, скорее, неопределённое. Баллы от –1 до +1 указывают на неоднозначную позицию. Доверие к своим организациям у респондентов, как первой, так и второй групп, положительное. То есть они чувствуют себя более-менее уверено в тех компаниях, в которых они работают. Это касается стратегии организации, с точки зрения экономического развития, управленческих решений, которые принимаются для развития компании. Работники в целом доверяют сотрудникам компании, людям, с которыми они работают, в том числе руководителям. Можно отметить высокую степень доверия людей себе как лицам, принимающим экономические решения.

Мы провели корреляционный анализ для изучения взаимосвязи ощущения неопределённости с проявлениями доверия. Корреляционный анализ проводился на общей группе респондентов. Установлена достоверная положительная корреляция (0,39) между показателем по методике А.Б. Купрейченко «Недоверие миру» и оценками респондентов неопределённости ситуации в стране. Она говорит о том, что, чем выше недоверие миру как личностная характеристика, тем больше ощущение неопределённости у респондентов.

Нами исследовались и взаимосвязи доверия/ недоверия личности себе, миру и другим людям с доверием к различным общественным и экономическим институтам, а также к субъектам, принимающим экономические решения. Установлены достоверные корреляции между доверием личности себе в целом и

доверием себе как субъекту, принимающему экономические решения. Корреляции положительные (0,44-0,48). Они указывают на то, что восприятие себя как субъекта экономических решений базируется на общем отношении к себе. Если человек доверяет себе в целом, то он доверяет и по экономическим вопросам.

Доверие личности другим людям коррелирует с отношением к руководству своей организации в части принятия им управленческих решений (0,34) и определении политики экономического развития (0,32). Данные взаимосвязи указывают на обусловленность отношения работников к руководству компании их личностными склонностями по доверию другим людям. Чем больше у индивида доверие к людям как личностная характеристика, тем больше у него доверие к руководству организации в решении экономических проблем.

Недоверие к миру как личностная характеристика связано отрицательными корреляциями с доверием различными субъектами экономики: правительству Российской Федерации (-0,35), крупным российским банкам (-0,41), крупному, среднему и малому частному бизнесу (-0,43 – -0,45), индивидуальным предпринимателям (-0,33), общественным организациям (-0,34), высшему руководству своей организации как фактору её экономического развития (-0,42). Данные корреляции указывают на значимость личностного фактора недоверия миру в формировании отношения к различным субъектам экономической политики как на макроуровне, та и на уровне отдельной организации. Чем больше недоверие миру, тем хуже восприятие социально-экономической ситуации и тех агентов, которые призваны её изменить.

В целом проведённое исследование показало взаимосвязь доверия как личностного качества с отношением к различным субъектам, принимающим экономические решения. Установлена взаимосвязь недоверия к миру с ощущением неопределённости.

Список литературы

1. Белянин А.В., Зинченко В.П. Доверие в экономике и общественной жизни. М., 2010. 221 с.
2. Еремичева Г., Симпура Ю. Недоверие как социальная проблема современной России // Журнал социологии и социальной антропологии. 1999. Т. II. № 4. С. 145–159.
3. Осьмук Л.А. Социальная неопределённость и метаморфозы современного общества // Идеи и идеалы. 2010. Т. 1. № 4 (6). С. 84–91
4. Купрейченко А.Б. Психология доверия и недоверия. М., 2008. 571 с.

ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННЫХ КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА МОЛОДЕЖИ

THE IMPACT OF MODERN COMMUNICATION TECHNOLOGIES ON THE DEVELOPMENT OF YOUTH HUMAN CAPITAL

Т.Д. Гладина
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского; Торгово-промышленная палата Нижегородской области, г. Нижний Новгород
Ю.А. Видманова
Нижегородский завод 70-летия Победы, г. Нижний Новгород
Д.А. Боченков
Системы развития процессов и персонала, г. Нижний Новгород
А.Г. Карташова
Уральский банк реконструкции и развития, г. Нижний Новгород
T.D. Gladina
Lobachevsky University; Chamber of Commerce and Industry of Nizhny Novgorod Region, Nizhny Novgorod
Yu.A. Vidmanova
Nizhny Novgorod Plant of the 70th anniversary of Victory, Nizhny Novgorod
D.A. Bochenkov
Process and Personnel Development Systems, Nizhniy Novgorod
A.G. Kartashova
Ural Bank for Reconstruction and Development, Nizhny Novgorod

Рассматриваются проблемы развития коммуникативных технологий молодежи, через их участие в развитии новых демократических институтов и сообществ, таких как Российский молодежный парламент.

Бурное развитие цифровых технологий в России дает возможность молодежи через общественные институты и сетевые каналы инициировать инновационные идеи, развивать свой человеческий капитал и направлять его на благо развития всего Российского общества.

In the scientific article, the authors consider the problems of the development of youth communication technologies through their participation in the development of new democratic institutions and communities, such as the Russian Youth Parliament.

The rapid development of digital technologies in Russia gives young people the opportunity to initiate innovative ideas through public institutions and network channels, develop their human capital and direct it for the benefit of the development of the entire Russian society.

Ключевые слова: коммуникативный менеджмент, цифровые технологии, человеческий капитал, добавленная стоимость, молодежный парламент, парламентаризм, нетворкинг, коворкинг, сетевые коммуникативные технологии

Keywords: communication management, digital technologies, human capital, value added, youth parliament, parliamentarism, networking, coworking, network communication technologies

Мировое рыночное пространство, развитие демократических институтов, быстрое внедрение в повседневную жизнь цифровых технологий и многообразных форматов общения актуализируют спрос на коммуникативный менеджмент как необходимый инструмент регулирования экономических отношений, развитие социальной сферы общества и его политической жизнедеятельности.

И.И. Мечников в своей книге «Этюды оптимизма» писал, что «для управления поведением людей недостаточно знать строение и функцию человеческой машины, надо иметь еще точные сведения об общественной жизни человека».

К этим сведениям относится все то, что связано с человеческим общением и таким его атрибутом, как коммуникация. Благодаря коммуникациям образуется, функционирует и развивается человеческое общество. Особо следует обратить внимание на слово «развивается».

Не само по себе общение способствует прогрессу человечества, а такое бесценное приобретение, каким в наше время предстает феномен «коммуникация» [см.: 1, с. 37].

По мнению Г.М. Маклюэна, тип общества в значительной мере определяется господствующим в нем типом коммуникации.

«Коммуникация – это движение по определенным каналам, маршрутам, навыкам получения эффективной обратной связи, где в итоге образуется коммуникативная сеть – совокупность закодированных сообщений, каналов коммуникации, которые имеют место в определенном коммуникативном пространстве и в конкретной коммуникационной среде» [см.: 1, с. 39].

В условиях развития рыночных отношений и в целях эффективного управления поведением людей, как убедительно свидетельствует социальная практика, востребован специальный механизм управления коммуникационным процессом и им сегодня выступает коммуникационный менеджмент – наука и искусство управления коммуникационными процессами.

Коммуникационный менеджмент является важнейшим компонентом всех сфер жизнедеятельности современных людей [см.: 1, с. 39-40].

В современном российском обществе все чаще приходится наблюдать, что одним из ключевых навыков молодого успешного человека считается его позитивный настрой и умение выстроить эффективные отношения в коммуникативной среде своего общения.

В мировой литературе часто можно встретить такие похожие и в то же время разные по своей сути концептуальные понятия: «кадровые ресурсы», «кадровый менеджмент», «Управление персоналом», «человеческий ресурс», «HR менеджмент», «управление талантами персонала», «человеческий капитал».

Как же разобраться в этих понятиях и тех подходах построения коммуникативных технологий, которые выстраиваются во взаимоотношениях между людьми, в таком разнообразии применяемых кадровых концепций? На их основе обычно строится кадровая политика и основные принципы корпоративной и организационной культуры управления людьми в организации и в обществе в целом.

Одной из наиболее эффективных, малоизвестных, слабо изученных и мало где применяемых в российских компаниях, является научная концепция «Управление человеческим капиталом».

Данная концепция была впервые изложена в трудах западных ученых, но хотелось бы выделить идеи теории «человеческого капитала», изложенные в научных трудах Г. Беккера. В своих работах: «Вложение в человеческий капитал: теоретический и эмпирический анализ», «Экономический подход к человеческому поведению», Г. Беккер обосновывает методологические принципы своей теории. В основе 3-х его базовых принципов лежит идея рациональности человеческого поведения. Его язык понятий базируется на таких понятиях, как «цена», «редкость», «альтернативные издержки».

В самом общем плане он определяет человеческий капитал, как «имеющиеся у работника запас знаний, навыков, мотиваций и энергии. Инвестициями в него могут быть: образование, накопление производственного и общественного опыта, охрана здоровья, географическая мобильность, информация и управления ею, которые могут использоваться в определенное время, в целях производства товаров, услуг и информации» [см.: 2, с. 29].

Отличительной особенностью человеческого капитала является и способность работников одного уровня образования создавать добавленную стоимость. Следовательно, основой роста человеческого капитала является труд его носителя.

Таким образом, Г. Беккер предлагает структуру человеческого капитала, определяемую перечнем личностных качеств работников, которые

обеспечивают его способность к созданию добавленной стоимости [см.: 2, с. 30-31].

В условиях развития экономических рыночных отношений огромное значение имеет целенаправленная работа с молодежью, которая обладает современными знаниями, владеет информационными технологиями, основами предпринимательской деятельности, технологиями лидерского поведения и создания команды и умением выстраивать отношения в коммуникационном процессе.

Можно выделить ряд эффективных социальных коммуникативных технологий, которые можно наблюдать в нашей повседневной жизни.

Одним из новых социальных институтов, который предназначен для развития человеческого капитала молодежи с использованием коммуникативных технологий, является создание и развитие при Государственной Думе РФ молодежного парламента России. Такие парламенты созданы и работают в 18 субъектах РФ.

В сентябре 2022 г. Нижний Новгород принял 300 молодых парламентариев со всей страны и более 5000 приняли участие в режиме онлайн. Молодой парламент Нижнего Новгорода создан в 2008 г., находится на стадии развития и обладает правом законодательных инициатив. В рамках нового социального института проводятся регулярные встречи с Правительством области, властными структурами и различными профильными министерствами. Это неформальная структура, в которой состоят молодые неравнодушные люди, которые обладают коммуникационным потенциалом, что помогает генерировать им инновационные идеи, прорывные социальные и коммерческие проекты, направленные на улучшение качества жизни населения, создание высококачественных, востребованных товаров и услуг.

Реализация социально полезных проектов позволяет молодежи вкладывать свою энергию, энергию своей команды, использовать свои знания, время, креативность и полезные навыки для развития собственного человеческого капитала. В КУПНО – Корпоративном Университете Правительства Нижегородской области создан проектный офис по реализации молодежных инициатив, на регулярной основе работает молодежный фестиваль «Высота». По количеству полученных и реализованных грантов и молодежных проектов Нижний Новгород занимает 3-е место в РФ [3].

Нижегородский опыт по развитию парламентаризма является одним из самых передовых среди регионов страны. Данный положительный опыт построения полезных коммуникативных технологий позволяет активизировать деятельность молодежи, вовлечь ее в социально значимые события и проекты,

дают возможность для самовыражения и самоутверждения, росту личностного и профессионального опыта, быстрому наращиванию профессионального и социального капитала.

В эпоху быстрого развития цифровых технологий в нашу жизнь прочно входят такие коммуникативные сетевые технологии, как вебинары, онлайн курсы и совещания, молодежные платформы, круглые столы, тренинги, скайп конференции, дедлайн выставки, телеграмм каналы, ватсап, вайбер, создаются профессиональные онлайн сообщества и многие другие цифровые технологии.

Одним из интересных форматов в дедлайне является проведение конференций и выставок «Поток», где молодежь учится в реальном режиме, как проводить организационные изменения, строить свой бизнес «с нуля», получают готовые технологии создания своих команд «под прорыв».

Уходит в прошлое время скучных лекций и мало активных семинаров, на смену им приходят технологии по вовлечению всех участников в процесс обучения и внедрения на своем месте. Используются технологии нетворкинга (расширение сети знакомств для решения профессиональных и личных задач), светового шоу, создаются виртуальные проектные группы, для которых создаются коворкинги (единое пространство для совместной работы) и экспозоны. Создаются открытые и закрытые группы в телеграмм-канале, где молодежь может реализовать свои идеи, не затрачивая на это большое количество времени и усилий.

Активное применение молодежью современных сетевых коммуникативных технологий дает возможность быстро развивать информационную среду, наращивать свой человеческий капитал, добавляя ему стоимость, инициировать и внедрять в жизнь инновационные идеи, создавать прорывные проекты и реализовывать их в повседневной жизни общества.

Список литературы

1. См.: Коммуникационный менеджмент: Учеб. пособие для студентов вузов / [В.М. Шепель и др.]; под ред. В.М. Шепеля. М.: Гардарики, 2004. 350 с.

2. См.: Козлов А.И. Человеческий капитал: становление, сущность, формирование и критерии оценки. М.: Экономика, 2009. 95 с.

3. Газета «Нижегородская правда» № 53 от 07.09.22. URL: www.pravda-nn.ru (дата обращения: 23.09.22).

КОММУНИКАТИВНАЯ ТОЛЕРАНТНОСТЬ СТУДЕНТОВ В КОНТЕКСТЕ ПРОЕКТНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ИНТЕНСИВА

THE COMMUNICATIVE TOLERANCE OF STUDENTS IN THE CONTEXT OF PROJECT AND EDUCATIONAL INTENSIVE

И.А. Дегтярева, А.А. Шарапова
Сибирский государственный автомобильно-дорожный университет, г. Омск
I.A. Degtyareva, A.A. Sharapova
The Siberian State Automobile and Highway University, Omsk

Анализируется понятие «коммуникативная толерантность» с точки зрения различных наук. Рассмотрены компоненты коммуникативной толерантности в рамках участия в проектно-образовательном интенсиве. Приведены примеры диагностических методик коммуникативной толерантности в соответствии с её компонентами. Описывается важность коммуникативной толерантности в ходе реализации проектно-образовательного интенсива.

The article analyses the concept of "the communicative tolerance" from the point of view of different sciences. The components of the communicative tolerance are considered within the framework of participation in the project and educational intensives. The authors give some examples of diagnostic methods of the communicative tolerance according to its components. The importance of the communicative tolerance is described within the framework of project-educational intensification.

Ключевые слова: студенты, коммуникация, коммуникативная толерантность, проектная деятельность, проектно-образовательный интенсив

Keywords: students, communication, communicative tolerance, project activities, project and educational intensive

В современном обществе особую роль играют вопросы толерантности – это подтверждается множеством исследований в различных научных областях и реализуется в социальной, культурной, образовательной сферах общественной жизни. Так, новые федеральные государственные образовательные стандарты направлены на формирование таких универсальных компетенций, как командная работа и лидерство, коммуникация, разработка и реализация проектов, ориентированы на подготовку специалистов, готовых решать различные типы задач профессиональной деятельности, включая проектный.

При реализации проектов в рамках проектно-образовательного интенсива коммуникации играют важнейшую роль в деятельности всех субъектов проектной деятельности. На каждом этапе интенсива важно взаимодействовать друг с другом в условиях столкновения точек зрения, обид и примирений, общения с незнакомыми людьми, принятия конструктивной критики. Эти

ситуации послужили основой для подробного рассмотрения аспекта коммуникативной толерантности студентов в рамках проектно-образовательного интенсива.

Изучением различных сторон коммуникативной толерантности занимались В.В. Бойко, О.Б. Скрябина, Н.А. Асташова, В.М. Гришук, С.Н. Толстикова, Л.А. Николаева, Г. Олпорт, М. Уолцер.

Коммуникативная толерантность, согласно мнению В.В. Бойко, представляет «отношение личности к людям, показывающее степень переносимости ею неприятных или неприемлемых, по её мнению, психических состояний, качеств и поступков партнёров по взаимодействию» [1].

В рамках данной работы нами был проведён анализ определений коммуникативной толерантности, данных авторами [2–6] с точки зрения различных наук, результат которого представлен в таблице 1.

Таблица 1

Характеристика понятия «коммуникативная толерантность», с точки зрения различных наук

Наука	*Автор(ы) определения*	*Ключевые характеристики определения*
Лингвистика	О.В. Новоселова	Ограниченное интерактивное пространство, «внешняя» эффективность, бесконфликтный диалог
Культурология	А.П. Бекетова, Т.В. Куприна	Устойчивая осознанная ценностно-смысловая личностная установка, нейтральное отношение к межкультурным различиям
Психология	Е.И. Касьянова, Н.И. Виноградова	Личностно значимый образец терпимого коммуникативного поведения и готовность его реализации, бесконфликтное коммуникативное поведение
	С.Н. Толстикова	Индивидуально своеобразные способы взаимодействия, наличие в сознании субъекта личностно значимого образца терпимого коммуникативного поведения
Педагогика	Л.П. Яцевич	Профессионально важное качество личности, целостность личностного и профессионального развития будущего специалиста

Рассматривая коммуникативную толерантность в контексте проектно-образовательного интенсива, мы будем придерживаться определения с позиции педагогики, согласно которому коммуникативная толерантность подразумевает качество личности, важное для профессионального прогресса будущего специалиста.

Как отмечают Г.В. Акименко, А.М. Селедцов, Ю.Ю. Кирина, «проявление коммуникативной толерантности обучающихся подразумевает психологически

комфортные отношения внутри студенческой среды – группы, факультета, университета» [7], что предполагает владение особыми качествами, которые являются основой коммуникативно толерантной личности. Во время проектно-образовательного интенсива это отражается в постоянном взаимодействии членов команд друг с другом, другими участниками, наставником проекта, экспертами, организаторами интенсива, заказчиками, что требует от них определённого уровня коммуникативной толерантности, позволяющего эффективно осуществлять коммуникацию.

Обращая внимание на диагностический инструментарий коммуникативной толерантности, отметим, что в научной среде представлено ограниченное число методик. При помощи методики В.В. Бойко [1] можно выявить общий уровень коммуникативной толерантности. Методика А.Д. Сидоровой [8] предполагает изучение коммуникативной педагогической толерантности, что сужает круг её применения, однако позволяет изучить педагогическую составляющую исследуемой характеристики личности.

Помимо исследования общего уровня коммуникативной толерантности, можно обратить внимание на изучение её компонентов [9]. Например, С.В. Русакова выделяет следующие компоненты коммуникативной толерантности: эмоциональный, когнитивный, деятельностный, мотивационно-ценностный [10]. Их можно соотнести с деятельностью участников во время проектно-образовательного интенсива. Так, *эмоциональный компонент* отражался в том, что на каждом этапе работы над проектом участники команд проявляли спектр эмоций: начиная от радости успеха, заканчивая ссорами и разочарованием. Иногда эмоции не дают участникам действовать рационально, препятствуют достижению общего результата. Отсюда следует, что всем участникам проектно-образовательного интенсива стоит учиться эмоционально корректному, толерантному взаимодействию в команде и с внешними субъектами коммуникации в рамках проектной деятельности. *Когнитивный компонент* представлен знаниями о том, как, с кем, в какой ситуации взаимодействовать. Во время интенсива наставники обучались этому на Школе наставников, участники команд получали знания через наставников, организаторов, базу знаний. Полученные знания применялись во время плановой работы над проектом, поддерживающих мероприятий, когда участники команд проявляли *деятельностный компонент* коммуникативной толерантности. *Мотивационно-ценностный компонент* представлен индивидуальными мотивами и ценностными установками каждого участника. Данные аспекты обсуждались в начале интенсива в ходе встреч проектных команд, где обозначались цели каждого участника в проектно-образовательном интенсиве.

Опираясь на указанное исследование, определим банк диагностических методик изучения компонентов коммуникативной толерантности (табл. 2).

Таблица 2

Методики диагностики в соответствии с компонентами коммуникативной толерантности

№ п/п	*Компонент коммуникативной толерантности*	*Методика диагностики*
1	Эмоциональный	Методика диагностики эмоционального интеллекта (М.А. Манойлова) [11]
2	Когнитивный	Тест «Индивидуальные стили мышления» (А.А. Алексеев, Л.А. Громова) [12]
3	Деятельностный	Тест «Коммуникативные умения» (Л. Михельсон, адаптация Ю.З. Гильбуха) [13]
4	Мотивационно-ценностный	Методика диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере (О.Ф. Потемкина) [14]
		Методика «Ценностные ориентации» (М. Рокич) [14]

Диагностика каждого компонента коммуникативной толерантности позволит более глубоко изучить их характеристику, а также проанализировать результат в сравнении с общим уровнем коммуникативной толерантности.

На наш взгляд, в целях изучения особенностей коммуникативной толерантности участников проектно-образовательного интенсива можно применять вспомогательные средства в виде опросных форм. В них возможно отразить вопросы/утверждения об актуальности и важности коммуникативной толерантности участников проектных команд, взаимосвязи между ролями в проектной команде и особенностями коммуникативной толерантности, связь сложностей в коммуникации и уровнем коммуникативной толерантности участников.

В связи с этим открываются перспективы исследования: разработка опросных форм и выявление экспериментальным путём особенностей коммуникативной толерантности участников проектно-образовательного интенсива «От идеи к прототипу» Университета 20.35 [15].

Список литературы

1. Бойко В.В. Энергия эмоций в общении: взгляд на себя и других. М.: Информационно-издательский дом «Филинъ», 1996. 472 с.

2. Новоселова О.В. Коммуникативная толерантность vs коммуникативная справедливость высказываний различной прагматической направленности //

Мир лингвистики и коммуникации. 2017. № 2. С. 125–147. URL: http://www.tverlingua.ru/ (дата обращения: 28.06.2022).

3. Бекетова А.П., Куприна Т.В. Теоретико-методологические подходы к определению межкультурной коммуникативной толерантности // Успехи современной науки и образования. 2017. Т. 4. № 1. С. 37–40.

4. Касьянова Е.И., Виноградова Н.И. Теоретический анализ коммуникативной толерантности // Учёные записки ЗабГУ. Серия: Философия, социология, культурология, социальная работа. 2014. № 4. С. 28–34.

5. Толстикова С.Н. Развитие коммуникативной толерантности у будущих социальных педагогов системы образования: дис. … канд. психол. наук: 19.00.07. Калуга, 2002. 177 с.

6. Яцевич Л.П. Формирование коммуникативной толерантности у будущих специалистов социальной работы: дис. … канд. пед. наук: 13.00.08. Чита, 2010. 193 с.

7. Акименко Г.В., Селедцов А.М., Кирина Ю.Ю. Коммуникативная толерантность как условие благоприятного психологического климата в студенческой учебной группе // Дневник науки. 2020. № 6 (42). URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=43130188 (дата обращения: 23.06.2022).

8. Сидорова А.Д. Разработка конструкта методики диагностики «Коммуникативной педагогической толерантности» // Мир науки, культуры, образования. 2013. № 6 (43). С. 67–70.

9. Есипов М.А. Содержание и структура феномена коммуникативной толерантности в отечественных психолого-педагогических исследованиях // Интернет-журнал «Мир науки». 2017. Т. 5. № 6. URL: https://mir-nauki.com/PDF/22PDMN617.pdf (дата обращения: 24.06.2022).

10. Русакова С.В. Структурно-содержательная характеристика коммуникативной толерантности // Наука и современность. 2012. № 16-1. С. 237–242.

11. Манойлова М.А. Методика диагностики эмоционального интеллекта // Акмеология 2006. Методологические и методические проблемы / Под ред. Н.В. Кузьминой, Л.И. Дубровиной. СПб., 2006. Вып. 11. С. 99–104.

12. Алексеев А.А., Громова Л.А. Поймите меня правильно или книга о том, как найти свой стиль мышления, эффективно использовать интеллектуальные ресурсы и обрести взаимопонимание с людьми. СПб.: Экономическая школа, 1993. 352 с.

13. Тест коммуникативных умений Михельсона (адаптация Ю.З. Гильбуха) // Тестотека. 2022. URL: http://testoteka.narod.ru/mlo/1/10.html (дата обращения: 23.09.2022).

14. Психодиагностика персонала. Методики и тесты: Учебное пособие / Ред-сост. – Д.Я. Райгородский. Самара: БАХРАХ-М, 2007. Т. 2. 560 с.

15. Интенсив «От идеи к прототипу» // Университет 20.35. 2022. URL: https://students.2035.university/ (дата обращения: 27.06.2022).

ВОЗМОЖНОСТИ ПСИХОФИЗИОЛОГИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ СОСТОЯНИЯ И ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДЫХ ВОДИТЕЛЕЙ*

POSSIBILITIES OF PSYCHOPHYSIOLOGICAL ASSESSMENT OF THE STATE AND BEHAVIOR OF YOUNG DRIVERS

В.А. Демарева, И.А. Исакова, В.В. Вяхирева
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
V.A. Demareva, I.A. Isakova, V.V. Vyakhireva
Lobachevsky University

Одной из проблем организации безопасности дорожного движения является снижение влияния фактора сонливости на поведение молодых водителей на дороге. Рассмотрена проблема роста дорожно-транспортных происшествий с участием молодых водителей. Представлен обзор зарубежной литературы по проблеме сонливости автолюбителей за рулем. На основании обзоров предложена авторская методика психофизиологической оценки состояния молодого водителя, в основе которой изучение процесса засыпания и состояний, предшествующих сну.

One of the problems of the organization of road safety is to reduce the influence of the sleepiness factor on the behavior of young drivers on the road. The article deals with the problem of growth of number of traffic accidents among young drivers. A review of foreign literature on the problem of drowsiness of motorists at the wheel is presented. On the basis of the reviews the author's method of psychophysiological estimation of the state of a young driver is offered; it is based on the study of the process of falling asleep and the states preceding sleep.

Ключевые слова: сон, шкала сонливости, психофизиологическая оценка, вождение, молодежь, безопасность, дорожно-транспортное происшествие

Keywords: sleep, sleepiness scale, psychophysiological assessment, driving, youth, safety, traffic accident

В 2021 г. количество ДТП составило 133 331 случаев, число погибших – 14 874, раненых – 167 856. Наибольшее число погибших зафиксировано из-за выезда на полосу встречного движения, несоответствия скорости конкретным условиям движения, нарушения правил расположения транспортного средства на проезжей части [1]. Такие нарушения, как выезд на полосу встречного движения и нарушение правил расположения автомобиля на проезжей части, связаны с утратой водителем контроля за дорожно-транспортной ситуацией. Одной из главных причин утраты внимания является алкогольное опьянение. В

* Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-28-20509, https://rscf.ru/project/22-28-20509/.

2021 г. с участием водителей в состоянии опьянения или с его признаками произошла каждая восьмая авария [1]. Другим фактором возникновения дорожно-транспортных происшествий является сонливость. Как и опьянение, сонливость серьезно ухудшает когнитивные функции, замедляет восприятие и скорость осмысления ситуации, внимательность, мешает быстро реагировать на динамичную дорожно-транспортную обстановку, не дает действовать рационально и целенаправленно. Сонливость влияет и на психомоторные навыки: заторможенность, слабость в руках.

Сонливость специфична тем, что может быть присуща как пациентам с расстройствами сна, так и здоровым людям в определённых обстоятельствах, например, работающим «посуточно», недосыпающим молодым родителям, то есть проблема возникает не зависимо от состояния здоровья и возраста водителя. Согласно данным Управления ГИБДД ГУ МВД России по г. Москве за 2021 г., типичный водитель-нарушитель – мужчина в возрасте 26–35 лет с водительским стажем свыше 10 лет с «рабочей профессией» и средним специальным образованием [2]. Таким образом, типичный участник аварий – это молодой (с точки зрения, возраста, а не стажа водитель), являющийся работником, стремящимся к карьерному росту, неопытный супруг и отец, то есть в силу карьерных и личных амбиций пренебрегающей заботой о собственном здоровье, особенно сном. Авторские выводы подтверждаются данными ВЦИОМ, россияне 25-34 лет в 2022 г. преимущественно ведут активный образ (55%), осознанно подходят к потреблению продуктов питания (46%), однако со сном у молодежи все не так благополучно: 37% 18-24-летних успевают набраться сил лишь время от времени, у 30% 25-34-летних отдохнуть, скорее, не получается. И такая ситуация происходит на фоне того, что 35% жителей 18-24 лет посещают врача только при обострении хронических заболеваний, 14% регулярно обращаются с целью мониторинга здоровья [3]. То есть, для молодых водителей характерны высокая занятость и хронический недосып.

Подобные проблемы с молодыми автоводителями характерны не только для России, но и для зарубежных стран. С 90-х гг. XX в. иностранные ученые дискутируют по поводу способов объективного оценивания процесса засыпания и сна для профилактики аварийности на дорогах. Например, швейцарские исследователи М. Аваис, Н. Бадруддин и М. Дриберг (M. Awais, N. Badruddin, M. Drieberg) в 1991 г. предложили метод обнаружения сонливости у водителей, который объединил данные электрокардиографии (ЭКГ) и электроэнцефалографии (ЭЭГ), а также шкалу субъективной сонливости [4]. В 2001 г. бельгийские ученые Э. Де Валк, Р. Клюйдтс (E. De Valck, R. Cluydts)

изучали влияние частичной депривации сна на способность к вождению, измеренную с помощью симулятора вождения, и значение медленно высвобождающегося кофеина в качестве контрмеры против ожидаемого снижения активности [5]. В 2003 г. ученые из США предложили иной подход – они изучали глазодвигательную функцию для мониторинга бдительности при тестировании на пригодность к работе шофером: оценивали саккадическую скорость, начальный диаметр зрачка, задержку и амплитуду сужения зрачка, которые коррелировали со Стэнфордской шкалой сонливости и симуляцией вождения, доказав полезность окулометрии для оценки готовности к безопасному вождению [6].

В 2010-е гг. интерес ученых перешел с психофизиологических оценок сонливости водителей на социологические. Французские ученые совместили анкетный опрос водителей, часто пользующихся автострадами, включающий вопросы о вождении и расстройствах сна (базовый Северный вопросник сна), а также шкалу сонливости Эпворта, и выявили, что сонливость за рулем является причиной дорожно-транспортных происшествий не зависимо от возраста, пола, семейного положения или профессии [7]. Английские ученые определяли распространенность чрезмерной дневной сонливости и уровень аварийности у водителей автобусов, опросив 1854 водителей, работающих в автобусных парках в пределах 30 миль от Эдинбурга; они показали тревожно высокий уровень сонливости и аварий, связанных со сном, среди водителей автобусов [8].

В допандемийные годы в Швеции (2019 г.) была предпринята очередная попытка разработки систем автоматического обнаружения сонливости водителя, которая проводилась с помощью четырех отдельных психофизиологических классификаторов, а в качестве целевого значения использовалась субъективная Каролинская шкала сонливости [9]. В Китае (2019 г.) была разработана комплексная экспертная система на основе ЭЭГ мозга для выявления усталости водителя. В отличие от других подходов, в данной работе был предложен метод построения многоканальной сети на основе индекса фазового запаздывания [10]. Однако несмотря на все попытки, так и не удалось создать достаточно компактного и точного инструмента для оценки уровня сонливости молодых водителей.

Авторами предлагается подход, при котором детекция засыпания человека будет осуществляться по ритму сердца. Алгоритм исследования объединит элементы методов исследования из нескольких наук: психофизиологические – отслеживание и фиксация ритма сердца с помощью датчика, психологические – оценка субъективного ощущения сонливости каждые 30 минут до сна по Стэнфордской шкале сонливости, социологические – анкетирование.

Впоследствии данные анкеты и ритма сердца будут сопоставляться для выявления паттернов ритма сердца, которые соответствуют периоду до засыпания и периодам высокой субъективной сонливости. Результатом междисциплинарного исследования должен стать разработанный классификатор засыпания по ритму сердца.

Список литературы

1. Дорожно-транспортная аварийность в Российской Федерации за 2021 год. Информационно-аналитический обзор. М.: ФКУ «НЦ БДД МВД России», 2022. 126 с.
2. В ГИБДД составили социальный портрет типичного нарушителя ПДД // Канал «РЕН ТВ». 14.10.2021. URL: https://ren.tv/news/v-rossii/891256-v-gibdd-sostavili-sotsialnyi-portret-tipichnogo-narushitelia-pdd (дата обращения: 04.10.2022).
3. Здоровый образ жизни и как его придерживаться // ВЦИОМ. 24.05.2022. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zdorovyi-obraz-zhizni-i-kak-ego-priderzhivatsja (дата обращения: 04.10.2022).
4. Awais M., Badruddin N., Drieberg M. A hybrid approach to detect driver drowsiness utilizing physiological signals to improve system performance and Wearability // Sensors (Switzerland). 2017. No 17. Pp. 1–16.
5. De Valck E., Cluydts R. Slow-release caffeine as a countermeasure to driver sleepiness induced by partial sleep deprivation // Journal of Sleep Research. 2001. No 10. Pp. 203–209.
6. Russo M., Thomas M., Thorne D., Sing H., Redmond D., Rowland L., Johnson D., Hall S., Krichmar J., Balkin T. Oculomotor impairment during chronic partial sleep deprivation // Clinical Neurophysiology. 2003. No 114. Pp. 723–736.
7. Philip P., Sagaspe P., Lagarde E., Leger D., Ohayon M.M., Bioulac B., Boussuge J., Taillard J. Sleep disorders and accidental risk in a large group of regular registered highway drivers // Sleep Medicine. 2010. No 11. Pp. 973–979.
8. Vennelle M., Engleman H.M., Douglas N.J. Sleepiness and sleep-related accidents in commercial bus drivers // Sleep and Breathing. 2010. No 14. Pp. 39–42.
9. Barua S., Ahmed M.U., Ahlström C., Begum S. Automatic driver sleepiness detection using EEG, EOG and contextual information // Expert Systems with Applications. 2019. No 115. Pp. 121–135.
10. Chen J., Wang H., Wang Q., Hua C. Exploring the fatigue affecting electroencephalography based functional brain networks during real driving in young males // Neuropsychologia. 2019. No 129. Pp. 200–211.

ИССЛЕДОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ КАЧЕСТВ БУДУЩЕГО СПЕЦИАЛИСТА

THE STUDY OF THE COMMUNICATIVE QUALITIES OF A MODERN SPECIALIST

М.К. Дуванская, А.А. Зотьева
Пермский национальный исследовательский политехнический университет, г. Пермь
M.K. Duvanskaya, A.A. Zotieva
Perm National Research Polytechnic University, Perm

Описаны исследования коммуникативных качеств современного специалиста. Рассмотрены основные коммуникативные качества, причины неэффективной коммуникации.

This article examines the analysis of articles by other authors on the study of the communicative qualities of a modern specialist. The main communicative qualities, the causes of poor communication are considered.

Ключевые слова: коммуникативные качества, эмпатия, дипломатичность
Keywords: communicative qualities, empathy, diplomacy

Исследование коммуникативных качеств будущего специалиста имеет большое значение для понимания их эффективности в будущей трудовой деятельности.

Сначала разберёмся с некоторыми понятиями. Коммуникативные качества – это совокупность способностей, свойств, умений и навыков личности, характеризующая ее отношения к людям и обеспечивающая возможность установления, поддержания контакта и взаимопонимания между ними [1]. В качестве основных коммуникативных качеств можно выделить: общительность, эмпатию, уверенность в себе, смелость, дипломатичность. Эмпатия – это способность индивида чувствовать эмоциональное состояние другого человека [1]. Дипломатичность – это способность избегать проблемных и конфликтных ситуаций, а при их возникновении – находить наиболее успешный и приемлемый компромисс как с партнерами, так и с соперниками [2].

Чтобы стать высококвалифицированным специалистом, выпускники вузов должны быть конкурентоспособными. Коммуникация является неотъемлемой частью такого специалиста, потому что она влияет на взаимоотношения с людьми. Взаимодействия встречаются во всех профессиях, поэтому так важны. Отсутствие коммуникативных качеств приведёт к непониманию и конфликту.

Значит, чтобы быть успешным, нужно понимать других людей и правильно с ними контактировать, то есть развивать свои коммуникативные навыки.

Есть причины, по которым специалист иногда не сможет применить коммуникативные качества. Рассмотрим эти причины.

Некоторые руководители не понимают важность коммуникаций, считая, что подчинённым не обязательно знать подробности происходящего. В коллективе могут быть недоброжелательные отношения. Стереотипы, неполнота воспринимаемой информации, плохая структура сообщений, несовершенство памяти могут помешать общению. Отсутствие обратной связи тоже является причиной. Не имея достаточной информации о происходящем в организации, о действиях отдельных ее членов, руководитель вряд ли окажется в состоянии успешно решать стоящие перед ним задачи [3].

Несмотря на всевозможные обстоятельства, профессионал в своём деле должен проявить свои навыки общения как хороший специалист, ведь это приведёт к успешному взаимодействию.

Ещё одна проблема в том, что из-за современных технологий молодые люди меньше общаются друг с другом в реальной жизни. Они испытывают проблемы с общением оффлайн, что может привести к серьёзным проблемам в будущем. Чем чаще молодые люди будут общаться в реальной жизни, тем больше получат опыта в общении и смогут повысить свой навык коммуникации, что поможет в дальнейшей жизни.

Рассмотрим исследование типов личности студентов. Было разделение на экстравертов и интровертов, сенсорный тип и интуитивный тип, мыслящий и чувствующий, решающий и воспринимающий. Рассмотрим сначала эти понятия.

Экстраверт – это тот, кто предпочитает черпать энергию из внешнего мира. Интроверт – это тот, кто предпочитает черпать энергию из внутреннего мира.

Сенсорный тип получает информацию через собственные органы чувств, а интуитивный – формирует информацию, опираясь на собственные предчувствия. Мыслящий тип принимает решения, основываясь на логике и объективных соображениях, а чувствующий – принимает решения, основываясь на личных убеждениях и ценностях. Решающий тип предпочитает упорядоченный и распланированный образ жизни, а воспринимающий – спонтанный и гибкий образ жизни.

Рассмотрим, влияют ли возрастные особенности на тип личности. Одни говорят, что типы личностей врождённы, другие говорят, что они формируются в первые годы жизни. Но бывают и те, кто способен изменить себя. Если, например, интроверт задастся целью, то может скорректировать свои черты. Он

сможет повысить коммуникативные навыки, постоянно тренируясь, но для этого ему понадобится приложить большие усилия. Нужно будет выходить из зоны комфорта.

Экстраверты чаще выбирают факультеты, которые готовят специалистов, основной деятельностью которых является коммуникация. Примером являются факультет педагогики, менеджмента и журналистики. Интроверты, наоборот, выбирают факультеты, которые готовят специалистов, контактирующих с минимальным количеством людей, такие как математический, учётно-финансовый. Если же вы выбрали факультет, не подходящий вашему типу личности, то со временем вы приспособитесь, постоянно находясь в такой обстановке.

В исследовании, заключавшемся в проведении методики типов личности Майерса – Бриггса, в качестве респондентов выступали студенты механико-технологического факультета Пермского национального исследовательского политехнического университета в количестве 24 человек 2 курса в возрасте от 20 до 23 лет. По результатам получилось, что по первому параметру большинство (83%) – экстраверты, то есть данная аудитория достаточно открыта миру, для неё важны внешние впечатления. По второй шкале, связанной со сбором информации, преобладает сенсорный тип (75%), то есть респонденты стремятся пропустить всю информацию через свои органы чувств. По третьей шкале, связанной со способом принятия решений, преобладает мыслящий тип (83%), то есть студенты принимают решение головой, осмысливая принятую информацию, что можно объяснить спецификой выборки, так как учебно-профессиональная деятельность требует аналитического склада ума, способности в объективном анализировании действительности. По четвёртой шкале преобладает решающий тип (88%), то есть у респондентов достаточно распланированный образ жизни, что можно объяснить характером их деятельности. По этим данным определилось, что 71% студентов смогут проявить организационные способности, 8% смогут проявить аналитические способности, 13% – творческие способности, 8% – терпимость. Это означает, что большинство студентов относится к общительным личностям, что положительно повлияет на их дальнейшую жизнь.

Для молодых людей, находящихся на стадии профессионального развития, важно иметь как аналитические, так и коммуникативные способности. Используемый метод исследования позволил сделать вывод, что группа открыта миру, способна его анализировать, достаточно креативно смотрит на мир, обладает хорошей работоспособностью, лидерскими качествами. Учёба в вузе

помогает ещё больше раскрыться из-за проводимых мероприятий, например, «Студент года», «Студенческая театральная весна».

Итак, в современном обществе почти вся совместная деятельность осуществляется с помощью коммуникаций, ведь без них невозможно слаженно взаимодействовать друг с другом.

Список литературы

1. Большой психологический словарь / Под ред. Б.Г. Мещерякова, В.П. Зинченко. М.: АСТ; Санкт-Петербург: Прайм-Еврознак, 2009. 811 с.
2. Алтунин А.И. Краткий этико-психологический словарь, 1996. 73 с.
3. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегий / Под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. 577 с.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ МЕТОДОВ НА ОСНОВЕ СУБЪЕКТОРИЕНТИРОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ

IMPROVING THE EFFECTIVENESS OF SOCIO-PSYCHOLOGICAL METHODS BASED ON SUBJECT ORIENTED MANAGEMENT

М.К. Дуванская, К.А. Христофорова
Пермский национальный исследовательский политехнический университет, г. Пермь
M.K. Duvanskaya, K.A. Khristoforova
Perm National Research Polytechnical University, Perm

Тема межличностных отношений очень актуальна в трудовом коллективе. Каждый из нас проводит большую часть жизни на работе, для этого необходимо тщательно изучать тему взаимоотношений в коллективе.

В ходе исследования применены следующие методики: метод социометрии, методика Q-сортировки и методика для определения степени ценностно-ориентационного единства исследуемой группы социометрии (далее ЦОЕ).

Проанализировав данные, сделаны выводы и предложены пути решения возникших проблем.

Проблему выбора эффективного решения для повышения работоспособности коллектива и его сплоченности можно разрешить, применив программу «Джобс-Декон». В процессе работы были определены критерии оценки эффективности исследуемых решений, в результате чего была получена комплексная оценка и выбран наилучший вариант, имеющий комплексную оценку «3,65» [1].

Сплоченный и бесконфликтный трудовой коллектив ведет к эмоциональному спокойствию сотрудников, а также к достижению высоких результатов в работе.

The topic of interpersonal relations is very relevant in the workforce. Each of us spends most of our lives at work, for this it is necessary to carefully study the topic of relationships in the team.

In the course of the study, the following methods were applied: the sociometry method, the Q-sorting method and the methodology for determining the degree of value-orientation unity of the sociometry group under study (hereinafter referred to as the COE).

After analyzing the data, conclusions are drawn and solutions to the problems that have arisen are proposed.

The problem of choosing an effective solution to improve the efficiency of the team and its cohesion can be solved by applying the Jobs-Decon program. In the course of the work, criteria for evaluating the effectiveness of the solutions under study were determined, as a result of which a comprehensive assessment was obtained and the best option was selected, having a comprehensive rating of “3.65” [1].

And in conclusion, it is worth noting that a cohesive and conflict-free labor collective leads to emotional calmness of employees, as well as to achieving high results in work.

Ключевые слова: социология, социометрия, методы исследования, индивид, межличностные отношения, коллектив, Q-сортировки, ЦОЕ

Keywords: sociology, sociometry, research methods, individual, interpersonal relations, collective, Q-sorting, COE

Известно, что в трудовом коллективе, как и в других социальных группах, нередко происходят конфликты, возникающих по разным причинам, в том числе и из-за отсутствия взаимопонимания, компромиссов, а также различия в уровне образования.

Проблемы межличностных отношений внутри коллектива имеют особую значимость в системе управления и влияют на достижение результатов совместной деятельности. Для примера рассмотрим конфликт, возникший на почве разногласия при разработке одного инвестиционного проекта несколькими людьми.

На результаты трудовой деятельности людей влияет не только психологический климат в коллективе, но и их настроение. Главной задачей управленческого персонала является правильно сохранить нейтралитет в групповых конфликтах и создать благоприятную обстановку, так как это равноценно росту производительности труда.

Межличностные конфликты, с одной стороны, оказывают негативное влияние и сказываются на работоспособности, что приводит к утомляемости, а также росту отрицательных эмоций и, в результате, текучести кадров. Но с другой стороны, помогают понять острую потребность друг в друге, а потом сплотиться. Однозначно, только в благоприятном и комфортном психологическом климате человек может быть стабилен, уверен и защищён.

Коллектив рассматривают как особое качество группы, связанное с общей деятельностью. Именно изучение особенностей межличностных отношений в коллективе является основным критерием для исследований.

В ходе работы были применены:

1. Метод социометрии – целостный практический метод психодиагностического социально-психологического измерения межличностных и внутригрупповых отношений [2]

2. Методика Q-сортировки – методика определения самооценки, используемая в исследовательских целях психологии и социальных наук.

3. Методика ЦОЕ – основной критерий уровней сплочения коллектива и активности – страт (метод стратометрии) [3, с. 1-4]

Все эти методы направлены на выявление степени сплоченности коллектива. В исследовании принимали участие 25 человек из одного коллектива. Были проведены расчеты на основе 3-х методов:

1. Метод социометрии

Основа методики заложена в заполнении опросника, который отражает факторы взаимоотношений с другими членами группы.

Данный прием позволяет увидеть общую картину симпатий в группе и выстроить по порядку уровень предпочтений.

Далее была составлена социометрическая матрица, в результате которой получены следующие результаты: один из членов учебной группы, а именно мужчина, сделал свой выбор в пользу мужской части группы, то есть пошел бы с ними на деловые переговоры. Выстроив общую картину симпатий в группе и определив уровень предпочтений, можно сделать вывод, что степень сплоченности группы характеризуется как низкая.

2. Методика Q-сортировки

Методика позволяет определить шесть основных тенденций поведения человека в реальной группе: зависимость, независимость, общительность, необщительность, принятие «борьбы» и избегание «борьбы».

В результате исследования трудового коллектива получены следующие результаты:

Тенденция «зависимость»-«независимость» – количество ответов в процентном соотношении 10,7. Это говорит о том, что группа не стремится принять групповые стандарты и ценности: социальные и морально-этические.

Тенденция «общительность»-«необщительность» – количество ответов в процентном соотношении 10,8. Это говорит о том, что группа не контактная и не стремится образовать эмоциональные связи как в своей группе, так и за ее пределами.

Тенденция принятие «борьбы»-избегание «борьбы» – количество ответов в процентном соотношении 11,7. Говорит о том, что группа стремится уйти от взаимодействия, склонность к компромиссным решениям.

3. Методика ЦОЕ

Проведенные исследования помогут ответить на вопрос, можно ли считать данную конкретную функционирующую группу сплоченной общностью, а также экспериментально определить степень выраженности этой важнейшей групповой характеристики, которая выявила [3], что показатель уровня сплоченности группы низкий.

В результате исследований были выявлены проблемы в межличностных отношениях трудового коллектива и приняты меры к их устранению.

Известно, что на взаимоотношения в группе влияют не только социально-психологический климат в группе, внутреннее состояние человека, но и взаимодействие с другими людьми, участие в совместной деятельности.

Для решения межличностных проблем предлагается:

- проведение тренингов-игр, направленных на повышение сплочённости группы (ТИМБИЛДИНГ, спортивные соревнования, деловые игры);
- премирование сотрудников в зависимости от их вклада в работу с командой;
- создание микрогруппы доверия и взаимоподдержки для формирования благоприятного психологического климата;
- организация социально-психологических тренингов.

Применив на практике разные методы, следует ответить на вопрос, какое из этих решений оказывает более благоприятное влияние на трудовой коллектив и его работоспособность.

Человеку по своей природе очень сложно принимать решения, оперируя одновременно множеством факторов и характеристик. Проблемами принятия управленческих решений на множестве альтернатив занимались разные ученые, однако решение проблемы с позиции субъектно-ориентированного управления, методика которого направлена на преодоление негативных сторон субъективизма лица, принимающего решения, была представлена в работах

профессора В.А. Харитонова [4, с. 690-706]. Чтобы решить задачу выбора наилучшего решения, предлагается использовать программу «Джобс-Декон» [1; 5], которая была создана в соответствии с принципами Стива Джобса путем соединения креативности и технологичности, ведь строительство является той самой отраслью, где субъективизм играет существенную роль при создании объекта. Данная программа позволит в удобной для пользователя форме настроить учитываемые при сравнении альтернатив критерии, оценить их значимость и получить комплексные оценки, которые помогут решить задачу ранжирования/выбора сравниваемых программных продуктов и установить отношение порядка. При этом данная программа позволит избежать манипулирования результатами выбора за счет предварительного построения модели предпочтений на основе конкретных предпочтений субъекта, выступающего в роли эксперта, либо, если это требуется, на основе данных группы привлеченных извне экспертов [1].

Прежде чем приступить к построению модели исследования, необходимо определить параметры (характеристики) оценивания объекта предметной области, в данном случае это специфические особенности программ информационного моделирования [1].

Важнейшим этапом в организации процедуры оценки объекта исследования является определение тех самых оценочных параметров, выбор которых представляет собой непростую задачу. Проблему поиска объективных параметров, определяющих эффективность применения определенного решения в управлении трудовым коллективом, можно решить экспертным методом. Таким образом, можно выделить следующие параметры оценки [1]:

- проведение Тимбилдинга;
- премирование сотрудников;
- формирование микрогрупп доверия и взаимоподдержки;
- организация социально-психологических тренингов.

Далее необходимо зафиксировать эти параметры (характеристики) в программном продукте «Джобс-Декон», указать названия характеристик и единицы измерения (рис. 1). После чего в программе надо определить интервалы варьирования. Следующим действием будет выполнение перехода характеристик из фазового в квалиметрическое пространство [1].

При построении функций приведения к стандартной шкале комплексного оценивания дискретные значения стандартной шкалы будут интерпретироваться таким образом: 1 – «неудовлетворительно»; 2 – «удовлетворительно»; 3 – «хорошо»; 4 – «отлично» [1].

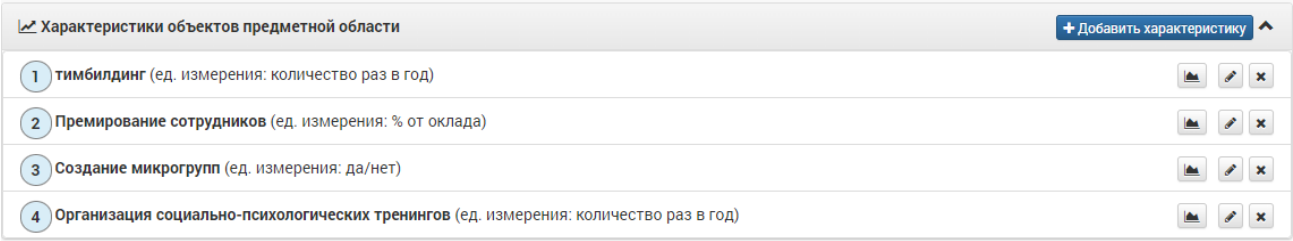


Рис. 1. Характеристики объектов предметной области

У каждого конечного пользователя свои цели и задачи для осуществления конкретных решений. В данной работе проведен сравнительный анализ решений, которые применяются для улучшения социально-психологического климата в коллективе. После чего были определены их комплексные оценки (табл. 1, 2) [1].

Таблица 1

Решения/ Год	Тимбилдинг	Премирование сотрудников	Создание микрогрупп	Организация социально-психологических тренингов
2018	4	20%	да	2
2019	3	10%	да	2
2020	1	0%	нет	1
2021	2	0%	нет	2

Примечание: параметры оценки по критериям «Тимбилдинг» и «Организация социально-психологических тренингов», определяющим эффективность, оценены автором, исходя из личного опыта при первичном использовании программного обеспечения [1].

Таблица 2

Решения/ Год	Тимбилдинг	Премирование сотрудников	Создание микрогрупп	Организация социально-психологических тренингов	Комплексная оценка
Значимость критерия (коэффициент важности)	0.34	0.34	0.14	0.19	
2018	2	4	4	1	3.65
2019	2	2	4	1	3.32
2020	1	1	1	1	1.00
2021	1	1	1	1	1.54

Примечание: коэффициенты важности критериев, учитываемых при комплексном оценивании, приняты автором, исходя из личного опыта.
Тимбилдинг, количество раз в год
Интервалы: 0-2 «неудовлетворительно»

3-4 «удовлетворительно»
5-6 «хорошо»
7-8 «отлично»
Премирование сотрудников, % от оклада
Интервалы: 0-5% «неудовлетворительно»
6-10% «удовлетворительно»
11-15% «хорошо»
16-20% «отлично»
Организация социально-психологических тренингов, количество раз в год
Интервалы: 0-2 «неудовлетворительно»
3-4 «удовлетворительно»
5-6 «хорошо»
7-8 «отлично»

Было проанализировано, какие решения применены для повышения эффективности и сплоченности трудового коллектива в период с 2018 по 2021 гг. Самым эффективным и благоприятным периодом для коллектива был 2018 г., набравший максимальную оценку 3.65 за исследуемый период. Наихудшим периодом был 2020 г., набравший минимальную комплексную оценку 1.00.

Наибольшая комплексная оценка была в 2018 г., за счет таких параметров, как:

- тимбилдинг (4 раза за год);
- социально-психологические тренинги (2 раза в год);
- создание микрогрупп;
- материальная поддержка в виде премии.

Организация таких тренингов, как тимбилдинг, даёт возможность узнать лучше интересы коллег, внутреннее состояние человека, понять себя и научиться слушать других, а также быть услышанным [6, с. 284]. Поэтому тимбилдинг и является одним из самых эффективных методов работы по взаимодействию с другими людьми и повышению сплоченности группы.

Было отмечено, что проведение тимбилдинга, начиная с 2018 г., способствовало уменьшению конфликтных ситуаций в группе, и, следовательно, увеличилась работоспособность, что приводит к достижению высоких результатов в работе.

Список литературы

1. Христофорова К.А., Демидова В.С., Кривогина Д.Н. Субъектно-ориентированное обоснование выбора программного обеспечения для реализации BIM-технологий, совместимых с календарно-сетевым планированием в капитальном строительстве // Инженерный вестник Дона. 2021. № 12 (84). С. 52–67.

2. Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн. 1 / Отв. ред. В.Г. Андреенков, О.М. Маслова. М.: Наука, 1990. 232 с.

3. Воеводина Е.В., Горина Е.Е. Особенности обработки эмпирической информации в качественных и количественных исследованиях социальной сферы // Алгоритмы, методы и системы обработки данных. 2011. № 17. С. 1–8.

4. Харитонов В.А., Алексеев А.О. Концепция субъектно-ориентированного управления в социальных и экономических системах // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2015. № 109. С. 690–706. URL: ej.kubagro.ru/2015/05/pdf/43.pdf (дата обращения: 27.12.2021).

5. Алексеев А.О., Вычегжанин А.В., Дмитрюков М.С. [и др.]. Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2018614405 Российская Федерация. Автоматизированная система субъектно-ориентированного решения линейных задач ранжирования/выбора на основе соединения креативности и технологичности («Джобс-Декон»): № 2018611800: заявл. 22.02.2018: опубл. 05.04.2018.

6. Коломинский Я.Л. Психология взаимоотношений в малых группах. Минск: Изд-во БГУ, 2009. 284 с.

ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ ЦЕННОСТНЫХ УСТАНОВОК КАЛИНИНГРАДСКОЙ МОЛОДЕЖИ*

THE GENDER DIMENSION OF THE VALUES OF KALININGRAD YOUTH

Е.П. Зимовина
Балтийский федеральный университет им. И. Канта, г. Калининград
E.P. Zimovina
Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad

Анализируются стенограммы фокус-групп, участниками которых стали представители калининградской молодежи. Дискуссии в фокус-группах были проведены весной 2022 г. Обсуждались ценностные ориентиры современных молодых людей. Акцент был сделан на общем и особенном в восприятии юношами и девушками таких ценностей, как семья, любовь, дружба. Сделан вывод о прагматичном подходе парней и романтичном подходе девушек к обозначенным ценностям.

The paper analyzes the transcripts of focus groups, the participants of which were representatives of Kaliningrad Youth. Discussions in focus groups were held in the Spring of 2022. The value orientations of modern young people were discussed.

* Исследование выполнено в рамках реализации проекта «Приоритет-2030»: «Моделирование социально-политических и социокультурных факторов геополитической безопасности эксклавного региона России».

The emphasis was placed on the general and special in the perception of young men and girls of such values as family, love, friendship. The conclusion is made about the pragmatic approach of the guys and the romantic approach of the girls to the designated values.

Ключевые слова: Калининград, молодежь, ценности, гендерный аспект, семья, любовь, дружба
Keywords: Kaliningrad, youth, values, gender, family, love, friendship

Молодежь является важным ресурсом общества. Она представляет собой демографический потенциал, основу трудовых ресурсов, значимую часть электората, существенную долю налогоплательщиков. Именно поэтому на поддержание молодежи направлены программы развития в разных сферах жизни социума [1-5]. Помимо социально-экономического и политического значения, молодежь принадлежит к той возрастной категории, которая особенно восприимчива к новым идеям и веяниям. В связи с этим встает вопрос о преемственности ценностных ориентиров, наличии или отсутствии незыблемых ценностей в молодежной среде, трансформации ценностных установок. Немаловажным является и гендерный аспект восприятия фундаментальных ценностей, который в определенной степени является маркером жизненных стратегий молодых людей.

Постановка таких вопросов привела к необходимости проведения социологического исследования, которое и было осуществлено на территории Калининградской области в двух форматах – анкетирование и фокус-группы. В данной работе будут проанализированы стенограммы нескольких фокус-групп, участниками которых стали молодые люди в возрасте 18-35 лет.

Прежде всего нас интересовало отношение молодежи к таким фундаментальным ценностям, как семья, дружба, любовь. И ребята, и девушки отмечали их как основополагающие ценности, однако расставляли приоритеты. Так, молодые мужчины, обозначая семью как основополагающую ценность, перечисляли следующие важные для них категории: *«семья – первичный приоритет. Дальше уже идёт моя честь, моего достоинство, моя просто способность приносить для себя или для кого-то пользу»; «на первом месте семья... на втором месте – самореализация и самовыражение, возможность приносить людям добро какое-то, информацию, помогать миру»; «...всё-таки семья, самые родные люди. Потом ... моя страна, история и всё остальное. Ну, и моя жизнь, моё здоровье»; «На первом месте, я думаю, поставлю Родину, но не просто как место, где родился. А и место, и близкие люди, и семья, и сам народ, и вера. Вот это всё вместе»* [6; 7].

Девушки, говоря о многих важных вещах (саморазвитии, карьере, женском вопросе), тем не менее, делали серьезный акцент на семье: *«Я хочу прожить среднестатистическую жизнь. Чтобы у меня была хорошая семья и всё было замечательно. Нет, я хочу, чтобы у меня была одна из лучших семей, чтобы это было именно так, чтобы мне просто прожить и чтобы я сделала действительно что-то важное»; «Семья – это фундамент. Фундамент того, что мне заложили в детстве. ...Поэтому это самое основное для меня, для дальнейшей жизни»; «Семья – это основа личности, и без семьи любой человек разрушается, деградирует»* [6; 8].

Говоря о дружбе, девушки романтизируют ее намного чаще, чем ребята. Зачастую девушки явно переоценивают и идеализируют дружеские отношения: *«для меня дружба – это прям то, что я ценю в этой жизни. Всех своих друзей, даже если мы не общаемся, я их помню, ценю и вообще прям люблю»; «Я скажу, что для меня дружба даже важнее, чем любовь. ...дружба она может быть до конца. ...у меня есть примеры моих родителей и других людей, которые прям с пяти лет и до конца»; «дружба это что-то такое прям... это когда человек поддерживает тебя во всём, помогает тебе. И я думаю, что это и есть одна из ценностей»* [6; 8]. Как ни странно, парни относятся к дружбе более прагматично, без эмоций и серьезно: *«если говорить именно про дружбу, то это очень такая тонкая грань ... потому что у нас есть знакомые, есть приятели, есть друзья, закадычные друзья – это вот классификация. ...если мы говорим про друзей ... то ты в нём не настолько до конца уверен, как в членах семьи»* [7].

Интересная палитра мнений обозначилась по отношению к любви как ценности. Ребята говорили о любви подробнее и в разных аспектах: *«любовь – это, в первую очередь, химическая привязанность к человеку, к чему-то там... Но на одной такой химической любви далеко не уедешь. Поэтому должна быть привязка какая-то моральная. Человек должен быть твоим другом, твоим соратником, твоим товарищем. ... В моей жизни любовь даже не в топе пять»; «сам я, наверное, любить не умею. У меня очень мало эмпатии по отношению к людям. Но, тем не менее, я нуждаюсь в любви. Это если касательно отношений супружеских, парень с девушкой и так далее Она мне помогает двигаться. То есть поддержка, забота, любовь, ласка – мне это всё нужно. ... а есть ещё любовь к родителям, родительская, ... есть любовь к друзьям»; «на мой взгляд, любовь – это определенный продукт психологии, когда у человека есть определённое влечение к человеку, нужда и необходимость в нем. ... и человек будет поддерживать, радоваться, что ты рядом. ...какое место занимает любовь? ... второе место. ... Я поставил жизнь на первое место»; «если в*

общем – это привязанность какая-то. ... Просто тебе комфортно с тем, кого ты любишь, просто комфортно жить. Какое место? Родителям – первое место, каким-нибудь материальным вещам – самое последнее. ... я никого пока не встретил. ... но если бы встретил такую девушку, я бы хотел поставить её на первое место» [7].

Девушки, рассуждая о любви и отмечая ее многогранность, все же выходили на тему романтических отношений с мужчиной: *«Главное в любви – доверие. ...Потому что без него не бывает любви. А еще понимание и поддержка. Мне кажется, что эти три вещи должны быть в основе. Без этого прям тяжко будет»; «любовь – это когда о ком-то хочется заботиться. И хочется, чтобы тебе обратно эту заботу, эту любовь тоже отдавали. То есть хочется быть кому-то нужным»; «для меня любовь – это интерес… должно быть интересно с человеком. И я должна чувствовать, что я ему интересна».* Некоторые девушки связывали любовь с браком, хотя и не отождествляли эти два понятия: *«когда сталкиваешься с романтической любовью – сразу замуж выходишь»; «в последнее время я убеждаюсь, что брак – не равно любовь. Любовь может быть равна браку, а потом становится, что брак – не равно любовь. Поэтому у меня отношение к любви становится такое, очень осторожное».* Своеобразие женского восприятия любви выразила одна девушка: *«Само это ощущение любви сподвигает жить, сподвигает что-то делать. Мне кажется, весь этот мир создан для любви. ... С любовью связано создание мира и всего, что происходит вокруг нас»* [8].

Проведенное исследование позволило выявить несколько интересных моментов. Первое – в качестве главной ценности молодые люди во всех группах называли семью и старались раскрыть суть этого понятия. Тем не менее, парни называли семью приоритетом, но далее следовал еще список ценностей: родина, честь, здоровье, самореализация. Девушки отдавали абсолютное первенство семье. Причем, имея в виду как семью, в которой они воспитывались, так и представляя свою будущую семью. Второе – молодые люди воспринимают дружбу прагматичнее, они классифицируют круг своих знакомых и «фильтруют» друзей. Девушки чаще идеализируют дружеские отношения и относятся к ним эмоционально. Третье – любовь парни воспринимают как сочетание физической и эмоциональной близости. В их высказываниях прямо говорится о потребности в любви. Девушки обращают внимание исключительно на эмоциональную составляющую любви. Даже те их них, кто уже имеет опыт совместного проживания с мужчиной. Однако, несмотря на некоторые различия, представители обеих полов относятся к семье, дружбе и любви как к фундаментальным ценностям общества.

Список литературы

1. Федеральный закон от 21 ноября 2011 г. № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации». URL: https://minzdrav.gov.ru/ documents/7025 (дата обращения: 21.06.2022).
2. Национальный проект «Демография». URL: https://mintrud.gov.ru/ ministry/programms/demography (дата обращения: 21.06.2022).
3. Концепция демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года. URL: http://www.kremlin.ru/acts/bank/26299 (дата обращения: 21.06.2022).
4. Ипотека для молодой семьи в Сбербанке. URL: https://blog.domclick.ru/post/ipoteka-dlya-molodoi-semi-v-sberbanke-1 (дата обращения: 21.06.2022).
5. Федеральный Закон от 30.12.2020 № 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации». URL: http://publication.pravo.gov.ru/ Document/View/0001202012300003?index=0&rangeSize=1 (дата обращения: 21.06.2022).
6. Фокус-группа 1 (15.04.2022, стенограмма).
7. Фокус-группа 2 (18.04.2022, стенограмма).
8. Фокус-группа 3 (19.04.2022, стенограмма).

ТРАНСФОРМАЦИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК: ЦИФРОВАЯ ЛИЧНОСТЬ И КИБЕРБЕЗОПАСНОСТЬ

THE TRANSFORMATION OF COMMUNICATION PRACTICES: DIGITAL IDENTITY AND CYBERSECURITY

М.П. Казаков
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского; Нижегородская областная общественная организация «Семейный центр “ЛАДА”», г. Нижний Новгород
M.P. Kazakov
Lobachevsky University; LADA Family Centre, Nizhny Novgorod

В основе цифровой социализации лежит гипотеза «новой нормальности», которая возникла в период экономического кризиса 2008 г. Она была предложена для анализа и объяснения явлений в эпоху перемен, роста неопределенности, непредсказуемости мира. Одним из важнейших направлений «новой нормальности» являются цифровые трансформации, которые меняют нашу повседневность и картину мира. Последствием этого становится новая экологическая система развития ребенка. В контексте цифровых трансформаций

возникает особый интерес к феномену детства. Изменившаяся социальная ситуация развития ребенка приводит к тому, что за зону его развития конкурируют не только значимый взрослый, но и онлайн-среда. Это формирует новый исторический тип детства – цифровое детство.

The hypothesis of "new normality" which emerged during the economic crisis of 2008 is the basis of digital socialization. It was proposed to analyse and explain phenomena in an era of change, growth of uncertainty, unpredictability of the world. One of the most important strands of the 'new normal', is the digital transformation that is changing our everyday life and picture of the world. The consequence is a new ecological system of child development. In the context of digital transformations, there is a special interest in the phenomenon of childhood. The changed social situation of the child's development leads to the fact that not only a significant adult, but also the online environment is competing for the child's development zone. This forms a new historical type of childhood - digital childhood.

Ключевые слова: трансформация коммуникативных практик, цифровая социализация, цифровая личность, цифровое поколение, кибербезопасность

Keywords: transformation of communicative practices, digital socialization, digital identity, digital generation, cybersecurity

«Цифровое поколение» – дети в возрасте 12-17 лет, представители «Поколения Альфа». В контексте цифровых трансформаций возникает особый интерес именно к этой группе. Изменившаяся социальная ситуация развития ребенка приводит к тому, что за зону его развития конкурируют не только значимый взрослый, но и онлайн-среда.

Под влиянием цифровой среды формируются новые социальные и коммуникативные нормы социума, и здесь важно ввести новое понятие «Цифровая социализация»

Цифровая социализация – опосредованный всеми доступными инфокоммуникационными технологиями процесс овладения и присвоения человеком социального опыта, приобретаемого в онлайн-контекстах, воспроизводства этого опыта в смешанной офлайн/ онлайн реальности и формирующий его цифровую личность как часть реальной личности.

Исследование цифровой социализации проходит по нескольким направлениям: психологическое благополучие и психическое здоровье, индивидуально-личностные особенности, пользовательская активность, образ цифрового мира, цифровое гражданство, кибербезопасность.

Феномен личности как одно из центральных интегративных понятий психологии представляется еще более сложным, чем был до цифровой эпохи. Личность почти каждого современного человека, имеющего хотя бы одно

цифровое устройство, приобретает свою цифровую сторону. Цифровая личность рассматривается сейчас, во-первых, как процесс и результат постоянной оцифровки человека. Все учетные записи, все аккаунты, все наши реквизиты – все это дополняет личность как сложные результаты взаимодействия и воздействия информационного пространства на человека.

Современные исследования показывают, что чем моложе человек, тем чаще и легче он воспринимает цифровые объекты как часть себя. Смартфон является одним из первых и наиболее значимых видов собственности подростка, гаджет всегда рядом: у трети подростков он находится рядом даже ночью. Среди опрошенных в возрасте 7–16 лет очень велика эмоциональная привязанность к гаджетам (41%).

Значимость цифрового мира проявляется в возникновении новых страхов. Перечислим основные и наиболее заметные из них. Номофобию (страх остаться без телефона) называет каждый третий подросток, страх репутационных потерь в соцсетях – каждый второй, страх остаться без доступа к социальным сетям – более 70%. Для подростков характерен высокий уровень технофилии и достаточно высокий уровень доверия к приложениям и программам (каждый четвертый).

У 60% пользователей социальных сетей есть бессознательный страх оказаться не в курсе происходящих событий, о которых знают и которые обсуждают люди вокруг. Проблема стала настолько популярна, что даже получила отдельное название: FoMO. Так, например, в США многие подростки из-за информационной зависимости имеют расстройства сна и просыпаются среди ночи, чтобы проверить почту и пролистать ленту в Instagram (запрещенная в России экстремистская организация). Кроме нарушения биоритмов, у человека появляются и когнитивные расстройства, например, неосознанная задержка дыхания во время просмотра электронного письма.

Имоджифобия. В современном мире деловое и личное взаимодействие часто происходит через мессенджеры и требует умения быстро переключаться с одной модели общения на другую – из-за этого человек испытывает больше стресса, боясь допустить ошибку, в частности, случайно отправив неуместный смайл.

Тредофобия. С развитием технологий жизнь каждого из нас становится прозрачна, и личностям, склонным вести «двойную игру» (например, тем, кто любит приукрашивать свои достижения перед коллегами или друзьями), становится сложно выражать искреннее мнение, не оглядываясь на последствия своих слов. Это – первая причина развития тредофобии.

Вторая причина свойственна невротикам, поскольку они чувствуют себя неуверенно и часто страдают целым рядом комплексов. Один из главных страхов таких людей – опозориться перед теми, кто более успешен. Человек, страдающий подобным навязчивым состоянием, либо вовсе перестает открыто выражать свое мнение в Сети, либо начинает оставлять записи под чужими именами.

Троллефобия. Человек, страдающий этой фобией, уверен, что другие люди хотят его оскорбить, унизить, испортить его проект или подорвать доверие его аудитории к нему. В результате появляется желание минимизировать контакты с окружающими и прекратить какую-либо деятельность, чтобы не привлекать лишнего внимания.

Соционетофобия. Раньше у мнительных людей мог быть страх перед службами безопасности, но теперь, с появлением социальных сетей, к этому списку добавились члены семьи, клиенты и коллеги. При соционетофобии человек боится завести аккаунт в интернете, так как другие могут ознакомиться с его личными данными и использовать их для шантажа и слежки. Иными словами, эта фобия является новым видом мании преследования.

Рассмотрение формирования личности современного ребенка через призму гиперподключенности, неизученного ранее пространства смешанной реальности и беспрецедентного технологического расширения личности, определяющих ее новую социальность, предполагает, во-первых, необходимость иного взгляда на нормы когнитивного и личностного развития, во-вторых, подтверждает значимость не только вооруженности опосредствования деятельности как одного из существенных условий развития психики, но и механизмов переопосредствования – включения уже опосредствованных форм деятельности в новые системы опосредствования.

Представленная социально-когнитивная модель цифровой социализации, в центре которой находится цифровая личность, отражает современный этап социальной и когнитивной эволюции человеческой психики, когда развивающееся сознание личности в познавательном и коммуникативном плане фактически сращивается с внешними орудиями (гаджетами) и знаковой реальностью (Интернетом).

РАЗВИТИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ СПОСОБНОСТЕЙ ДЕТЕЙ С ОГРАНИЧЕНИЕМ СЛУХА С ПОМОЩЬЮ ОБУЧЕНИЯ ИГРЕ НА БЛОКФЛЕЙТЕ

THE DEVELOPMENT OF THE COMMUNICATIVE ABILITIES OF CHILDREN WITH HEARING DISABILITIES THROUGH LEARNING TO PLAY THE RECORDER

С.Е. Кобзарева
Детская музыкальная хоровая школа № 1,
Ассоциация «Социальная защита детей инвалидов», г. Самара
S.E. Kobzareva
Children's Musical Choir School No. 1,
Association "Social protection of children with disabilities", Samara

Рассматривается проблема развития речи у детей с ограничением слуха. Представлен пример работы со слабослышащими детьми в рамках обучения их игре на блокфлейте.

The article deals with the problem of speech development in children with hearing loss. An example of working with hearing-impaired children as part of teaching them to play the recorder is presented.

Ключевые слова: дети с ограничениями слуха, обучение игре на блокфлейте, освоение нотной грамоты, развитие гибкости языка, развитие дыхания, воспитание сценической культуры

Keywords: children with hearing impairments, learning to play the recorder, mastering musical notation, developing language flexibility, developing breathing, raising stage culture

Огромное значение в развитии речи имеет слуховое восприятие. Ребенок учится говорить, сравнивая услышанные звуки с тем, что он произносит, волей-неволей корректируя их. Если же слух развит плохо, то многие нюансы произношения не улавливаются. Ребенок не понимает разницы между твердыми и мягкими согласными, мышца языка не развивается в плане гибкости, в результате речь детей с ограничениями слуха изобилует гласными звуками. Все это создает серьезный барьер в общении. Видя, что их не понимают, дети начинают замыкаться и переходить на жестикулирование.

В настоящее время, благодаря сложившейся политике в образовании и культуре, все больше внимания уделяется развитию детей с ограниченными возможностями здоровья. Создаются центры, клубы, дающие возможность «услышать неслышимое, увидеть невидимое, почувствовать неощутимое». Природа нарушений здоровья не всегда объяснима, и помимо медикаментозных

методов, мы можем добиться прогресса в развитии ребенка средствами искусства.

Теоретический анализ научной литературы позволяет выделить интерес ученых (А.Д. Андреева и И.В. Дубровина [1], Н.Я. Семаго и А.К. Фадина [2]) к применению средств культуры и искусства в инклюзивном образовании, социально-культурной реабилитации детей с ограниченными возможностями здоровья. Вопросы постановки исполнительского аппарата духовика раскрыты в работах В.Д. Иванова, И.Ф. Пушечникова [3; 4]. Интерес представляют коррекционные речевые игры, упражнения и сценки, представленные Н.А. Сорокиной [5].

Деятельность Самарской областной благотворительной общественной организации Ассоциации «Социальная защита детей-инвалидов» направлена на творческое развитие детей с ограничениями слуха, расстройством речи, отставанием развития. Проговаривание стихов, игра в театре, пение, игра на инструменте позволяют скорректировать некоторые физические недостатки, раскрыть способности учащегося и развить навыки коммуникации. Обучение игре на блокфлейте органично вписывается в данную систему.

Цель занятий на духовых инструментах детей с ограничениями по слуху сводится к развитию у них речевых навыков за счет постановки исполнительской техники языка и дыхания. Содержание обучения предполагает: освоение элементарной нотной грамоты; развитие гибкости языка; развитие дыхания; воспитание сценической культуры. Положительный результат достигается благодаря осознанному распределению детьми своего дыхания, тренировке мышцы языка и стимуляции точек, расположенных на кончиках пальцев.

Конкретизируем суть основных элементов содержания обучения.

Освоение нотной грамоты. Для повышения эффективности общения с детьми необходимо объяснение таких понятий, как расположение нот на нотоносце, длительность, знаки альтерации. В начале урока всегда проговаривается звукоряд до мажора. Кроме элементарного освоения порядка нот предполагается проговаривание простых слогов, тренировка дикции и памяти. Освоение расположения нот на нотоносце тренируется на основе изучаемого произведения, ориентируясь на написанный ранее звукоряд. В процессе дети обучаются определять ноты без подсказок со стороны учителя.

Развитие гибкости языка. Техника языка – одна из основных составляющих исполнительской техники исполнителя на духовых инструментах. Владение ею дает возможность обогатить штриховую культуру исполнителя.

Для детей, страдающих нарушениями речи, работа над гибкостью язычка просто необходима, поэтому на занятиях используются логопедические упражнения, развивающие мышцу языка. Комплекс этих упражнений включает в себя произнесение слогов, основанных на твердых и мягких согласных (та-ка, да-га…). Данное упражнение производится с постепенным увеличением скорости произнесения слогов, тренируя быстроту язычка. В дальнейшем это помогает детям в освоении твердой, мягкой и вспомогательной атаки (начала звука). На первых занятиях дети не проявляли интереса к этой части урока, некоторые просто отказывались выполнять упражнение. Однако в процессе обучения наблюдается заметный рост в освоении элементов этого упражнения. Большинство детей достаточно чисто произносят нужные слоги. Поскольку дети с нарушением слуха не всегда улавливают разницу между твердым и мягким звуком, мы предлагаем карточки с написанными слогами или обращаемся с просьбой закрыть ушки, проследить внутренние свои ощущения при произнесении мягких и твердых звуков.

Более продвинутый способ – произнесение скороговорок:

От топота копыт *На дворе – трава,*
Пыль по полю летит *На траве – дрова*

При этом скорость произнесения скороговорок не имеет значения, важно корректное произнесение звуков.

Развитие дыхания. Исполнительское дыхание – основа крепкого, насыщенного звука. В методиках обучения игре на духовых инструментах подробно представлены варианты вдоха и выдоха исполнителя [3; 4]. Музыкант работает над развитием дыхания на протяжении всей исполнительской деятельности. В рамках обучения детей игре на блокфлейте у детей формируются такие навыки, как вдох ртом в область живота; выдох равномерный и долгий.

Самое сложное – научить детей дышать в живот, причем так, чтобы он надувался, а при выдохе – сдувался. Эта особенность зачастую непонятна и взрослому человеку. Однако в процессе обучения большинство детей сформировали этот навык. Выдох при игре выдержанных звуков у многих детей в настоящее время достигает 10-15 секунд. Это очень хороший показатель для начинающих музыкантов. С медицинской точки зрения, положительный эффект дыхательных упражнений трудно переоценить: избавление от застоев в органах дыхания, дополнительное оснащение кислородом, массаж внутренних органов, регулировка психических процессов.

Тренировка протяжного выдоха тренируется с помощью пропевания слога «та». Данным упражнением не только контролируется равномерный долгий выдох, но и отрабатывается толчок языка на начале звука (атака).

Воспитание сценической культуры. Самая интересная часть занятия – это игра на инструменте. В процессе обучения используется простой в обращении инструмент – блокфлейта. Звук на ней производится легко, весит она мало, вместе с тем позволяет осветить вопросы дыхания, работы языка, постановки корпуса и пальцев. Репертуар начального этапа обучения включает простые произведения, основанные на двух-трех нотах, такие как русские народные песни «Андрей – Воробей», «Василек», «У Кота», «Как под горкой под горой». Благодаря легкости освоения этих пьес, в учебной аудитории создается атмосфера ситуации успеха. Дети начинают чувствовать себя более уверенно, появляется желание стать ведущим в группе, исчезает стеснение.

Немаловажное значение имеет и публичное выступление. Именно после участия в концертах наблюдается всплеск интереса к дальнейшему освоению инструмента. Само участие в мероприятии является формой признания успеха ребенка. Поведение на сцене, умение справиться с волнением, внешний вид дисциплинируют детей. Даже когда нет возможности выступить на концерте, всегда можно записать разобранное произведение на видео и отправить его в виде поздравления на праздник родителям. Похвала, полученная от родственников после просмотра видео, является дополнительным стимулом для дальнейшего развития. Кроме того, данная работа располагает родителей к руководителю занятий, что немаловажно.

Отметим наши наблюдения, сделанные в ходе занятий – в процессе обучения игре на блокфлейте, учащиеся активно развивают мышцу языка, что положительно отражается на дикции. Планомерная работа над дыханием помогает избавиться от физических и психологических зажимов. Вибрации, издаваемые при игре на духовом инструменте, затрагивают не только органы чувств, но и воздействуют на внутренние органы, развивая слуховые возможности учащегося, а публичные выступления формируют уверенность в себе и развивают коммуникативные способности.

Подчеркнем, что обучение игре на блокфлейте детей с ограничениями по слуху представляется сложным процессом. На пути к самому маленькому успеху приходится преодолевать огромные сложности в общении. Однако радостные глаза детей и возросший интерес к игре на инструменте сглаживают любые препятствия.

Список литературы

1. Дубровина И., Андреева А. Психокоррекционная развивающая работа с детьми. М.: Академия, 2003. 255 с.
2. Семаго Н.Я., Фадина А.К. Инклюзивное образование. Выпуск 1. М.: Центр «Школьная книга», 2010. 308 с.
3. Иванов В.Д. Основы индивидуальной техники саксофониста. М.: Музыка, 1993. 115 с.
4. Пушечников И.Ф. Особенности дыхания при игре на гобое. Вопросы музыкальной педагогики: Сборник научно-методических трудов. М.: Музыка, 1991. 126 с.
5. Сорокина Н. Коррекционные речевые игры, упражнения и сценки. М.: Институт общегуманитарных исследований, 2010. 443 с.

ВЛАДЕНИЕ РУССКИМ ЯЗЫКОМ МОЛОДЫМИ ТРУДОВЫМИ ИММИГРАНТАМИ В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

RUSSIAN LANGUAGE PROFICIENCY BY YOUNG LABOR IMMIGRANTS IN THE NIZHNY NOVGOROD REGION

А.А. Лакомова
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
A.A. Lakomova
Lobachevsky University

Представлены результаты социологического исследования, проведенного методом глубинного интервью с иммигрантами, о влиянии знания русского языка у молодых трудовых иммигрантов на их адаптацию и интеграцию в принимающем обществе на примере Нижегородской области.

The author of the article presents the results of a sociological study conducted by the method of in-depth interviews with immigrants on the impact of knowledge of the Russian language among young labor immigrants on their adaptation and integration in the host society, using the example of the Nizhny Novgorod region.

Ключевые слова: трудовая иммиграция, принимающая страна, знание языка, молодые иммигранты, социальная адаптация

Keywords: labor immigration, host country, language skills, young immigrants, social adaptation

Трудовая миграция в России, как и в других зарубежных странах (США, Германия, Саудовская Аравия, Великобритания), остается актуальным явлением [1]. Иммигранты приезжают в другие страны с целью работы и улучшения

своего социально-экономического положения преимущественно в молодом, трудоспособном возрасте. Это доказывают как результаты социологических исследований [2], так и статистические данные [3].

При переезде в другую страну изучение языка принимающей страны у иммигранта стоит не всегда на лидирующих позициях. Если потенциальный работодатель не требует от трудового иммигранта знания принимающей страны на определенном уровне, то иммигрант, как правило, либо уже знает, либо изучает только необходимые фразы и слова для общения в повседневной жизни. Тем не менее, определенный уровень знания русского языка у молодых трудовых иммигрантов влияет на их общение с местными жителями.

В одном из регионов России, в Нижегородской области, было проведено исследование в 2019 г. «Специфика социальной адаптации и интеграции молодых трудовых иммигрантов в Нижегородской области» методом глубинного интервью. Выборку составили трудовые иммигранты из стран ближнего зарубежья от 18 до 35 лет (n=21). Одной из составляющих данного исследования является изучение влияния уровня знания русского языка иммигрантами на социальную адаптацию в стране-реципиенте, а именно на общение с местными жителями и интеграцию в местную культуру.

Часто общение с коренным населением, становящееся постоянным, повышает уровень знания русского языка у приезжих: *«Да, каждый день общаемся с местными… бывает какой-то слова, не понимаю… объясняют это непонятное слово»* (мужчина, 35 лет, Таджикистан, 8 лет живет в России, рабочий в колхозе, среднее образование), особенно если молодые трудовые иммигранты работают вместе с коренными жителями: *«Все соседи наши русские, рабочие, коллеги все наши – русские. Вот сейчас с Вами общаюсь»* (мужчина, Армения, 35 лет, 15 лет живет в России, водитель, среднее образование); *«Ну, чуть-чуть понимал язык… Друзья, да и вот соседи, все, со всеми разговаривал»* (мужчина, 35 лет, Таджикистан, 8 лет живет в России, рабочий в колхозе, среднее образование).

Низкий уровень владения языком принимающей страны и стремление его выучить мотивирует к поиску русскоязычных друзей для более быстрого его освоения, интеграции в местную культуру: *«Друзья, конечно, помогали русский язык учить. У меня здесь есть друзья»* (мужчина, 22 года, Узбекистан, 1 год живет в России, разнорабочий на стройке, среднее образование); *«Друзья, да и вот соседи, все, со всеми разговаривал, так и учил русский язык»* (мужчина, 35 лет, Таджикистан, 8 лет живет в России, рабочий в колхозе, среднее образование); *«Я русский язык хорошо знаю, поэтому я, если так сказать, половина из 100%, например, это у меня 40% я жил в Таджикистане 2 года,*

когда служил, там у меня в минус ушло, как разговариваем, у нас там нет русский народу, ну русский народ там живет… как тебе сказать, ну в службе нет таких» (мужчина, 32 года, Узбекистан, 10 лет живет в России, парикмахер, среднее образование).

Молодые трудовые иммигранты, знающие или изучающие русский язык, помогают членам семьи или соотечественникам, плохо владеющим им, его выучить: *«Брат помогает изучать русский язык»* (мужчина, 23 года, Узбекистан, 5 лет живет в России, разнорабочий на стройке, среднее (общее) образование). Проблема социальной отчужденности не выделена молодыми трудовыми иммигрантами, проживающими на территории Нижегородской области, а общение молодых трудовых иммигрантов с местными жителями можно охарактеризовать как частое и неконфликтное: *«Не чувствовал изолированность, все местные жители хорошо общались со мной… Каждый день с ними [местными жителями] общаюсь, везде с ними общаюсь, по работе, в общественных местах»* (мужчина, 30 лет, Армения, больше 5 лет живет в России, рабочий на заводе, среднее образование).

В дополнении к этому трудовыми иммигрантами была выделена проблема владения русским языком и его изучение: *«Русский язык учить надо было, не очень хорошо его знал… Можно так сказать, что я от 100% где-то 90% от друзей узнал. Просто я с помощью друзья, они мне помогали учить, много общался, много время проводил с ними»* (мужчина, 20 лет, Азербайджан, 7 лет в России, повар, основное (общее) образование), *«Слова не понимаю несколько»* (мужчина, 23 года, Узбекистан, 5 лет живет в России, строитель, среднее (общее) образование), *«Чуть-чуть понимал язык»* (мужчина, 35 лет, Таджикистан, 8 лет живет в России, работает в колхозе, среднее образование).

Таким образом, несмотря порой на низкий уровень знания русского языка молодыми трудовыми иммигрантами, приезжающими в Россию, они стремятся интегрироваться в местное общество, общаясь с коренным населением, создавая новые социальные связи, которые помогают в дальнейшем адаптироваться им в принимающей стране в основных сферах жизни (бытовая и профессиональная).

Список литературы

1. Основные показатели международной миграции на 2020 год / Отдел народонаселения Департамента по экономическим и социальным вопросам Организации Объединенных Наций. URL: https://www.un.org/development/desa/pd/sites/www.un.org.development.desa.pd/files/imr2020_10_key_messages_ru_1.pdf (дата обращения: 30.08.2022).

2. Мукомель В.И., Ромодановский К.О. Регулирование миграционных процессов: проблемы перехода от реактивной к системной политике // Общественные науки и современность. 2015. № 5. С. 5–18.

3. Распределение международных мигрантов в РФ по гражданству и возрастным группам за 2019 г. // Росстата. URL: https://gks.ru/bgd/regl/b20_107/Main.htm (дата обращения: 30.08.2022).

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ САМОРЕАЛИЗУЮЩИХСЯ ОПАСЕНИЙ

INTERACTION THROUGH THE LENS OF SELF-FULFILLING FEARS

Е.Е. Марухин
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
E.E. Marukhin
Lobachevsky University

Рассматривается процесс взаимодействия людей через призму собственных опасений. Процесс возникновения ситуаций, когда у человека в жизни случается то, чего он опасался, рассматривается через внутренний мир человека и через его восприятие окружающей действительности.

The process of interaction between people through the prism of their own fears is considered. The process of occurrence of situations when a person in life happens what he feared is considered through the inner person and through his perception of the surrounding reality.

Ключевые слова: самореализующиеся опасения, взаимодействие, самоисполняющиеся пророчества

Keywords: self-fulfilling fears, interaction, self-fulfilling prophecies

Существует выражение: «Чего боишься, то и случается». Или например: «За что боролся – на то и напоролся».

В ходе взаимодействия студентов с преподавателями встречаются опасения, что их оценят отрицательно (встречалось, что сам факт оценки уже неприятен для студентов). Студенты опасаются выразить свое недовольство деятельностью преподавателя, боясь испортить отношения, или что они дадут неверный ответ, скажут глупость и у преподавателя возникнет негативное отношение к студенту. Кроме того, некоторые студенты опасаются, что их будут включать в работу, требуя от них активности, а они в этой активности проявят себя «неприглядно», что преподаватель посмеется над их ответами или

высказываниями, что на занятиях могут получить задание, которое они не смогут выполнить.

Среди преподавателей встречаются опасения что-то сделать неправильно, и студенты будут жаловаться на преподавателя, или что студенты могут задать вопрос, на который у преподавателя нет ответа и, в этом случае студенты подумают о некомпетентности преподавателя, что преподаватель не владеет материалом, не готов к занятию. Встречаются случаи, когда преподаватель боится оценивать студентов некорректно, занизив ему оценку и обидев студента. И эти опасения нередко сбываются.

Несомненно, за каждым таким опасением в большинстве случаев стоят иррациональные идеи или когнитивные искажения [1]. Предлагается рассмотреть данную проблему с позиций внутреннего мира человека.

Роберт Розенталь заметил, что результаты эксперимента или исследования зависят от настроя экспериментатора, его предвзятости и ожиданий от эксперимента. «Принцип Розенталя», или «Самоиполняющееся пророчество», заключается в том, что ожидания человеком реализации пророчества во многом определяют характер его действий и интерпретацию реакций окружающих, что и провоцирует самоосуществление пророчества.

Направленность психической деятельности как основа внимания, подразумевает избирательный характер, выделение из окружения значимых предметов и явлений. Ведь именно «ощущения и восприятия – начальная основа построения каждым человеком своего образа мира, своей субъективной, пристрастной модели окружающего его мира реального» [2, с. 3]. Особо подчеркивается, что восприятие – это активный и созидательный процесс, опосредствованный индивидуальным опытом субъекта, рассматриваемый как решение им своего рода перцептивной задачи [2, с. 13].

В более широком смысле, в основе самореализующихся опасений лежит интенциональность – одно из центральных понятий феноменологии Гуссерля. Интенциональность как бы конструирует (конституирует) сознание, наполняя его значением и смыслом. Все предметные акты сознания определены соответствующим предметным содержанием [3, с. 212].

Подобный взгляд на участников социального взаимодействия встречается в практике психологического консультирования [4, с. 173]. В одном из практических случаев мужчина говорил о том, что у него жена очень конфликтная. При выяснении деталей мужчина сообщил, что жена хотела разобраться в том, как распределить домашние бытовые обязанности и обвиняла его в том, что он ничего не делает. Однако при уточнении того, произносила ли жена обвинительные фразы или говорила повышенным тоном, оказалось, что

нет. Мужчина пояснил, что жена говорила это как раз с желанием улучшить отношения. Как выяснилось, мужчина боялся конфликтов со своей женой. То есть, его восприятие осуществлялось через призму своего опасения.

Другой случай. Мужчина 35 лет. Видит в женщинах агрессию в свою сторону. В детстве у него была бабушка и мама, похожая на бабушку из книги П. Санаева «Похороните меня за плинтусом». Дважды разрывал отношения после того, что видел агрессию в свою сторону. Вроде бы покладистая девушка рядом с ним превращается в агрессивную. Боится близких отношений с женщинами, ожидая их агрессию в свой адрес. Одновременно не умеет проявлять себя в близких отношениях, чрезмерно услужлив, проявляется как раб по отношению к рабовладельцу. Превращая тем самым женщину в госпожу. Психотерапия может заключаться в выходе мужчины из роли раба.

Очень хороший материал для рассмотрения подобных случаев дает знаменитый французский режиссер, многократный призер международных кинофестивалей, феноменолог Андре Кайят в фильме «Супружеская жизнь» (1964 г.).

Главный герой фильма Жан Марк опасался, что жена будет вести себя, как его мать. В его воспоминаниях показаны те моменты, когда жена ведет себя таким образом. Эти моменты жизни в его памяти как бы выделены, расширены, яркие. В ее воспоминаниях ее образ совсем другой: этих моментов либо совсем нет, или они выглядят совершенно иначе. Зато выделены другие моменты их жизни, связанные с ее опасениями. Эти опасения в ее версии совместной жизни реализовываются. При этом герои фильма вроде бы любят друг друга, но не обращая внимания на способности и задатки друг друга. Вроде бы даже пытались что-то друг для друга сделать, но исходя из своих представлений, не обращая внимания друг на друга. Он не видел, в чем ее таланты. Она не обращала внимания на его способности и успехи. При этом оба обращают внимание на свои опасения.

Еще один показательный случай из практики консультирования. Женщина, 33 года. Боится, что останется без детей. Живет с мужчиной. Видит, что мужчина не хочет детей, потому что: она решила, что он нерешительный и труслив. При исследовании фактов поведения мужчины (с ее слов) оказалось, что он в основном ведет себя довольно решительно и смело. Она очень много разговаривает с ним на тему того, что боится остаться без ребенка. В данном случае можно предположить (как одну из гипотез), что у мужчины уже, возможно, формируется свое опасение, что его расценивают только как возможность завести ребенка.

Если размышлять, то интенциональность или направленность восприятия основывается на нашей человеческой природе, исходя из ограниченности человеческих ресурсов. В любой системе ресурсы направляются именно туда, где наиболее важное направление деятельности.

Случаи, когда опасение реализовывается, могут быть основаны исключительно на интенциональности сознания субъекта социального взаимодействия и не иметь под собой иных оснований.

Согласно Гуссерлю, преодолеть интенциональность можно, исследуя природу самой интенциональности, то есть как происходит восприятие событий своей жизни. В контексте социального взаимодействия это может быть исследование реальности, фактуры происходящих событий, по возможности избегая интерпретаций.

Список литературы

1. Бек Дж. Когнитивная терапия: полное руководство. М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2016. 400 с.
2. Общая психология: в 7 т.: Учебник для студ. Высш. Учеб. Заведений / Под ред. Б.С. Братуся. Т. 2: Ощущение и восприятие / А.Н. Гусев. М.: Издательский центр «Академия», 2007. 416 с.
3. Философский энциклопедический словарь / Гл. ред. Л.Ф. Ильичёв [и др.]. М.: Советская энциклопедия, 1983. 840 с.
4. Марухин Е.Е. Самореализующиеся опасения // Антология Российской психотерапии и психологии: Сетевое научно-практическое издание / Общероссийская профессиональная психотерапевтическая лига; Национальная саморегулируемая организация «Союз психотерапевтов и психологов»; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования «Российская медицинская академия непрерывного профессионального образования» Министерства здравоохранения Российской Федерации. М.: Общероссийская общественная организация «Общероссийская профессиональная психотерапевтическая лига», 2022. С. 173.

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ МОДЕЛИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК МЕДИЦИНСКОГО ПЕРСОНАЛА С ПОМОЩЬЮ ИММЕРСИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

NEW POSSIBILITIES FOR MODELLING MEDICAL PERSONNEL COMMUNICATION PRACTICES USING IMMERSIVE TECHNOLOGIES

О.А. Маслова, В.Ф. Пятин
Научно-исследовательский институт нейронаук Самарского государственного медицинского университета, г. Самара
O.A. Maslova, V.F. Pyatin
Research Institute of Neurosciences, Samara State Medical University, Samara

Обсуждается перспективность применения иммерсивных технологий в коммуникативных практиках медицинского образования и медицины. Показано, что наряду с парадигмой виртуальной коммуникативной практики «человек–виртуальная среда» появляются исследования эффективности социальной коммуникации в виртуальных практиках. Предполагается, что парадигма «человек–ВР–аватары» станет прорывным уровнем в коммуникативных практиках в медицинском образовании и здравоохранении.

The article discusses the prospects of using the immersive technologies in the communicative practices of medical education and healthcare. It is shown that along with the paradigm of the virtual communicative practice "human-virtual environment" there are studies of the social communication’s effectiveness in the virtual practices. It is assumed that the paradigm "human-VR-avatars" will become a breakthrough level in the communicative practices in medical education and healthcare.

Ключевые слова: медицинский персонал, коммуникации, иммерсивные технологии, виртуальная реальность, здравоохранение, жизнеспособность персонала, VUCA-мир

Keywords: medical personnel, communications, immersive technologies, virtual reality, healthcare, resilience of medical personnel, VUCA-world

Введение. Медицину рассматривают как взаимодействие в парадигме «человек–человек». Традиционно проблема пациента изначально обсуждается с врачом, затем определяются симптомы на основе физиологических данных пациента, таких как эмоциональные и физические реакции, клинические данные. Врач определяет и вариант терапии, лучше всего подходящий для пациента. Однако современное здравоохранение претерпевает революцию благодаря развитию технологий больших данных и искусственного интеллекта [1]. Иммерсивные технологии являются ключом к преобразованию отрасли здравоохранения. Наблюдается огромный рост спроса на передовые цифровые

платформы, такие как Stamford Virtual Heart, анатомический интерактивный стол «Пирогов», а также другие специальные тренажеры для обучения в виртуальной (VR) и дополненной реальности (AR), позволяющие проводить клинические обследования, представлять обучающие инструменты, коммуникации, в которых реализуется парадигма «человек–компьютер». Информация VR и AR носит преимущественно визуальный характер, и в ней начинают закладываться основы оказания некоторых медицинских услуг (например, игровой терапии – gaming therapy), которые требуют использования всех пяти органов чувств. Нет сомнений в том, что виртуальные технологии и связанное с ними мировоззрение в конечном итоге заменит многие области медицинских услуг. Постулируется, что в условиях цифровых коммуникаций медицинские работники по-прежнему должны отдавать приоритет обращению с пациентами, их человеческому достоинству, уважению к жизни, глубоким знаниям анатомии и физиологии человеческого организма [2]. Ожидается, что новые цифровые концепции значительно улучшат комплексное здравоохранение наряду с профилактикой и лечением заболеваний, принципиально изменят и улучшат существующую модель и откроют новую эру в этой отрасли. При этом VR/AR могут стать основным направлением в разработке средств обучения медицинского образования и навыков общения медицинского персонала и студентов-медиков [3]. Подчеркивается важность организационной жизнеспособности персонала, его готовности к прогрессивным изменениям в условиях VUCA-мира и VUCA-организационной среды компании, приобретения инновационных компетенций, эффективного внедрения технологий, адаптации к быстрым и турбулентным изменениям на рынках [4].

Коммуникации обучающихся с VR-средой. Значимой сферой использования иммерсивных технологий являются как медицинская практика, так и образование. Иммерсивное обучение на основе технологий VR дает медицинскому персоналу интерактивный и безопасный опыт обучения с новыми возможностями основания навыков в клинических условиях [5]. Подобная технология обучения устраняет разрыв между теорией и практикой и улучшает приобретение и передачу клинических навыков [6]. Относительно недавно технологии VR, AR и смешанной реальности (MR) начали применяться в медицинском обучении и образовании в качестве учебных пособий [7], а также для поддержки, дополнения или даже замены традиционных методов обучения, например, для чтения лекций в виртуальном театре [8]. Особенно широко VR-технологии используются в анатомическом обучении студентов-медиков [9]. Так, обзорное исследование [10] с оценкой по многим показателям эффективности симуляционного обучения в системе высшего медицинского

образования показало, что VR/AR тренажеры могут дать студентам-медикам высокоинформативный и практический опыт в различных областях образовательной среды. С другой стороны, медицинская практика и уход за здоровьем тоже включают множество практических навыков, и для этой цели технологии VR, AR и MR, которые применяются для практического и процедурного обучения, совершенствуются постоянно [11-13]. Хирургические практики моделируются с помощью VR и AR с нулевым риском для пациента, создавая более безопасную среду и гораздо более экономичный и эффективный способ обучения. Иммерсивные технологии, например, дополненная хирургия будут все больше и больше использоваться для повышения точности и эффективности текущей работы медицинского персонала [14]. Возможности людей как лиц, осуществляющих уход, так и пациентов будут расширены, а доступ к жизненно важной информации и жизненно важным навыкам будет предоставляться способами, с которыми не может сравниться ни одна другая традиционная технология обучения. Разработки в области AR в комплексе с навигационной цифровой технологией позволяют вести хирургические операции под персонализованным 3D контролем [12].

Тем не менее, существуют некоторые проблемы с использованием иммерсивных технологий в секторе медицинского образования. Во-первых, медицинская практика и образование, основанные на иммерсивных технологиях, требуют существенной финансовой и технологической помощи, а также постоянного обучения педагогов и инструкторов. Во-вторых, иммерсивные устройства могут вызывать неблагоприятные последствия использования, такие как головокружение и даже тошноту, что мешает учащимся сосредоточиться на учебных задачах. Следовательно, воспринимаемая простота использования VR/AR должна быть жизненно важна для технологии применения [15]. Как подчеркивали ученые [2; 16], в этих условиях цифровых коммуникаций медицинские работники по-прежнему должны отдавать приоритет личному обращению с пациентами, их человеческому достоинству, уважению к жизни, глубоким знаниям анатомии и физиологии человеческого организма. Следует констатировать, что результаты социологических исследований эффектов VR/AR технологий коммуникации обучающихся в VR-средах в настоящее время еще недостаточно представлены в литературе [17].

Коммуникации обучающихся в VR-среде. Авторы согласны с идеей, что VR – это не только инструмент для точного охвата поведения участников, но и иммерсивная среда с потенциалом для оцифрованного взаимодействия с собой, другими субъектами и контекстной средой [18]. По мнению [19], на протяжении многих лет сохранялись технические трудности в сети между системами VR,

эмпирическими исследованиями коммуникации и поведением в мультипользовательских VR-пространствах. Недавние технические разработки в области виртуальных сред сделали многопользовательскую VR более доступной исследователям и потребителям (Altspace VR, VRChat, Mozilla Hubs, Oculus Rooms, Facebook Spaces, High Fidelity). Ключевой характерной чертой современной социальной VR становится взаимодействие между базовыми навыками в социальном контексте и адаптацией к новым возможностям VR-среды [20]. В работе [21] была реализована социальная VR с использованием готового аппаратно- программного обеспечения. Авторы установили, что погружение и присутствие в VR было выше в ситуациях с 10 или более аватарами, чем в ситуациях с 5 или менее виртуальными субъектами. Это указывает на то, что присутствие других персонажей в VR окружении влияет на присутствие в VR. Этот исследовательский опыт показывает, что социальный эффект VR коммуникации в медицинском образовании и приобретении специальных навыков может быть наиболее эффективным в парадигме диалоговых ситуаций «аватар–аватар» и/ или бо́льшем числе виртуальных персонажей и их поведения. Эффективность VR в различных областях медицины обусловлена технологическим и программным обеспечением 3D среды как платформы для социального взаимодействия и влияния на поведенческие реакции. Так, по мнению [19], коммуникативные виртуальные среды являются не просто традиционным фоном для деятельности в парадигме «человек–компьютер–VR», а VR-среда информирует и контролирует действия, происходящие внутри них в парадигме «человек–компьютер–VR-аватар (>2-3)». При этом, по мнению участников экспериментов, невербальное поведение реалистичных аватаров было более подходящим для взаимодействия и более информативным для взаимопонимания между виртуальными коллегами по сравнению с таковыми в мультипликационном исполнении виртуальной среды [22].

Заключение. Моделирование коммуникативных практик медицинского персонала с помощью иммерсивных технологий (VR, AR, MR) значительно улучшают комплексное здравоохранение наряду с профилактикой и лечением заболеваний, открывая новую эру в этой отрасли. Наиболее впечатляющими результатами трансформации здравоохранения иммерсивными технологиями является коммуникации в парадигме «человек–VR» в медицинском образовании. Социологический спектр исследований в эффективности указанной парадигмы еще невелик, но новейшие исследования показывают, что социальное взаимодействие в VR-среде двух-трех и более реалистичных аватаров является более информативным для понимания своих виртуальных коллег. Можно

предположить, что будущее эффективных коммуникативных практик медицинского персонала будет создаваться на основе иммерсивных технологий в мультиперсональной виртуальной среде.

Список литературы

1. Chen D., Zhang R. Exploring research trends of emerging technologies in health metaverse: a bibliometric analysis // SSRN Electron Journal. 2022. URL: https://ssrn.com/abstract=3998068 (дата обращения: 22.10.2022).
2. Lee R.A. Is it possible to apply the Metaverse to the health care system? // Ewha Med Journal. 2022. Vol. 45. Pp. 1–2.
3. Fertleman C., Aubugeau-Williams P., Sher C., Lim A.N., Lumley S., Delacroix S., Pan X. A discussion of virtual reality as a new tool for training healthcare professionals // Front Public Health. 2018. Vol. 6. P. 44.
4. Захарова Л.Н., Махалин А.И., Саралиева З.Х., Маслова О.А. Организационная жизнеспособность персонала как социальный феномен // Личность. Культура. Общество. 2022. Т. 24. Вып. 1 (№ 113). С. 87–102.
5. Butt A.L., Kardong-Edgren S., Ellertson A. Sing game-based virtual reality with haptics for skill acquisition // Clinical Simulation in Nursing. 2018. Vol. 16. Pp. 25–32.
6. King D., Tee S., Falconer L., Angell C., Holley D., Mills A. Virtual health education: Scaling practice to transform student learning: Using virtual realitylearning environments in healthcare education to bridge the theory/practice gap and improve patient safety // Nurse Education Today. 2018. Vol. 71. Pp. 7–9.
7. Uppot R.N., Laguna B., McCarthy C.J., De Novi G., Phelps A., Siegel E., Courtier J. Implementing virtual and augmented reality tools for radiology education and training, communication, and clinical care // Radiology. 2019. Vol. 291 (3). Pp. 570–580.
8. Davies A.G., Crohn N.J., Treadgold L.A. Can virtual reality really be used within the lecture theatre? // BMJ simulation and technology enhanced learning. 2019. Vol. 5 (4). Pp. 234–235.
9. Chen S., Zhu J., Cheng C., Pan Z., Liu L., Du J., Shen X., Shen Z., Zhu H., Liu J., Yang H., Ma C., Pan H. Can virtual reality improve traditional anatomy education programmes? A mixed-methods study on the use of a 3D skull model // BMC Medical Education. 2020. Vol. 20 (1). Pp. 395–405.
10. Michael M., Abboudi H., Ker J., Shamim Khan M., Dasgupta P., Ahmed K. Performance of technology-driven simulators for medical students – a systematic review // Journal of Surgical Research. 2014. Vol. 192 (2). Pp. 531–543.
11. McCarthy C.J., Uppot R.N. Advances in virtual and augmented reality – exploring the role in health-care education // Journal of Radiology Nursing. 2019. Vol. 38 (2). Pp. 104–105.
12. Munzer B.W., Khan M.M., Shipman B., Mahajan P. Augmented reality in emergency medicine: A scoping review // Journal of Medical Internet Research. 2019.

Vol. 21 (4). URL: https://www.jmir.org/2019/4/e12368 (дата обращения: 07.11.2022).

13. Wang S., Parsons M., Stone-McLean J., Rogers P., Boyd S., Hoover K., Meruvia-Pastor O., Gong M., Smith A. Augmented Reality as a Telemedicine Platform for remote procedural training // Sensors. 2017. Vol. 17 (10). URL: https://www.mdpi.com/1424-8220/17/10/2294 (дата обращения: 07.11.2022).

14. Verhey J.T., Haglin J.M., Verhey E.M., Hartigan D.E. Virtual, augmented, and mixed reality applications in orthopedic surgery // International Journal of Medical Robotics and Computer Assisted Surgery. 2020. Vol. 16 (2). URL: https://www.sci-hub.ru/10.1002/rcs.2067 (дата обращения: 07.11.2022).

15. Al-Emran M., Mezhuyev V., Kamaludin A. Technology acceptance model in M-learning context: A systematic review // Computers and Education. 2018. Vol. 125. Pp. 389–412.

16. Tang Y.M., Chau K.Y., Kwok A.P.K., Zhu T., Ma X. A systematic review of immersive technology applications for medical practice and education – Trends, application areas, recipients, teaching contents, evaluation methods, and performance // Educational Research Review. 2022. Vol. 35. URL: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1747938X2100052X?via%3Dihub (дата обращения: 07.11.2022).

17. Fu Y., Hu Y., Sundstedt V., Fagerström C. A Survey of Possibilities and Challenges with AR/VR/MR and Gamification Usage in Healthcare // Proceedings of the 14th International Joint Conference on Biomedical Engineering Systems and Technologies (BIOSTEC 2021). 2021. Vol. 5. Pp. 733–740.

18. Blascovich J., Loomis J., Beall A.C., Swinth K.R., Hoy C.L., Bailenson J.N. Immersive Virtual Environment Technology as a Methodological Tool for Social Psychology // Jim. Psychological Inquiry. 2002. Vol. 13 (2). Pp. 103–124.

19. Miller M.R., Mabogunje A., Leifer L., Bailenson J.N. Synchrony within Triads using Virtual Reality // Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction. 2021. Vol. 5. Pp. 1–27.

20. McVeigh-Schultz J., Kolesnichenko A., Isbister K. Shaping pro-social interaction in VR an emerging design framework // Proceedings of the Conference on Human Factors in Computing Systems. 2019. Pp. 1–12.

21. Latoschik M.E., Kern F., Stauffert J.P., Bartl A., Botsch M., Lugrin J.L. Not Alone Here?! Scalability and User Experience of Embodied Ambient Crowds in Distributed Social Virtual Reality // IEEE Transactions on Visualization and Computer Graphics. 2019. Vol. 25 (5). Pp. 2134–2144.

22. Dobre G.C., Wilczkowiak M., Gillies M., Pan X., Rintel S. Nice is ifferent than Good: Longitudinal Communicative Effects of Realistic and Cartoon Avatars in Real Mixed Reality Work Meetings // CHI Conference on Human Factors in Computing Systems. CHI ’22 Extended Abstracts. 2022.

КОММУНИКАТИВНАЯ АКТИВНОСТЬ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ САМООПРЕДЕЛЕНИИ ШКОЛЬНИКОВ

COMMUNICATIVE ACTIVITY IN THE PROFESSIONAL SELF-DETERMINATION OF SCHOOLCHILDREN

О.М. Орлова
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
O.M. Orlova
Lobachevsky University

Рассмотрены вопросы коммуникативной активности школьников в процессе профессионального выбора. Показано значение коммуникативной активности в профессиональном развитии. Эмпирически установлено, что большинство школьников выпускных классов демонстрируют невысокую практическую профориентационную коммуникативную активность. Это связано с загруженностью учебными задачами.

The paper considers the issues of communicative activity of schoolchildren in the process of professional choice. The importance of communicative activity in professional development is shown. It has been empirically established that the majority of graduate schoolchildren demonstrate low practical communicative activity in career guidance. This is due to the workload of educational tasks.

Ключевые слова: коммуникативная активность, социализация школьников, профессиональное самоопределение

Keywords: communicative activity, socialization of schoolchildren, professional self-determination

Многочисленные исследования показывают, что коммуникация играет ключевую роль в социализации [1]. Коммуникативные связи, обмен информацией, понимание и оценка через общение социальной действительности обеспечивают вхождение человека в социальные отношения и выстраивание эффективных взаимодействий. Это относится практически ко всем формам совместной деятельности: трудовой, учебной, культурной. При этом ведущее значение в процессах социализации играет коммуникативная активность субъекта как механизм формирования, поддержания и развития отношений [2]. Под коммуникативной активностью понимается не столько интенсивность общения и реагирование на сигналы от других людей, сколько сознательное целенаправленное расширение своего взаимодействия. В понятии «активность личности» (от лат. «*activus*» – деятельный) выражается деятельное отношение человека к миру, способность к преобразованию действительности как внешней,

так и внутренней. Коммуникативная активность личности выражается в проявлении интереса к общению, инициативе в социальных контактах, готовности к развитию отношений и саморазвитию в них.

Коммуникативная активность играет ключевую роль во всех направлениях развития человека, в том числе профессионального. Профессионализация личности является результатом вхождения человека в профессиональную среду, выстраиванием профессиональных отношений, усвоением профессиональной культуры. Процесс профессионализации начинается с профессионального выбора и обсуждения перспектив профессионального развития с социальным окружением человека и субъектами профориентации (педагогами школ, психологами, представителями работодателей и образовательных учреждений профессионального образования). Профориентационный этап наиболее важен в процессе профессионализации, так как на нём формируется направленность на ту или иную профессию, закладываются целевые векторы профессионального развития, определяющие траекторию жизненного пути. От коммуникативной активности зависит качество профориентации и результативность профессионального выбора.

Профессиональное самоопределение является частью социализации и как часть социально-профессионального развития представлено профориентационной активностью [3]. Под ней мы понимаем форму активности личности, которая выражается во взаимодействии субъекта с различными людьми или группами с целью формирования профессиональной направленности, приобщения к профессии, получения опыта, развития компетенций. В отличие от профессиональной социализации, профориентационная активность не обусловлена прямым погружением в трудовую деятельность на рабочем месте, а носит в большей степени ознакомительный характер. Её цель не столько сформировать профессиональные навыки, сколько выработать внутреннюю готовность развиваться в определённом направлении. Профориентационная активность проявляется через коммуникативную активность в общении с субъектами профориентации для приобщения к профессии и интеграции в соответствующую социальную среду. Она способствует осознанному выбору приоритетной, с точки зрения успеха, профессии и самореализации в ней.

В данном исследовании мы изучали коммуникативную активность школьников в процессе профориентации. Выборка включала 56 учеников выпускных классов трёх школ Нижнего Новгорода. Профориентационную активность школьников изучали с помощью анкеты «Профессиональное самоопределение» и опросника «Оценка профориентационной социализации»

[4]. Анкета «Профессиональное самоопределение» представляет собой авторский опросник, направленный на оценку событий профориентационного характера, которые имели место у школьников. При этом респондентами описывается частота этих событий и оценка их значимости. Методика «Оценка профориентационной социализации» (ОПОС) предназначена для изучения активности школьников в осуществлении осознанного профессионального выбора.

Исследование показало, что абсолютно определились с выбором профессии 7% респондентов, а 44% скорее определились, чем не определились. В основном школьники для своего профессионального самоопределения общаются с родителями и друзьями. Среднее количество эпизодов общения с родителями – 20–30, с друзьями – 10–15. При этом общение с родителями и с друзьями было для большинства респондентов достаточно продуктивными. Большинство школьников чувствовали поддержку своих устремлений со стороны близких людей и друзей. При этом установлено достоверное отличие ($p<0,05$): девушки больше юношей отмечали поддержку их планов родителями.

Однако коммуникативная активность школьников в общении с другими субъектами профориентации была невысокой. Школьники мало участвовали в мероприятиях профориентационного характера. В основном работа школы с выпускниками ограничивалась беседами школьников с педагогами (в среднем по 5–7 эпизодов). Традиционные профориентационные мероприятия в школе, по мнению старшеклассников, или не проводились, или были очень редки. Никакого интереса у большинства школьников они не вызвали и большого значения не имели. Не велика и активность школьников в их участии в мероприятиях, которые проводят вузы, колледжи, а также представители работодателей. Лишь половина школьников по 1–2 раза участвуют в мероприятиях такого рода.

Вместе с тем школьники показали относительно высокую аналитическую активность в профессиональном самоопределении. Под ней понимается деятельность школьников по анализу тех или иных ситуаций, явлений, событий профориентационного характера, которые есть или могут быть в их жизни. Это рефлексия, направленная на самоанализ собственных возможностей и личных интересов, применительно к тем или иным профессиям.

В целом школьники достаточно активно анализируют различные критерии профессионального выбора. Наибольшее значение в анализе ситуаций придаётся рассмотрению оплаты труда в профессиях, соответствию профессии своим личным интересам и склонностям, а также возможности самореализации в той или иной профессии. Меньше внимания школьники уделяют практической

стороне профессионального самоопределения. Это касается составления детальных планов профессионального развития и анализа различных факторов, способных повлиять на успешность в той или иной профессии. У школьников имеют место единичные эпизоды по анализу социального взаимодействия для профессионального самоопределения. Это касается проявления инициативы в общении с людьми о профессии, а также общения со значимыми людьми, специалистами в той или иной профессии.

Профориентационная социализация у школьников в целом проявлялась в средней степени. Она не очень выражена практически и больше характеризуется намерениями, чем конкретными действиями. Школьники демонстрировали выраженное желание общаться со специалистами, расширять свои профессиональные контакты, вступать в специализированные профессиональные группы в сети Интернет, включаться в команды профессионалов, искать наставников, обсуждать вопросы своего профессионального развития со всеми значимыми людьми. Однако, только единицы респондентов предпринимают практические шаги в реализации этих намерений. Реально профориентационная коммуникация очень невелика.

В целом на основании проведённого исследования можно заключить, что, несмотря на выраженный интерес, профориентационная коммуникативная активность школьников невелика. Это связано с высокой загруженностью школьников учёбой. Школьники в основном заняты подготовкой к сдаче ЕГЭ, у них просто нет времени проявлять активность в отношении профессионального развития. Эти задачи они откладывают на будущее, которое, в профессиональном плане, выглядит очень неопределённо.

Список литературы

1. Мудрик А.В. Социализация человека. М., 2011. 623 с.
2. Васюра С.А. Коммуникативная активность человека: понятие, источники, формы проявления, условия осуществления // Вестник Вятского государственного университета. 2006. № 15. С. 82–86.
3. Захарова Л.Н., Власкин В.Ю., Орлова О.М. Профориентационная социализация как обновлённая парадигма социально-психологической подготовки к трудовой деятельности // Фундаментальные и прикладные исследования современной психологии. Результаты и перспективы развития / Отв. ред. А.Л. Журавлёв, В.А. Кольцова. М., 2017. С. 2603–2611.
4. Орлова О.М. Профессиональное и личностное самоопределение: Материалы к практическим занятиям. Н. Новгород, 2022. 48 с.

МОЛОДЕЖНЫЕ ФОРУМНЫЕ КАМПАНИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ЛИЧНОСТНОГО РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖИ

YOUTH FORUM CAMPAIGNS AS A TOOL FOR PERSONAL DEVELOPMENT OF YOUTH

Т.В. Осокина
Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева, г. Чебоксары
Е.А. Абржина
Московский педагогический государственный университет, г. Москва
T.V. Osokina
Chuvash State Pedagogical University n.a. I.Ya. Yakovlev, Cheboksary
E.A. Abrzhina
Moscow Pedagogical State University, Moscow

Рассматривается проблема периодизации молодежи, краткая история возникновения и становления всероссийских форумов, проводимых Федеральным агентством по делам молодёжи, анализируется характеристика форумов как инструмента личностного развития молодежи.

The article deals with the problem of periodization of youth, the history of the emergence and formation of All-Russian forums held by the Federal Agency for Youth Affairs, analyzes the characteristics of forums as a tool for personal development of youth.

Ключевые слова: молодежь, молодое поколение, молодежная политика, всероссийские молодежные образовательные форумы

Keywords: youth, young generation, youth policy, All-Russian youth educational forums

Существует достаточно большой круг проблем, связанных с построением молодежной политики, включением молодежи в активное взаимодействие с различными органами, структурами, слоями населения, вовлечение в разнообразную деятельность, в разные сферы общества. Молодежь – это специфическая группа, с характерными признаками для нее. Какую роль должна играть молодежь в современном обществе? Как выстраивать взаимодействие молодежи и старшего поколения? Какие методы мотивации нужно использовать при работе с молодежью? Чем увлекается, какая деятельность интересует? Какие ценности важны для нее? На какие ценностные ориентации опирается молодое поколение?

Одним из инструментов работы с молодежью становится проведение молодежных образовательных форумов. Под понятием «молодежный форум» чаще всего подразумевают площадку для социально активной молодежи в

возрасте от 18 до 35 лет, которая обеспечивает образовательную программу, предоставляет возможность нетворкинга с целью создания условий для самореализации молодого поколения и выработки предложений по решению социальных проблем посредством рассмотрения территориальных кейсов или разработки социального проекта.

По распоряжению Правительства Российской Федерации «Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» [4] к полномочиям Федерального агентства по делам молодёжи (Росмолодежи) отнесли проведение всероссийской молодёжной форумной кампании.

Впервые молодежный форум в Российской Федерации прошел в 2005 г. Общественное политическое движение «Наши» провело молодёжный форум «Селигер» в Тверской области. Задачей форума «Селигер» стала необходимость объединения активистов политического движения, их обучение для работы с молодёжью в регионах и повышения лояльного отношения к власти, тем самым установить и укрепить в дальнейшем диалог между государством и молодёжью. Данный форум стал ежегодным, участие могли принять только активисты движения «Наши». В 2009 г. форум стал открытым для всех представителей молодежи [2].

В период 2007–2010 гг. подобные форумы стали появляться и в других субъектах России. В 2007 г. в Красноярском крае был создан форум «Бирюса». В 2008 г. в Иркутской области появился форум «Байкал». В 2009 г. впервые прошел форум «Ладога» в Ленинградской области. С 2010 г. по инициативе Правительства РФ был организован форум «Ростов» в Ростовской области и форум «Машук» в городе Пятигорске. Такие форумы были организованы при поддержке органов исполнительной власти, целью которых стало построение открытого диалога с молодежью, создание условий для самореализации молодого поколения.

В 2012 г., после посещения В.В. Путиным форума «Селигер» было поручено обязательное проведение молодежных образовательных форумов во всех федеральных округах. От Калининграда до Камчатки стали проводиться подобные форумы, многие сохранились и до нынешнего времени, некоторые были преобразованы под реалии современности, появились новые, отвечающие запросам молодежи. Более того, молодежные образовательные форумы стали популярным и эффективным инструментом для личностного развития молодого человека, построения молодежной политики.

Например, весной 2022 г. был создан уже отдельный сайт, посвященный всем форумам, проводимым Федеральным агентством по делам молодежи. В

линейку форумов Росмолодёжи вошло 19 площадок. Проводились следующие всероссийские форумы: «ОстроVa» в Сахалинской области, «Территория смыслов» в Московской области, молодежный историко-культурный форум «Истоки» в Псковской области, форум рабочей молодежи в Нижегородской области, «ШУМ» в Калининградской области, «Машук» в Ставропольском крае, «Таврида» в Республике Крым, форум молодых предпринимателей в Удмуртской Республике, «Бирюса» в Красноярском крае, «Евразия Global» в Оренбургской области, «Экосистема» в Камчатском крае.

В список окружных форумов Росмолодежи вошли: «Ростов» в Ростовской области, «Среда» в Белгородской области, «Ладога» в Ленинградской области, «iВолга» в Самарской области, «Алтай. Территория развития» в Алтайском крае, «Утро» в Ханты-Мансийском автономном округе, «Амур» в Хабаровском крае.

Бесспорно, с каждым годом количество участников форумов Федерального агентства по делам молодежи увеличивается (см. табл. 1).

Таблица 1

Количество участников форумов Росмолодежи

Год	*2015*	*2016*	*2017*	*2018*	*2019*
Количество человек	170 000	360 000	500 000	800 000	900 000

В 2020 г. из-за пандемии коронавируса во всём мире были введены ограничительные меры, но это не стало помехой для проведения форумов. Более того, выросло количество участников благодаря использованию online- и offline-форматов, которые стали прекрасным дополнением друг друга. Использование online- и offline-форматов для проведения форумов сохранилось по настоящее время.

Стоит отметить, что каждый форум имеет свою тематику, уникальные особенности, позволяющие выделить его среди других форумов. Обычно они проходят в период с мая по ноябрь. Участником может стать любой желающий в возрасте от 18 до 35 лет из числа активистов, лидеров молодежных сообществ и объединений, молодых специалистов, руководителей некоммерческих организаций. Чтобы принять участие в форуме, нужно всего лишь зарегистрироваться на платформе «АИС Молодежь», заполнить профиль и анкету, ждать результатов отбора и приглашения на форум.

Из чего же состоит молодежный форум? Подробнее рассмотрим этот вопрос. Форум как инструмент личностного развития молодого человека имеет ряд преимуществ.

Во-первых, большая часть времени на форуме посвящена образовательной программе. Она проводится в самых различных и информативных формах: лекции, тренинги, мастер-классы, диалоги на равных и другие.

Во-вторых, форум становится прекрасной площадкой для коммуникации и взаимодействия участников друг с другом, для получения консультаций, советов и рекомендаций от экспертов.

В-третьих, в рамках форума молодое поколение имеет возможность обсудить, выделить существующие проблемы в какой-либо сфере, а также предложить возможные пути их решения. Поскольку участники получают возможность самореализации, продвижения собственной идеи, закрывают потребности определенного слоя общества, а государство таким образом вовлекает молодое поколение в развитие молодежной политики, формирует кадровый резерв.

В-четвертых, проведение форума дает уникальную возможность молодежи путешествовать по нашей стране, побывать в разных регионах, обменяться опытом, практиками с другими участниками, укрепить горизонтальные связи.

В-пятых, любой молодежный форум предоставляет возможность молодежи проявить себя, продемонстрировать свои навыки, умения, найти единомышленников, получить полезный опыт, а также в некоторой степени даже получить общественное признание.

Таким образом, молодежные образовательные форумы являются эффективным инструментом личностного развития молодого поколения, построения диалога между молодежью и государством, вовлечением молодых людей в молодежную политику. Безусловно, проведение форумов на круглогодичной основе будет способствовать увеличению количества участников в возрасте 18-35 лет, качественному изменению личности, развитию профессиональных компетенций, повышению социальной и политической активности молодежи, их конкурентоспособности.

Список литературы

1. Лисовский В.Т. Динамика социальных изменений // Социс. 1998. № 5. С. 98–102.
2. Ильичева А.В. Обзор Всероссийской молодёжной форумной кампании: история развития и становления // Социальные и гуманитарные науки: теория и практика. 2021. № 1. С. 151–159.
3. Гарькин И.Н. Молодёжные форумы – площадка для личностного и профессионального развития молодых специалистов // Молодой ученый. 2014. № 18 (77). С. 533–535.

4. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 ноября 2014 г. № 2403-р «Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171835/ (дата обращения: 07.09.2022).

5. Федеральный закон от 30.12.2020 г. № 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации». URL: http://www.kremlin.ru/acts/bank/46328 (дата обращения: 07.09.2022).

ОБ ИТОГАХ МОЛОДЁЖНОГО ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ФОРУМА «ИСТОКИ»

ABOUT THE RESULTS OF THE YOUTH HISTORICAL AND CULTURAL FORUM “ORIGINS”

Т.В. Осокина, Ю.А. Сымова
Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева, г. Чебоксары
T.V. Osokina, Yu.A. Symova
Chuvash State Pedagogical University n.a. I.Ya. Yakovlev, Cheboksary

Рассматриваются вопросы организации молодежного историко-культурного форума «Истоки», проводимого Федеральным агентством по делам молодёжи, анализируются мероприятия форума как инструменты личностного развития молодежи.

The article discusses the organization of the youth historical and cultural forum “Origins”, held by the Federal Agency for Youth Affairs, analyzes the events of the forum as tools for the personal development of young people.

Ключевые слова: молодежь, молодое поколение, молодежная политика, всероссийский молодежный образовательный форум

Keywords: youth, young generation, youth policy, All-Russian youth educational forum

Молодёжный историко-культурный форум «Истоки», организованный Федеральным агентством по делам молодёжи, проходил с 1 августа по 8 октября 2022 г. в Псковской области. Всего в рамках форума заявлено 10 смен: «Школа Воспитания», «Школа исследователей», «Школа молодой семьи», «Школа русского языка», «Школа творчества», «Школа историков», «Школа созидания», «Школа молодого патриота», «Школа сохранения памяти», «Школа волонтёров культуры».

В работе второй смены «Школа исследователей», которая проходила с 8 по 13 августа, приняла участие студентка 4 курса факультета иностранных языков ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, Ю.А. Сымова.

Программу школы можно разделить на образовательную, культурную и развлекательную части. Образовательная часть форума предусматривала различные лекции, круглые столы, мастер-классы, диалоги на равных и семинары. Среди спикеров «Школы исследователей» можно выделить: первого заместителя Руководителя Администрации Президента С.В. Кириенко, председателя правления Российского Исторического общества, исполнительного директора фонда «История Отечества» К.И. Могилевского, директора Института США и Канады РАН В.Н. Гарбузова, заместителя директора Института Европы Р.Н. Лункина, губернатора Псковской области М.Ю. Ведерникова, доцента кафедры всеобщей истории и регионоведения ПсковГУ Т.Г. Хришкевич, председателя отделения Российского исторического общества в городе Псков Н.И. Исакову.

Запомнилась тренинг-игра «Дипломатия переговоров», суть которого состояла в следующем. Участники делились на команды и брали на себя роль одной из ведущих империй начала двадцатого века: Российской, Германской и Британской. Они получали карточки с ресурсами, которые страны имели в этот период. Например, в запасе команды «Великобритания» была карточка «Интересы», которая включала линию «Каир-Кейптаун», Багдадскую железную дорогу, Афганистан, Иран, Египет, Оман, Океанию, Венесуэлу и Балканы. В состав карточки «Колонии и Доминионы» входили Канала, Австралия, Новая Зеландия, Родезия, Южная Африка, Нигерия, Индия, Бирма, Гвиана, Египет и Египетский Судан. Были введены дополнительные условия: Англо-бурская война (1899-1902), итало-англо-австрийский договор (1887), англо-германское соглашение (1890). По правилам игры, участники могли одновременно в одном месте проводить переговоры только с одной стороной: то есть, «послы» всех присутствующих империй не могли собраться в одном месте и обсудить наиболее выгодные для всех условиях. Переговоры требовали незамедлительного реагирования, навыки коммуникации и убеждения, а также знаний стратегии и форсайта. Участникам было предложено отклониться от курса уже написанной истории и попробовать принимать совершенно другие решения, чтобы посмотреть, к чему это может привести.

Главная цель игры заключалась в том, чтобы реализовать свои интересы, не теряя своих территорий. В ходе тренинга участники подписывали декларации и заключали договоры, положения которых были зачитаны в конце игры. По окончании тренинга участники, не без помощи руководителя, отметили, что

такой двусторонний способ заключения договоров не прозрачен и не эффективен, он может привести к непониманиям и острым конфликтам, как это произошло в действительности в начале двадцатого века. Стоит отметить, что для успешного и вовлеченного участия необходимо обладать историческими знаниями периода начала двадцатого века, чтобы разбираться в причинно-следственных связях и контексте ситуаций.

Далее шел блок мастер-класса «Как разработать онлайн-урок?» и исторический квиз. Исторический квиз предусматривал элементы интеллектуальной игры «Что? Где? Когда?» и ответы на вопросы в алфавитном порядке.

Образовательная программа включала ежедневные сессии по социальному проектированию, которая носила название «#ForPost». В первый день прошел этап формирования команд и выбор темы для дальнейшей работы. Первоначально участников распределили в соответствии со списком, который заранее подготовили организаторы. По их словам, они старалась обеспечить разнообразную географию участников, при этом включить в состав команды и студентов из псковских университетов, чтобы они оказывали информационную помощь иногородним. После распределения командам было предложено принять участие в исторической викторине с помощью онлайн-сервиса, что послужило хорошим заданием по командообразованию, так как участники обсуждали между собой вопросы, прислушивались друг к другу, знакомились. По результатам викторины командам предоставлялся выбор темы в зависимости от занятого места. Всего было предложено пять тем: «Россия начинается здесь», «Александр Невский: имя России», «Наследие Петра Великого», «Без срока давности», «Печоры: точка притяжения». Определившись с темой, команды перешли к следующему заданию. Им было необходимо составить кластерный анализ по выбранной теме, то есть в письменном виде подготовить все ассоциации, ключевые слова и факты, связанные с ней. На этом основная часть над темой проекта была завершена, и далее шла работа по сплочению участников команды. Они должны были подготовить название, которое отражало бы тему их проекта, и оформить герб или логотип команды. Во второй день работы над проектами основные тематические команды разделились на подгруппы и продолжили подготовку. Таким составом им предстояло выступить на защите проектов в конце смены.

В рамках образовательных воркшопов участники научились определять проблему, целевую аудиторию, а также ставить цели проекта. Основная работа над проектом пришлась на третий день, когда командам предоставили шаблон презентации проекта, по пунктам которой проходила защита. Она включала

такие элементы, как название проекта, состав команды, паспорт проекта, ценностное предложение, анализ, задачи, календарный план и смету. В день защиты проектов утром была организована премодерация – предварительная презентация проектов, где опытные наставники и коллеги могли указать на недочёты и предложить варианты улучшения проекта. С целью избавления от волнения перед таким важным событием, как защита проекта, организаторы включили в программу смены экскурсию в Свято-Успенский Псково-Печерский мужской монастырь. Действительно, после посещения монастыря было заметно поднятие духа участников и снятие напряжения из-за проектов. На презентации было представлено много различных интересных проектов, среди них квест про Петра Великого, настольная игра про Петра I «От детских забав до Великих Реформ», проекты «Праведники мира» и «Туристический акселератор». Результаты деятельности команд на протяжении всех пяти дней оценивало жюри в лице преподавателей ПсковГУ и настоятелей монастыря. Команды, проекты которых жюри посчитали наиболее достойными, были награждены памятными призами на церемонии закрытия.

Ценным, на наш взгляд, является представленная организаторами форума теоретическая информация по основам социального проектирования, которая была сразу же применена участниками при разработке проектов. Были созданы условия для генерации идей и совершенствования навыков проектирования, которые пригодятся при осуществлении проектов в будущем.

Культурная программа тоже была насыщенной и познавательной. Во второй день она предполагала пешую экскурсию по городу Печоры и окрестностям Свято-Успенского Псково-Печерского монастыря. Участники познакомились с историей основания монастыря, различными перипетиями которым подвергался храм. Наиболее ярким событием культурной программы стал выезд в деревню Самолва, где находится мемориальный комплекс «Александр Невский с дружиной», открытый 11 сентября 2021 г. Участникам провели экскурсию по эколого-просветительской тропе и по мемориальному комплексу, а также предложили пройти исторический квест по мотивам жизни Александра Невского и его достижений.

Подводя итоги участия в историко-молодежном форуме «Истоки», мы можем сказать, что участникам удалось расширить свои знания об истории нашей страны, углубить свою гражданскую осознанность и любовь к Родине, а также получить материал в сфере социального проектирования и форм взаимодействия со школьниками, студентами и взрослыми.

РОЛЬ НАВЫКОВ ОБЩЕНИЯ В ПРОЦЕССЕ САМОРЕАЛИЗАЦИИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ (НА ПРИМЕРЕ ИВГУ И ИГЭУ)

THE ROLE OF COMMUNICATION SKILLS IN SELF-REALIZATION OF STUDENTS (CASE STUDY OF IVANOVO STATE UNIVERSITY AND IVANOVO STATE POWER ENGINEERING UNIVERSITY)

Е.В. Панкратова, М.А. Трошина
Ивановский государственный университет, г. Иваново
E.V. Pankratova, M.A. Troshina
Ivanovo State University, Ivanovo

Навыки общения рассматриваются как составляющая коммуникативной компетентности. Дается определение коммуникативной компетентности. Приводятся результаты социологического опроса студентов двух вузов г. Иванова, обучающихся на гуманитарном и техническом направлениях подготовки. Авторское исследование посвящено анализу различных аспектов коммуникативной компетентности студентов.

Communication skills are considered as a component of communicative competence. The definition of communicative competence is given. The results of a sociological survey of two Ivanovo universities students studying in the humanitarian and technical areas of training, are presented. The author's research is devoted to the analysis of various aspects of students' communicative competence.

Ключевые слова: общение, коммуникативная компетентность, студенты
Keywords: communication, communicative competence, students

Современный мир требует от человека владения рядом компетенций, наиболее важной из которых является коммуникативная. Коммуникативная компетентность означает готовность ставить и достигать цели устной и письменной коммуникации: получать необходимую информацию, представлять и цивилизованно отстаивать свою точку зрения в диалоге и в публичном выступлении на основе признания разнообразия позиций и уважительного отношения к ценностям (религиозным, этническим, профессиональным, личностным) других людей [1]. Следуя такому определению, навык общения выступает важной составляющей коммуникативной компетенции любого человека.

Особые социальные роли в современном обществе играет студенчество. Эта социальная группа, несмотря на свой зачастую неопределенный статус, отличается очень активной социальной мобильностью, играет сверхважную роль в реализации современных коммуникативных процессов, протекающих как в ходе реального, так и виртуального общения. С помощью навыков общения

студенты развивают речь, расширяют словарный запас, круг знакомств, а, значит, накапливают социальный капитал. Коммуникативная компетентность дает возможность студентам ставить цели, задачи, получать полезную и нужную информацию, отстаивать свою точку зрения при выступлении на публике, при общении с людьми различных кругов. Это говорит о том, что навык общения играет важную роль в самореализации любой личности.

Возрастает важность развития коммуникативных навыков в обучении студенчества. Это подтверждается современными государственными образовательными стандартами (ФГОС 3++), где коммуникативная компетентность является универсальной и актуальной для всех направлений подготовки.

Изучая различные аспекты коммуникативной компетентности, включая сам навык общения, мы можем определить, как студенты относятся к общению, какие виды общения выбирают, какие возможности имеют для улучшения своего навыка коммуникации. В апреле 2022 г. авторами проведено социологическое исследование методом анкетирования по выбранной теме. В исследовании приняло участие 188 студентов-бакалавров очной формы обучения гуманитарного направлении подготовки Ивановского государственного университета (39%) и технического направления подготовки Ивановского государственного энергетического университета (61%). Была использована квотная модель выборочной совокупности.

Исследование показало, что основной целью общения студентов является обмен информацией, передача накопленного опыта, обсуждение проблем. Кроме того, большинство студентов ИГЭУ (60,5%) указали на возможность выражать просьбы; студенты технического направления ИГЭУ чаще, чем гуманитарии ИвГУ, называли процесс развития речи (68,4%); пополнение словарного запаса очень важно для студентов обоих направлений подготовки (по 50%).

Больше половины опрошенных студентов (64%) отметили, что не могут обойтись без реального общения в жизни, 26% студентов могут ограничиться виртуальным общением, 10% опрошенных затруднились ответить. Главными причинами предпочтения реального общения студенты называли: «общение даёт некий смысл к жизни, без общения ты не сможешь определить, кто ты, иначе говоря, без общения начнется деградации личности», «потому что мы социально зависимые люди», «потому что я люблю общаться с людьми, в процессе общения я узнаю что-то новое и интересное для себя», «это неотъемлемая часть жизни», «для меня важен зрительный контакт и человеческие эмоции, чего не увидишь через обычный текст на экране телефона», «без непосредственного контакта с людьми мне становится плохо, чувствую себя одиноко».

Одним из условий успешной самореализации человека выступает наличие профессии и удовлетворенность ею. В рамках опроса было уделено внимание оценке различных коммуникативных навыков в выбранной студентами профессии. Студенты оценивали степень важности различных навыков по пятибалльной шкале, где 1 – низкая оценка важности данного навыка, а 5 – высокая. Исследование показало, что навык взаимопонимания, восприятия эмоций собеседника, речевого этикета более важен для студентов гуманитарного направления, а расположение к себе человека и гибкость в общении более востребована в профессиональной деятельности студентов технических направлений.

По результатам исследования можно выделить три ведущие сферы применения навыков общения, которые выделяют обучающиеся: трудовая деятельность (наиболее востребована студентами 3 и 4 курсов), учебная деятельность (чаще выбиралась студентами 2 и 3 курсов), общение с друзьями (наиболее популярна у студентов 1 курса).

Кроме того, студенты высказывали свои опасения, которые у них вызывает общение с будущим трудовым коллективом. Студенты гуманитарных направлений подготовки главным барьером своего общения с будущими коллегами назвали неуверенность в себе. Представители технических направлений подготовки опасаются реакций незнакомых людей.

В рамках учебной деятельности существует ряд дисциплин, которые способствуют формированию навыков общения. Мнения студентов обоих направлений разделились. Студенты, обучающиеся на гуманитарном направлении подготовки, отметили такие предметы, как русский язык и культура речи, основы теории журналистики, основы теории литературы, технология создания медиапродукта, психология, психология безопасности и БЖД, риторика, физическая культура, история, педагогика, английский язык, психофизиология, поэтика и стилистика, логика, теория и практика массовой информации. Студенты, обучающиеся на техническом направлении подготовки, отметили следующие предметы – основы деловой коммуникации, математический анализ, программирование, защита курсовых проектов, информационные технологии, проектирование информационных систем, эксплуатация и обслуживание информационных систем, управление проектами, культура речи и русский язык, иностранные языки, высшая математика, педагогика, теория горения и взрыва. Интересно, что многие из указанных студентами предметов в соответствии с учебными планами не нацелены на развитие интересующей нас компетенции, однако, по мнению студентов, формируют ее. Это можно объяснить не содержанием самого предмета, а

мастерством преподавателя, который, благодаря разным педагогическим техникам и приемам, имеет возможность развивать коммуникационные навыки обучающихся.

Изучение иностранных языков важно для улучшения и поддержания уровня коммуникативной компетентности студентов всех направлений подготовки. Студентам нравится изучать иностранную культуру, а вместе с ней и язык. Бакалавры считают важным получить возможность общаться с иностранцами, переводить песни, литературу и не только. Четверть студентов определяют знание иностранного языка и умение общаться на нем как компонент престижа и хотят связать с ним профессиональную деятельность и жизнь. Во время обучения студенты применяли свои навыки общения на иностранном языке, читая зарубежную научную литературу на языке носителя, общаясь с иностранными студентами. Стоит заметить, что студенты гуманитарного направления подготовки ИвГУ имеют больший опыт в практике разговорного иностранного языка, чем студенты технического направления подготовки ИГЭУ.

Коммуникативная компетентность и вместе с ней навыки общения выступают залогом успешной самореализации студента. Во время обучения студенты развивают данные навыки посредством учебных курсов. Обучающиеся отдают предпочтение реальному общению, хотя среди них есть и те, которые могут без него полностью обойтись в жизни. Студенты видят общение неотъемлемой частью своей будущей профессиональной деятельности. Не все студенты уверены, что их навыки общения развиты на высоком уровне, поэтому ожидают трудностей взаимодействия с трудовым коллективом. Студенты технических направлений подготовки менее уверены в развитости своих навыков общения. Для совершенствования коммуникативной компетентности студентов необходима активная совместная работа как вуза и его подразделений, так и самого студента. Разного рода мероприятия, формирующие творческие навыки, способствующие развитию навыков ораторского искусства, направленные на знакомство студентов разных направлений подготовки, будут способствовать и совершенствованию способностей общения. Кроме того, необходимо развитие непосредственно речевых навыков студентов посредством популяризации чтения, обсуждения литературных произведений, актуальных общественных проблем и процессов, новостей в рамках как учебной, так и внеучебной деятельности студентов.

Список литературы

1. Менькина С.М. Коммуникативная компетентность: от теории к практике формирования // Среднее профессиональное образование. 2011. № 12. С. 3–5.

СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ ДОВЕРИЯ К ИНФОРМАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ФИЛЬМОВ ИСТОРИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ. РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА*

SPECIFICS OF THE FORMATION OF CONFIDENCE IN THE INFORMATION ON THE EXAMPLE OF HISTORICAL FILMS

И.В. Привалов
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», г. Нижний Новгород
I.V. Privalov
Lobachevsky University; Higher School of Economics, Nizhny Novgorod

Представлены результаты авторского социологического исследования, направленного на изучение особенностей доверия к исторической информации. Представлен анализ интересов и мотивов доверия к исторической информации. Описаны основные элементы недоверия и саморефлексии студентов о достоверности получаемой информации.

The results of the author's sociological research aimed at studying the specifics of trust in historical information are presented. The analysis of the interests and motives of trust in historical information is presented. The main elements of students' distrust and self-reflection on the credibility of the information received are described.

Ключевые слова: достоверность, исторический факт, стратегия репрезентации, кинематограф

Keywords: ccredibility, historical fact, representation strategy, cinematography

Вопрос исследования доверия и восприятия исторической информации под влиянием новых медиа наиболее детально разбирается в контексте исторической достоверности [1; 2]. Фиксируется тренд на восприятие исторических событий из фильмов документального жанра в силу их

* Подготовлено при поддержке гранта Российского научного фонда (проект № 22-18-00311 «Медиатизация как фактор трансформации коммеморативных практик молодежи»).

достоверности, и, наоборот, наибольшая степень искажения исторической правды, содержится в телесериалах и передачах телевидения. Студенты отчетливо стали понимать, что далеко не все, что выкладывается в Интернет, следует некритически принимать [3].

Данное исследование направлено на изучение трансформации исторической памяти в представлениях студентов под влиянием новых медиа. Она систематизирует данные социологического исследования, проведённого с помощью онлайн-анкеты в сентябре 2021 г. Выборка целевая нерепрезентативная – 849 представителей учащейся молодёжи, проживающей преимущественно в Нижнем Новгороде. Особое внимание уделено вопросам саморефлексии студентов о достоверности получаемой информации. В докладе сделан акцент на особенности восприятия исторических фактов, а также формировании *доверия к информации на примере исторических фильмов*.

По собственным оценкам, большинство молодёжи (65%) не очень критичны в восприятии исторической информации. Подавляющее большинство (77%) черпает исторические знания больше из интернета, чем из фильмов или книг, при чем в основном этому подвержены девушки. Стоит отметить, что использование Интернета в качестве основного источника исторической информации напрямую коррелирует с возрастом – чем младше, тем чаще Интернет является основным источником. Однако непосредственно доверие к информации из исторических фильмов и сериалов среди молодежи остается высоким (44%), и здесь тоже доверие девушек повышено (66% против 33%).

Для сравнения, высок уровень доверия к информации на историческую тему от круга близких: учителей/ преподавателей (43%), родителей/ родственников (33%), друзей (24%). В целом фон доверия у девушек выше два раза по сравнению с молодыми людьми. Мужчины, очевидно, выбирают другие источники для доверия как в сети, так и в близком кругу, что подтверждает высокий уровень доверия к информации от друзей, в сравнении с девушками (74%). Недостоверную подачу фактов в фильмах о второй мировой войне отмечают чуть меньше половины, в основном это молодые люди.

Заявляя о доверии, студенты не так часто смотрят художественные фильмы и сериалы с исторической тематикой – 44% практически не смотрят или делают это довольно редко, при чем возраст и пол не играют в этом решающей роли.

Чаще всего студентам в исторических фильмах нравится, точность переданных исторических деталей, а также интересный сюжет вне зависимости от контекста истории (56%), общая визуальная эстетика (красивая картинка) и возможность уловить дух эпохи – по 40%. При этом девушек гораздо больше

интересует визуальная сторона картин (67%), эмоциональный отклик (64%) и глубина персонажей (60%), а молодые люди чаще обращают внимание на точность исторических моментов (59%) и возможность переосмыслить некоторые факты (63%).

При этом на вопрос о том, что не нравится в исторических фильмах, мужчины снова чаще указывают на отсутствие достоверности, девушки же чаще заявляют о нереалистичности сюжета (58%), слабое внимание к деталям повседневной жизни (58%) и некоторую идеалогизированность сюжета (60%). Важно, что все это относится к современным фильмам, а к фильмам производства советского периода количество негатива значительно меньше. По возрасту значимых различий относительно достоверности и доверия к историческим фильмам не выявлено.

Проведенное исследование позволяет сформулировать следующие основные выводы: доверие к информации из исторических фильмов остается высоким (особенно среди девушек), однако стоит отметить критичность к достоверности фактов, в особенности относительно современного кино. Недостоверную подачу материала отмечают чаще мужчины, тогда как девушки сосредоточены на визуальной и эмоциональной составляющей.

Список литературы

1. Воронов А.М. Проблема правдоподобия и правды в советских и российских художественных фильмах, посвящённых Великой Отечественной войне // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2010. № 2. С. 222–231.

2. Родионова О.В. Образ ВОВ в кинематографе как отражение культурно-исторической памяти и механизм самоидентификации // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2017. № 1. С. 146–171.

3. Филоненко В.И., Штомпель Л.А., Штомпель О.М., Понеделков А.В. Интерпретация образа Великой Отечественной войны художественно-образными средствами в восприятии современных студентов // Власть. 2015. № 8. С. 163–168.

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК В ПРОЦЕССЕ ПОДГОТОВКИ МОЛОДЕЖИ К СЕМЕЙНОЙ ЖИЗНИ

FEATURES OF COMMUNICATIVE PRACTICES IN THE PROCESS OF PREPARING YOUNG PEOPLE FOR FAMILY LIFE

Г.П. Сайфуллин, А.В. Сайфуллина
Агентство социально-демографического развития, г. Нижний Новгород
G.P. Saifullin, A.V. Saifullina
Agency of Socio-Demographic Development, Nizhny Novgorod

В условиях нарушения естественной межпоколенческой трансляции положительного семейного опыта особое значение приобретают компенсирующие социальные технологии. На основе реализуемой с 2012 г. авторами социальной практики определяются особенности коммуникативной среды и ключевых принципов эффективного психолого-педагогического воздействия в процессе формирования готовности молодежи к семейной жизни.

In conditions of violation of the natural intergenerational translation of positive family experience, compensating social technologies are of particular importance. On the basis of the social practice implemented since 2012, the authors determine the features of the communicative environment and the key principles of effective psychological and pedagogical influence in the formation of young people's readiness for family life.

Ключевые слова: готовность к семейной жизни, социальная практика, коммуникация, молодежь, семьеведение, психолого-педагогическое воздействие, социальная технология, коммуникационная среда

Keywords: readiness for family life, social practice, communication, youth, family studies, psychological and pedagogical impact, social technology, communication environment

Одним из наиболее острых и актуальных признаков происходящих трансформационных явлений в семейной сфере является высокий уровень разводов. С 1992 г. в России, по данным Росстата, на каждые 100 браков приходится более 50 разводов, а в последние три года – около 70 разводов на 100 браков. Браки неустойчивы: почти половина из них распадается в первые 5 лет после создания. По данным аппаратов уполномоченных по правам ребенка в субъектах Российской Федерации, 80% разводов осуществляются по решению суда, и в большинстве случаев – при наличии маленьких детей.

Ситуация развода родителей оказывает травмирующее воздействие на ребенка. Психологически это проявляется в повышении уровня тревожности, печали, страхов, самоограничений и самозамкнутости, в снижении активности

детей [1]. Дефективные формы коммуникации (как невнимание к детям, так и авторитарная гиперсоциализация) и общее неблагополучие в супружеских и детско-родительских отношениях оказывают негативное влияние не только на психологическое состояние, но и на общее состояние здоровья. Стресс и психоэмоциональные переживания могут стать предикторами снижения резистентности организма ребенка к респираторным заболеваниям [2].

Несмотря на множество вариаций семейных и жизненных ситуаций, в общем случае развод является индикатором семейного неблагополучия, на фоне высокой значимости семьи для жизненного счастья (абсолютное большинство молодежи называют семью в числе важнейших жизненных ценностей [3, с. 131]) выступает барьером для жизненной самореализации.

В структуре готовности к семейной жизни выделяются социально-экономический, социально-психологический и физиологический компоненты [4], которые формируются под воздействием различных факторов, важное значение среди которых занимает среда социализации (родительская семья, близкое окружение). При этом важными являются не только общие характеристики семьи (её состав, показатели материального положения, место проживания), но и признаки, отражающие качество взаимоотношений и сложившихся коммуникаций [5].

В условиях нарушения естественной межпоколенческой трансляции положительного семейного опыта особое значение приобретают социальные технологии и формы психолого-педагогического воздействия в направлении компенсации отсутствующей или негативной детско-родительской коммуникации по вопросам подготовки к семейной жизни и развития необходимых личностных качеств.

С 2012 г. авторами реализуется программа по развитию готовности молодежи (14-35 лет) к семейной жизни «Любовь. Семья. Счастье» (lovefamilyhappy.ru). Основным форматом проведения занятий являются интенсив-семинары – инновационный формат взаимодействия с молодежью, представляющий собой синтез мастер-класса, семинара и тренинга по формированию необходимых компетенций для создания и развития семьи.

В содержании применяемой методики интегрированы элементы компенсации опыта родительской семьи для содействия успешной реализации семейноориентированного поведения молодежи:

1. в процессе проведения семинара обсуждаются тематические вопросы, создаются диалоговые ситуации и применяются практические упражнения, нацеленные на проведение участниками рефлексии с выражением отношения к

родительской семье (установки на семейную жизнь, коммуникативные практики);

2. активно используются примеры успешных многодетных семей (исторических и современных), что содействует усвоению тематического содержания программы и создает условия для возможного «заражения примером»;

3. в качестве ведущих практики преимущественно выступают специалисты, имеющие положительный семейный опыт супружества и многодетного родительства, прошедшие специальную профессиональную подготовку.

Содержание и форма проведения практики ориентированы на когнитивный, мотивационный, эмоционально-волевой, коммуникативный и поведенческий компоненты (как на личностном уровне, так и в контексте особенностей взаимодействия в малой группе):

- повышение компетентности в сфере семейных отношений посредством обсуждения вопросов особенностей взаимоотношений в паре, жизненного цикла семьи, профилактики конфликтов и преодоления семейных кризисов (когнитивный компонент);
- формирование познавательного интереса к самостоятельному изучению вопросов, связанных с устройством семьи, а также мотивации к созданию, сохранению и развитию семьи (мотивационный компонент);
- развитие коммуникативных навыков, диалоговой среды для создания доверительной и дружеской атмосферы (коммуникативный компонент);
- формирование жизненной стратегии, инициативности, самостоятельности, ответственности и других личностных качеств (эмоционально-волевой и поведенческий компоненты) [5].

Среди принципов успешного психолого-педагогического воздействия и создания коммуникативной среды можно выделить следующие:

1. Достоверность и актуальность представляемой информации на основе авторитетных научных исследований и анализа статистических материалов;

2. Диалоговая среда: создание доброжелательной атмосферы и доверительного диалога на семинаре, активное обсуждение темы семинара, использование психологических коммуникативных упражнений, подробный анализ ситуаций и разбор невербальных средств общения участников.

3. Компетентность и семейный опыт ведущих: организаторами и ведущими являются многодетные супруги, прошедшие специальную психолого-педагогическую подготовку. Благодаря этой особенности, коммуникация

осуществляется на высоком доверительном уровне и глубинном понимании запросов целевой аудитории.

Социальные практики интерактивного образовательного семьеведения обладают высоким потенциалом. За 10 лет реализации программы в интенсив-семинарах приняло участие более 6000 человек 37 регионов России и Беларуси [6]. Участники отмечают положительное влияние психолого-педагогического воздействия на создание их собственной семьи, благодаря получению необходимых знаний по выстраиванию семейных отношений и предупреждению конфликтов, гибкую индивидуализацию под запросы конкретной аудитории, живой диалог в доверительной атмосфере. В отзывах и интервью по итогам прохождения программы молодые люди благодарят организаторов за «возможность научиться искусству создавать отношения, укреплять их и сохранять в тяжелые времена», «развитие необходимых качеств для создания семьи», «за желание возрастать в Любви».

В совокупности это побуждает в дальнейшем продолжать работу над изучением возможностей и резервов повышения практической эффективности подобных социальных практик в целях развитии готовности молодежи к семейной жизни.

Список литературы

1. Костина Л.А., Кубекова А.С., Мамина В.П. Особенности психоэмоционального состояния младших школьников в ситуации развода родителей // Казанский педагогический журнал. 2019. № 4 (135). С. 78–84.
2. Майоров Р.В. Нежданова Е.В., Озерова И.В. Тип взаимоотношений в семье – фактор риска или следствие частых респираторных заболеваний у детей школьного возраста // Вестник новых медицинских технологий. 2020. Т. 27. № 4. С. 15–18.
3. Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Молодежь России: социологический портрет. 2-е изд., доп. и испр. М.: Институт социологии РАН, 2010. 592 с.
4. Сайфуллин Г.П. Эффекты темпоральной асинхронии компонентов готовности молодежи к семейной жизни для демографического поведения // Теория и практика общественного развития. 2022. № 3 (169). С. 51–58.
5. Сайфуллин Г.П. Развитие семейноориентированного поведения и готовности молодежи к семейной жизни: дис. … канд. соц. наук: 22.00.03. Н. Новгород: ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2022. 206 с.
6. Сайфуллин Г.П. Социальные практики семьеведения в развитии готовности молодежи к браку и семейной жизни: востребованность и потенциал // Общество: социология, психология, педагогика. 2022. № 2 (94). С. 60–66.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ ФРГ НА ПРИМЕРЕ ПАРТИИ «АЛЬТЕРНАТИВА ДЛЯ ГЕРМАНИИ»

SOCIAL MEDIA IN GERMAN POLITICAL COMMUNICATION ON THE EXAMPLE OF THE ALTERNATIVE FOR GERMANY PARTY

О.Ю. Семенов
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
O.Yu. Semenov
Lobachevsky University

Выявляются особенности использования социальных сетей в процессе политической коммуникации ФРГ на релевантном примере партии «Альтернатива для Германии». Показано, что социальные сети предоставляют правопопулистским деятелям и объединениям большую свободу формулировать идеологию и распространять свои идеи, способствуют усилению идеологии анти-истеблишмента, создают ультраправым благодатную почву для распространения своей риторики.

The purpose of the article is to point out the features of social media use in the process of German political communication on the relevant example of Alternative for Germany party. It is shown that social media provide right-wing populist figures and associations with great freedom to formulate ideology and disseminate their ideas as well as contribute to the strengthening of the anti-establishment ideology, and create fertile ground for the ultra-right to spread their rhetoric.

Ключевые слова: социальные сети, политическая коммуникация, Германия, Альтернатива для Германии, ультраправые партии

Keywords: social media, political communication, Germany, Alternative for Germany, far-right parties

Процессы политической коммуникации в современной Европе как формы и методы общения между субъектами политики и важнейший демократический ресурс представляют собой уникальное как с теоретической, так и с практической точки зрения исследовательское поле, выявление принципиальных и прикладных особенностей которого позволяет более четко понять способы влияния политики на общественную солидарность, политическую активность социума, а с другой стороны, более полно представить, в какой степени и в каких проявлениях стабильность и жизнеспособность политических структур и политического процесса в целом зависят от социальной коммуникации.

В контексте стремительного распространения Интернет-технологий, проникновения Web 2.0 практически во все ключевые сферы социально-политической жизни важнейшим каналом коммуникации и площадкой для

взаимодействия гражданского общества и властных структур становятся крупнейшие мировые социальные сети – Facebook, Twitter, YouTube, Instagram* (social media, social mass media, SMM). Присутствие политических деятелей в виртуальном мире, наличие у политических партий собственных аккаунтов и онлайн-ресурсов становится необходимым условием и одновременно действенным инструментом комбинирования продвижения собственной идеологии с важнейшей политико-субъектной имиджевой чертой – общедоступностью.

Одним из наиболее релевантных кейсов стратегически оправданного и эффективного использования социальный сетей, прежде всего Facebook, в политической коммуникации, информировании и мобилизации избирательного ресурса является пример германской ультраправой партии «Альтернатива для Германии» (АдГ, AfD), в частности, на парламентских выборах 2017 и 2021 гг. Следует отметить, что с самого момента послевоенного возрождения политического процесса в ФРГ немецкие правые не могли достичь организационного единства [1]. Было предпринято несколько попыток объединить их в одну партию для достижения политического успеха, например, основание Национал-демократической партии (NDP) в 1964 г. или создание Немецкого народного союза (DVU) в 1971 г. в качестве своеобразного «плавильного котла» для генерации правых идей, но из-за высокой степени конкуренции как между сосуществующими правыми партиями, так и со стороны, прежде всего, Христианского-демократического союза (ХДС) они не добивались успеха вплоть до середины второго десятилетия XXI в.

В феврале 2013 г. выделившаяся из состава ХДС политическая группа «Альтернативный выбор 2013» («Wahlalternative 2013») была преобразована в политическую партию «Альтернатива для Германии», которой удалось не просто объединить различные правопопулистские программы и идеи, от евроскептических до антииммиграционных и националистических, но и завоевать себе место под солнцем в политическом мейнстриме ФРГ, и пусть не с первого раза, но стать парламентской фракцией и заметным явлением социально-политической жизни страны [2]. Хотя изначально ключевым приоритетом АдГ обозначала критику правительственных действий по спасению еврозоны, сворачивание поддержки финансовых систем ряда стран ЕС и выход самой Германии из зоны евро, довольно быстро лозунги, интересы и цели партии расширились до самых различных частей праворадикального спектра.

* Здесь и далее – социальные сети Facebook и Instagram принадлежат компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ; социальная сеть Twitter по решению РКН заблокирована в РФ.

Партия уже через полгода после своего создания едва не вошла в бундестаг – ей не хватило 0,3% до преодоления минимального барьера, но уже на федеральных выборах 2017 г. получила 12,6% голосов и стала третьей по количеству мест в нижней палате парламента, а на выборах 2021 г., хотя и несколько ухудшила свои показатели, добившись поддержки 10,3% избирателей, продолжает оставаться несомненно значимой силой в политическом пространстве ФРГ [3].

Партия позиционирует себя как «детище немецкой интеллектуальной элиты» в отличие от подавляющего большинства других протестных группировок и течений, стоит на антииммиграционных и антимусульманских позициях, что следует из предвыборной программы партии в Европарламент 2019 г. В ней утверждается, что ислам несовместим с Европой, и говорится, что АдГ будет «защищать» Европу от него. Партия заявила, что хочет запретить иностранное финансирование мечетей, ношение паранджи, призывы к молитве из мечетей, присоединилась к кампаниям против размещения ближневосточных беженцев [4].

С самого момента основания партии платформы социальных сетей были и остаются наиболее важным каналом коммуникации для АдГ с момента ее основания, они предоставляют пространство для влияния на общественное мнение за пределами традиционных СМИ. В целом, можно выделить несколько базовых факторов, объясняющих эффективность АдГ в социальных сетях как средстве социальной и политической коммуникации.

Во-первых, партия полагается на платформы социальных сетей для распространения своих идей как альтернативу традиционным СМИ, которых лидеры АдГ Алис Вайдель и Тино Хрупалла обвиняют в негативизации своего имиджа и искажении заявлений, представляют их в негативном свете [5]. Используя социальные сети в качестве своеобразной альтернативной экосистемы коммуникации, АдГ сумела повлиять на сознание той части населения Германии, которая разочаровалась в традиционных каналах связи – прежде всего, это территория бывшей ГДР. Исследование немецкого think tank в области прав человека Otto-Brenner-Stiftung [6] подтвердило, что сторонники AfD меньше доверяют немецким СМИ и предпочитают получать информацию из социальных сетей, а также, например, в отчете американского исследовательского объединения Pew Research Center за 2018 г. [7] установлено, что в целом люди с популистскими предпочтениями в Германии, как правило, меньше доверяют традиционным телевизионным, печатным и радиовещательным СМИ.

Далее, одной из ключевых характерных черт стратегии АдГ является высокая онлайн-активность, максимально агрессивное использование

социальных сетей и распространение в них контента. Для этого АдГ регулярно просит своих сторонников делиться инфоповодами и сообщениями (постами), «расшаривать» их. Глагол teilen (делиться) входит в число наиболее часто встречающихся слов в постах партии, наряду с такими понятиями, как AfD, Германия, политика, ЕС, евро, немецкий народ и гражданин. Этот глагол, по исследованию мюнхенских социологов 2018 г., пятый по частоте использования в сообщениях, что указывает на агрессивное распространение контента и призывы к нему как часть стратегии АдГ [8].

Кроме того, партия активно использует провокационный тон и высказывания, которые вместе с критической позицией в отношении политкорректности побуждают пользователей участвовать и отвечать на это своими положительными или отрицательными комментариями. Еще одним фактором в данном контексте, который стимулирует активную реакцию пользователей, является негативный и агрессивный тон в анти-истеблишменте и антииммигрантских постах АдГ, ключевыми объектами которых являются А. Меркель, О. Шольц, ХДС, СДПГ, беженцы [9].

Нельзя обойти вниманием и такой фактор использования «Альтернативой для Германии» социальных сетей в политической коммуникации, как социальные боты — автоматические поддельные учетные записи, которые выглядят как настоящие пользователи и целью которых является «вирусизация» тем и манипулирование преобладающими тенденциями. Немецкий исследователь Лиза-Мария Нойдерт и ее коллеги еще в 2017 г. [10] обнаружили, что социальные боты работают в пользу АдГ. Хотя отследить происхождение этих ботов невозможно, на примере по крайней мере двух интернет-сообществ – «Infokrieg» и «Reconquista Germania» можно констатировать явную цель троллинга в социальных сетях Facebook и Twitter в поддержку AfD. Количественно оценить такое влияние попыток онлайн-манипулирования общественным мнением трудно, но, с другой стороны, эти автоматические учетные записи явно расширяют онлайн-досягаемость и вариативность сообщений партии.

На примере германской политической партии «Альтернатива для Германии» отчетливо прослеживается определенная тенденция политической коммуникации, заключающаяся в том, что социальные сети, несомненно, предоставляют правопопулистским деятелям и объединениям намного бо́льшую свободу формулировать свою идеологию и распространять свои идеи, чем традиционные средства массовой информации, способствуют усилению идеологии анти-истеблишмента, свойственной праворадикальным партиям. Принимая во внимание незначительный уровень модерации сообщений в

социальных сетях и качественной проверки информации, вышеперечисленные факторы создают ультраправым благодатную почву для распространения своей риторики, что представляется серьезным социально-политическим вызовом не только на национальном, но и на глобальном уровне.

Список литературы

1. Arzheimer K. The AfD: Finally a Successful Right-Wing Populist Eurosceptic Party for Germany? // West European Politics. 2015. No 38 (3). Pp. 535–556.
2. Bergmann K., Diermeier M., Niehues J. Die AfD – einePartei der Besserverdiener? // IW-Kurzbericht. 2016. Nr. 19.
3. Bundestagswahl 2021: Das Wahlergebnis im Überblick. URL: https://www.tagesschau.de/wahl/archiv/2021-09-26-BT-DE/index-content.shtml (accessed: 23.10.2022).
4. Unser Programm für ein Europa der Freiheit. URL: https://www.afd.de/wp-content/uploads/sites/111/2019/03/AfD_Europawahlprogramm_A5-hoch_web_150319.pdf (accessed: 23.10.2022).
5. Schuster K. AfD's Alice Weidel: The pride of the populists, a mystery to everyone else, 2017. URL: http://www.dw.com/en/afds-alice-weidel-the-pride-of-the-populists-a-mystery-to-everyone-else/a-40356769 (accessed: 23.10.2022).
6. Decker O., Yendell A., Kiess J., Brähler E. Polarisiert und radikalisiert? Medienmisstrauen und die Folgen für die Demokratie, 2017. URL:https://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/02_Wissenschaftsportal/03_Publikationen/AP27_Medienmisstrauen_Decker_2017_10_06.pdf (accessed: 23.10.2022).
7. News Media and Political Attitudes in Germany // Pew Research Center: Global Attitudes & Trends. 2018. URL: https://www.pewglobal.org/fact-sheet/news-media-and-political-attitudesin-germany/ (accessed: 23.10.2022).
8. Serrano J.M., Hegelich S., Shahrezaye M., Papakyriakopoulos O. Social Media Report: The 2017 German Federal Elections. TUM University Press, Munich, Germany, 2018.
9. Alternative Media Networks and The Radical Right in Germany / Hope not Hate. London, 2021. URL: https://www.hopenothate.org.uk/wp-content/uploads/2021/09/germany-alternative-media-networks.pdf (accessed: 23.10.2022).
11. Neudert L.-M., Kollanyi B., Howard P.N. Junk News and Bots during the German Parliamentary Election: What are German Voters Sharing over Twitter? 2017. URL: http://blogs.oii.ox.ac.uk/politicalbots/wp-content/uploads/sites/89/2017/03/German-What-Were-German-Voters-Sharing-Over-Twitter-v9.pdf (accessed: 23.10.2022).

СПЕЦИФИКА КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

THE SPECIFICITY OF COMMUNICATION PRACTICES OF PERSONS WITH DISABILITIES

Я.В. Ушакова, С.В. Евстропова
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
Y.V. Ushakova, S.V. Evstropova
Lobachevsky University

Ограничения инвалидов в социальной жизни определяют специфику коммуникативных практик не только в их взаимодействии с родственниками и друзьями, но и с другими акторами медико-социальных мероприятий по программе реабилитации: медицинскими и социальными работниками, психологами, юристами, педагогами, представителями общественных организаций. В условиях ограничений важное значение приобретают современные цифровые технологии. Результаты социологического исследования позволили выявить социально-психологическое самочувствие инвалидов, характер их социального взаимодействия, в том числе и с общественными организациями, использование коммуникативных технологий и потребности в них.

The limitations of disabled people in social life determine the specifics of communicative practices not only in their interaction with relatives and friends, but also with other actors of medical and social measures under the rehabilitation program: medical and social workers, psychologists, lawyers, teachers, representatives of public organizations. In conditions of restrictions, modern digital technologies are becoming important. The results of a sociological study made it possible to identify the socio-psychological well-being of disabled people, the nature of their social interaction, including with public organizations, the use of communication technologies and the need for them.

Ключевые слова: коммуникативные практики, цифровые технологии, средства коммуникации

Keywords: communication practices, digital technologies, means of communication

В рамках исследовательского проекта по оценке деятельности организаций, оказывающих социальные и социально-медицинские услуги, были выявлены потребности лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере коммуникаций. В данном случае рассматривались не только социальные контакты с родственниками и друзьями, но взаимодействие с общественными организациями инвалидов, а также наличие современных средств коммуникации

и практики их использования. Метод исследования – анкетный опрос участников программы социальной реабилитации инвалидов на дому, предложенной ГБУЗ НО «Городская поликлиника 50». Данная программа предусматривает, в частности, переориентирование инвалида с пассивного на активный образ жизни и создание условий для реализации интеллектуальных и культурных потребностей, повышение качества жизни. Всего было опрошено 166 человек.

Для анализа параметров, характеризующих коммуникативные практики инвалидов, выборка была ограничена возрастом 70 лет и составила 101 человек (54% мужчины, 46% женщины). Все опрошенные получили инвалидность I-ой группы: большая часть – по заболеваниям, связанным с нарушениями мозгового кровообращения и ишемической болезнью сердца (21% и 23%), 15% – онкологические заболевания, 14% – инвалиды по зрению. Треть респондентов имеют высшее образование, 29% – среднее профессиональное, остальные – среднее.

На эффективность программы социальной реабилитации инвалидов влияет не только профессионализм медицинских и социальных работников, но и социально-психологическое самочувствие участников программы. Этот показатель характеризует отношение инвалидов к той ситуации, в которой они оказались, к возникшим в связи с этим изменениям своей социальной жизни, собственному социальному статусу.

Самооценки инвалидами социально-психологического самочувствия демонстрируют некоторый социальный оптимизм у четверти принимавших участие в опросе: 22% живут с надеждой на улучшение ситуации, 3% – с оптимизмом, надеясь на хорошие перспективы. Позитивное настроение этой части инвалидов положительно будет влиять на прохождение ими программы реабилитации. Менее половины инвалидов (43%) принимают жизненные обстоятельства спокойно, без особых надежд. Настроения пессимизма выявлены у пятой части инвалидов (21%), еще 5% не в силах терпеть собственную ситуацию и считают, что все катится по наклонной. Такие настроения формируют социальную апатию и могут негативно влиять на результаты реабилитации.

Значительное влияние на отношение к собственному социальному статусу оказывает социальное взаимодействие инвалида с «ближним» кругом (родственники, друзья и знакомые) и людьми с такими же проблемами здоровья. Результаты проведенного исследования показали, что в большинстве случаев у инвалидов сохраняются хорошие взаимоотношения с родственниками. При этом

трети практически не с кем общаться, у них нет друзей и знакомых, и только треть готовы взаимодействовать с такими же инвалидами.

Таблица

Характеристики социального взаимодействия инвалидов, %

Тезисы	**1*	*2*	*3*
Меня поддерживают мои родственники, у нас хорошие взаимоотношения	17	6	77
У меня практически нет друзей и знакомых, мне не с кем общаться	62	5	33
Мне проще общаться с людьми, у которых такие же проблемы	55	13	32

**1. Не согласен* *2. Затрудняюсь ответить* *3. Согласен*

Другой важной характеристикой социального взаимодействия являются коммуникации с общественными организациями. В Нижнем Новгороде активно работают Всероссийское общество инвалидов (слепых, глухих), Нижегородская общественная организация инвалидов «Ковчег», Нижегородская региональная общественная организация инвалидов «Инватур», Центр социального сопровождения и развития «ЭкоДОМ». Опрос показал, что 76% респондентов ничего не знают об этих НКО и формах поддержки инвалидов, остальные знают в общих чертах, но и они не обращались за помощью в эти организации. При этом у четверти инвалидов есть такая потребность, и они нуждаются в помощи в установлении контактов с общественными организациями инвалидов.

Стоит отметить, что 61% лиц с ограниченными возможностями здоровья все же стремятся к активному образу жизни по мере сил и возможностей, а это основание для вовлечения этих людей не только в программы реабилитации, но и во взаимодействие с общественными организациями.

В современном мире развития цифровых технологий (гаджеты, электронные устройства, технологии, программы) коммуникативные практики приобрели новый формат. Общение с родственниками возможно по смартфону, запись на прием к врачу осуществляется через сайт лечебного учреждения, консультацию медицинского специалиста можно получить дистанционно с помощью телемедицинских технологий. Это подразумевает, что человек, в том числе и с ограниченными возможностями здоровья, должен не только иметь в наличии современные устройства (смартфон, компьютер, подключенный к сети Интернет), но и уметь пользоваться этими устройствами сам либо при помощи родственников или социального работника.

В Законе «О социальном обслуживании граждан в Нижегородской области» от 5.12.2014 г. в перечне услуг в целях повышения коммуникативного потенциала получателей социальных услуг, имеющих ограничения

жизнедеятельности, есть пункт об оказании помощи в обучении навыкам компьютерной грамотности. Результаты проведенного исследования показали, что большинство инвалидов имеют в наличии современные средства коммуникации (84% – смартфоны, 59% – компьютеры), 68% пользуются интернетом. Только 16% респондентов не имеют навыков пользования современными средствами коммуникации. Наряду с хорошей оснащенностью цифровыми устройствами, инвалиды нуждаются в едином информационном ресурсе, где можно получить консультации по любым вопросам жизнедеятельности (51% согласны с тезисом, 36% затруднились ответить). Дистанционное использование телемедицинских технологий пока не получило широкого распространения – только 16% инвалидов используют смартфон или компьютер для дистанционных видеоконсультаций со специалистами по реабилитации.

СОВРЕМЕННЫЙ ДИАЛОГ КАК СПОСОБНОСТЬ К ПОНИМАНИЮ
MODERN DIALOGUE AS THE ABILITY FOR UNDERSTANDING

Ю.Е. Францева, А.Е. Блохина
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
Yu.E. Frantseva, A.E. Blochina
Lobachevsky University

Диалог как форма успешной коммуникации в условиях быстро изменяющего мира становится актуальным не только как способ выстраивания межкультурных и политических отношений, но и как форма человеческих отношений. При этом важным становится рассмотрение проблемы диалога на ценностном уровне, а не на уровне простого вступления в коммуникацию.

Dialogue as a form of successful communication in a rapidly changing world is becoming relevant not only as a way of building intercultural and political relations, but also as a form of human relations. At the same time, it becomes important to consider the problem of dialogue at the value level, and not at the level of a simple entry into communication.

Ключевые слова: диалог, способность к пониманию, диалог как ценность
Keywords: dialogue, the ability for understand, dialogue as a value

Диалог как форма общения человеческого рода является предпосылкой и условием личностного развития, развития сознания и самосознания, стоит

отметить, что без общения человечество вряд ли будет существовать (М. Бубер, М.М. Бахтин, Т.А. Флоренская, Г.А. Ковалев, А.Ф. Копьев) [см. 1].

Диалог в своем онтологическом смысле всегда становился объектом исследования философов. Сократ, размышляя о диалоге как о способе ведения дискурса, говорил о том, что диалог способствует понимаю не только Другого, но и себя, таким образом может осуществляться поиск истины или смысла жизни для человека. Эта особенность диалога–беседы (сократический диалог) была введена в психотерапевтическую практику. Именно майевтика позволяла выстраивать диалог как «диалогическое общение между сознаниями», ведущую к пониманию общей истины [2, с. 113].

Диалог в психологическом аспекте рассматривается как одна из форм коммуникации. Всегда ли разговор двух людей это диалог? Если обратиться к языкознанию, то в философском смысле речь всегда направлена на слушающего или на самого себя, поэтому диалогична. М.Я. Блох в своих исследованиях описывал две формы речевого взаимодействия – монолог и диалог. «Монолог – одностороннее диктемное общение; его вектор общения – прямой, однонаправленный. Диалог – двустороннее диктемное общение; его вектор общения – взаимный, двунаправленный». При этом М.Я. Блох обращал внимание, что в понимании монолог-диалог важным является не только состав высказывания, но и целостный контекст сообщения [3, с. 55].

Человек – это особый представитель животного мира, имеющий особую систему символов или знаков, которая позволяет взаимодействовать и отражать окружающую реальность в собственном сознании, вступать в коммуникацию не только с другими людьми, но и с самим собой. Однако наличие символьной системы не может обеспечить успешную коммуникацию между людьми без присвоения не только лексического смысла отдельных слов, но и контекстного смысла целого сообщения. Данные процессы (декодировка) позволяют выстраивать направленность речевого обращения, а также процесс формирования общего контекстного поля коммуникации. А.Р. Лурия, исследуя процессы декодировки речевого сообщения, самым сложным процессом называл процесс понимания смысла всего сообщения в целом, особенно если текстовое сообщение имеет сложный подтекст, требующий раскрытия общего или скрытого смысла [4].

Впервые о диалоге как о форме двойственного отношения человека к миру заговорил М. Бубер («Я и Ты»). «Я» отдельно не существует, а оно формирует отношения либо «Я-Оно» либо «Я-Ты». «С одной стороны, безличностность, когда все выступают как Оно, функция которого удовлетворять утилитарные потребности «Я», а с другой – личностное отношение – «Я – Ты», которое

является диалогическим, когда любой объект становится субъектом – равноправным участником диалога. Диалог у М. Бубера – это встреча «Я» и «Ты», непосредственное состояние «взаимопроникновения» друг в друга» [5, с. 19]. Согласно его теории, только в диалоге между партнерами зарождается нечто новое ценностное, имеющее духовное содержание, совместно, а не каждым отдельно. Однако не только межличностный диалог является создателем культурно-исторической ценности, но и интерпесональный диалог тоже является средством социального общения [6].

С середины XX в. общение рассматривается не только как специфичный вид деятельности, направленный на удовлетворение потребностей и мотивов для осуществления совместной деятельности, которые тоже порождаются этой деятельностью, но и как формирование межличностных и межкультурных отношений.

В.Н. Мясищев в своих трудах по психологии отношений, вводя понятие «Отношение» и наделяя его сущностным содержанием, говорил, что отношение есть отражение человеком субъективной окружающей реальности, что сходно со смысловым полем понятия «Диалог». А сущность процесса общения заключается в особом отношении друг к другу и особом взаимодействии друг с другом конкретных личностей [см. 7].

Согласно социально-психологической теории Б.Д. Парыгина, специфической характеристикой общения является взаимопонимание, условиями осуществления которого выступает понимание другого человека, понимание его отношения к себе как к партнеру по общению, понимания самих отношений [8].

Современные исследователи диалога как модели коммуникации рассматривают на уровне общества диалог не только как диалог различных мнений, это – всегда «диалог различных культур», которому, в свою очередь, также требуется совместное создание смыслового поля, обеспечивающего понимание [9, с. 299].

М.Я. Блох, исследуя диалог, отмечал, что несмотря на всю его диалогичность, диалог может проходит в виде обмена монологами [3]. Диалог в зависимости от желания собеседников может быть успешным или нет. «Диалогическое общение есть общение в виде вызовно-отзывных реплик. К такому общению с неизбежностью, хотя и в диких муках, приходит современный мир, вступивший в эпоху глобализации» [10, с. 49].

Термин «понимание» чаще используется в консультативной психологии, однако это не просто создание смыслового контекста диалога-беседы, а совместное обоюдное творчество по созданию и поддержанию особых

отношений. И чаще в рамках поддержания консультационного процесса к личности терапевта предъявляется условие – способность к пониманию, то есть способности к совместному и осознанно не разделимому интуитивному изучению не только чужой, но и своей жизни без установления причинности или научного объяснения. На наш взгляд, именно этого условия сегодня недостает современному диалогу.

В своем выступлении на 16-м Санкт-Петербургском саммите психологов А.Г. Асмолов сослался на работу В.А. Петровского, который назвал современные условия временем травмы «взаимонепонимания». Он также отмечает, что современный мир – это особый информационный мир, где все чаще человек сталкивается с большим разнообразием иррациональных социальных стереотипов и их генерализацией, доминированием дихотомичности мышления (черное-белое) в коммуникационных взаимодействиях. Главной особенностью современной коммуникации А.Г. Асмолов назвал феномен «фейкового импринтинга», гипотезу о существовании которого выдвинул В.А. Петровский. При этом А.Г. Асмолов говорит о проблеме существования человека, общества уже не на уровне действия, то есть вступления в коммуникацию или диалог, а на ценностном уровне [11].

Если рассматривать диалог на ценностном уровне, то результатом диалогичного общения будет формирование нового ценностно-смыслового содержания отношений, изменения сознания субъекта, которое может появиться только при взаимопонимании. По сути, способность к пониманию может развиваться при следующих условиях:

- понимание ценности диалога как процесса общения, как создание особых отношений, как возможность путешествия в совершенно другую психологическую реальность, которое без диалога вряд ли возможно;

- понимание диалога как субъект-субъектные отношения, то есть понимание «инаковости» себя и Другого и способности использовать это в процессе сотворчества отношений и познании самих себя. При этом важно понимать, что субъект – это личность, способная сохранять для себя и Другого позицию «на равных».

Наши размышления нашли подтверждение в работе Р.М. Фатыховой «Культура как диалог и диалог в культуре». При этом хочется отметить, что в ее понимании культура может формироваться только через диалогичность и диалог, а диалог – это культура человеческого бытия [12].

Важно понимать, что успешный межличностный диалог будет формировать условия для успешного диалога культур, который, исходя из Концепции устойчивого развития, может создавать предпосылки благополучия в

политическом, национальном, государственном, культурно-историческом аспекте как для нынешнего поколения, так и для будущих поколений [13].

Список литературы

1. Тихонова Е.С. Духовно-ориентированный диалог в практике помощи детям с общим недоразвитием речи // Вестник ПСТГУ. Серия IV: Педагогика. Психология. 2014. Вып. 1 (32). С. 108–120.
2. Крючкова С.Е. «Философия диалога» и диалог культур // Социальная политика и социология. 2016. Т. 15. № 1. С. 112–119.
3. Блох М.Я. Философия регуляции речевого общения от диалога личностей к диалогу культур // Вестник ИГЛУ. 2012. № 2 (18). С. 53–59.
4. Лурия А.Р. Лекции по общей психологии. СПб.: Питер, 2006. 320 с.
5. Бубер М. Я и Ты // Два образа веры. М.: Республика, 1995. 464 с.
6. Бубер М. Проблемы человечества. Перспективы // Лабиринты одиночества. М.: Прогресс, 1989. 624 с.
7. Бодалев А.А., Ковалев А.Г. Теоретические и прикладные аспекты проблемы психологии общения в трудах В.Н. Мясищева // Психологические исследования общения / Под. ред. В.Ф. Ломова, А.В. Беляева, В.Н. Носуленко. М.: Наука, 1985. 344 с.
8. Парыгин Б.Д. Основы социально-психологической теории. М.: Мысль, 1971. 201 с.
9. Библер В.С. От наукоучения – к логике культуры: Два философских введения в двадцать первый век. М.: Политиздат, 1990. 413 с.
10. Блох М.Я. Разумный человек как двигатель прогресса в эпоху глобализации и международного терроризма // Россия и мир: вчера, сегодня, завтра: Актуальные проблемы политики, экономики и права. М.: Изд-во МГИ им. Е.Р. Дашковой, 2011. С. 42–50.
11. Асмолов А.Г. Как не расчеловечиться в бесчеловечное время // Психологическая газета (интернет-издание). 05.06.2022. URL: https://psy.su/feed/10070/ (дата обращения: 10.07.2022).
12. Фатыхова Р.М. Культура как диалог и диалог в культуре // Вестник ВЭГУ. 2009. № 1 (39). С. 46–54.
13. Петрова В.В. Диалог культур и культура диалога в контексте достижения целей устойчивого развития // Диалог культур. Культура диалога: цифровые коммуникации: Материалы Третьей международной научно-практической конференции / Редколлегия: Л.Г. Викулова (отв. ред.) [и др.]. М.: Языки Народов Мира, 2022. С. 191–197.

РАЗВИТИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ НАВЫКОВ ОБУЧАЮЩИХСЯ ВУЗОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ УСПЕШНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

DEVELOPING THE COMMUNICATION SKILLS OF UNIVERSITY STUDENTS NECESSARY FOR THE SUCCESSFUL IMPLEMENTATION OF PRACTICAL TRAINING

М.Ю. Хазан
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
M.Yu. Hazan
Lobachevsky University

Изучается проблема развития коммуникативных навыков обучающихся вузов, которые являются востребованными в процессе реализации практической подготовки как части учебного процесса и сегодня частично утрачены, вследствие длительного периода распространения пандемии коронавирусной инфекции и перехода на дистанционный режим обучения. В основе исследования лежат наблюдения, полученные в процессе организации практической подготовки обучающихся по различным специальностям и направлениям.

The problem of developing the communication skills of students at universities, which are necessary in the process of implementing practical training as part of the educational process and which are today partially lost due to the long period of the spread of the coronavirus pandemic and the transition to distance learning, is studied in the article. Observations that were obtained during the organization of practical training of students in various specialties and areas of training are at the heart of the study.

Ключевые слова: коммуникативные навыки, практическая подготовка обучающихся, пандемия

Keywords: communication skills, practical training of students, pandemic

В современных условиях, которые меняются стремительно и непредсказуемо, к образованию в вузах начинают предъявляться особые требования. В приоритете остается качественное формирование умений и навыков в рамках заявленного направления, профиля подготовки.

Но пандемия коронавирусной инфекции, переход на дистанционную форму обучения, повсеместное распространение гаджетов, социальных сетей и другие социокультурные тенденции привели к тому, что формирование коммуникативных навыков обучающихся вузов начинает видоизменяться. Продолжительное нахождение в режиме онлайн, к сожалению, приводит к тому,

что утрачиваются навыки «живого» общения. Этот пробел становится очевидным, когда студентам приходится покидать пространство учебного заведения при прохождении практической подготовки на предприятиях, в организациях и учреждениях.

Коммуникативные навыки в «живом» формате представляют собой способность использовать свои знания, вербальные и невербальные умения для достижения профессионально значимых целей, связанных со спецификой выбранной профессии. Это – способность к овладению способами решения проблемно-познавательных задач и осуществлению деятельности по достижению целей, значимых для будущих специалистов в сфере их профессиональной коммуникации [1].

Коммуникативная культура является важнейшей составляющей конкурентоспособности специалиста в любой области, представляет собой важнейший показатель социального и профессионального статуса выпускника на рынке труда. Этот термин можно использовать в компетентностной плоскости.

Коммуникативная компетентность – это элемент профессиональной компетентности, характеризуется уровнем приобретенных речевых навыков и умений, обеспечивающих определенное, соответствующее ситуации, вербальное деловое поведение. Исходя из структуры общения, коммуникативная компетентность рассматривается как готовность воспринимать другого человека и контактировать с ним и как способность ставить и решать конкретные типы коммуникативные задачи: определять цели и стратегии контактов, оценивать ситуацию, учитывать намерения и способы коммуникации партнеров, менять, по мере необходимости, собственные речевые стратегии и тактики [2].

Формирование коммуникативных умений в целом имеет огромное значение, поскольку человеческая жизнедеятельность не мыслима без общения людей друг с другом, а ее качество и результат определяются культурой отношений. Как известно, человек, обладающий в достаточной степени коммуникативными умениями, чувствует себя уверенно в самых различных ситуациях бытового, делового и профессионального общения [3].

Можно выделить несколько аспектов, в которых проблемы «живой» коммуникации проявляются ярче всего, в случаях, связанных с выходом обучающегося для прохождения практической подготовки на предприятия и организации. Причем ниже перечисленная проблематика носит обобщенный характер и не связана с традиционным разделением специальностей и направлений на гуманитарные и технические.

1. Вербализация и донесение до соответствующей образовательной инстанции ожиданий студентов, связанных с предстоящим прохождением практической подготовки. К сожалению, некоторые обучающиеся не умеют, а, возможно, и не хотят, принимать активное участие в непростом процессе подготовки предстоящей практической деятельности. По ряду причин они не способны четко выразить свои пожелания, профессиональные и личностные устремления, которые могли бы быть учтены при взаимодействии вуза и предприятия/организации в рамках осуществления подготовительной работы по организации практики.

Вследствие этого обучающиеся становятся заложниками пассивного взаимодействия. И вместо эффективного прохождения практической подготовки, где студент может получить необходимые прикладные умения и навыки, получается «практика-метла»: предприятие может предложить выполнение определенного вида деятельности и освоение связанных с этой деятельностью умений и навыков, а не то, что предусматривает специальность или направление подготовки студента, и что на самом деле он хотел бы получить [4].

2. Подготовка и оформление отчетной документации по итогам прохождения практической подготовки.

Несмотря на наличие, в большинстве случаев, полного методического обеспечения любого вида и формы практической подготовки, у обучающихся возникают сложности, связанные с обработкой, структурированием и представлением к промежуточной аттестации информации, полученной в ходе прохождения практической подготовки. Порой трудности возникают уже на стадии запроса информации. К сожалению, для ряда обучающихся грамотное формулирование вопросов является непростой задачей. В такой ситуации трудности возникают и у принимающей студентов на практику организации, если она заинтересована в эффективной деятельности практикантов и долгосрочном сотрудничестве с вузом.

3. Коммуникация – это не только речевые, но и поведенческие навыки, способность понимать ситуацию взаимодействия, умение правильно выстраивать общение как с представителями предприятий, организаций, так и сотрудниками вуза.

К сожалению, у многих обучающихся этот навык развит весьма слабо. Об этом свидетельствуют возникающие время от времени на предприятиях, являющихся местом проведения практики, конфликтные ситуации. Формирование базовых навыков конфликтологической компетентности является тоже важной образовательной задачей. В целом психологическая

компетентность и психологическая культура являются неотъемлемыми составляющими профессиональной компетенции обучающихся [5].

Решением названных выше актуальных проблем в области коммуникации при реализации практической подготовки обучающихся вузов может быть назван тренд на гуманизацию образования. Он должен включать различные аспекты, которые необходимо учитывать при составление образовательных программ для различных специальностей и направлений подготовки:

– развитие как вербального, так и невербального интеллекта, которые позволяют усовершенствовать мыслительную деятельность в целом, грамотно рассуждая, запоминая, анализируя;

– усиление роли преподавателя-наставника в период прохождения практической подготовки обучающихся, который может выполнять не только контролирующую функцию, информировать об обязательных этапах и напоминать о дедлайнах, но и оказывать психолого-педагогическую поддержку обучающемуся, направлять его в нужное коммуникативное русло (на наш взгляд, такая работа является дополнительным видом нагрузки, что необходимо учитывать в планировании и оценке деятельности преподавателя).

Список литературы

1. Светлякова О.А. Проблемы формирования коммуникативных навыков студентов вуза // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2014. № 10. С. 381–384.
2. Аболина Н.С., Акимова О.Б. Процесс профессионального обучения и формирование коммуникативной компетенции // Инновационные проекты и программы в образовании. 2013. № 6. С. 21–28.
3. Сараева В.В. Формирование коммуникативных умений студентов вуза // Казанский педагогический журнал. 2010. № 2. С. 22–28.
4. XI летняя школа преподавателя – 2022. Качество цифрового образования 2022–2030. М.: Издательство Юрайт, 2022. 23 с. URL: https://urait.ru/bcode/509440 (дата обращения: 23.09.2022).
5. Горбач Н.А. Возможности и проблемы практической направленности обучения в вузе (на примере преподавания психологии) // Вестник Сибирского юридического института МВД России. 2010. № 4 (8). С. 60–62.

ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОЙ ДЕЛОВОЙ КУЛЬТУРЫ 18–19 ВЕКА
FEATURES OF RUSSIAN BUSINESS CULTURE OF THE 18TH-19TH CENTURIES

Т.Н. Цапина, Н.А. Безрукова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
T.N. Tsapina, N.A. Bezrukova
Lobachevsky University

Современная деловая культура в России была сформирована под воздействием исторических тенденций развития отечественного предпринимательства. В этой связи актуальным представляется изучение наиболее значимого периода ее становления. Рассмотрены основные факторы, влияющие на культуру деловой жизни в 18-19 веке, отражено влияние религиозного фактора на организационные отношения, показана специфика культурной предпринимательской среды.

Modern business culture in Russia was formed under the influence of historical trends in the development of domestic entrepreneurship. In this regard, it seems relevant to consider the most significant period of its formation. The article considers the main factors influencing the culture of business life in the 18–19th century, reflects the influence of the religious factor on organizational relations, shows the specifics of the cultural business environment.

Ключевые слова: деловая культура, предпринимательство, купец, промышленник, благотворительность, меценатство, предпринимательская этика

Keywords: business culture, entrepreneurship, merchant, industrialist, charity, philanthropy, entrepreneurial ethics

Российская деловая культура формировалась под воздействием множества различных факторов, огромную роль в ее становлении и развитии сыграла многонациональность и наличие разнообразных религиозных конфессий. Различные религиозные общества принимали довольно активное участие в кредитно-финансовой сфере, промышленности, торговом деле, самую большую часть занимали представители русской православной церкви, а также старообрядцы, иудеи, протестанты, мусульмане, польские католики. Начало их деятельности датируется еще периодом расцвета Киевской Руси, поэтому данные группы сыграли одну из ключевых ролей в развитии отечественного предпринимательства. У каждой хозяйственной группы была собственная деловая культура, и в ходе развития экономического пространства они взаимодействовали путем сотрудничества либо конкурировали на разных уровнях.

Как отмечают историки, отечественные купцы-предприниматели стремились не просто обогатиться и нарастить капитал, а видели в своем деле цель работать и служить на благо российского государства и общества. Особую роль в этом сыграло православие, очевидно оно оказало благотворное влияние на деловую этику тех времен. Проявление этого влияния можно увидеть в активной благотворительной деятельности, открытии приютов, ночлежек и детских домов. Проявлению меценатства и благотворительности, кроме религиозной составляющей, способствовал и общественный настрой в целом. Любой состоятельный человек считал своим долгом перед народом и государством совершать пожертвования [1].

После раскола Русской православной церкви в XVII в., купечество разделилось на два лагеря: купцы светской православной церкви и купцы-старообрядцы. Например, старообрядцам религиозные правила формально запрещали «сообщатися в молитве, в пище и в питии, в дружбе же и в любви с неверными... и с инославными». Они активно сотрудничали с представителями других конфессий в деловой сфере. В «Книгах записей продажи товара» «господ Гучковых» в 30-е гг. XIX в. почти всегда указывалась этническая или конфессиональная принадлежность (что для староверов было почти одно и то же): «Давлету татарину за наличные», «Ицкину еврею в кредит», «Когану еврею в кредит», «Егору Гаврилову Армянину», «Игнатию Филлю Венгерцу». И таких иноверных было очень много [2].

Религиозность способствовала благоприятному ведению дел между купцами. Письменные носители документов в большинстве своем отсутствовали в обороте, поэтому приходилось полагаться на данное купцом слово. Если купец был верующим, то это придавало ему благонадежность и свидетельствовало о том, что заключенный с ним контракт будет выполнен, и деловой партнер мог спокойно заключать сделку. Купцы считали нормой заботу и создание приемлемых условий жизни для своих работников, при том, что требовали от них обеспечивать высокий уровень качества выполняемой работы. Сами купцы работали по 14 часов в сутки и от других требовали того же.

Формирование купечества в России происходило в условиях функционирования определенной модели экономики, которая основывалась на принципах духовного единства работников. Ключевую роль играли принципы коллективизма и ответственности друг перед другом в условиях общего понимания отношения к труду как к великой ценности. Предприниматель был больше наставником для работников, который организовывал рабочий процесс.

Географическое положение России способствовало тому, что труд был огромной ценностью, считалось, что без тяжелого труда и работы нет

возможности прожить. Купец или промышленник мог дать эту работу простому народу, поэтому его ценность и значимость многократно возрастала в народных кругах.

Религиозная настроенность народа тоже благоприятствовала формированию трудовых ценностей. Этика купечества предполагала, что упорный и качественный труд является необходимой добродетелью и носит священный характер. А лень и праздность – это рассадник и причина разного рода пороков.

Труд воспринимался как определенный способ проявить патриотизм. Выполняя трудовые обязанности, предприниматели и сами работники чувствовали свою причастность к развитию и процветанию всего народа и государства в целом, а не просто способствовали получению дохода предприятия. Предпринимательская этика того времени была основана на поиске общечеловеческого и религиозного предназначения своего дела. Духовная концепция дела, сложившаяся к началу XIX в. на основе трудовой этики и принципа личной ответственности, стала стержнем предпринимательской этики.

В конце XIX – начале XX вв. в России происходят изменения в социальной структуре и культуре общества, связанные, в том числе, и с развитием предпринимательства. Люди дела поднимаются на более высокий уровень общественной значимости. Однако представители традиционной элиты – дворянство и бюрократия – не выражают желания потесниться в социальном пространстве и демонстрируют свое презрение к купечеству, стремившемуся к социальному престижу, высмеивают культурную и нравственно-эмоциональную неразвитость «новых хозяев», формируют комплекс социальной неполноценности у процветающих предпринимателей [2].

Внутриорганизационные отношения в России конца XIX в. характеризовались тем, что работники очень дорожили своим рабочим местом, уход был связан только с желанием начать собственное дело. Те компании, где было принято плохое обращение с сотрудниками, и они часто менялись, имели плохую репутацию в обществе, их презрительно называли «проходными дворами». Работники и сами купцы и заводчики были в основном выходцами из крестьян, поэтому нормы нравственности и привычки «соборности» и «общинности» были перенесены в рабочую среду.

Многие российские промышленники–меценаты стали оказывать финансовую поддержку новому искусству, организации концертов и спектаклей в Европе и Америке, покупали картины европейских художников для своих коллекций. Предприниматели вкладывали свои деньги в искусство и не ждали,

что будут иметь доход от нового вида художественной деятельности. Так зарождались в России основы «индустрии развлечений», связанной с рождением искусства для масс. Благодаря российским предпринимателям в развитии экономики, образовании, медицине, культуре и науки было достигнуто ведущее положение Москвы в экономической жизни страны. К началу XX в. русскую столицу с полным основанием включили в список крупнейших городов мира [3].

В ходе анализа дореволюционной деловой этики купцов и промышленников можно выявить некий негатив по отношению к ним со стороны общества. В некоторых кругах считалось, что богатство может быть нажито исключительно нечестным путем, поэтому к предпринимателям часто относились с недоверием. С другой стороны, фабриканты, особенно промышленники, пользовались особым доверием у народа, считались «людьми дела».

Несмотря на сложное и недоверчивое отношение к купечеству, именно данный класс людей внес очень большой вклад в развитие промышленности в России в те годы. Уже в начале XIX в. в стране появились фабрики и заводы, выпускавшие качественную конкурентоспособную на мировом рынке продукцию в различных отраслях промышленности, начиная с текстильной и заканчивая машиностроительной. Можно сделать вывод, что в развитие деловых отношений и российскую деловую культуру в целом огромный вклад внесла православная среда со своими устоями, традициями и убеждениями.

Список литературы

1. Козлова П.Д., Матвеева Е.Д. История этики бизнеса // Бизнес-образование в экономике знаний. 2016. № 3. С. 29–32.

2. Галимова Л.Н. Особенности менталитета купца-старообрядца // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. 2011. № 3 (19). С. 26–33.

3. Цапина Т.Н. Корпоративная социальная ответственность: Учебное пособие. Н. Новгород: ННГАСУ, 2014. 92 с.

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ НЕВЕРБАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ

THE ROLE AND IMPORTANCE OF NON-VERBAL COMMUNICATIONS IN BUSINESS COMMUNICATION

Т.Н. Цапина, Е.В. Кондратьева
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
T.N. Tsapina, E.V. Kondratieva
Lobachevsky University

Деловое общение представляет собой осуществление контактов между партнерами по вопросам делового характера. Невербальные коммуникации выступают в тесном единстве с речью собеседников, поэтому важно соблюдение единства речевого и неречевого посланий в беседе. Показана актуальность изучения невербальных коммуникаций в деловом общении, отражена специфика невербальных средств именно в деловом контексте.

Business communication is the implementation of contacts between partners on business issues. Non-verbal communications act in close unity with the speech of the interlocutors, therefore it is important that the unity of verbal and non-verbal messages in the conversation is observed. The article shows the relevance of studying non-verbal communications in business communication, reflects the specifics of non-verbal means in a business context.

Ключевые слова: коммуникация, невербальное общение, деловое общение, деловые переговоры, контакт, информация, собеседник, партнер

Keywords: communication, non-verbal communication, business communication, business negotiations, contact, information, interlocutor, partner

Коммуникации в жизни каждого человека играют значимую роль и являются неотъемлемой ее частью, поскольку позволяют реализовать потребность в общении, без которого нельзя усвоить навык речи, манеры поведения. Кроме речевого контакта для лучшего понимания передаваемой информации собеседник должен правильно интерпретировать визуальные послания, к которым относится мимика, жесты, позы, взгляд партнера, речевой тембр.

Исторически невербальное общение появилось первым по сравнению с другими формами коммуникаций, в том числе и речи. Иногда оно может полностью заменить вербальное общение и очень часто способствует его разнообразию. Поскольку невербальная коммуникация – это древнейшая форма общения, она выполняла и выполняет все свои функции, не предполагая, что человеческое сознание станет столь высокоразвитым, как сейчас. У

невербальных способов общения есть определенные преимущества, поскольку они напрямую воздействуют на адресата и воспринимаются глубже и сильнее. Эмоциональная составляющая неречевых коммуникаций способна передавать послания, которые трудно или невозможно выразить словесно.

Проблема качества невербального общения в деловом аспекте заслуживает внимания и требует глубокой проработки и исследования. Несмотря на то, что иногда кажется, что поведение человека предсказуемо и поддается анализу и прогнозу, тем не менее читать чужие мысли не может никто. Поэтому все, что способствует налаживанию контактов, априори представляется значимым и важным. Осознанное восприятие и применение невербальных средств общения позволяет преодолеть барьеры и сделать коммуникацию более эффективной [1].

Слово «коммуникация» происходит от лат. communico, что буквально означает «делаю общим, связываю, общаюсь». Коммуникация представляет собой явление, достаточно сложное и многогранное, определяющее фундаментальную основу и необходимое условие взаимодействия в человеческом обществе. Поскольку изучением феномена коммуникации занимается множество наук, существует целый спектр определений этого понятия. Среди всего многообразия можно выделить некоторые основные значения [2]:

- *Универсальное*. В этом смысле коммуникация представляет собой способ взаимосвязи любых объектов материального и духовного мира.
- *Техническое* значение предполагает, что коммуникация – это некий путь сообщения, связь одного места с другим.
- *Биологическое* понятие коммуникации применяется при исследованиях сигнальных сообщений у животных, птиц, насекомых и прочих существ.
- *Социальное* применяется, чтобы описать разнообразие связей и отношений, возникающих в человеческом обществе. В широком смысле социальная коммуникация понимается как процессы социального взаимодействия между людьми, как объектами и субъектами социальных процессов, взятых в их информационно-знаковом аспекте. В более узком смысле объектом теории коммуникации является именно социальная коммуникация, как субъект-субъектное взаимодействие, опосредованное информацией, имеющей смысл для обоих субъектов.

Рассмотрим невербальные средства речевой коммуникации. Средства невербального общения подразделяются на 6 групп (рис. 1).

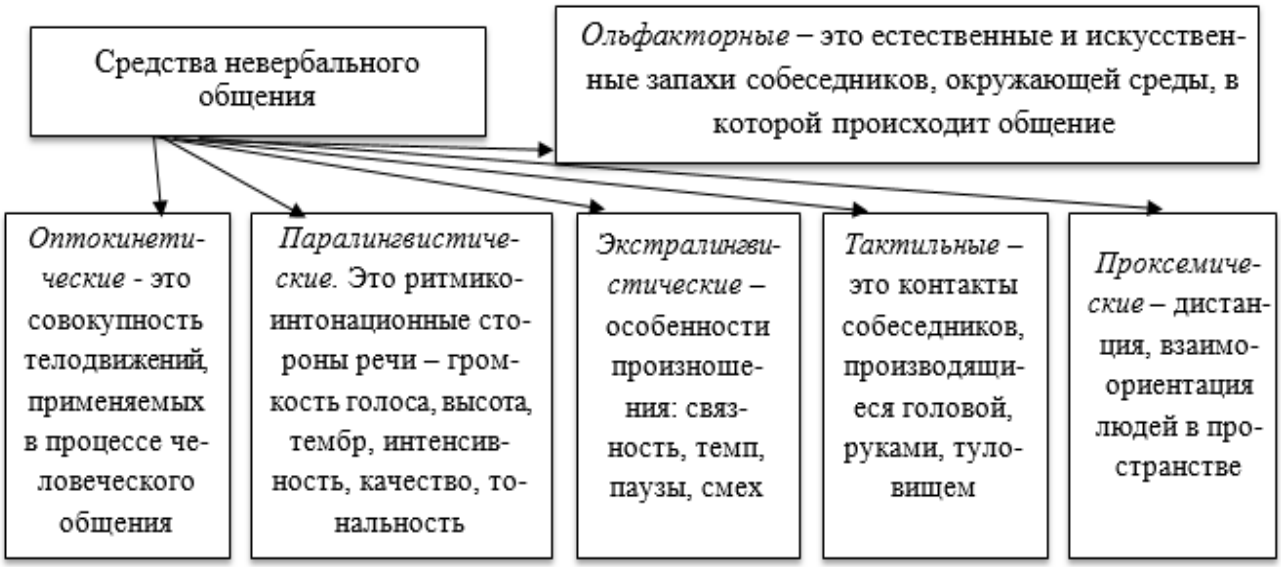


Рис. 1. Средства невербального общения

Оптокинетические средства предполагают некие телодвижения человека в процессе общения. Это, например, жестикуляция, направление взгляда, стереотипы моторики, мимика. В деловых переговорах, где много сторон участвуют в процессе, можно обмениваться незначительным взглядами, давая понять друг другу степень удовлетворенности текущими результатами.

Паралингвистические средства включают ритмику тон и тембр голоса, а также его громкость, интенсивность, качество. Чтобы понять чувства собеседника, важно услышать интонацию, например, высоким голосом передается радость или страх, а мягким – печаль или усталость. Исследования психологов говорят, что походка человека напрямую зависит от его эмоций в данный момент, поэтому легко можно, не приближаясь к партнеру по деловой беседе, оценить, каков будет результат общения.

Экстралингвистические средства рассматривают особенности произношения речи собеседника, например, насколько связна речь, каков ее темп, делает ли человек при общении паузы, например, чтобы осмыслить ситуацию или дать время высказаться партнеру. К этим же средствам общения относится смех. Он является индикатором радости, одобрения, позволяет снять напряжение в процессе деловой беседы.

Тактильные средства невербального общения предполагают контакты с помощью рук, туловища, головы. Это, например, рукопожатия, которые являются непременным атрибутом любых деловых контактов и встреч. Сюда также относятся объятия, касания, похлопывания, удары [3].

Проксемические средства общения – это особенности формирования индивидуального пространства, физическая дистанция, поворот к собеседнику.

Для дистанции ключевое значение имеют социальный статус, социальный престиж собеседника, экстравертность – интровертность, содержание и объем беседы [4].

Ольфакторные средства – это естественные и искусственные запахи собеседников, окружающей среды, в которой происходит общение. Для делового процесса важно в данном аспекте соблюдать нейтральность и ненавязчивость.

Невербальная коммуникация раскрывает внутренний мир личности человека. Умея правильно интерпретировать основные невербальные сигналы, можно прочитать ту информацию, которую собеседник, например, скрывает. Если есть рассогласование между его речью и тем, что показывают мимика и жесты, это ставит под сомнение искренность его намерений и ставит по угрозу доверительные партнерские отношения. В деловых взаимоотношениях важно понимать, что собеседник на самом деле имеет в виду, высказывая ту или иную точку зрения, поэтому актуально и важно своевременно рассмотреть степень согласованности его речи и невербальных сигналов, которые он подает.

Список литературы

1. Цапина Т.Н. Корпоративная социальная ответственность: Учебное пособие. Н. Новгород: ННГАСУ, 2014. 92 с.
2. Семенов К.Д. Основы теории коммуникаций. М.: ИНФРА-М, 2017. 308 с.
3. Шхапацева М.Х. Сложное синтаксическое целое как единица языка и речи // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. Педагогика и психология. 2011. Вып. 2 (77). С. 176–183.
4. Хохлова И.Н. Межкультурная коммуникация. Понятие, уровни, стратегии // Актуальные проблемы филологии: Материалы междунар. науч. конф. (г. Пермь, октябрь 2012 г.). Пермь: Меркурий, 2012. С. 98–101.

МЕТАИДЕНТИЧНОСТЬ КОММУНИКАТИВНОЙ Z ЛИЧНОСТИ
THE META-IDENTITY OF THE COMMUNICATIVE Z PERSONALITY

Е.А. Цветкова
Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева, Нижний Новгород
E.A. Tsvetkova
Nizhny Novgorod State Technical University n.a. R.E. Alexeev, Nizhny Novgorod

Охарактеризованы объективные условия формирования специфики, указаны основные отличительные признаки, определено понятие коммуникативной Z личности. Категория «коммуникативной идентичности» применена к характеристике коммуникативного типа Z личности. Сформулированы базовые вопросы для сбора отпечатков содержательных элементов метаидентичности коммуникативной Z личности.

The objective conditions for the formation of specificity are characterized, the main distinguishing features are indicated, the concept of a communicative Z personality is defined. The category of “communicative identity” is applied to the characteristic of the communicative type of Z personality. The basic questions for collecting fingerprints of the meaningful elements of the meta-identity of the communicative Z personality are formulated.

Ключевые слова: идентичность, виды идентичности (личная, групповая, культурная), коммуникативная личность, коммуникативная Z личность, метаидентичность коммуникативной Z личности

Keywords: identity, types of identity (personal, group, cultural), communicative personality, communicative Z personality, meta-identity of communicative Z personality

Появление в ряду поколений поколения Z становится платформой для формирования концепта «метаидентичности» коммуникативной Z личности, которая в сочетании с конструктивным развитием модного концепта «новой нормальности» (признание ситуации хаотизации социокультурного пространства нормой, так как это состояние есть условие нормального развития поколения Z) может стать небесполезным объектом социологического интереса, если его развернуть в сторону разработки вопросов о неоднозначных последствиях для ранее сформировавшихся и вполне жизнеспособных образов жизни, отношений людей в разнообразных процессах коммуникации других поколений в разных сферах информационных социальных взаимодействий [1].

Объективные условия формирования специфики коммуникативного типа Z личности. Специфика социологического подхода к определению процесса

идентификации и самоидентификации личности в обществе состоит в рассмотрении того, какие культурные и социальные институты, и почему именно эти, а не другие, оказывают наибольшее влияние на самоопределение личности, и каковы последствия отсутствия или наличия задаваемого ими процесса идентификации личности.

В случае с поколением Z речь идет об Интернет, который не просто является институтом информационной культуры и информационного общества, но практически претендует на структурно-функциональное поглощение всех других коммуникационных институтов и превращается в сверхстратегического агента информационной, а в данный момент уже и цифровой, социализации [2].

Основным источником сложившейся ситуации является информационно-коммуникационная власть, которая захвачена мирным, но коварным, путем, так как, будучи особым типом электронной коммуникации, приобретает характер *персонифицированной массовой коммуникации* [3].

Так как это совсем другой, нежели телевизионный, способ информационного влияния на каждого через опосредованные техническими системами массовые сообщения и каналы коммуникации, оказался не эффективен основной механизм культурной трансляции (вертикальная культурная трансмиссия), изменив характер связи личности пользователя сети Интернет с другими людьми, то есть механизм идентификации и самоидентификации, проблематизировав тем самым суть преемственности культурного бытия общества [2; 4].

Понятие коммуникативной личности и коммуникативной Z личность.

В процессе реализации культурой своей основной – человекотворческой функции в виде социализации и инкультурации, включающей механизмы самоидентификации и социокультурной идентификации, формируется коммуникативная личность, образующая ядро социальной личности.

Основной культурный объект (проект) Интернет-поколение Z как становящийся (младшие зеты еще школьники) и распространяющийся (старшая группа зетов уже вышла на рынок труда, а средняя – студенты вузов) в качестве модального типа коммуникативной личности, характеризуется основными тенденциями, отражающими его типологическую специфику [1; 3].

В сложившейся социально-информационной культуре сформировалась объективная необходимость создания соответствующей уровню развития этого исторического типа информационной культуры общества модели формирования идентичности (от лат. Identicus – тождественный, одинаковый) личности, тип которой соответствует ожиданиям общества, и адекватного себе механизма

формирования этого соответствия. Идентичность – это сравнение, отношение между двумя реалиями, и поэтому имеет коммуникативный характер [3].

Коммуникативная идентичность личности наполняется содержательными компонентами коммуникативного характера, каковыми можно считать «фигуры значимых и обобщённых «других»; рефлексивные и нерефлексивные характеристики личности» [3].

Основные отличительные признаки актуального коммуникативного типа личности. В таких условиях становится реальностью неизбежность перехода к личности инновационного типа – *информационно-адаптированной*, отмеченной трансформацией характера межличностных отношений, отношений личности к группе и в группе, изменяющих систему ценностных ориентации и целей человека как деятельного (то есть социального) субъекта их «персонализацией» – ориентацией на себя как частное неприкосновенное самоценное существо.

Инновационность этого типа личности в характере инициирования информационной активности и доступности всех форм управления информацией по собственной инициативе, а не по профессиональной необходимости и внешней разрешенностью. Коммуникативная личность как коммуникативный деятель (субъект) призвана выполнять функцию взаимодействия с другими коммуникативными личностями при любом виде социальных взаимодействий как в повседневной, так и профессиональной средах (в семейной, трудовой, образовательной и других средах).

Для успешной социальной и информационной адаптации в качественно изменившихся условиях субъект этой культуры прошлый опыт предыдущих поколений людей реже может служить надежным ориентиром, не обладает свойством быстрого изменения, возникает необходимость ускоренной мобильности, склонности к риску, постоянному обновлению своей собственной «базы данных».

Коммуникативная Z личность формируется и функционирует как элемент «новой нормальности», то есть качественного состояния информационного общества, ведущего к росту неопределенности и вытекающей из неё нестабильности в виде необходимости ускоренного переход к жизни в условиях иной идентичности. Для человека новой культурной формации мобильность ориентации в рамках стремительно изменяющейся среды и новый способ ее освоения становятся принципиальным моментом, возможно, вопросом его выживания, поэтому и складывается его «метакультурная идентичность».

Базовые вопросы для сбора отпечатков содержательных элементов метаидентичности коммуникативной Z личности. Мультимедийная культура

доминирует и формирует соответствующий тип личности, трансформируя формы других типов культуры и создавая разные конфигурации деятельности и взаимодействия носителей этих информационных и поколенных культур.

Метаидентичность как свойство современного коммуникативно типа личности (Z личности) – это интегративная форма адаптации к полноценному функционированию (личному и публичному) в исторически уникальных условиях сосуществования всех типов информационной культуры (устной, письменно, книжной и мультимедийной), которым соответствуют типы коммуникативной X личности и коммуникативной Y личности [1].

В качестве гипотез предполагается возможность обнаружения в своем коммуникативном опыте отпечатков признаков опыта различных типов коммуникативных личностей («моноидентичных» и «метаидентичных»). За основу опроса или самонаблюдения выбираются все или отдельные виды идентичности, необходимые для формирования состояния социокультурной адекватности: культурная, групповая, личная.

Для сбора материала, например, по отпечаткам присутствия в идентичности коммуникативной личности «инородных» и «родных» элементов, испытуемому (например, студенту вуза) предлагается указать максимальное количество групп, с которыми идентифицирует (соотносит) себя как носитель коммуникативного типа *Z* личности, выделяя в особые параметры замера, а именно: а) референтные группы оценок свойства принадлежности и совпадения; б) значимость для самооценки группового мнения (в виде санкции).

Рассмотренные вопросы представляют значимость для постановки и проведения практикоориентированного исследования такой характеристики как метаидентичность коммуникативной Z личности.

Список литературы

1. Поколение Z: многообразие идентичностей, ориентаций, поведения: Коллективная монография / Под общ. ред. д-ра социол. наук, проф. Р.Б. Шайхисламова. Уфа: РИЦ БашГУ, 2021. 228 с.

2. Напалков А.А. Интернет как культурный коммуникативный институт // Регионология. 2008. № 4. С. 332–339. URL: http://regionsar.ru/ node/243 (дата обращения: 10.02.2020).

3. Персонифицированные коммуникации: вынужденная необходимость или дополнительные возможности. URL: https://www.xerox.ru/ press-centre/publications/44534/ (дата обращения: 03.05.2022).

4. Писаренко Н.В. Коммуникативная идентичность студентов: дис. … канд. псих. наук: 19.00.05. Томск, 2004. 217 с. URL: https://www.dissercat.com/ content/kommunikativnaya-identichnost-studentov (дата обращения: 15.06.2022).

ФОРМИРОВАНИЕ ЧИТАТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНТОВ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИССЛЕДОВАНИЙ)

FORMATION OF STUDENTS' READING CULTURE (BASED ON RESEARCH RESULTS)

Н.В. Чигрина
Крымский филиал Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН, г. Симферополь
N.V. Chigrina
Crimean Branch of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology, The Russian Academy of Sciences, Simferopol

Одной из важнейших особенностей коммуникативных практик современной студенческой молодежи является читательская культура, анализ особенностей которой приводится в тексте. На материалах социологического мониторинга даются характеристики читательских предпочтений студентов и предпочтений в сфере носителей информации. Приводятся рекомендации по работе со студентами преподавателей и коллективов библиотек учебных заведений.

One of the most important features of the communicative practices of modern students is the reader's culture, the analysis of the features of which is given in the text. Based on the materials of sociological monitoring, the characteristics of students' reading preferences and preferences in the field of information carriers are given. Recommendations on working with students of teachers and collectives of libraries of educational institutions are given.

Ключевые слова: социальная коммуникация, информация, литература, чтение, библиотека

Keywords: social communication, information, literature, reading, library

Социальную коммуникацию целесообразно рассматривать как явление, которое имеет достаточно разветвленную структуру, и как процесс, который обеспечивает обогащение социальных практик на уровне общества и его составляющих.

Если взглянуть на большой книжный мир, становится очевидным, что весь этот гигантский механизм – с его писательской элитой, издательской индустрией, полиграфической промышленностью, книжной торговлей, библиотечным делом – существует ради одного исторически важного социального феномена, который называется чтением. Книги существуют ради того, чтобы их читали.

С появлением книги создался «многоотраслевой», но единый социальный институт, объединивший оба феномена: книгу и чтение, ибо чтение создает

социокультурное бытие книги, как и языка – не только письменного, но и устного. Благодаря чтению книга обретает бессмертие, имея только дату рождения, живя и воскресая в каждом новом поколении. Именно это имел в виду Платон, отмечает Ортега-и-Гассет [1], когда говорил, что мысли лишь тогда становятся «полноправными гражданами» культурного сообщества и приобретают первоначальную сущность, когда читатель понимает высказывания адекватно историческим условиям, в которых пребывает автор.

Книга является формой хранения информации. Однако слово – это не просто хранение, но и создание информации, которая ничем другим, кроме как через слово, созданной, закрепленной и реализованной быть не может. В пределах основной формулы образовательного процесса именно самостоятельная работа студентов с информацией, то есть чтение, должна стать стержнем их подготовки, а потому особое значение приобретает формирование читательской культуры студентов.

Дело в том, что чтение рассматривается социологией как сложный, многоуровневый процесс. В процессе чтения происходит смысловое восприятие читателем информации (знаний, ценностей, норм), содержащейся в текстах. Чтение сегодня следует рассматривать не только как процесс активного взаимодействия между коммуникатором (создателем текста) и реципиентом (читателем), но и как опосредованный процесс взаимодействия между преподавателем и студентом, воспитателем и воспитанником.

В связи с этим чтение считается завершенным коммуникационным актом, в рамках которого происходит передача знаний с печатной страницы, независимо от носителя – бумажного или электронного, к личности и влияние этого сообщения на ее поведение.

Следовательно, социальная значимость чтения содержится, в частности, в его функции уникального инструмента передачи общественного опыта – профессионального, морально-этического, политического. Чтение представляет собой инструмент социальной коммуникации, без определенного уровня которой обучение, воспитание, общение становятся, в нормальном виде, невозможными.

Но для того, чтобы чтение выполняло свою социальную функцию, общество через институт образования должно сформировать у молодежи определенный уровень культуры чтения.

Напомним, что термином «культура чтения» определяется комплекс действий, который предусматривает, в частности:

– владение приемами рационального использования информации, которая содержится в учебниках, научных изданиях;

– умение не просто воспринимать напечатанное, но и осмысливать его, выделять главное, сравнивать с тем, что было прочитано ранее;

– способность запоминать суть прочитанного, делать выписки;

– «библиографическая грамотность» и умение использовать ее для того, чтобы отобрать нужные издания, составить план чтения;

– знание условий работы библиотек, каталогов, картотек, справочно-библиографического аппарата.

Почему-то считается, что, поступая в высшие учебные заведения, молодежь должна иметь необходимый уровень культуры чтения. Но практика работы со студентами доказывает преждевременность такого утверждения. Сегодня этот негативный процесс имеет свое продолжение. Особенно серьезной является ситуация с формированием культуры чтения городской и особенно сельской молодежи.

Опросы абитуриентов и студентов дают основание говорить о необходимости, наряду с другими задачами, формирования культуры чтения, которая должна стать основой информационной культуры будущих специалистов, базой полноценных коммуникаций в профессиональной сфере и жизни в социуме. Исходной составляющей этого процесса является постоянный мониторинг количественных и качественных параметров работы студентов с книгой и компьютером, посещений ими библиотек, изучение читательских интересов студентов. Мы осуществляли такой мониторинг несколько лет, вплоть до начала пандемии коронавируса, которая дестабилизировала пространство коммуникаций. Вот один из примеров вопросов мониторинга (Симферополь 2018-2019 гг., N = 1430).

В какой литературе, которая предлагается вузовской библиотекой, вы больше всего нуждаетесь? (%, можно было выбрать до 3-х ответов)

63,9 – в учебной литературе по дисциплинам;

26,8 – в научной литературе, помогающей глубже изучить интересующие меня проблемы;

40,4 – в справочной литературе, помогающей оперативно получать нужную информацию;

26,6 – в литературе методического характера, позволяющей развивать необходимые умения и навыки, нужные будущему специалисту;

6,1 – в общественно-политической литературе, помогающей мне стать настоящим гражданином нашей страны;

2,8 – в литературе по вопросам религии, позволяющей удовлетворять мои интересы, связанные с этой проблемой;

19,7 – в художественной литературе, соответствующей моим духовным запросам;

23,8 – в периодических изданиях, размещаемых в интернете (особенно тех, что позволяют быть в курсе событий).

На этом основании коллективами кафедр и библиотеками учебных заведений должны разрабатываться меры по формированию, уже с первых шагов студентов, читательской культуры.

Речь идет, прежде всего, о цикле внеаудиторных занятий ознакомительного плана, на которых первокурсников знакомят с работой каждого из ее подразделений, характером и содержанием помощи, которую библиотекари должны предоставлять в случае необходимости. Кроме того, следует обратить внимание на то, что среди студентов и учащихся падает интерес к мировоззренческой составляющей литературных источников. Поэтому от преподавателей и библиотеки зависит успех возвращения учащейся молодежи к источникам духовного порядка.

Сегодня достаточно жесткими являются требования к уровню культуры пользования студентов и учащихся персональными компьютерами. В рамках уже упомянутого мониторинга, мы отслеживали баланс между желающими работать с электронными или традиционными носителями информации:

Работать с какими носителями информации вы бы предпочли? (%)

32,4 – предпочитаю работать с книгой, считаю ее наиболее надежным и удобным источником информации;

31,7 – предпочитаю работать с компьютерной информацией как наиболее оперативной и всеобъемлющей;

25,1 – хотя я сторонник работы с компьютерной информацией, но доступ к ней часто затруднен, особенно в малых городах и селах;

10,8 – я не люблю этих новшеств, хотя в будущем компьютер, возможно, и потеснит книгу (так высказывались в основном студенты-гуманитарии).

Формированию читательской культуры студентов способствуют и другие меры, но отличительной чертой, которая должна была бы внедряться в практику работы вузовских библиотек, является ежегодное проведение мониторинга, с помощью которого создается своеобразный социальный портрет студента в плоскости его читательской культуры и читательских потребностей, отслеживается динамика формирования читательской культуры студентов и роль в этом процессе каждого из его акторов.

Именно на этом основании становится возможным направлять это важнейшую работу высших учебных заведений в управляемое и, главное, прогнозируемое русло.

Список литературы

1. Ортега-и-Гассет Х. Что такое философия? М.: Наука, 1991. 408 с.

О БЕССОЗНАТЕЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ГРУППЕ
ABOUT UNCONSCIOUS COMMUNICATION IN THE GROUP

Е.В. Шарунова
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
E.V. Sharunova
Lobachevsky University

Представлена группа как матрица и система сплетений бессознательных процессов коммуникаций и отношений между участниками и лидером. Показано влияние концепции базового допущения на способы бессознательной коммуникации в группе.

The article presents the group as a matrix and a system of plexuses of unconscious processes of communication and relations between participants and the leader. The influence of the concept of the basic assumption on the methods of unconscious communication in the group is shown.

Ключевые слова: группа, матрица, бессознательная коммуникация, базовое допущение

Keywords: group, matrix, unconscious communication, basic assumption

Согласно определению немецкого психоаналитика З. Фоулкеса, «группа – это система, субстрат или «матрица», в которой сама матрица представляет собой мозг, где есть сходящиеся волокна и клетки, образующие сложное единство. Собственно матрица определяется как предполагаемая система сплетений процессов коммуникаций и отношений в группе. Может быть представлена как психологическая среда, которая содержит сеть всех ментальных процессов человека, где происходит их сообщение и взаимодействие. При этом внутри каждой такой сети сам человек представляет собой узловую точку [1].

Исходя из определения группы как матрицы, различают три их вида. Первый вид – это личная матрица, которая представляет собой разум отдельного человека в виде комплекса взаимодействующих процессов. Второй вид матрицы – динамическая – то, в чём вся группа принимает участие и что условно получило название «театра постоянно происходящих изменений».

Третьим видом является матрица основания, идея которой состоит в том, что у всех людей есть определенные биологические свойства и прочно укорененные культурой ценности и реакции [2].

Следует отметить, что, когда мы говорим о группах, членами или ведущими которых мы были или являемся, мы не воспринимаем группу как ряд точек в пространстве и времени, так как имеет место психическая реальность группы – реальность текучести, движущегося и динамического присутствия, длящегося во времени. При этом каждая группа имеет свою историю, личность, неразрывность и уникальный потенциал.

Любая группа имеет свою структуру, в которую включен ведущий как неформальный лидер или как официально назначенный. Ведущий группы всегда вносит свой вклад в работу группы, отраженный в феномене интенциональности – так называемом уникальном вкладе ведущего (дирижёра) в начале работы с группой. Организуя работу группы, ведущий своими действиями или реакциями приглашает участников начать общение друг с другом неким особым образом. Так, он ненавязчиво имплантирует в новую группу матрицу, сообразующуюся с его личным опытом работы с группой. Новая матрица будет чрезвычайно восприимчива, хотя и бессознательно, к матрице, введенной ведущим. Если матрица ведущего будет ориентирована на лидера, то и группа будет ориентирована на лидера. Если она будет ориентирована на группу, то и группа будет соответствующей. Мы можем представить такие процессы как горизонтальные модели или конфигурации групповой функции. Такая система может включать несколько человек и представлять собой нечто большее, чем сумму составляющих ее элементов. А сами эти элементы создают «паутину» отношений, обладающую ярко выраженной структурой. Часто, хотя и не всегда, определенная структура отношений в группе выстраивается согласно местам, занимаемым участниками группы в процессе их совместной работы [2].

Английский психоаналитик Улфред Бион исследовал групповую динамику, в результате чего он пришел к выводу, что психические процессы в группе можно рассматривать, представляя группу как единое целое, как индивидуальную психическую структуру. Следует отметить, что вхождение участников в группу порождает различного рода потребности, фантазии, страхи и защиты, которые в дальнейшем формируют общее и целостное для всей группы бессознательное переживание, которое У. Бион называет «базовым допущением». В этой связи он выделил три группы базового допущения – зависимость, борьба или бегство, а также образование пары. Причем, каждый человек в разных ситуациях может испытывать состояния различных групп

базового допущения для мгновенного и непроизвольного объединения с кем-то, чтобы разделить и взаимодействовать на основании любого базового допущения [см.: 3, с. 37].

При объединении на основе базового допущения зависимости целью создания становится ощущение чувства безопасности и защиты от другого участника группы. В этом случае лидер группы бессознательно наделяется качествами всемогущества, идеализируется, тогда предполагается, что знания ему не нужны, ведь он и так все знает наперед. В такой группе другие участники могут выглядеть как неумелые. В этом случае для участников группы характерно явление «превращения» одного из участников в неумелого настолько, что вся группа становится для него неким коллективным родителем – обучает, заботится, хотя, с другой стороны, группой такой участник воспринимается и «выставляется» как неадекватный, как будто случайно.

Другой случай – группа с бессознательным базовым допущением «образование пары» – настроена на поддержку двух участников, которые смогут произвести лидера, берущего на себя всю ответственность за безопасность группы. Бессознательное желание, скрывающееся за этой идеей, состоит в том, что появится новая фигура лидера, которая обеспечит безопасность всей группы. Так, пара создает человека или идею, вокруг которых все объединятся и которые защитят и спасут всю группу. Суть такого объединения – ожидание и надежда. Новое творение группы состоит в том, что возникает идея-утопия, что не придется испытывать сложных чувств, что-то переживать, например, отчаяние или ненависть, что все проблемы будут решены.

Третья группа бессознательного базового допущения «бей или беги» состоит в том, что участники объединились, чтобы осуществить какое-либо действие, которое поможет уберечь себя, бороться против кого-то или чего-то или сбежать от этого. В этом случае сам человек не так важен, как группа в целом. Поэтому в культуре такой группы наблюдается антиинтеллектуальность и критика осознанного поведения, помогающего понять, что происходит. В такой группе решающее значение приобретает лидер, определяющий и направляющий действия группы – бить или бежать. Лидер группы зачастую не испытывает доверия к другим, ожидая опасности с любой стороны, расценивая его как врага, испытывая недоверие и ненависть к нему. В таком случае складываются удовлетворительные условия для реализации действия – бей или беги всей группы, так как «враг» (другой или участник с другим мнением) расценивается как опасность, которого следует либо «бить» (например, словом), либо бежать. Причем, в реальности такой опасности может и не быть, но она

воссоздается с помощью лидера и участников организованной по такому типу бессознательного допущения группы [3, с. 37–42].

Таким образом, группу можно рассматривать как матрицу, составленную из некоторого количества участников, каждый из которых имеет свою собственную психическую структуру. Сама группа – единый организм, который представляет единую психическую структуру. Коммуникация в группе, кроме сознательной, включает бессознательный компонент, последний может иметь различные способы, формирующиеся под влиянием индивидуальных психических возможностей и потребностей каждого участника группы. Такая бессознательная коммуникация может иметь сценарии, согласно концепции базового допущения по У. Биону. Успешная коммуникация между участниками группы будет зависеть от способности к осознанию собственных потребностей, переживания чувств самого разного спектра и психических состояний.

Список литературы

1. Фоулкес З.Х. Психотерапия и групповая психотерапия // Психоаналитический журнал Харьковского областного психоаналитического общества. 2001. № 2. С. 8–21.
2. Andru Poell. The Nature of Group Matrix // Group Analysis. 1989. Vol. 22. Iss. 3. P. 271–281.
3. Групповой психоанализ. Теория – техника – применения / Перевод М.М. Сокольская, научная и общая редакция Д.М. Шанаева. М.: Издательство «VERTE», 2009. 504 с.

ДИАЛОГ: ВИД КОММУНИКАЦИИ И/ ИЛИ ВИД МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ И/ ИЛИ ЛИЧНОСТНЫЙ ВЫБОР...

DIALOGUE: A TYPE OF COMMUNICATION AND/ OR A TYPE OF INTERPERSONAL RELATIONSHIP AND/ OR A PERSONAL CHOICE...

Н.Ю. Ярыгина
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
N.Y. Yarigina
Lobachevsky University

Рассматривается проблема диалога в контексте межличностных отношений. Автор опирается на профессиональный опыт психолога-консультанта для раскрытия темы диалога в социальных отношениях.

The dialogue in interpersonal relations is investigated. The author draws on the professional experience of a counseling psychologist to discuss the topic of dialogue in social relations.

Ключевые слова: диалог, межличностные отношения, личностный выбор
Keywords: dialogue, interpersonal relations, personal choice

Актуальность данной темы хотелось бы обосновать двумя положениями. Во-первых, диалог сегодня важен, как никогда. Это, конечно, и о том, что происходит с миром в целом, поскольку желание жить в полной свободе, возведенное в главный культ западно ориентированной цивилизацией, требует постоянной необходимости договариваться. Но если уменьшить масштаб, то речь идет о том, что современный человек имеет очень высокий уровень притязаний в сфере межличностных отношений, очень серьезный запрос на качество отношений. При этом, вместе с развитием коммуникативных технологий, которые дают нам такие неограниченные возможности, растет дефицит подлинной близости, взаимопонимания, совместности, что не получается без настоящего диалога. Во-вторых, слово «диалог» сегодня очень затаскано, заболтано в качестве модного словечка или привлекательного, с точки зрения продаваемости психологического продукта. И, как часто бывает в таких случаях, переживает содержательное опустошение, потерю смысловой сути, которая подменяется массой явлений, на первый взгляд близких по смыслу. Образуется целое поле понятий, состоящее из слов, означающих разные аспекты того, что происходит, когда люди думают, что находятся в диалоге.

Анализ своего профессионального опыта позволяет автору говорить, как минимум, о трех зонах проблемного поля под названием «Диалог».

Первая зона, которая наиболее часто встречается, могла бы быть обозначена как «вид коммуникации». В самом широком смысле под коммуникацией в психологии понимается межличностная связь как таковая, в которой происходит обмен информацией. Все мы находимся в огромной интенсивной системе человеческих коммуникаций. Ежедневно мы участвуем в постоянном обмене сообщениями разных направленностей, уровней сложности и опосредованности. При этом, помимо конкретного человеческого общения происходит постоянный обмен психологическими содержаниями. А.Ф. Копьев, опираясь на концепцию диалога М.М. Бахтина [1], пишет «…человек погружен в драматически напряженное поле диалога – в многоголосие разнообразных «манифестов», являющих собой ценностное утверждение и самоопределение окружающих людей. Поэтому всякий осмысленный акт человека, помимо своего непосредственного прагматического значения, является как бы репликой этого

глобального диалога – актом согласия, несогласия, вызова, поддержки и утверждения тех или иных смыслов и ценностей и т.п.» [2, с. 17]. В этом смысле мы практически все время своей жизни находимся в диалоге. Диалог как вид коммуникации – самая распространенная зона описываемого проблемного поля. Ю.В. Жуковым разработано понятие «коммуникативной культуры» как «совокупности культурных норм, культурологических знаний, ценностей и значений, используемых в процессе коммуникации, объединенных в три группы правил» [3, с. 131]. Первая группа – правила коммуникативного этикета, определяющие порядок обращения и представления, поведенческие рамки. Вторая группа – правила согласования коммуникативного взаимодействия, определяющие тип общения. Третья группа – правила самоподачи (самопрезентации), предназначенные для создания определенного имиджа (по Е.П. Ильину) [3]. Освоение коммуникативной культуры является результатом воспитания или самовоспитания или дополнительного образования. Я думаю, что невозможно представить, какое огромное количество всевозможных тренингов проводится психологами с целью повышения эффективности коммуникаций всех, кому это важно.

Вторая зона – «Диалог как особый вид межличностных отношений», и здесь уже недостаточно связи как таковой. В этой зоне встают вопросы о качестве этой связи, о ее содержании. Диалог здесь – это общая психологическая территория, характеризующаяся высоким уровнем совместности, это процесс постоянного совместного жизнетворчества. Согласно концепции «Творческого жизненного мира» Ф.Е. Василюка, для настоящего жизнетворения необходимо столкнуться с трудностями [4, с. 137-150], встать на «дорогу из желтого кирпича», которую, как известно, осиливает только идущий. Используя идею сказки о волшебнике изумрудного города, можно сказать, что диалог нельзя получить в готовом виде у Великого Гудвина, его можно только сотворить, осилить, освоить в процессе взаимных усилий, преодолений эгоцентризма, лени, страха, стереотипов всех сортов. Такие межличностные отношения ориентированы на общее содержание, общие смыслы, которые не являются просто суммой индивидуальных, а созданы именно как общие.

Третья зона – это диалог как личностный выбор. Это самая не очевидная зона, скрытая от прямого наблюдения, самая сложная для исследования. Д.А. Леонтьев определяет выбор как «разрешение неопределенности на различных уровнях человеческой деятельности в условиях множественности альтернатив» [см.: 5, с. 434]. Неотъемлемыми чертами выбора выступают неопределенность ситуации, риск, субъективное ощущение принадлежности совершаемого только самому себе, оценка последствий принятого решения

сквозь призму существующих у человека мотивов, непредсказуемость для самого себя. По мнению Д.А. Леонтьева, свобода и ответственность являются ядерными механизмами личности, обеспечивающими процесс выбора. Исследователем была предложена уровневая классификация видов выбора, в которой личностный выбор является самым сложным по своему содержанию, поскольку это всегда ситуация самоопределения личности в том или ином аспекте жизни [см.: 5]. Диалог с живым человеком – это всегда ситуация самораскрытия себя и присутствия при самораскрытии другого человека, а, значит, большого риска быть непонятым и/ или не принятым на том простом основании, что не совпадаем в жизненном опыте, в представлениях о чем-то, в том числе о себе и о другом. Это почти всегда непредсказуемо и неконтролируемо, требует постоянного живого участия, полной включенности в процесс, учета появляющихся эмоций, мыслей, улавливания сигналов, несмотря на работу психологических защит и привычных поведенческих сценариев. Необходимо много мужества и стойкости, чтобы удерживать достаточный уровень психологического напряжения, причем, на протяжении некоего времени. Конечно, вступая на эту «дорогу из желтого кирпича», личность самоопределяется, нужен ли ей, действительно, диалог как особый вид отношений между людьми, или ей достаточно обмена монологами, в результате которого каждый остается при своем. Это означает, что человек делает личностный выбор, являющийся важнейшим психологическим условием диалога.

Список литературы

1. Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского // Собр. соч.: В 7 т. М.: Русские словари: Языки славянской культуры, 2002. Т. 6. 800 с.
2. Копьев А.Ф. Психологическое консультирование: опыт диалогической интерпретации // Вопросы психологии. 1990. № 3. С. 17–25.
3. Ильин Е.П. Психология общения и межличностных отношений. СПб.: Питер, 2011. 576 с.
4. Василюк Ф.Е. Психология переживания (анализ преодоления критических ситуаций). М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984. 200 с.
5. Психология личности: Пребывание в изменении / Под ред. Н.В. Гришиной. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2019. 576 с.

СЕКЦИЯ 3

ВИДЫ, СФЕРЫ И КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ

ДОКЛАДЫ

ВЛАСТЬ И КОММУНИКАЦИИ
THE POWER AND COMMUNICATIONS

А.М. Бекарев, Г.С. Пак
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
A.M. Bekarev, G.S. Pak
Lobachevsky University

В условиях жизненного мира коммуникация являлась средством власти. Но эволюция власти и отказ от харизматического и традиционного типа господства через становление и усиление бюрократии превращает коммуникацию из средства власти в самое власть. Признание алгоритма бюрократической власти с неизбежностью приводит к представлению о власти как огромной матрице, для которой акторы взаимодействия относятся как к внешней среде. Согласно Н. Луману, социальная система больше не состоит из людей, а представляет собой сеть порождающих друг друга коммуникаций, а власть представляет собой одно из коммуникативных средств. Преодоление недостатков современной власти происходит в случае харизматичности лица, занимающего должность. Власть усиливается в результате синергии должности и личностных качеств. Так происходит соприкосновение жизненного мира и системы.

In the conditions of the life world, communication was a means of power. But the evolution of power and the rejection of the charismatic and traditional type of domination through the formation and strengthening of bureaucracy turns communication from a means of power into power itself. Recognition of the algorithm of bureaucratic power inevitably leads to the idea of power as a huge matrix for which the actors of interaction relate to the external environment. According to N. Luhmann, the social system no longer consists of people, but is a network of communications generating each other, and power is one of the means of communication. Overcoming the shortcomings of modern power occurs in the case of the charisma of the person holding the position. Power is enhanced as a result of the synergy of the position and personal qualities. This is how the life world and the system come into contact.

Ключевые слова: типы господства и виды власти, жизненный мир, система, власть, коммуникация

Keywords: types of domination and kinds of power, life word, system, power, communication

Создатель теории коммуникативного общества, коммуникативной рациональности и коммуникативного действия рассматривал в качестве основного противоречия современного социума возрастание пропасти между жизненным миром и системой. Объективным выражением продолжающегося расхождения между жизненным миром и системой являются метаморфозы власти и коммуникации.

«Естественные» основания власти и «естественные коммуникации» известны по взаимодействиям в области «жизненного мира». Самые что не есть естественные основания власти имеют биологические корни. Мы думаем, что власть есть только у людей. Мы ошибаемся. Властные полномочия есть и у некоторых видов животных. Мы полагаем, что они не управляют. Но мы опять ошибаемся. Не важно, какая она власть. Она просто есть. У всех социальных животных власть есть, так предполагают. У растений тоже есть организация. Кто-то организует, следовательно, властвует. В синергетике говорят о самоорганизации – без аппарата власти. Может аппарат и не существует, а власть есть. Уже К. Лоренц предположил, что несоциальных животных нет [1].

М. Вебер выделял три вида власти харизматическую, традиционную и бюрократическую [2]. Управление страной или группой людей на основе выдающихся личных качеств называется харизматической властью. Такой властью обладали и Рузвельт, и Робеспьер, Ленин и Сталин, Ганди и Мао и др. В традиционном смысле слово «харизма» относится к священной личности. В современном мире, как считал Макс Вебер, эта благодать присуща вождям, которые очаровывают массы и становятся объектами их обожания. Этот тип власти кардинально отличается от власти экономической. Она существует там, где появляется «призвание свыше». Такой тип власти понятен любому и является основой жизненного мира. Харизматическая власть основана не на коммуникации, а на живом человеческом общении.

Для традиционной власти характерна непоколебимая вера человека в устоявшиеся обычаи и нормы. Традиционная власть легитимна и понятна, потому как так же жили предки, а до них их предки. Монументальность власти обеспечивает авторитет лидера, власть которому перешла по наследству. Повиновение ему в сознании народа превращается в течение веков в привычку. У данного типа власти существуют как положительные, так и отрицательные черты. Прочность власти, сплоченность народа через общие представления о власти, устойчивость общества и меньшая затратность на управление

подданными составляют положительные черты традиционной власти. Но консерватизм замедляет темпы экономического развития и формирует предвзятое отношение к инновационным идеям. Государственный аппарат громоздок и неповоротлив. Возможность нарастания внутренних противоречий и неспособность их быстрого разрешения выливаются в требование перемен и смены власти.

Бюрократическая власть, на основе характеристик бюрократии, приведенных в работе Р. Арона [3, с. 578], представляет собой, во-первых, набор правил, административных законов, своеобразный безличный алгоритм действий; во-вторых, иерархическую систему распределения властных полномочий внутри системы; в-третьих, организационная форма бюрократической системы связана с выделением особого места (офиса), отделяющего чиновника от личных дел и собственности; в-четвертых, чиновник становится профессией, требующей соответствующего обучения и подготовки; в-пятых, функция управления делегируется собственниками имущества чиновничеству; в-шестых, для соблюдения вышеперечисленных правил подготовка чиновников должна осуществляться на основе юриспруденции и административного менеджмента. Бюрократия есть формализованная система, имеющая процессуальный характер.

Сила харизматической власти обусловлена личностными качествами человека. Человек продуцирует власть. Традиционная власть есть олицетворение прошлого, которое представлено многими поколениями людей. Достоинством бюрократической власти является её рациональность, прозрачность. Сила личности, сила традиции, сила рациональности являются основой трех типов господства. Во всех трех случаях, коммуникации выступают средством власти, постепенно покидающей жизненный мир с помощью бюрократии.

Концепции власти Н. Лумана разработана в духе позитивизма, учитывает эволюцию и одновременную дифференциацию систем Г. Спенсера и «экономию мышления» Э. Маха.

Н. Луман, как и Т. Парсонс, интерпретирует власть как средства коммуникации. Современная власть предстает как «символически генерализированное коммуникативное средство» [4, с. 25]. Власть как коммуникация регулирует процесс межличностного взаимодействия путем ограничения свободы выбора как сведения неограниченного числа возможностей к ограниченному числу желательных возможных действий. Власть в этом контексте уже нельзя рассматривать как некое качество или способность, присущую кому-то из партнеров властных отношений. Власть

просто представляет собой одну из систем коммуникации. Коммуникация порождает коммуникацию и не нуждается в субъектах коммуникации. Нет ничего удивительного в том, что «люди у Лумана больше не являются частью общества, а принадлежат к его внешнему миру. Общество же состоит из коммуникаций – событий, сменяющих друг друга во времени» [4, с. 225]. Наряду с живыми людьми к внешней среде системы относятся и другие акторы коммуникации – интеллектуальные системы и эпистемические объекты. Если у М. Вебера бюрократическая власть представлена как алгоритм, то у Н. Лумана власть выглядит огромной обсчитывающей самое себя матрицей, элементы который слагаются из все более генерализированных символов ее селективной деятельности. Идеалом такой власти является комплементарный автоматизм, когда для власти уже излишне отдавать приказания подчиненному – этому последнему «может быть передана даже инициатива составления приказа» [4, с. 59]. По мнению Н. Лумана, «функция власти состоит как раз именно в том, что власть устанавливает возможные сцепления событий абсолютно не зависимо от воли подчиненного этой власти человека, совершающего те или иные действия, желает он этого или нет» [4, с. 23].

Эволюция власти сопровождается, с одной стороны, возрастанием ясности формальных критериев селекции возможных действий, а с другой стороны, диффузией власти и неясностью относительно конечных инстанций принятия решений. Власть в сложных общественных системах обобщается и формализуется не только в своих средствах, но и по характеру связи с индивидом. По мере удаления от жизненного мира происходит обезличивание власти, формируется связь между властью и должностью, а не между властью и личностью [4, с. 61]. Но в тех редких случаях, когда происходит расширение властных полномочий за счет личных качеств должностного лица, привлекательность и сила власти неизмеримо возрастают.

Список литературы

1. Лоренц К. Агрессия. Так называемое «зло». М.: Прогресс, 1994. 360 с.
2. Вебер М. Типы господства // Личность. Культура. Общество. 2008. № 1(40). С. 31–48.
3. Арон Р. Этапы развития социологической мысли / Общ. ред. и предисл. П.С. Гуревича. М.: Прогресс – Политика, 1992. 608 с.
4. Луман Н. Власть / Пер. с нем. А. Антоновского. М.: Праксис, 2001. 256 с.

ПРАКТИКИ СТУДЕНТОВ ПРИ ВЫБОРЕ БРАЧНОГО ПАРТНЕРА
STUDENTS' PRACTICES IN CHOOSING A MARRIAGE PARTNER

Н.Ю. Егорова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
N.Yu. Egorova
Lobachevsky University

Исследуются отдельные аспекты брачного выбора студентов на основе количественного и качественного исследований студентов Нижегородского университета. Обозначаются новые практики знакомства и ухаживания: интернет-знакомство, сожительство.

Aspects of the marriage choice of students are studied on the basis of quantitative and qualitative researches of students of the Nizhny Novgorod University. New practices of acquaintance and courtship are indicated: Internet-acquaintance, cohabitation.

Ключевые слова: брачный выбор, знакомство, ухаживание, сожительство
Keywords: marriage choice, acquaintance, courtship, cohabitation

Несмотря на серьезные трансформационные процессы, наблюдающиеся в сфере семейно-брачных отношений на протяжение, как минимум, трех последних десятилетий [1], дискуссии о глубоком кризисе семейных институтов, их деградации [2], семья по-прежнему остается значимой ценностью для россиян, в том числе для самых передовых групп молодого поколения [3]. А, значит, вопросы ее создания, выбора брачного партнера на современном этапе, безусловно, актуальны.

Брачный выбор как процесс поиска и определения брачного партнера [4, с. 150] многогранен и может включать различные исследовательские аспекты: вопросы знакомства и ухаживания, роли родителей, желаемые социально-демографические и другие характеристики будущего супруга/ги и черты ее/его характера. Мы остановимся лишь на отдельных моментах, с нашей точки зрения, наиболее ярких, отражающих основные черты семейных и общественных изменений в практиках студентов.

Интенсивное включение молодых в информационное поле, появление и охват все большего числа сфер человеческой жизни информационными технологиями ставит вопрос о возможно новых способах знакомства.

Действительно, согласно нашему исследованию 2013 г.[*], самыми распространенными вариантами знакомства, в том числе среди молодых, были встречи «в кругу знакомых и друзей» (52%) или по месту учебы/ работы (18%). Все остальные способы, включая знакомство через Интернет, можно назвать исключительными и случайными (см. табл.). Спустя почти десять лет ситуация несколько изменилась. По-прежнему друзья и знакомые (33%), учеба и работа (28%) играют важную роль в поиске супруга/ги, но в то же время пространство для знакомства значительно расширяется, возможности найти свою половинку все чаще предоставляют социальные сети, Интернет. Опрос нижегородских студентов в 2020 г.[**] показал, что почти каждый 5-ый (18,5%), «встретил» близкого человека там (см. табл.).

Таблица

Распространенность различных способов знакомства, %

Способ знакомства	*2013, N=201*			*2020, N=185*
	33–40 лет	*23–30 лет*	*всего*	
в кругу знакомых или друзей	50	58	52	33
в школе, в иных образовательных учреждениях, на работе	21	14	18	28
через интернет	3	9	5,5	18,5
через хобби, участие в каком-либо объединении, через спорт	4	3	3,5	13
в баре, на дискотеке	5	3	4	3
через родственников	3	3	3	1,5
по объявлению	1	-	0,5	0,5
в отпуске	0,5	2	1,5	0,5
другое	12,5	8	12	2

То, что такой способ знакомства, видимо, набирает популярность, показывают и результаты проведенного нами качественного исследования[***].

[*] Исследование кафедры общей социологии и социальной работы ФСН ННГУ им. Н.И. Лобачевского «Воспитание, родительство и детство в современной российской семье», 2013 г., Н. Новгород, анкетный опрос. Объект – представители трех возрастных когорт: 17-21 год, 23-30 лет, 33-40 лет (N=621 человек, выборка целевая).

[**] Исследование кафедры общей социологии и социальной работы ФСН ННГУ им. Н.И. Лобачевского «Представления студентов о семье», 2020 г., Н. Новгород, анкетный опрос. Объект – студенты 1-4 курсов ННГУ им. Н.И. Лобачевского (N=362), выборка квотная, с учетом пола и направления подготовки респондентов.

[***] Исследование «Брачный выбор студенческой молодежи», проведенное под руководством автора в рамках ВКР Скобелевой П.С. (бакалавр социологии) методом глубинного интервью, 2022 г. Объект исследования – студенты 3 и 4 курсов ННГУ им. Н.И. Лобачевского разных направлений (техническое, гуманитарное, естественнонаучное), N=14 (8 девушек и 6 юношей).

Студенты говорят о «живом» знакомстве, с одной стороны, как об атавизме, но, с другой – все же признают его возможности и перспективы для дальнейшего развития отношений.

«Я думаю, что то, как познакомились мы, а именно знакомство вживую, оно почти вымерло, поскольку в моем окружении на самом деле 90% всех знакомых мне людей в какой-то момент были разочарованы первыми отношениями, по приколу регистрировались на различных сайтах знакомств, и у них пары оттуда. Рассуждать о качестве партнеров, я, конечно, не очень хочу, но не знаю, пришла бы я когда-нибудь к такому, хотя, может быть, все еще впереди. Ну да, я считаю, что наш случай хороший, но он, мягко говоря, редкий» (девушка, 23 года).

Ухаживание тоже приобретает новые черты. Практически нормой становится сожительство как добрачный пробный вариант отношений, селективная функция которого более или менее очевидна. 81% юношей и девушек (78% и 83%, соответственно) предпочитают сначала пожить вместе, а потом регистрировать отношения. Сразу вступить в брак готовы в большей степени девушки (13% против 5%), а юноши – только в случае беременности партнерши или рождения ребенка (11% против 3%)[*]. *«Вообще о браке пока особых мыслей нет, потому что думаю, что до брака пара должна пожить какое-то время вместе. ... конкретно в моем случае к такому этапу мы ещё не планируем переходить. Поэтому пока что у меня никаких планов в создании собственной семьи нет…» (девушка, 22 года).*

Можно говорить о новых элементах в практиках выбора партнера, по крайней мере, у студентов. Насколько, например, интернет-знакомства сегодня распространены среди других социальных групп, каковы их перспективы как способа знакомства и основы для выстраивания прочных отношений, пока не ясно.

Список литературы

1. Жизненные миры современной семьи: Монография / З.Х. Саралиева, В.А. Блонин, Н.Ю. Егорова [и др.]. Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 2015. 264 с.

2. Антонов А.И. Институциональный кризис семьи и семейно-демографических структур в контексте социальных изменений и социального неравенства // Семья и социально-демографические исследования (электронный журнал). 2014. URL https://istina.msu.ru/publications/article/7342725/ (дата обращения: 14.10.2022).

[*] Исследование «Представление студентов о семье», 2020 г.

3. Саралиева З.Х., Егорова Н.Ю., Рябинская Е.С. Брак и семья студентов в условиях трансформации // Вестник Южно-Российского государственного политехнического университета (НПИ). Серия: Социально-экономические науки. 2022. Т. 15. Вып. 1. С. 193–208.
4. Антонов А.И., Медков В.М. Социология семьи. М.: Изд-во МГУ: Изд-во Международного университета бизнеса и управления («Братья Карич»), 1996. 334 с.

ИСТОЧНИКИ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИХ НОВОСТЕЙ В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ

ANALYSIS OF THE SOURCES OF SOCIO-POLITICAL NEWS IN THE STUDENT ENVIRONMENT

И.Ю. Киселев, В.В. Загребин
Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова, г. Ярославль
I.Y. Kiselev, V.V. Zagrebin
P.G. Demidov Yaroslavl State University, Yaroslavl

Освещаются предварительные результаты массового опроса студентов, проведённого в г. Ярославле. Представлен рейтинг популярных среди молодежи информационных ресурсов. Раскрыта специфика новостного медиа потребления. Описаны наиболее востребованные студенческой молодежью темы новостей. Определены источники информации, вызывающие доверие у студенческой молодежи.

The preliminary results of a mass survey of students conducted in the city of Yaroslavl are highlighted. The rating of information resources popular among young people is presented. The specificity of news media consumption is revealed. The most demanded by student youth topics of news are described. Sources of information that are trusted by students are identified.

Ключевые слова: молодёжь, студенты, источники информации, интернет, интернет-среда, социально-политические новости, доверие

Keywords: youth, students, information sources, internet, internet environment, news, trust

Сегодня в эпоху всеобщей цифровизации неотъемлемой частью повседневной жизни молодежи стала интернет-коммуникация, которая может рассматриваться не просто как набор технологий, а как полноценная среда обитания индивида [1, с. 18]. Интернет, заместив традиционные СМИ, полноценно выполняет функции агента социализации молодежи [2, с. 155].

С помощью интернета молодёжь учится на образовательных платформах, проводит досуг в сетевых играх или смотрит сериалы, общается в социальных сетях и мессенджерах, покупает всевозможные товары и услуги в интернет-магазинах, а также стихийно потребляет огромное количество различной социальной информации в медиа-сети. По данным ВЦИОМ, российская молодёжь в группе 18-24-летних значительно чаще ежедневно проводит время в социальных сетях и мессенджерах в сравнении с другими возрастными группами. При этом всё чаще молодёжь получает новости о событиях в России и мире, а также политическую информацию именно в интернет-среде [3].

С целью анализа источников социально-политических новостей и доверия к ним студентов в июне 2022 г. проведено анкетирование студентов очной формы обучения трёх государственных университетов г. Ярославля (ЯрГУ им. П.Г. Демидова, ЯГПУ им. К.Д. Ушинского, ЯГМУ). Сбор первичной социологической информации проведён с помощью платформы Google Forms. Статистическая обработка осуществлялась с помощью программы Vortex 10.33.

Анализ данных показал, что традиционные медиа не популярны среди обучающихся: 77% респондентов не слушают радио, 62% – не смотрят телевизор. При этом ежедневно студенческая молодежь значительное время проводит в интернет-среде. Так, треть опрошенных (39%) проводят в интернете от 5 до 10 часов в сутки и столько же (33%) – от 3 до 5 часов; каждый десятый (14%) – более 10 часов и столько же (11%) – от часа до 3 часов, и 3% – затруднились ответить. Чаще всего они «сидят» в различных социальных сетях (индекс 7,9)*, слушают музыку (индекс 6,9), смотрят фильмы, сериалы (индекс 5,4), читают учебную литературу (индекс 5,3), общаются в мессенджерах (WhatsApp, Viber) (индекс 5,2). Подчеркнём, что такое распределение характерно для всех опрошенных студентов, то есть не выявлены статистически значимые различия между респондентами в зависимости от пола, возраста и места учебы.

В интернет-среде студентов интересует развлекательный контент (сериалы, фильмы, мультфильмы) – 51%; юмор – 41%; образование и самообразование – 40%; музыка – 39%; любовь, межличностные отношения – 34%; культура, искусство – 30%; политическая аналитика по событиям в стране и в мире – 27%; федеральная новостная сводка – 24%; путешествия, тревел-шоу – 24%; бизнес и экономика – 24%; наука и научно-популярный контент – 23%, спорт – 19%. Менее популярны среди опрошенных социально-

* Условный индекс строился по порядковой шкале, где 10 – уделяют более 4 часов ежедневно тем или иным источникам информации, 1 – вообще не уделяют.

политические новости своего региона и города – 15%; мода и косметика – 15%; природа и животный мир – 14%; еда и кулинария – 13%; криминальная сводка – 8%.

Согласно результатам опроса, наблюдается достаточно высокий интерес учащейся молодежи к социально-политической жизни. Подавляющее большинство опрошенных студентов (76%) так или иначе обсуждают новости с друзьями или родственниками.

Значительное большинство респондентов получают экономические и социально-политические новости о событиях в стране и в мире из сообществ в социальных сетях (ВКонтакте, YouTube, Instagram) (84%) и Telegram-каналов (62%). Менее популярными, но значимыми источниками новостей для студентов выступают друзья, родственники (48%), новостные ленты браузеров (Яндекс, мейл, Google) (42%), интернет-издания (газеты, журналы, информационные порталы) (30%). Менее популярны оказались традиционные источники информации – телевидение (18%) и радио (3%). Следует отметить, что региональные новости студентов интересует значительно меньше федеральных и мировых. Большинство опрошенных (68%) отметили, что крайне редко или вообще не читают новости своего города и области.

Представляет исследовательский интерес, каким образом студенты «заходят» на новостные сайты, если новость покажется интересной. Так, каждый второй опрошенный переходит на новостные сайты через гиперссылку, размещённую в Telegram-каналах (52%); каждый третий – переходит через «паблики» новостных сайтов в социальных сетях (31%) и новостную ленту браузеров (29%); чуть меньше трети респондентов имеют закладки браузера (28%) и мобильные приложения определённых новостных сайтов (26%); каждый пятый – случайно (21%).

Чаще всего респонденты целенаправленно используют для поиска актуальных социально-политических новостей такие социальные сети, как ВКонтакте (71%) и Telegram (71%); второе место по популярности занимает YouTube (48%); третье – Instagram (26%); менее популярным источником новостей среди студентов оказался Яндекс-дзен (9%). Остальные социальные сети такие, как Twitter, Одноклассники, Мой мир, Facebook, Rutube, LiveJournal, Google+, TenChat, оказались незначительными. Здесь выявлены различия по полу. Девушки чаще юношей рассматривают как источник новостей Instagram (33% против 14%), реже – YouTube (40% против 60%).

Анализ данных выявил, что в подгруппе тех, кто не смотрят телевидение и не слушают радио, чаще являются аудиторией YouTube (67% и 82% соответственно). Можно выдвинуть гипотезу, что наблюдается тенденция

замещения традиционных СМИ в пользу YouTube. Однако, молодёжь может смотреть и телевизионный контент, но на YouTube. В таком случае подобное медиа потребление, вероятнее всего, не воспринимается молодёжью как телевизионное. Кроме того, респонденты, использующие YouTube как источник новостей, чаще остальных обсуждают с друзьями и родственниками социально-политические новости (72%).

Больше всего опрошенные доверяют в освещении социально-политических новостей специализированным Telegram-каналам (44%) и сообществам в социальных сетях (ВКонтакте, YouTube, Instagram). Четверть респондентов считают наиболее достоверным источником новостей интернет-издания (газеты, журналы, информационные порталы) (28%) и столько же затруднились с ответом (26%). Каждый пятый – доверяет друзьям, родным (20%) и новостным лентам браузеров (Яндекс, Google, mail) (19%). Меньше всего – доверяют телевидению (8%), радио (2%) и печатным изданиям (газеты, журналы) (2%). Отметим также, что 5% опрошенных считают, что никому не стоит верить. На вопрос о доверии государственным или негосударственным СМИ каждый второй опрошенный затруднился ответить (45%). Вероятно, многие не задумываются о достоверности информации вовсе или критически относятся к любому источнику. Доверяют негосударственным СМИ – 40%, и доверяют государственным лишь – 15% опрошенных.

Каждый второй респондент (51%) уверен в достоверности информации, получаемой из выбранного источника, каждый третий (29%) – сомневается в этом и каждый пятый (20%) – затруднился ответить. В то же время значительное большинство опрошенных студентов (96%) сталкивались с недостоверными новостями за последний год. Главные источники новостных «фейков», по мнению респондентов, являются телевидение (33%) и социальные сети (27%). Ещё 7% заметили новости, не соответствующие действительности, в интернет-изданиях, 4% – новостных лентах браузеров и столько же – в сообщениях друзей и родственников.

Полученные результаты позволяют сделать следующие выводы. Современная студенческая молодежь не является ключевой аудиторией традиционных СМИ. Главным источником новостей, в том числе, о социально-политической ситуации в стране и в мире, для молодёжи стали социальные сети: ВКонтакте, Telegram, YouTube и Instagram, а также ближайшее окружение (друзья и родители). В результате новостное пространство, в котором молодежь получает информацию, оказывается фрагментированным, что приводит к раздроблению общей картины социально-политической действительности и выборочному восприятию событий, их предвзятой оценке. Формированию

подобной картины социально-политической действительности способствует и то, как молодежь осуществляет поиск новостей в интернет-пространстве. Как показало исследование, поиск новостей имеет во многом случайный характер.

Список литературы

1. Солдатова Г.У., Рассказова Е.И., Нестик Т.А. Цифровое поколение России: компетентность и безопасность. М.: Смысл, 2017. 375 с.
2. Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Молодежь России в зеркале социологии. К итогам многолетних исследований. М.: ФНИСЦ РАН, 2020. 688 с.
3. Медиапотребление и активность в интернете // ВЦИОМ. 23.09.2021. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotreblenie-i-aktivnost-v-internete (дата обращения: 25.06.2022).

ВОЗМОЖНОСТИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ РОССИЯН

OPPORTUNITIES FOR PUBLIC ORGANISATIONS TO PROMOTE HEALTHY LIFESTYLES AMONG RUSSIANS

Л.Н. Липатова
Северо-Западный институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Санкт-Петербург
Е.Е. Тарандо
Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург
L.N. Lipatova
North-West Institute of management – Branch of the of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Saint Petersburg
E.E. Tarando
Saint Petersburg State University, Saint Petersburg

Раскрывается тема об ограниченных возможностях государства в укреплении здоровья россиян на основе формирования здорового образа жизни, на что ежегодно расходуются огромные финансовые ресурсы. На основе анализа данных статистики доказано, что создаваемые за счет государственного бюджета условия не оказывают существенного влияния на физическую активность граждан (расчеты обеспеченности объектами спортивной инфраструктуры проведены по крайним субъектам рейтинга по удельному весу граждан, ведущих здоровый образ жизни). Предлагается активнее

воздействовать на модели бытового поведения людей через общественные организации, в состав которых входят, как правило, наиболее авторитетные и уважаемые члены общества.

The article reveals the question of the limited capabilities of the state in strengthening the health of Russians on the basis of the formation of a healthy lifestyle, for which huge financial resources are spent annually. Based on the analysis of statistical data, it is proved that the conditions created at the expense of the state budget do not significantly affect the physical activity of citizens (calculations of the provision of sports infrastructure facilities were carried out for the extreme subjects of the rating by the proportion of citizens leading a healthy lifestyle). It is proposed to actively influence the models of everyday behavior of people through public organizations, which usually include the most authoritative and respected members of society.

Ключевые слова: национальные цели развития, национальные проекты, здоровье, здоровый образ жизни, рацион питания, физическая активность

Keywords: national development goals, national projects, health, healthy lifestyle, diet, physical activity

Снижение качества трудового потенциала населения признано одной из основных угроз экономической безопасности Российской Федерации. Важнейшим слагаемым трудового потенциала является здоровье человека. Кроме того, ухудшение здоровья населения вызывает дополнительные затраты, связанные с медицинским и социальным обслуживанием, повышается нагрузка на государственные внебюджетные фонды. Со всей очевидностью весь мир оценил это в период пандемии, когда расходы на здравоохранение повсеместно значительно возросли.

Государственные расходы на здравоохранение в нашей стране в первый год пандемии в сравнении с 2019 г. увеличились более, чем на 30%, а федерального бюджета – почти в 2 раза (табл. 1).

Таблица 1

Государственные расходы на здравоохранение в Российской Федерации, млрд руб.

[1, с. 156]

Показатель	*2015*	*2018*	*2019*	*2020*
Консолидированный бюджет Российской Федерации и бюджетов государственных внебюджетных фондов	2 861,0	3 315,9	3 789,7	4 939,3
в том числе:				
федеральный бюджет	516,0	537,3	713,0	1 334,4
бюджеты государственных внебюджетных фондов	1 638,2	1 987,9	2 185,9	2 359,1

Окончание таблицы 1

консолидированные бюджеты субъектов Российской Федерации	1 355,8	950,8	1 167,2	2 002,1
бюджеты территориальных государственных внебюджетных фондов	1 580,1	2 051,5	2 266,0	2 482,8

На его укрепление направлены федеральные и национальные проекты «Демография» и «Здравоохранение». Для оценки достижения поставленных ими целей Росстат ежегодно определяет удельный вес населения, ведущего здорового образа жизни. Величина этого показателя в нашей стране не только находится на крайне низком уровне, но и снижается: в 2019 г. только 12% россиян придерживались здорового образа жизни [2, с. 36], в 2020 г. – 9,1% [2, с. 36], в 2021 г. 7,3% от общей численности населения страны вели здоровый образ жизни [3, с. 36].

Требует детального изучения пищевое поведение россиян, их физическая активность, выявление факторов и причин, способствующих или препятствующих переходу на здоровый образ жизни. Как видно из приведенных данных, государство постоянно повышает расходы на охрану здоровья россиян, но далеко не все в его силах. Приведенные в таблице 2 данные о душевом потреблении основных продуктов питания свидетельствуют о крайне нездоровой структуре питания россиян, изменить которую государственными решениями практически невозможно. Но проблема разбалансированности питания в нашей стране стоит настолько остро, что на ее решение необходимо направить все возможные силы и, в первую очередь, наиболее близко находящиеся к социуму – общественные организации, состоящие из наиболее активных его членов.

Таблица 2

Потребление продуктов питания населением Российской Федерации, на члена домохозяйства в год; кг, 2020 г. [3, с. 260–267; 4]

Продукты питания	*2020*	*Рациональная норма потребления пищевых продуктов*
Хлебные продукты	116	96
Картофель	86	90
Овощи и бахчевые	107	140
Мясо и мясопродукты	76	73
Яйца (штук)	283	260
Рыба и рыбопродукты	20	22
Сахар и кондитерские изделия	39	8
Масло растительное и другие жиры	13,9	7
Молоко и молочные продукты	240	340

Кратно превышающее рекомендованную норму потребление сахара не может не вызывать беспокойство, поскольку специалистами доказано, что это приводит к возникновению опасных заболеваний, усугублению течения хронических заболеваний и даже инвалидизации. Бороться с чрезмерным потреблением очень сложно. Даже осознавая вред избыточного питания, люди не могут себя сдерживать. Эта проблема характерна для многих стран, и решение пока не найдено.

Некоторые страны в поисках такого решения стали применять меры экономического побуждения человека к изменению пищевого поведения (например, ввели акцизы на сладкие газированные напитки). Россия тоже пошла по этому пути. В первом чтении одобрен законопроект, в соответствии с которым предполагается введение акциза на сахаросодержащие напитки в размере 7 рублей за литр с 2023 г. [5].

Но большой надежды на то, что повышение цены снизит потребление, нет. Сахар, как правило, лидирует по росту цен в период высокой инфляции, но потребление его не снижается. Людям должна быть предложена альтернатива. Есть в России регионы, в которых потребление сахара значительно ниже среднего уровня. Например, в Республике Тыва сахара потребляется в 2,3 раза меньше, чем в Курской области (24 кг против 56 кг в год на человека). В 2 раза меньше, чем в Курской области, душевое потребление в таких регионах, как Калужская (30 кг в год на человека) и Костромская (29 кг в год на человека) области [3, с. 264–265].

Несомненно, как пищевое поведение, так и двигательная активность граждан зависят от условий, сложившихся на конкретной территории, уровня жизни населения региона, традиций питания, годами формировавшихся среди регионального сообщества и ряда других факторов. Изучать эти проблемы следует в каждом конкретном регионе. Для разработки действенных мер по корректировке питания необходимо изучить структуру потребления населения регионов, характеризующихся наиболее сбалансированной моделью пищевого поведения. Получив такую информацию, специалисты смогут оценить, чем замещен сахар, потребления которого наиболее сильно отклоняется от рациональных норм.

Показатель, принятый для оценки достижения цели национального проекта «Демография», – доля граждан, ведущих здоровый образ жизни, зависит от развития спортивной инфраструктуры в регионе. Однако связь не настолько сильная. Расчеты показывают, что в регионе, лидирующем по данному индикатору, – г. Севастополе – обеспеченность спортивной инфраструктурой существенно ниже даже среднего по стране уровня: в расчете на 100 000 чел.

населения в этом регионе приходится 38 спортивных площадок и полей, 27 спортивных залов, в то время как в среднем в стране эти показатели равны 105 и 52 ед. соответственно.

И, напротив, в регионе, замыкающем рейтинг российских субъектов по удельному весу населения, придерживающегося здорового образа жизни, – Республике Калмыкия – условия для занятия физической культурой и спортом заметно лучше, чем в целом в стране: в расчете на 100 000 чел. населения в этом регионе приходится 110 спортивных площадок и полей, 68 спортивных залов [3, с. 412–413].

Очевидно, что усилий государства, направленных на популяризацию спорта и вовлечение населения в занятия физической культурой и приобщение к здоровому образу жизни, недостаточно. Особенно настораживает снижение этого показателя.

Отчасти снижение, имевшее место в 2020 г., можно объяснить пандемией – во-первых, длительное время в стране были закрыты фитнес-центры и тренажерные залы; во-вторых, сами люди опасались посещать многолюдные места и мероприятия. Но в 2021 г. таких жестких ограничений уже не было, организации, предоставляющие оздоровительные услуги, приспособились к новым условиям, возможность посещать спортивные залы восстановилась.

Кроме того, в апреле 2021 г. был подписан закон о налоговом вычете по расходам на занятия спортом. Однако показатель удельного веса граждан, ведущих здоровый образ жизни, еще более снизился. Очевидно, что предпринятых мер недостаточно. Побудить людей к занятиям спортом путем предоставления материальной выгоды в виде налогового вычета пока не получается, а заставить людей заниматься физической культурой невозможно. Необходимо сформировать потребность в регулярных спортивных занятиях, и начинать надо с детского возраста. Это станет хорошей привычкой и залогом здоровья подрастающего поколения.

Но не все российские семьи могут себе позволить оплатить спортивные секции, особенно если в семье несколько детей. Предлагается оплату обучения второго и последующего детей в семье полностью компенсировать из государственного бюджета.

Возможно, следует обратиться к отечественному опыту советского периода, когда быть значкистом ГТО было престижно, и налоговый вычет в большем размере установить при получении такого значка, подтверждение такой готовности сделать ежегодным, что невозможно без систематических занятий физической культурой.

Но главная роль в приобщении людей к здоровому образу жизни, по нашему убеждению, принадлежит общественным организациям, состоящим из авторитетных и уважаемых представителей общества. Доверие к таким носителям знания гораздо выше. Участие лидеров общественного мнения в спортивных мероприятиях способно привлечь на них большое число людей. Это будет способствовать популяризации здорового образа жизни и, конечно, положительно скажется на здоровье россиян и бюджете страны.

Список литературы

1. Здравоохранение в России. 2021: Стат.сб. / Росстат. М., 2021.
2. Регионы России. Социально-экономические показатели: Стат. сб. / Росстат. М., 2019.
3. Регионы России. Социально-экономические показатели: Стат. сб. / Росстат. М., 2021.
4. Рекомендации по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов: сайт. URL: https://docs.cntd.ru/document/420374878 (дата обращения: 06.09.2022).
5. Госдума поддержала в I чтении введение акциза на сладкие напитки / РИА. URL: https://ria.ru/20221018/aktsiz-1824904916.html (дата обращения: 20.10.2022).

ПРЕОДОЛЕНИЯ НЕУЧАСТИЯ МОЛОДЕЖИ В ВОЛОНТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ*

OVERCOMING YOUTH NON-PARTICIPATION IN VOLUNTEERING: POSING THE PROBLEM

М.В. Певная, Ю.Р. Вишневский, Д.В. Минченко
Уральский федеральный университет
им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург
M.V. Pevnaya, Yu.R. Vishnevsky, D.V. Minchenko
Ural Federal University, Ekaterinburg

Обозначены некоторые характеристики российской молодежи, определяющие феномен ее неучастия в волонтерской деятельности. Констатируется необходимость определения условий формирования культуры волонтерства в молодежной среде, способствующих повышению вовлеченности молодежи в социальные и культурные проекты для укрепления общественного согласия.

* Выполнено в рамках государственного задания. FEUZ-2022-0026.

The report based on the discussion about phenomenon of youth non-participation in volunteering. The authors assert the necessity to identify the conditions for the development of a culture of youth volunteering, contributing to increased youth involvement in social and cultural projects for increasing of social cohesion.

Ключевые слова: молодежь, социокультурные проекты, волонтерство, культура участия

Keywords: youth, socio-cultural projects, volunteering, culture of participation

Молодежь, бесспорно, является значимым актором настоящего и будущего нашей страны. Поколение 18-35 летних выросло в постсоветской реальности, отличается от других укрупненных возрастных когорт противоречивым сознанием, объединяющим глобализм и любовь к Родине, индивидуализм и стремление к объединению в молодежные сообщества и группы, политический нигилизм и интерес к политике, склонность к повседневному комфорту и экологичность поведения. Поколение молодых россиян более критично настроено по отношению к своей стране, чем старшие возрастные группы. При этом основными составляющими патриотизма большинство студентов считают чувство ответственности за происходящее в стране, гордость за свою страну, уважение и знание ее истории [1].

Для молодого поколения характерен низкий уровень доверия к государственным институтам, запрос на открытость и диалог в публичной сфере [2]. Нарастание естественного индивидуализма сопровождается пафосом самореализации и желанием найти свое дело, предназначение, а не действовать по указанию государства*. В России в последнее двадцатилетие формируется особое молодежное пространство, отличающееся большой вариативностью, маргинализацией и периферизацией субкультурных групп и молодежных сообществ [3]. Одновременно происходит централизация молодежной политики, которая сфокусирована на объединении определенных групп проактивной молодежи и их вовлечении в общероссийские проекты и программы в рамках федеральных форумных кампаний разной направленности. Молодежная политика фрагментарно охватывает лишь проактивную часть молодежи. Ресурсы молодежной политики не всегда в равной степени доступны всем территориям. Вариативность социального предложения, организационных структур, молодежных проектов, информационных ресурсов значительно шире в крупных городах, где компетенции организаторов молодежной активности

* См. подробнее: материалы XII Международной Грушинской социологической конференции секции «Далекая и близкая»: политика глазами российской молодежи». URL: https://conf.wciom.ru/program/section/?uid=11.

значительно выше. В итоге пространственная, социальная, культурная стратификация молодежи может нивелироваться через создание механизмов вовлечения молодежи в активную созидательную деятельность там, где живут молодые люди и девушки, через соучастие – в реализацию волонтерской деятельности, которая формирует чувство сопричастности к изменениям.

Молодежь отличается неустойчивостью своих предпочтений. Она наиболее остро реагирует на изменения политического контекста. С конца февраля 2022 г. именно молодое поколение, по данным социологических опросов [4], испытало социальный и психологический шок из-за одномоментного разрушения в их сознании глобальной открытой картины мира, позволяющей свободно передвигаться, действовать, мыслить, говорить, пользоваться всеми благами развитой цивилизации. Упрощённые паттерны восприятия и информационные образы проникают в социальные отношения, отражаются, тиражируются и искажаются в коммуникации, получают ценностно-нормативное выражение, формируя определенный тип культуры личности и поколения. Данный тип в одних случаях оправдывает бездействие самих молодых людей, в других – легитимирует происходящие преобразования социальных систем в сторону закрытости и усиления авторитарности. Неустойчивость оценок происходящего, страхи за настоящее и будущее на фоне социального бездействия достаточно большой доли российской молодежи требуют системного изучения картины жизненного мира молодых людей и девушек, осмысления тенденций ее трансформации, которые происходят или по каким-то причинам не происходят в повседневной жизни, процессе созидательного труда или отказа от него.

Определенную роль в коррекции картины мира может сыграть волонтерская деятельность в той сфере, где молодежи комфортно, где она может быть вместе с друзьями, самореализоваться, проявить свою креативность, провести время с пользой для общества. В определенном смысле сфера городской культуры для местных сообществ, включающих молодежь, – сфера относительного согласия, куда могут вовлекаться разнообразные группы и молодежные сообщества, имеющие свою специфику, но общие интересы, чувства и отношения к тому месту, где они живут, учатся и работают. Кроме того, доминирующим мотивом добровольческой деятельности большинства россиян, в том числе молодежи, остается возможность помогать конкретным людям, улучшить жизнь в своем городе (поселке), стране. Этот мотив отметили 77% молодых россиян в возрасте от 18 до 30 лет [5].

Добровольческая деятельность, по своей сути, нацелена на развитие лидерских способностей волонтеров, их критического мышления, ориентацию

на саморазвитие, формирование умения разрешать конфликтные ситуации. Волонтерство – это не столько самореализация, сколько процесс обретения жизненного опыта – опыта отношений, нахождения компромиссов, поиска того, что, действительно, может вдохновлять волонтера, волонтерское сообщество и тех, кому оказывается помощь.

При активной государственной политике, широкомасштабной поддержке волонтерства на федеральном уровне отмечается рост волонтерского участия россиян, в том числе молодежи. Так, в 2016 г. численность участников волонтерского движения составила более 1,44 млн чел., в 2017 г. – более 1,47 млн чел., в 2018 г. – более 1,53 млн чел., в 2019 г. – более 1,79 млн чел., в 2020 г. – 2,03 млн чел. [6]. При этом по сравнению с 2016 г. в 2019 г. увеличилась доля волонтеров в возрасте от 15 до 19 лет и существенно сократилось число волонтеров в возрастной группе от 20 до 30 лет [7].

Наши региональные исследования волонтерства молодежи фиксируют, что структура молодежного сообщества по вовлеченности – регулярности волонтерской деятельности остается с 2017 по 2020 гг. практически неизменной. В возрастной группе с 14 до 24 лет практически каждому третьему (34%) респонденту вообще никогда не приходилось заниматься добровольчеством, 29% участвовали 1-2 раза, 22% – время от времени (3-5 раз в год) участвуют в волонтерских проектах, постоянно работают не реже 1 раза в месяц – 15%. При этом значимо сократилась вовлеченность молодежи в практики волонтерской работы, реализуемые через общественные организации, а также учреждения культуры, образования, здравоохранения и социальной защиты населения (с 39% в 2017 г. до 29% в 2020 г.). Заметно сокращение тех, кто готов продолжать волонтерскую деятельность в будущем. Если в 2017 г. их было 70%, то в 2020 г. только 57%. Увеличилось число тех, кто осознанно сделал выбор не заниматься добровольчеством (изменение с 2% до 11% соответственно). Выросло и число затруднившихся с ответом с 27% до 33%. В итоге существенно не изменяются качественные характеристики волонтерской деятельности.

В постановке проблемы неучастия молодежи в волонтерстве обозначим ряд проблемных вопросов, связанных с формированием культуры волонтерства.

Во всем мире регулярное волонтерство начинает уступать краткосрочному (эпизодическому) участию, где культура волонтерского участия связывается с индивидуальными предпочтениями волонтеров, ценностными представлениями и самореализацией в тех проектах, которые соответствуют их взглядам и установкам. Однако, если во всем мире разовое участие переходит в эпизодическое, то в России с учетом массированной государственной поддержки волонтерства по всей стране доля регулярно работающих волонтеров

или эпизодически принимающих участие в волонтерстве молодых людей и девушек не изменяется. Увеличивается и доля тех, кто определенно не может сказать о своих планах на будущее в отношении волонтерства.

Исследователи выделяют в разных странах тенденцию индивидуализации волонтерской деятельности, где НКО предлагают волонтерам проекты по принципу «докажи мне, что это будет интересно и полезно». По данным целого ряда исследований в нашей стране, утилитарные мотивы волонтерской деятельности в молодежной среде возрастают, однако не формируется ориентации на «интересно – делай – получишь результат для себя и для других». У российской молодежи чаще возникает запрос и установка на «весело и легко – делай немного – получишь что-нибудь».

Во всем мире в кризисы (техногенные, природные, социальные и экономические) возрастает число волонтеров, расширяется перечень и вариативность форм их самоорганизации за счет инициатив взаимопомощи. По данным наших исследований, в период пандемии волонтерством занималась ограниченная часть молодежи, как правило, политически ориентированная, выполняющая государственные задачи, а не помогающая конкретным людям [8].

Список литературы

1. Саралиева З.М., Судьин С.А. Великая отечественная война в памяти поколений: гендерный и возрастной аспекты // Спасибо прадеду за Победу…: Материалы IV этапа мониторинга «Российское студенчество о Великой Отечественной войне» (2005-2010-2015-2020 гг.). Екатеринбург: Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2020. С. 105–113.

2. Молодежь о будущем России и о себе: вызовы настоящего и конструирование горизонтов грядущего: Монография / А.П. Багирова [и др.] Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2021. 372 с.

3. Омельченко Е.Л. Уникален ли российский случай трансформации молодежных культурных практик? // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2019. № 1 (149). С. 3–26.

4. Львов С. Эмоциональный фон, страхи и ожидания россиян: стресс-факторы в точках бифуркации // ВЦИОМ. 2022. URL: https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1661241191&tld=ru&lang=ru&name=Lvov_2022 (дата обращения: 23.08.2022).

5. Исследование потенциала развития добровольчества в РФ: Аналитический отчет // инФОМ. 2019. URL: https://dobro.press/wp-content/uploads/2020/06/Analiticheskiy-otchet_potentsial-razvitiya-v-RF.pdf (дата обращения: 23.08.2022).

6. Доклад о развитии добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации // Министерство экономического развития Российской Федерации. URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/5aff00665da6d6b51473f156b27344a3/doklad_o_razvitii_2018.pdf (дата обращения: 23.08.2022).

7. Развитие добровольческого движения в России: статистический анализ: Информационно-аналитический материал // Аналитический центр при Правительстве РФ, 2020. 12 с. URL: https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/analitika/volunteers.pdf (дата обращения: 23.08.2022).

8. Волонтерское участие молодежи в период пандемии: портрет героя сложного времени / М.В. Певная [и др.] // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2021. № 3 (163). С. 492–510.

ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ОБРАЗОВАНИИ: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОГРАММ МАГИСТРАТУРЫ

DIGITAL COMMUNICATIONS IN EDUCATION: NEW OPPORTUNITIES FOR SHAPING MASTER'S PROGRAMMES

И.Э. Петрова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
I.E. Petrova
Lobachevsky University

Начало 2020-х гг. ознаменовано развитием непредвиденных сложных ситуаций (пандемия, политическое противостояние), которые значительно катализировали использование цифровых коммуникаций. Одним из результатов стало обновление образовательных программ, учитывающих разные аспекты дистанционного обучения, индивидуальных траекторий и сетевого взаимодействия. Факультет социальных наук ННГУ им. Н.И. Лобачевского представляет первый опыт реализации инновационных междисциплинарных магистерских программ.

The early 2020s are marked by the development of unforeseen complex situations (pandemic, political confrontation) that have significantly catalysed the use of digital communications. One result was the renewal of educational programmes that take into account different aspects of distance learning, individual trajectories and networking. The Faculty of Social Sciences at Lobachevsky University presents the first experience of innovative interdisciplinary master's programmes.

Ключевые слова: цифровизация, образование, коммуникации, магистерская программа

Keywords: digitalization, education, communications, master's programme

Трансформация сферы вузовского образования в последние несколько лет стала предметом исследования многих российских ученых и крупных организационных структур. Мониторинг качества образования в 2020-2021 гг. проведен под эгидой Министерства науки и высшего образования РФ коллективом сотрудников региональных вузов в рамках деятельности Университетского консорциума исследователей больших данных [1]. По мнению авторов, пандемия ковид вынудила вузы перевести процесс обучения в онлайн, что сопровождалось многими прямыми и побочными эффектами. Существующие методики дистанционного обучения были применены в больших масштабах и в очень короткий срок. Это позволило выявить технологическую и социальную готовность администраций вузов, преподавателей и студентов взаимодействовать в цифровом пространстве. В качестве ключевых результатов мониторинг представляет анализ мнений студентов об онлайн обучении в социальных сетях, влияния социальных факторов на благополучие студента (финансовое поведение, социально-бытовые условия, тьюторская поддержка, психологическая помощь в стенах университета) [1].

Коллектив ученых РЭУ им. Г.В. Плеханова представляет характеристику процесса и результаты цифровой трансформации российского образования. По их мнению, цифровизация образования становится сущностной его чертой в 2020-х гг. Массовые масштабные технологические инновации в обучении, в том числе с использованием искусственного интеллекта и технологий анализа больших данных, «изменяют образовательный ландшафт» [2], открывая и глобализируя его. Вместе с тем, именно цифровизация позволяет достичь индивидуальной ориентированности обучения: возник широкий выбор образовательных платформ, курсов, а также способов взаимодействия с преподавателями и одногруппниками. Одним из очень важных выводов стало внимание к изменению организационных процессов в вузах. Авторы отнесли сюда три группы действий: развитие цифрового пространства вуза, цифрового контента программ и цифровых моделей организации учебной работы [2].

Все эти процессы приводят к пересмотру содержания и номенклатуры образовательных программ, как основных, так и дополнительного профессионального образования. Ключевые факторы этого процесса систематизированы в работах, посвященных анализу конкуренции вузов на рынке образования: позиция работодателей, сетевое взаимодействие и значимость научных коллабораций, а также цифровизация вузовского управления на основе информации [3].

Разработка новых образовательных программ в таких условиях становится ответом на вызовы цифровой эпохи. Основными целями этого процесса является

междисциплинарность, использование гибридных технологий и учет индивидуального запроса студента.

На факультете социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета в 2020-2022 гг. реализованы программы магистратуры, выигравшие поддержку фонда В. Потанина: «Киберпсихология» (направление Социология) [4] и «Дизайн информации» (направления Социология и Психология).

Целью проекта «Дизайн информации» является разработка магистерской программы с учетом запросов рынка труда, научной базы и современных образовательных технологий: выделить общий компонент на основе психологического базиса и междисциплинарной методологии работы с информацией.

Сквозной идеей образовательной магистерской программы «Дизайн информации» становится ориентация будущих специалистов с различным профилем подготовки на глобальные проблемы, связанные с персонализацией во всех сферах жизнедеятельности человека (в здравоохранении, образовании, в сфере обслуживания). Ее базис составляет формирование дизайн-мышления и развитие мотивации к его использованию для коммерциализации инноваций (стартапы) и освоения креативной индустрии (развитие личного бренда). В результате мы ожидаем формирование нового слоя дизайнеров информации и продолжим лоббировать изменения в системе занятости подобных специалистов.

Разработка программ стала ответом на вызовы последних лет – как пандемии, так и процессов цифровизации, а также необходимости междисциплинарного диалога в рамках строго структурированного вузовского образования.

Факультет социальных наук впервые предложил программу с одним названием для двух направлений подготовки магистрантов (зонтичная программа) «Дизайн информации». В процессе формирования программ ННГУ вошел в состав двух российских коллабораций – Университетский консорциум исследователей больших данных (октябрь 2021 г.) и сети нейролабораторий с индустриальным партнером НТИ Нейротренд (октябрь 2022 г.). В качестве ближайшей цели развития к приему 2023 и 2024 гг. будет разработана структура сетевой магистратуры НТИ с открытым всероссийским отбором, что позволит обучать магистрантов из разных городов в смешанном формате. Вхождение ННГУ в пилотный проект МНВО РФ по внедрению систем гибридного обучения в вузах (Актру) существенно расширяет возможности выбора этой программы абитуриентами с разными запросами (иногородних, иностранных,

маломобильных, занятых по основному месту работы). Сотрудничество с Министерством цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ позволит направить магистрантов для участия в системе стажировок, а также повысить уровень интереса к программе. На базе такой сетевой и зонтичной программы возможно разворачивание образовательных консорциумов вузов для реализации программ двух/ трех дипломов.

Одним из важных результатов открытия зонтичной программы стала институциализация междисциплинарности не только в исследованиях, но и в образовании. Изучение креативности студентов на базе комплексного платформенного решения (психология, социология, когнитивные науки, технология анализа больших данных) предоставляет многочисленные возможности для преодоления бюрократической монодисциплинарности и формирования разнопрофильных профессиональных компетенций у магистрантов.

Список литературы

1. Ситуация с качеством образования в период пандемии: что показывает анализ больших данных. Томск: Изд-во Томского гос. ун-та, 2021. 39 с.
2. Мониторинг информации о тенденциях развития высшего образования в мире и в России (РЭУ им. Г.В. Плеханова). М., 2021. 44 с.
3. Левашкин Д.Г. [и др.] Разработка образовательных программ магистратуры в условия цифровизации высшего образования // Инженерное образование. 2020. № 28. С. 73–85.
4. Демарева В.А., Орлов А.В., Петрова И.Э., Голубин Р.В. Международное образовательное сотрудничество при реализации новой магистерской программы «Киберпсихология» // Гармонизация межнациональных отношений в условиях глобального общества. М.: Изд-во «Перо», 2021. С. 6–7.

ПРАКТИКИ РАЗВИТИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ НАВЫКОВ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА ВУЗА

PRACTICES FOR THE DEVELOPMENT OF COMMUNICATION SKILLS OF YOUNG PEOPLE IN THE EDUCATIONAL SPACE OF THE UNIVERSITY

Н.А. Птицына, Е.К. Маркова
Ивановский государственный университет, г. Иваново
N.A. Ptitsyna, E.K. Markova
Ivanovo State University, Ivanovo

Рассматриваются практики развития коммуникативных навыков будущих специалистов социальной сферы. На основе анализа эмпирического материала освещаются актуальные проблемы и особенности взаимодействия субъектов коммуникации в условиях трансформации образовательного пространства вуза; обосновывается необходимость развития навыков межличностной коммуникации у обучающихся в ходе подготовки к профессиональной деятельности.

The article discusses the practice of developing the communication skills of future specialists in the social sphere. Based on the analysis of empirical material, the current problems and features of the interaction of communication subjects in the context of the transformation of the educational space of the university are highlighted; the need to develop interpersonal communication skills among students in the process of preparing for professional activities is justified.

Ключевые слова: молодежь, практики развития коммуникации, образовательное пространство вуза, виртуальная реальность

Keywords: youth, communication development practices, educational space of the university, virtual reality

Цифровизация оказывает существенное влияние на жизнедеятельность общества: трансформируется ценностная система, меняются поведение и коммуникация людей. С одной стороны, посредством развития цифровых технологий расширяется жизненное пространство человека, стираются территориальные границы в процессе общения, повышается доступность разнообразной информации, с другой – виртуальный мир активно вторгается в реальность, искажается картина субъективного мира личности, возрастает психоэмоциональное напряжение. В условиях перманентных трансформаций, происходящих в обществе, коммуникация выступает одним из механизмов адаптации и социализации личности, фактором формирования личностно-профессиональных ценностей. Стандартизация образования диктует

необходимость повышения коммуникативной компетентности специалистов, профессиональная деятельность которых предполагает взаимодействие с людьми.

Положения статьи базируются на эмпирических данных, полученных в период работы авторов в условиях пандемии [1; 2], а также качественного исследования (ИвГУ, май-июнь 2022 г.), основными методами которого являются проведение фокус-групп (2), эссе (21), анализ материалов занятий дискуссионного клуба, действующего на базе ИвГУ. В рамках исследования предполагалось выяснить мнение студентов о том, как влияет цифровизация на жизнь молодежи (позитивные/негативные факторы), какие проблемы возникают в ходе коммуникации в информационной среде, как молодые люди относятся к блогерам, какие формы развития коммуникативной компетентности считают наиболее эффективными.

Коммуникативная компетентность предполагает овладение знаниями, умениями и навыками речевой культуры и деятельности, применение их в жизненно важных сферах и ситуациях общения. В условиях непрерывного развития цифровых технологий проблема коммуникации молодежи приобретает особую остроту. В работах современных исследователей все чаще обращается внимание на необходимость развития коммуникативной компетентности будущих специалистов социальной сферы [3; 4], предупреждения рисков и обеспечения социально-психологической безопасности информационной среды [5; 6].

На основе анализа эмпирического материала выявлено, что основными позитивными достижениями цифровизации студенты считают «быстрый доступ к информации», «расширение пространства для общения», увеличение числа контактов; негативными – отсутствие «живого» общения (вследствие чего деформируется сенсорный контакт, формируются речевые стереотипы, не пополняется словарный запас); ослабляется контроль за использованием времени, ухудшается состояние здоровья. В числе особенностей коммуникации в цифровой среде студенты назвали виртуализацию общения, изменение поведения (раскрепощение и освобождение/ изоляция и цифровой эскапизм), использование интернет-сленга. Спецификой виртуальной среды студенты считают наличие возможности пребывания в новой реальности (с одной стороны, интересной и захватывающей, с другой – непредсказуемой и опасной), смещение социальных ролей, замену реальной жизни на виртуальную. В ходе обсуждения поднимался вопрос и о том, кто оказывает наибольшее влияние на формирование мнения молодежи, а также отношение студентов к блогерам. Как оказалось, чаще всего молодые люди прислушиваются к мнению референтной

группы либо мнению родителей (если в семье установлен гармоничный психологический контакт); относятся неоднозначно к блогерам (от принятия до отрицания); констатируют вторжение интернет-сленга в реальное общение, что не только обедняет речь, но и опосредованно приводит к ментальному «отуплению» сверстников. Наиболее эффективными формами развития навыков общения юноши и девушки считают формы активного обучения.

Современные реалии (например, обучение в условиях дистанта в период пандемии) обусловили применение в рамках образовательного пространства вуза различных практик.

Психолого-педагогическое сопровождение учебного процесса. Ограничения активности и мобильности поставили под вопрос качество образования. Анализ результатов онлайн обучения показал, что у студентов в процессе общения преобладала пассивная коммуникативная позиция (слушатели), с которой они не спешили расставаться и в рамках очного формата обучения. В связи с этим первоочередной задачей преподавателей являлась активизация коммуникативной позиции обучающихся (обеспечение перехода из ведомых в инициаторы общения). В программу учебных дисциплин включались занятия-тренинги, предполагающие анализ обратной связи и поэтапное решение возникающих проблем (от группового обсуждения барьеров коммуникации до индивидуальных консультаций).

Возвращение к занятиям в очном формате потребовало от профессорско-преподавательского состава существенно расширить комплекс активных методов обучения в рамках учебных дисциплин, формирующих коммуникативные навыки у студентов (например, лекции-диалоги, дебаты, круглые столы, конференции).

Наиболее эффективной формой развития коммуникации выступают тренинговые программы. Тренинг как форма активного обучения предполагает не только интерактивное общение преподавателя со студентами посредством выполнения комплекса практических упражнений, но и самостоятельную работу обучающихся по составлению содержания занятий, тематика которых нацелена на формирование коммуникативной компетентности (например, «Социально-психологическая самодиагностика», «Культура ведения диалога и работа с аргументацией», «Поведение в конфликтных ситуациях»). В процессе самостоятельной разработки содержания тематических занятий у студентов развиваются навыки креативного мышления, нестандартного поведения, формируются ответственность и гражданская позиция. Результатом функционирования коммуникации в контексте «преподаватель–студент» оказывается непосредственное/ опосредованное влияние на формирование у

обучающихся интереса и осознанной мотивации к самоопределению в дальнейшей профессиональной деятельности.

Коммуникация может выступать и как механизм профессионально ориентированного управления, но только в том случае, если преподаватель обладает комплексом специальных умений и навыков, располагает личным опытом практического взаимодействия с населением. Между тем, часть преподавательского корпуса не имеет практического опыта и не в полной мере владеет эффективными технологиями общения (например, организация и проведение тематической дискуссии/ дебатов). В связи с этим возникла необходимость создания дискуссионного клуба, цель которого – развитие навыков коммуникации и дискуссионной практики у субъектов образовательного пространства. Дискуссионный клуб получил название «Свободная мысль». Первое заседание по теме «Виртуальная реальность» состоялось в мае текущего года, в нем приняли участие 53 студента и 8 преподавателей. В рамках заседания обсуждался перечень вопросов: риски технологического развития общества, отличия объективной и виртуальной реальности, воздействие виртуальной реальности на сознание, причины погружения в виртуальную реальность, формы интернет-зависимости.

В ходе дискуссии выяснилось, что студенты имеют представление о рисках технологического развития общества, в том числе интернет-зависимости. Вместе с тем, большинство участников заседания проводят значительную часть своего времени в интернет пространстве (от 5 до 17 часов в сутки), то есть отдают предпочтение не «живому», а виртуальному общению. В ходе дискуссии пришли к выводам о том, что длительное пребывание за экраном монитора отрицательно влияет на здоровье молодежи: появляется рассеянность, раздражительность, усталость, эмоциональная неустойчивость, нарушение зрения. Виртуализация общения приводит к утрате речевой культуры, размытию норм грамотности.

По мнению участников заседания, встреча была интересной и полезной как для студентов, так и для преподавателей. Атмосфера взаимного уважения располагала к доверительному общению, способствовала осознанию ценности подобной формы взаимодействия, стремлению к дальнейшим встречам.

Таким образом, посредством реализации различных коммуникативных практик будущие специалисты социальной сферы приобретают опыт адекватного восприятия себя и других в ситуациях общения, пополняют объем психолого-педагогических знаний, умений и навыков, обеспечивающих эффективную профессиональную коммуникацию. Сочетание разных практик способствует развитию коммуникативной компетентности, рефлексии,

формированию стрессоустойчивости к информационным нагрузкам социума у всех субъектов образовательного пространства вуза.

Список литературы

1. Птицына Н.А., Маркова Е.К. Трансформация функционального состояния субъектов образовательного пространства в условиях самоизоляции // Социальные процессы современной России / Под общ. ред. проф. З.Х. Саралиевой: В 2 т. Т. 1. Н. Новгород: Изд-во НИСОЦ, 2020. С. 408–414.
2. Птицына Н.А., Маркова Е.К., Динамика социального самочувствия студентов в период онлайн обучения // Научно-исследовательская деятельность в классическом университете: традиции и инновации: Материалы Международного научно-практического фестиваля. Иваново, 19–29 апреля 2021 г. Иваново: Изд-во Ивановский государственный университет, 2021. С. 261–266.
3. Михайлова Т.А. Коммуникативная компетентность специалиста по социальной работе: сущность, компоненты и критерии оценки // Казанский педагогический журнал. 2018. № 1. С. 67–71.
4. Помыткина Т.Ю. Обучение навыкам общения студентов медицинского вуза // Вестник Удмуртского университета. 2021. Т. 31. Вып. 3. С. 343–348.
5. Панов В.И., Патраков Э.В. Цифровизация информационной среды: риски, представления, взаимодействия. М.: ФГБНУ «Психологический институт РАО»; Курск: «Университетская книга», 2020. 199 с. URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/93298/1/978-5-907356-49-8_2020.pdf (дата обращения: 25.06.2022).
6. Заболоцкая А.В., Ткачева Е.Г. Психологическая безопасность личности в интернете // Автономия личности. 2022. № 1 (27). С. 91–97.

КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ В СФЕРЕ HR

YOUNG PROFESSIONALS' COMMUNICATION PRACTICES IN THE SPHERE OF HR

Л.В. Рожкова, Л.Ф. Каримова

Пензенский государственный университет, г. Пенза

L.V. Rozhkova, L.F. Karimova

Penza State University, Penza

Рассматривается актуальная в условиях цифровизации тема коммуникативных практиков молодых HR-специалистов, анализируются современные коммуникативные практики, используемые молодыми HR-специалистами. Современные организации не представляют возможным

функционировать без использования digital-практик коммуникативного процесса, облегчающих взаимодействие как HR-служб с сотрудниками, так и всего коллектива в целом.

This article discusses the topic of communication practices of young HR specialists that is relevant in the context of digitalization, modern communication practices used by young HR specialists are analyzed. Modern organizations cannot function without the use of digital communication practices that facilitate the interaction of both HR services with employees and the entire team.

Ключевые слова: коммуникативные практики, digital-коммуникация, молодой специалист, HR-менеджер, современная организация, эпоха цифровизации, мессенджер, мобильное приложение, геймификация

Keywords: communicative practices, digital communication, young specialist, HR manager, modern organization, era of digitalization, messenger, mobile application, gamification

Процесс становления и развития современных коммуникативных практик в сфере HR требует качественно новых подходов в системе корпоративных и общественных связей. Эффективная коммуникативная модель молодых HR специалистов должна быть построена на принципе, что всем сотрудникам рабочего процесса должен быть предоставлен равный доступ к необходимой информации, возможность беспрепятственно общаться между собой, обеспечивая комфортную рабочую атмосферу для успешного принятия управленческих решений и результативную работу команды.

Цифровизация современного российского общества позволила разнообразить коммуникативные каналы в деятельности молодых HR специалистов. Digital-коммуникация является эффективной моделью взаимодействия в коллективе через цифровые инструменты. Коммуникативные цифровые практики, используемые молодыми HR специалистами, позволяют уменьшить время на процесс подбора и адаптации сотрудников, а также повысить мотивацию персонала.

По результатам опроса, проведенного компанией TalentTech, представляющую собой экосистему по управлению персоналом и развитию талантов, проблемы подбора и адаптации новых сотрудников в 2021 г. занимали лидирующее положение (73% и 42% соответственно) [1]. Кроме того, каждый третий респондент (29%) в качестве сложной HR-задачи выделил внедрение инструментов HR-автоматизации (рис. 1).

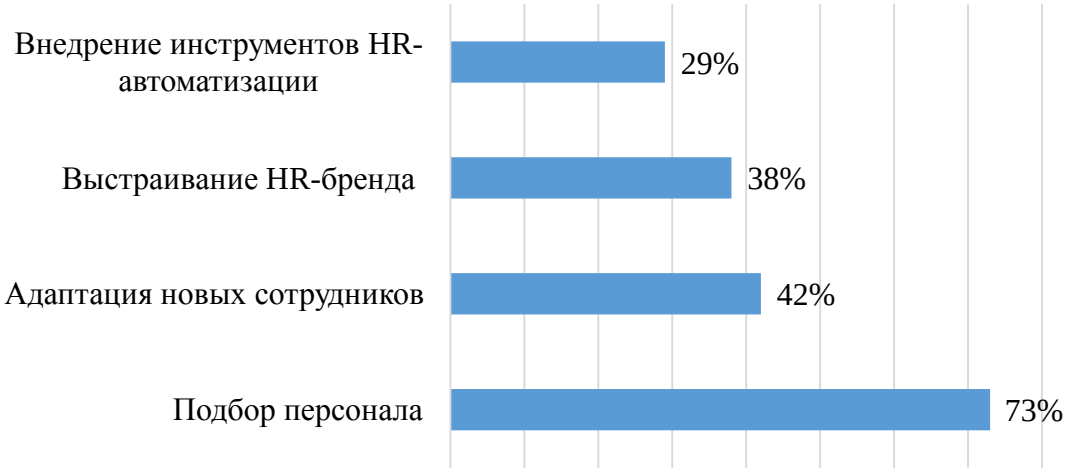


Рис. 1. Уровень сложности HR-задач в 2021 г.

Преодолевать выявленные сложности в HR-задачах молодым специалистам современных организаций позволяет активное использование digital-практик коммуникативной модели:

1. Молодые HR-специалисты отдают предпочтение мессенджерам в отличие от традиционных каналов связи, таких, как телефон и электронная почта, что значительно ускоряет коммуникационные процессы. В современных организациях чаще используются при выстраивании коммуникативных систем распространенные мессенджеры (WhatsApp и Telegram), а также программы Skype, Slack, которые специально разработаны с учетом бизнес-требований. Использование этих инструментов призвано ускорить обмен информацией и обеспечить быструю связь HR-менеджера с новым сотрудником, предоставляя возможность удаленного наставничества.

2. Чат-бот является автоматической коммуникативной системой для общения с сотрудниками. В современных организациях чат-боты как инструменты процесса коммуникации активно используются для установления контакта HR-специалиста с сотрудниками посредством сети Интернет. Чат-боты позволяют новому сотруднику получить различную информацию, касающуюся деятельности организации, социальных гарантий, корпоративной культуры [2, с. 37].

3. Welcome-письма относятся к входящим письмам на почту нового сотрудника. Welcome-письма направляются автоматически после того, как пользователь завершил регистрацию. Цель письма – не только приветствие нового сотрудника, пришедшего в команду, но и обеспечение его необходимой информацией о будущих коллегах и корпоративной культуре.

4. Welcome-тренинг является вводным курсом и проводится HR-менеджером в онлайн режиме. Целью welcome-тренинга для молодого

специалиста является знакомство с организацией и построение каналов коммуникации в коллективе.

5. Google docs представляет собой облачное хранилище документов организации. Если в организации отсутствует корпоративный портал, где систематизирована вся информация, то это можно сделать с помощью сервиса Google docs, благодаря которому можно разместить документы, памятки с заметками для новичков и вести переписку с любого компьютера, если условия труда подразумевают удаленное сотрудничество.

6. Мобильные приложения, разработанные с элементами геймификации активно используются в процессе формирования коммуникативной модели в организации. В ходе построения коммуникативной системы молодому сотруднику предоставляется необходимая информация и присваиваются коммуникативные ранги с элементами геймификации.

По мнению А.М. Руденко, улучшить коммуникативный процесс помогают договоренности о взаимодействии и помощи нового сотрудника и будущих коллег; тщательная подготовка рабочего места нового сотрудника и оснащение его необходимыми digital-инструментами; предоставление информационных материалов и ознакомление с локальными нормативными актами организации для дальнейшей работы нового сотрудника [3, с. 275].

Безусловно, все рассмотренные digital-практики коммуникативного процесса оказывают положительное влияние как на эффективность результатов труда персонала, так и на работу молодых HR-специалистов.

Таким образом, современные коммуникативные практики призваны упростить, облегчить деятельность молодых HR-менеджеров и повысить уровень мотивации к труду. В результате коммуникативного процесса в коллективе формируется чувство причастности к делам организации, правильное понимание своих задач и должностных обязанностей.

Список литературы

1. Заботиться о сотрудниках и моментально менять планы. Чему 2021-й год научил российских работодателей // Официальный сайт Talantech. URL: https://talenttech.ru/blog/hr-research/hr-2021-2022-research/ (дата обращения: 30.08.2022).
2. Смыслова Л.В. Чат-бот как современное средство интернет-коммуникаций // Молодой ученый. 2018. № 9 (195). С. 36–39.
3. Руденко А.М. Управление персоналом. Рн/Д: Феникс, 2018. 480 с.

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИЙ В РОССИЙСКИХ ИТ-КОМПАНИЯХ

FEATURES OF COMMUNICATIONS IN RUSSIAN IT COMPANIES

И.Б. Ромашова, И.А. Лангман
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
I.B. Romashova, I.A. Langman
Lobachevsky University

Рассматриваются особенности внутренних и внешних коммуникаций с сотрудниками в российских ИТ-компаниях.

The article discusses the features of internal and external communications with employees in Russian IT companies.

Ключевые слова: ИТ-компания, HR-бренд, культура коммуникаций, культура обратной связи

Keywords: IT company, HR brand, communication culture, feedback culture

В последние годы, в связи с быстро растущим запросом государственной политики России на цифровизацию экономики, произошел существенный рост внимания к сектору Информационных Технологий (ИТ). Большое количество упоминаний в СМИ сделали словосочетание «ИТ-компания» привычным для россиян. Все больше и больше студентов выбирают ИТ-направление для своего обучения при поступлении в ВУЗы [1-3].

В 2020 г. Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО) провела исследование, направленное на оценку ИТ-отрасли в России. Согласно его результатам, более 70% респондентов считают отрасль перспективной и быстро развивающейся. Само понятие ИТ-компании в российской экономике активно формируется и расширяется, с одной стороны, традиционные ИТ-игроки рынка уходят в потребительский сегмент (такси, интернет-магазины, доставка еды), с другой – все больше компаний из других отраслей внедряют ИТ-технологии в свой бизнес, начинают оперировать большими данными и дашбордами. Практически каждая компания с существенным объемом пользовательской информации становится ИТ-компанией, это может быть и банк, и транспортная или страховая компания [4].

В этой связи особенно актуальными становятся вопросы развития внешних и внутренних коммуникаций современной ИТ-компании, учет особенностей общения контрагентов с использованием социальных сетей и сайтов, чат-ботов и технологий искусственного интеллекта. В частности, огромную значимость

приобретает публичная коммуникация ИТ-компании со своими клиентами, оперативность и грамотность работы с репутацией и отзывами потребителей [5].

Второй по значимости сектор внимания – подбор квалифицированного ИТ-персонала, владеющего современными информационно-интеллектуальными технологиями и способного построить грамотные плодотворные форматы общения как внутри, так и вовне компании. Несмотря на спад в экономике 2022 г., большинство специалистов отмечают, что дефицит ИТ-кадров в России в настоящее время составляет около 1 млн. человек [6]. Главная задача коммуникаций в борьбе за сотрудника – правильное позиционирование ИТ-компании на рынке, достойный уровень вознаграждения, стабильная положительная репутация среди аудитории соискателей, отсутствие негативных отзывов на профильных ресурсах.

В этой борьбе за кандидатов важно каждое мнение. Даже если собеседование с кандидатом прошло неуспешно, и компания не готова сделать соискателю предложение в данный момент, ее цель – сохранить с ним хорошие отношения на будущее. Надо постараться расстаться с ним так, чтобы он не был разочарован, был готов рассмотреть вакансии компании в долгосрочной перспективе, а также смог порекомендовать ее своим знакомым, не оставлял негативных отзывов.

Чтобы понять, на какие параметры ИТ-специалисты обращают внимание при выборе компании для трудоустройства, нами был проведен пульс-опрос в ИТ подразделении крупной российской компании. В опросе приняли участие 108 человек, и их ответы распределились следующим образом: на первое место отвечающие поставили бренд работодателя (40 ответивших, или 37,0%), на второе место – стабильность и заработную плату (32 ответивших, или 29,6%), на третье место – интересные и нетривиальные задачи (20 ответивших, или 18,5%). Оставшиеся ответы распределились между следующими вариантами: благожелательный коллектив, возможность удаленной работы, соблюдение ТК РФ. Поскольку наибольшее значение отдается бренду работодателя, рассмотрим его подробнее.

Создание успешного бренда компании и, в частности, HR-бренда (бренда работодателя) – это стратегическое коммуникационное оружие в современной войне за выживание на конкурентном рынке и за ИТ-таланты, составляющие «ядро» современного корпоративного человеческого капитала [7]. Его можно охарактеризовать следующим образом:

- это образ компании как хорошего места для сотрудничества в глазах всех заинтересованных лиц (стейк-холдеров): сотрудников, кандидатов, клиентов, акционеров, партнеров);

- это интегратор ценностей и устремлений ИТ-компании, ее руководства и собственников, адекватное отражение миссии и корпоративной культуры;

- это набор экономических, профессиональных и психологических выгод, которые получает стейк-холдер, присоединяясь тем или иным образом к компании.

В ИТ-компаниях большое внимание уделяется собственному HR ИТ-бренду. Это часть общего HR-бренда компании, ориентированная исключительно на ИТ-сообщество. Его основная задача – это создание определенного впечатления о компании посредством специализированных внешних и внутренних коммуникаций. В частности, о компании публикуются различные статьи, цель которых – рассказать о собственных продуктах, разработках, дать представление о технологиях и ИТ-команде, перспективах и плюсах работы.

Для создания эффективной воронки подбора ИТ-специалистов создаются продуманные шаблоны писем для кандидатов, начиная с ответов на резюме и приглашений на собеседования. Для рекрутеров обговариваются способы общения с соискателями – вплоть до того, на каких ресурсах осуществляется поиск кандидатов для приглашения на собеседования (обычно это специализированные ресурсы, такие как сайт hh.ru или хабр.карьера, но могут быть и социальные сети или узконаправленные чаты, или форумы). Рекрутинговой службе рекомендуется и определенная вводная информация про компанию, про существующие вакансии и особенности ИТ-команды.

Нанять нужных сотрудников – это только малая часть решения сложной задачи по обеспечению компании необходимыми ИТ-кадрами. Дальше начинается борьба за уже нанятых талантливых сотрудников, их удержание в непростых условиях повышающихся зарплат на рынке в целом и практики переманивания лучших сотрудников компаниями-конкурентами. На помощь приходят внутренние коммуникации. Необходима большая работа по выстраиванию взаимоотношений самой компании с новыми сотрудниками, их успешной адаптации. Важна определенная культура коммуникаций и донесения обратной связи как в течение испытательного срока, так и по его итогам и далее, на протяжении всей работы. В ход идут различные адаптационные мероприятия, анкеты обратной связи. Для руководителей обязательно проводятся тренинги по различным методикам донесения обратной связи до сотрудников и проведению индивидуальных встреч [8].

Многие эксперты рынка HR отмечают, что в ИТ-компаниях очень много значит индивидуальный подход к каждому сотруднику. Это означает, что специалист по работе с персоналом занимается каждым вопросом или запросом от сотрудника (будь то вопрос, как начисляются отпускные, как получить ту или

иную справку, оформить больничный) до тех пор, пока ответ не будет понятен. На наш взгляд, это тоже работа с HR-брендом компании, с тем, как компания транслирует заботу о сотрудниках и дорожит их лояльностью.

Очень много различных ситуаций внутри компании связано с выстраиванием культуры работы с запросами сотрудников. Специалисты по работе с персоналом отмечают, что самое важное – это докопаться до сути, найти наиболее понятные слова и методы решения запросов ИТ-сотрудников, чтобы у них ни в коем случае не возникло ощущения, что им ответили стандартно и ничего не сделали для решения их проблемы. Здесь важен личный разговор, а не шаблонное письмо, хотя это и требует дополнительное время на разъяснение ситуации или на поиск наилучшего варианта решения [9].

Большое значение в отзывах об ИТ-компаниях уделяется и взаимодействию внутри инженерных команд. Компания, которая не может выстроить операционное взаимодействие внутри своих подразделений и между ними, будет рано или поздно обречена на провал. Необходимо не только заботиться о физическом комфорте сотрудников (уровень заработной платы или комфорт рабочего места), но и о том, как и с кем им приходится работать и взаимодействовать – их эмоциональном комфорте [10]. На формирование работоспособных и продуктивных ИТ-команд тратится много сил и ресурсов, в этом есть свои сложности, но этот этап важен, и он стоит затраченного на него времени.

Культура ИТ-компании, в которой каждый член команды будет не просто услышан, а еще и сможет что-то изменить в окружающих его каждодневных процессах, уникальна. Очень важно не просто получать обратную связь от сотрудников, но и стараться менять существующие в компании процессы к лучшему. Важно отметить, что делает работу с сотрудниками в ИТ-компаниях уникальной: с помощью постоянных тренингов и консультаций руководители работают с результативностью своих команд, отслеживают их прогресс, дают грамотную обратную связь, помогают в составлении индивидуальных планов развития и помогают каждому развиваться в выбранном направлении [11].

Работа с негативом при увольнении сотрудников тоже является немаловажной частью работы с HR ИТ-брендом компании. Выходная анкета и выходное интервью уже давно вошли в обиход российских компаний, им придается важное значение при рассмотрении как наиболее популярных причин увольнения сотрудников, так и источника информации для понимания ситуации в компании изнутри. При правильном подходе такая анкета не будет формальностью, а превратится в доверительную беседу с разбором ситуации о причинах ухода, возможностях дальнейшего поддержания связи и вариантах сотрудничества в долгосрочной перспективе [9].

Можно сделать вывод, что работа с внешними и внутренними коммуникациями в российской ИТ-компании содержит, как минимум, три направления: это, безусловно, индивидуальный подход ко всем ИТ-специалистам как потенциальным, так и действующим, постоянное развитие и совершенствование бизнес-процессов организации, внимание к деталям, к социально-психологическому климату. На основе этих принципов возможно создать действительно хороший HR-бренд ИТ-компании и работать с ним в дальнейшем, развивая и укрепляя с учетом внешних и внутренних потребностей.

Список литературы

1. Агранович М. Вузы отмечают рост интереса абитуриентов к IT-направлениям // Rg.ru. 16.08.2019. URL: https://rg.ru/2019/08/16/vuzy-otmechaiut-rost-interesa-abiturientov-k-it-napravleniiam.html (дата обращения: 02.10.2022).
2. Крупнейшие вузы назвали самые популярные специальности года // РБК. 01.09.2021. URL: https://www.rbc.ru/society/01/09/2021/612e01b99a79475449b80ca7 (дата обращения: 02.10.2022).
3. Косарева А. Самые востребованные профессии для поступления в 2021 году // Навигатор поступления. 29.08.2020. URL: https://propostuplenie.ru/article/samye-vostrebovannye-professii-dlja-postuplenija-v-2021-godu/ (дата обращения: 02.10.2022).
4. Факторы, влияющие на восприятие и имидж современных IT-компаний // РАСО. 15.11.2020. URL: https://raso.ru/research_raso/factors_ affecting_ perception_image_modern_it_companies (дата обращения: 02.10.2022).
5. Коммуникации в IT-отрасли – исследование РАСО // Exilibris. 01.11.2018. URL: https://exlibris.ru/news/kommunikatsii-v-it-otrasli-issledovanie-raso/ (дата обращения: 02.10.2022).
6. Кондарева О., Шепелева А. В России дефицит IT-специалистов достиг одного миллиона человек в год // Rg.ru. 14.07.2021. URL: https://rg.ru/2021/07/14/reg-pfo/v-rossii-deficit-it-specialistov-dostig-odnogo-milliona-chelovek-v-god.html (дата обращения: 02.10.2022).
7. Бруковская О., Осовицкая Н. HR-бренд: 5 шагов к успеху вашей компании. М. и др.: Питер, 2011. 160 с.
8. Sloan R. Weitzel, Center for Creative Leadership (CCL). Feedback That Works: How to Build and Deliver Your Message. Wiley, 2000. 38 p.
9. Батлер И. HR-маркетинг: Как сделать вашу компанию мечтой всех кандидатов. М.: Альпина Паблишер, 2021. 70 с.
10. Воронин М., Макова Н. Winning the Hearts: Достучаться до сердец сотрудников. М.: Интеллектуальная Литература, 2015. 192 с.
11. Армстронг М., Бэрон А. Пер. с англ. Управление результативностью. Система оценки результатов в действии. М.: Альпина Паблишер, 2011. 250 с.

ПРОБЛЕМЫ ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

BUSINESS COMMUNICATION ISSUES OF YOUNG PEOPLE IN A MODERN ORGANISATION

И.Б. Ромашова, Е.А. Спирина
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
I.B. Romashova, E.A. Spirina
Lobachevsky University

Рассматриваются вопросы организации эффективного делового общения в молодежной среде предприятия, проводится анализ стиля управления и коммуникационных каналов конкретного предприятия и делаются выводы.

The article deals with the organization of effective business communication in the youth environment of the enterprise, the analysis of the management style and communication channels of a particular enterprise and draws conclusions.

Ключевые слова: молодежь, коммуникации, деловое общение, управление
Keywords: youth, communication, business communication, management

В настоящее время Россия находится на важном этапе экономических и социальных преобразований, и основным участником этого процесса должна стать российская молодежь. Молодежь – это отдельная группа населения со своими специфическими потребностями, возможностями и интересами, обусловленными формированием личности. От молодого поколения граждан зависит реализация таких важнейших функций, как воспроизводство населения, обеспечение трудовых ресурсов, защита государства.

Молодежь – это будущее государства, а молодежная культура – порождение индустриального общества, она отличается от общей системы культуры ценностными ориентирами, модой, способами коммуникации [1]. Сегодня доля молодежи (граждан в возрасте от 14 до 30 лет) составляет примерно 37% всего трудоспособного населения страны, и от того, как коммуницируют молодежные группы между собой и с другими возрастными категориями граждан, зависит, в конечном счете, и эффективность происходящих коренных преобразований общества. Следовательно, молодежную политику в сфере коммуникаций необходимо тщательно продумывать, корректировать и развивать, одним словом – управлять процессом общения и становления молодых кадров.

Важное значение имеет создание адекватной информационной базы и коммуникативных условий для работы с молодежью на предприятиях, развитие инструментов наставничества и коучинга. Как известно, результат деятельности любой организации непосредственно зависит от людей, от их квалификации, умения и желания работать, навыков в сфере делового и личностного общения. В век Интернета и новых информационных технологий необходимо поставить работу с молодежью на адекватный, высокоинтеллектуальный и научно обоснованный уровень, сформировать внятную молодежную политику, направленную на решение накопленных молодежных проблем.

Для работающей молодежи самыми актуальными проблемами являются вопросы трудоустройства и адаптации в новом коллективе, получения адекватного вознаграждения за труд и необходимых полномочий и доверия, возможность профессионального роста и непрерывного повышения уровня образования и компетенций, а также проблемы создания и поддержания молодой семьи, обеспечения социальной защищенности. На рынке молодежного труда существует дисбаланс: с одной стороны, кадровый «голод», огромное количество вакансий, для заполнения которых требуются высококвалифицированные специалисты, с другой – много молодежи, ищущей работу по специальности, но не имеющей опыта. Многие из этих вопросов можно решить через эффективное деловое общение, поддержку молодежных инициатив, создание и развитие на предприятиях молодежных организаций, советов по работе с молодежью.

Специальные исследования позволяют выделить следующие основные направления молодежной политики на предприятии [2; 3]:

- развитие и поддержка инициатив в повышении эффективности производства и качества продукции, привлечение молодежи к рационализаторской деятельности;
- совершенствование мотивационных механизмов трудовой деятельности молодых руководителей и специалистов;
- обеспечение профессионального воспитания, адаптации и карьерного роста молодежи;
- закрепление/удержание молодых специалистов на предприятии, развитие с их помощью трудовых традиций;
- обучение, повышение квалификации и переквалификация с учетом задач конкретного этапа развития предприятия, приобретение новых компетенций, связанных с автоматизацией и цифровизацией;
- выдвижение молодых, инициативных и высококвалифицированных работников в резерв на замещение вакантных руководящих должностей,

становление высокопрофессионального специалиста и руководителя, обладающего адаптированными к условиям предприятия знаниями и навыками;

- содействие в решении жилищных вопросов работающей молодежи;
- поддержка малоимущих молодых семей;
- организация досуга, оздоровительного отдыха, физической культуры и спорта;
- организация взаимодействия молодежного персонала с руководством предприятия и профсоюзом на основе принципов социального партнерства;
- информационное оповещение всех групп трудящейся молодежи о проводимых мероприятиях и целях молодежной политики на предприятии;
- создание кружков качества, проектных команд, групп по интересам и других сообществ молодых людей для осуществления эффективного делового и социального общения по интересам.

Решение части проблем могут взять на себя сами молодые работники предприятий, объединив свои усилия. Основой работы с молодежью является развитие индивидуальных форм работы с каждым молодым работником по формированию его моральных, интеллектуальных и профессиональных качеств. Индивидуальная работа с молодыми людьми должна осуществляться через руководителей всех уровней, опытных наставников и полномочных представителей самой молодежи.

Следует отметить, что молодые люди, хорошо ориентирующиеся в современном Интернете и новых информационных технологиях, приходя на какое-либо предприятие, зачастую обнаруживают там устаревшие формы и методы работы с информацией, бумажный, а не электронный документооборот, забюрократизированные форматы коммуникаций. Рабочие места, которые занимают представители молодых слоев населения, то есть те, кто находятся в начале и на первых ступенях своей карьерной лестницы, оплачиваются гораздо ниже среднего уровня. Иногда речь может идти даже о фактах дискриминации в оплате и стимулировании труда молодежи. Поэтому социально-профессиональное самочувствие работающей молодежи, оценка престижности своего труда, как показали наши исследования, находятся на невысоком уровне.

В то же время молодые специалисты традиционно характеризуются высокой мотивацией к достижению определенных карьерных высот. Они стремятся получить быстрый и значительный результат, зачастую напрямую обращаются к руководителю со своими инициативами, идеями или проблемами. Однако сложившаяся организационная культура и принятый стиль управления, чаще всего – авторитарный, не способствуют тому, чтобы молодых людей услышали, поняли и внесли позитивные изменения.

На исследуемом нами предприятии больше половины опрошенных работников (67%) заявили, что обращаются к начальству очень редко, так как не хотят беспокоить его по пустякам. Для 59% молодых респондентов обращение к руководству является проблемой, хотя у них накопилось много нереализованных предложений и потенциальных активностей по поводу деловой жизни предприятия или его подразделения.

Перевод большинства сотрудников на удаленный/дистанционный режим работы, вследствие пандемии коронавируса и развития цифровизации на данном предприятии, привел к ограниченности социальных контактов и кризису делового общения [4]. В результате за 2021 г. текучесть кадров среди молодежи увеличилась в 1,6 раза.

На исследуемом предприятии отсутствует целенаправленное оповещение молодежи о стратегии развития и вновь принятых целевых установках, о существующих проблемах и планах по их преодолению, о мероприятиях в сфере оплаты и стимулирования труда, развитию инновационных проектов. Более 75% опрошенных молодых работников получают информацию от коллег, то есть на предприятии главным источником информации является «сарафанное радио». Из этих же источников молодежь предприятия узнает о своих правах, возможностях, нововведениях, изменениях, то есть просветительская работа с молодежью ведется бессистемно и неформализованно, с большими искажениями и неполнотой.

На информационных стендах предприятия отделом кадров размещаются только графики работы и отпусков. В доступных электронных носителях содержатся практически только локальные нормативные акты организации, приказы и распоряжения начальства. Все это не способствует созданию благоприятной социально-психологической внутренней среды предприятия, тормозит его развитие с помощью такого потенциального локомотива, которым является современная молодежь, обладающая энергией, задором и хорошим здоровьем.

При этом проведенный нами опрос показал, что 87% респондентов положительно относятся к созданию молодежной организации на своем предприятии, остальные опрошенные отнеслись либо отрицательно к такой идее (4%), либо равнодушно (9%). Кроме того, 54% молодых работников готовы активно принимать участие в создании и деятельности молодежной организации на предприятии, новых, неформальных каналов активного общения; 7% респондентов желают занять место лидера в молодежных коммуникациях; лишь 3% не готовы принять участие в деятельности молодежной организации, а 36% опрошенных пока затрудняются осветить свою роль.

Можно сделать следующие выводы.

Во-первых, полученные данные говорят о том, что на предприятии не уделяется должного внимания проблемам и потребностям молодых работников, что отражается на адаптации, мотивации, карьерном росте молодежи. На анализируемом предприятии отсутствует необходимая материальная поддержка молодых сотрудников, не проводится адекватная социальная работа, которая должна являться частью молодежной политики. По этой причине молодежь предприятия, получив самостоятельно дополнительное образование либо определенный опыт работы, уходит на предприятия с более выгодными условиями труда. Если руководству не предпринимать никаких действий по привлечению, развитию и удержанию молодых кадров, то у предприятия есть риск остаться без высококвалифицированных, профессиональных кадров [5]. А это, в свою очередь, отразится на жизни предприятия в целом, его финансовой устойчивости.

Во-вторых, информационное обеспечение работы с молодежью поставлено на очень низком уровне. Молодежь боится общаться с руководством, получает сведения по «сарафанному радио», не имеет информации о миссии предприятия, изменениях и программах, правах и возможностях молодых людей, деятельности ключевых подразделений.

В-третьих, большая часть молодежи, работающая в исследуемом предприятии, готова активно участвовать в создании и деятельности молодежной организации, создавать новые каналы и форматы активного делового общения, проявлять инициативу и заинтересованность. Необходимо только поддержать их инициативы, оказать минимальную организационную помощь.

Отметим, что такое положение с деловыми коммуникациями в организациях является достаточно типичным для российской действительности, поэтому данная сфера отношений заслуживает повышенного внимания.

Список литературы

1. Вавилина Н.Д., Виноградов С.Б., Вольский А.Н., Добровольский А.В. Социальный мир молодежи. Новосибирск: Изд-во Сиб. Отдел. Рос. Академ. наук, 2009. 208 с.
2. Ильинский И.М. Молодежь и молодежная политика. М.: Голос, 2010. 579 с.
3. Кибанов А.Я. Управления персоналом организации: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2010. 512 с.

4. Ромашова И.Б., Удалова И.Б., Сергеева Ю.С. Модели эффективного экономического поведения людей в современных условиях // Экономика и предпринимательство. 2021. № 8 (133). С. 81–84.
5. Ромашова И.Б., Удалова И.Б., Сергеева Ю.С. Модели эффективного экономического поведения людей в современных условиях // Экономика и предпринимательство. 2021. № 7 (132). С. 284–288.

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МОЛОДЕЖИ С СИСТЕМОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ И СОЦИАЛЬНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

DIGITAL TRANSFORMATION OF COMMUNICATION PRACTICES YOUTH ENGAGEMENT WITH THE SOCIAL WELFARE AND SOCIAL SERVICES SYSTEM

А.В. Старшинова
Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург
С.Е. Гасумова
Пермский государственный национальный исследовательский университет, г. Пермь
A.V. Starshinova
Ural Federal University, Ekaterinburg
S.E. Gasumova
Perm State University, Perm

Представлен анализ основных тенденций трансформации коммуникативных практик взаимодействия молодежи с системой социальной защиты и социального обслуживания в условиях цифровизации, проиллюстрированных данными исследований Росстата, компании «Делойт», Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации, а также авторскими эмпирическими исследованиями в Пермском крае. Предложен ряд рекомендаций по совершенствованию таких коммуникативных практик.

The paper presents an analysis of the main trends in the transformation of communication practices in the field of interaction between young people and the system of social welfare and social services in the context of digitalization. They are illustrated by research data from Rosstat, “Deloitte”, the Ministry of Labor and Social Welfare of the Russian Federation and etc., as well as author's empirical studies in the Perm region. We also propose a number of recommendations for improving such communication practices.

Ключевые слова: цифровая трансформация, цифровизация, социальная защита, социальные услуги, социальное обслуживание, информационные технологии

Keywords: digital transformation, digitalization, social welfare, social services, information technology

Судя по статистике медиапотребления в России, безусловно, молодежь сегодня является самым активным участником цифровых коммуникаций в обществе [1] и даже социализируется именно в медиасреде [2, с. 5]. А соответственно, молодые люди, столкнувшись с различными трудными жизненными ситуациями (после рождения ребенка либо оказавшись безработными, либо испытывая трудности с жильем, потребность в психологической помощи, реабилитационных услугах), зачастую пытаются вступить в электронное взаимодействие с системой социальной защиты и социального обслуживания для получения информации о возможных, полагающихся им мерах социальной поддержки и социальных услугах. Их ожидания от эффективности таких коммуникаций высоки, и системе уже приходится и, вероятно, в будущем придется в еще большей мере стараться им соответствовать, чтобы не выглядеть малоэффективной и архаичной в глазах молодежи.

Вообще, сфера информационного взаимодействия с институтом социальной защиты является актуальной для большинства россиян, ведь несмотря на то, что в 2021 г., по данным Росстата, всего 11% населения имели доходы ниже прожиточного минимума [3], общее число мер социальной поддержки превышало 20 тыс. и охватывало более 75 млн. граждан, или 51,3% населения [4]. Кроме того, россиянам ежегодно предоставляется приблизительно свыше 6,8 млрд. социальных услуг бесплатно и более 85 млн. – на платной основе [5]. О востребованности информации по таким вопросам свидетельствует и анализ медиапотребления россиян. Так, 95% пользователей сети Интернет в 2020 г. чаще всего искали информацию «по бытовым нуждам – о госуслугах и т.п.» [6, с. 25], а по аналитике компании «Google», среди самых популярных поисковых запросов в категории «Как» были вопросы: как встать на биржу труда, как получить пособие по безработице и выплату на ребенка, как записаться в МФЦ [7]. Безусловно, подобную информацию, а по возможности и сами услуги сегодня для большинства социальных групп (и в первую очередь – молодежи) удобнее всего искать и получать в цифровой форме в сети Интернет. Именно на это и нацелен процесс цифровизации в данной сфере.

Государство как основной актор организации цифровых коммуникаций в этой сфере делает сегодня немало. Одной из национальных целей развития

Российской Федерации на период до 2030 г. провозглашена так называемая «цифровая трансформация», включающая достижение «цифровой зрелости» ключевых отраслей не только экономики, но и социальной сферы. Она предусматривает увеличение до 95% доли массовых социально значимых услуг, доступных в электронном виде, рост до 97% доли имеющих широкополосный доступ к сети Интернет домохозяйств [8]. К 2024 г. 100% социально значимых объектов инфраструктуры, среди которых и органы социальной защиты, тоже должны получить возможность подключения к широкополосному доступу к сети Интернет [9]. С 1 апреля 2020 г. реализуется проект «Доступный Интернет» по предоставлению гражданам безвозмездного доступа к использованию социально значимых сайтов. По данным Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, за 2020 г. им воспользовались около 1,8 млн. пользователей [10]. Утвержденная в 2021 г. «Концепция цифровой и функциональной трансформации социальной сферы, относящейся к сфере деятельности Министерства труда и социальной защиты РФ, на период до 2025 г.» [11] гарантирует гражданам получение мер социальной поддержки удаленно и омниканально.

Однако, в налаживании цифровых коммуникаций системы социальной защиты и социального обслуживания с актуальными и потенциальными получателями мер социальной поддержки и социальных услуг возникает и ряд проблем: недостаточная информационная открытость системы социальной защиты и социального обслуживания, низкий уровень информированности россиян о мерах социальной поддержки и социальных услугах (и как результат – риск их неполучения), невысокий уровень доверия к подобной информации на официальных сайтах, недостаточная готовность отдельных социальных групп к процессу цифровизации, их невовлеченность в этот процесс. Согласно исследованиям компании «Делойт», цифровой эксклюзии подвержены неработающие, одиноко проживающие в небольших населенных пунктах и малых городах, не имеющие высшего образования и обладающие низкими доходами россияне [6, с. 12-15]. Это ведет к их неспособности успешно адаптироваться в цифровом информационном пространстве, самостоятельно удовлетворять информационные потребности и получать социальные услуги в цифровой форме, недовольству происходящими изменениями.

Но даже не имея проблем с доступом к сети Интернет и цифровой грамотностью, в многообразии описанных на различных ресурсах мер социальной поддержки и социальных услуг обывателю бывает сложно разобраться. В 2019 г. около 35% семей в России были не в курсе о положенных им льготах [12]. Россияне зачастую попросту не знают, где именно в Интернете

взять точную и понятную информацию о льготах и социальных услугах, куда написать, чтобы получить консультацию. Даже найдя официальный сайт с такой информацией, ей доверяют только 39% россиян [6, с. 22].

Например, в Пермском крае, как показал проведенный нами в 2021 г. опрос 490 обратившихся в органы социальной защиты и социальные службы граждан, 56% из них испытывают трудности с нахождением информации о льготах и социальных услугах, 68% не знают о положенных им мерах социальной поддержки. Чаще всего опрошенные пытаются узнать подобную информацию в Интернете, некоторые вступают в переписку по электронной почте или в социальных сетях с системой социальной защиты и социального обслуживания (20% респондентов имеют положительный опыт такой переписки и 9% – негативный, связанный с ответами не по существу, непонятными ответами либо неполучением ответа вообще). 35% респондентов пользуются сайтом регионального Министерства социального развития и 23% – его пабликом в социальной сети «ВКонтакте», при этом 13,9% опрошенных не довольны обилием на этих ресурсах «ненужной и слишком сложной информации» и хотели бы, чтобы «все было написано простым языком».

Ожидания респондентов относительно усовершенствования цифровых коммуникаций с органами социальной защиты и социальными службами связаны с созданием различных бесплатных интерактивных сервисов: по подбору льгот – нужен 92% опрошенных жителей Пермского края, по подбору социальных услуг – 90%, по записи на прием в органы социальной защиты – 85%, в социальные службы – 81%, по подаче жалоб на выплату пособий, предоставление социальных услуг – 75%, по консультированию в режиме видеосвязи – 72%, по быстрой оценке качества работы конкретного специалиста соцзащиты или поставщика социальных услуг по 5-балльной шкале – 67%. Характерно, что 56% респондентов хотели бы пройти обучение по пользованию полезными тематическими сайтами и мобильными приложениями, если на базе социальных служб будут организованы бесплатные обучающие занятия для всех желающих, а 17% отправят на него своих родственников или знакомых. Примерно половина респондентов (56%) будут обращаться в органы социальной защиты и социальные службы чаще, когда будет возможность сделать это дистанционно. Пока же в деятельности системы 85% не наблюдают никаких, связанных с цифровой трансформацией, изменений и 9% уже столкнулись с предоставлением услуг в дистанционном формате.

Новой тенденцией в формировании цифровых коммуникаций по вопросам социальной защиты является создание молодыми людьми собственными силами и по своей инициативе в социальных сетях сообществ, нацеленных на

самоинформирование и самопомощь. Например, в Пермском крае в самой популярной в 2022 г. социальной сети «ВКонтакте» [13] молодые мамы уже объединились во множество подобных групп («Детские пособия в Перми и крае», «Пособия и выплаты Пермский край», «Все детские пособия Перми и края», «Детские пособия в Перми», «Детские пособия в Перми и Пермском крае»). Примерно половине участников в первом, самом многочисленном из них (70 тыс. подписчиков) – от 18 до 30 лет [14]. Десятки тысяч жителей региона обмениваются таким образом полезной информацией о льготах и социальных услугах на горизонтальном уровне, без участия органов власти, доверяя этому каналу коммуникаций больше, чем официальным источникам.

Наконец, характерно, что определенный «кредит доверия» получают технологии искусственного интеллекта: 36% россиян ждут, когда уже они будут внедрены в систему получения госуслуг [15]. Отдельные примеры уже появились. В Югре Центр управления регионом и Департамент социального развития округа запустили в 2022 г. в мессенджере Telegram чат-бот, с помощью которого жители региона могут узнать подробности о получении государственной социальной помощи и порядке обращения за консультациями специалистов [16]. В двух пермских отделениях МФЦ, где среди обращений граждан лидируют вопросы социальной защиты (предоставляются 83 такие услуги, за первый квартал 2022 г. они были оказаны 107 тыс. жителей региона) [17], прием посетителей ведут, наряду с сотрудниками, роботы-андроиды, получая, по данным председателя совета директоров «Promobot» А.А. Южакова, наиболее положительные оценки посетителей [18].

Если цифровые новшества будут внедряться в коммуникативные практики взаимодействия системы социальной защиты и социального обслуживания с целевыми группами с учетом их ожиданий, она сможет быть выведена на новый уровень эффективности и доступности. Однако, для этого придется полностью перестроить деятельность специалистов, разработать совершенно новые алгоритмы работы с гражданами, внедрить цифровые технологии. Это потребует и наличия совершенно новых компетенций и умений сотрудников ведомства, уровень требований к компетенциям которых повысится.

Список литературы

1. Медиапотребление россиян: мониторинг // ВЦИОМ. Аналитический обзор. 03 марта 2021. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotreblenie-rossijan-monitoring (дата обращения: 29.09.2022).

2. Медиапотребление «цифровой молодежи» в России: Монография / Под ред. Д.В. Дунаса. М.: Факультет журналистики МГУ: Издательство Московского университета, 2021. 406 с.

3. Численность населения с денежными доходами ниже границы бедности и дефицит денежного дохода // Уровень бедности// Неравенство и бедность // Федеральная служба государственной статистики. 27 апреля 2022. URL: https://rosstat.gov.ru/folder/13397 (дата обращения: 29.09.2022).

4. Распоряжение Правительства РФ «Об утверждении Концепции цифровой и функциональной трансформации социальной сферы, относящейся к сфере деятельности Министерства труда и социальной защиты РФ, на период до 2025 г.» от 20.02.2021 № 431-р // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202103010045 (дата обращения: 29.09.2022).

5. Информация Минтруда России от 13 июля 2018 г. // Минтруд России. URL: https://mintrud.gov.ru/docs/mintrud/protection/1310 (дата обращения: 29.09.2022).

6. Медиапотребление в России – 2020 / Исследовательский центр компании «Делойт» в СНГ. М., 2020. 45 с.

7. Стали известны самые популярные запросы россиян в Google // РИА новости. 09 декабря 2020. URL: https://ria.ru/20201209/zaprosy-1588483795.html (дата обращения: 29.09.2022).

8. Указ Президента РФ «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» от 21.07.2020 № 474 // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202007210012 (дата обращения: 29.09.2022).

9. Паспорт национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 24.12.2018 № 16) // Система ГАРАНТ. URL: https://base.garant.ru/72296050/ (дата обращения: 29.09.2022).

10. На полгода продлен эксперимент по «Доступному интернету» // Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. 30 декабря 2020. URL: https://digital.gov.ru/ru/events/40282/ (дата обращения: 29.09.2022).

11. Распоряжение Правительства РФ «Об утверждении Концепции цифровой и функциональной трансформации социальной сферы, относящейся к сфере деятельности Министерства труда и социальной защиты РФ, на период до 2025 г.» от 20.02.2021 № 431-р // Система ГАРАНТ. URL: https://base.garant.ru/400388029/ (дата обращения: 29.09.2022).

12. Матвиенко: более трети семей с детьми в России не знают о льготах // РИА Новости. 27 ноября 2019. URL: https://ria.ru/20191127/1561688691.html (дата обращения: 29.09.2022).

13. Самые популярные соцсети в России: лидеры меняются // БКС Экспресс. 08 февраля 2022. URL: https://bcs-express.ru/novosti-i-analitika/samye-populiarnye-sotsseti-v-rossii-lidery- meniaiutsia (дата обращения: 29.09.2022).

14. Гасумова С.Е. Формирование в социальных сетях неофициальных групп самопомощи по социальной защите и социальному обслуживанию: феномен популярности на примере Пермского края // Актуальные проблемы современного социального знания: Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Красноярск, 2020. С. 8–11.

15. Искусственный интеллект: благо или угроза? // ВЦИОМ. Аналитический обзор. 07 июля 2021. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/iskusstvennyi-intellekt-blago-ili-ugroza (дата обращения: 29.09.2022).

16. Абилькенова В. В Югре чат-бот помогает получить государственную социальную помощь // Агентство социальной информации. 10 февраля 2022. URL: https://www.asi.org.ru/news/2022/02/10/v-yugre-chat-bot-pomogaet-poluchit-gosudarstvennuyu-soczialnuyu-pomoshh/ (дата обращения: 29.09.2022).

17. «Вести Пермь ONLINE» – выпуск 16.05.2022 // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=BhbKOxcN16w&t=188s (дата обращения: 29.09.2022).

18. Впервые в России: робот-двойник человека помогает пермякам получать госуслуги в МФЦ // Мои документы: государственные и муниципальные услуги. 10 июля 2020. URL: https://mfc.permkrai.ru/novosti-tsentra/index.php?ELEMENT_ID=1815 (дата обращения: 29.09.2022).

ВЫСТУПЛЕНИЯ

КОММУНИКАТИВНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В ВУЗЕ: ОЦЕНКИ СТУДЕНТОВ И ВЫПУСКНИКОВ

THE COMMUNICATIVE DIMENSION OF THE EDUCATIONAL PROCESS IN HIGHER EDUCATION: ASSESSMENTS OF STUDENTS AND GRADUATES

Т.П. Белова, И.И. Яковлева
Ивановский государственный университет, г. Иваново
T.P. Belova, I.I. Yakovleva
Ivanovo State University, Ivanovo

Подчеркивается значение коммуникативной составляющей образовательного процесса в вузе. Приводятся данные онлайн-анкетирования студентов и выпускников Ивановского государственного университета. На

основе их анализа прослеживается влияние периода обучения в ИвГУ на формирование коммуникативных компетенций, отвечающих запросам цифрового общества.

The article emphasizes the importance of the communicative component of the educational process at the university. The presented data are the results of the online survey conducted on students and graduates of Ivanovo State University. The influence of the study period at IvSU on the formation of communicative competencies that meet the needs of the digital society is traced based on the analysis mentioned earlier

Ключевые слова: коммуникация, образовательный процесс, высшее образование, коммуникативные компетенции, цифровое общество, цифровые компетенции

Keywords: communication, education process, higher education, communicative competence, digital society, digital competence

Коммуникация – сложный процесс, который имеет множество научных интерпретаций. Коммуникация – это и «практическое искусство ведения беседы», и «межсубъектное взаимодействие, опосредованное знаками», и «проживание иного опыта», и «процесс обработки информации», и «экспрессия, взаимодействие и влияние», и «(вос)производство социального порядка», и «дискурсивная рефлексия» [1, с. 87].

Исходя из такого многоаспектного понимания коммуникации, образовательный процесс в вузе не следует сводить исключительно к обучению, профессиональной социализации. Не менее важной его составляющей является формирование установок на непрерывное личностное развитие, социокультурную и гражданскую социализацию.

Современное высшее образование должно учитывать реалии цифрового общества. В его условиях актуализируется спрос на «гибкие», надпрофессиональные компетенции (soft skills) [2, с. 89], многие из которых можно отнести к коммуникативным компетенциям.

Насколько успешно вуз решает задачи формирования данных компетенций, входило в задачи исследования, проведенного в мае 2021 г. методом онлайн-анкетирования по квотной выборке. Были опрошены 201 чел., из них студентов, обучающихся на 3 и 4 курсах бакалавриата ИвГУ, – 131 чел. и выпускников ИвГУ – 70 чел. Распределение по полу было следующим: среди студентов мужчины составили 43,3%, женщины – 57,7%, среди выпускников соответственно 39,1% и 60,9%.

В одном из вопросов анкеты предлагалось оценить качество формирования коммуникативных компетенций. Наиболее высоко студенты и

выпускники оценили по пятибалльной шкале формирование толерантного отношения к этническим, культурным, религиозным различиям (по 4,9). Это связано с тем, что в ИвГУ учатся студенты с разнообразными социокультурными характеристиками: представители разных рас, этнических и конфессиональных групп, поэтому межкультурная коммуникация является привычной повседневной практикой.

Высокими оценками студенты и выпускники отметили культуру речевого поведения (соответственной 4,8 и 4,9), умение работать в команде (4,7 и 4,5). Наиболее заметные расхождения в оценках выявлены в отношении гибкости мышления (4,8 у студентов и 4,1 у выпускников). Развитие креативности студенты оценили на 4,5, выпускники – на 4.2. Формирование лидерских качеств выпускники оценили выше, чем студенты (4,5 и 4,1). Развитие критического мышления получило у студентов оценку 4,1, у выпускников – 4. Наиболее низкая общая оценка была дана овладению иностранным языком (4 у студентов и 3,8 у выпускников), но определенная позитивная тенденция прослеживается.

Несколько выше (по общему баллу на уровне оценок критического мышления) студенты и выпускники оценили качество формирования компьютерной грамотности (4 и 4,1) – базового навыка работы в цифровой среде, составляющего основу цифровых компетенций [3, с. 1062]. При этом отмечается более высокая степень удовлетворенности предоставляемыми в цифровом формате учебно-методическими материалами (4,6 у студентов и 4,5 у выпускников) и методами преподавания, обеспечивающими формирование цифровых компетенций, (соответственно 4,5 и 4,3). Еще более высоко оценивается цифровая компетентность преподавателей (4,5 у студентов и 4,8 у преподавателей). А вот оснащенность техникой оценивается заметно ниже: 3,8 – оценка студентов, 3,9 – выпускников. Из этого следует, что на оценки формирования компьютерной грамотности прежде всего повлияло состояние дел с технической обеспеченностью обучения.

Новый коммуникативный опыт обучающиеся в вузе получают не только в процессе освоения разнообразных дисциплин, но и в период прохождения практик. Как студенты, так и выпускники, в первую очередь, отмечают, что практики позволяют изучить реальную ситуацию (соответственно 42% и 44,2%). Следующий вариант по числу выборов – «практики помогли в формировании навыков работы в коллективе и профессионального общения». Среди студентов его отметили 19,9%, среди выпускников – 15,7%.

Студенты и выпускники выражают большую потребность в прохождении практики у потенциальных работодателей (4,7 – оценка студентов, 4,9 –

выпускников), во встречах с работодателями на базе университета (соответственно 4,5 и 4,4).

Формированию навыков профессиональной коммуникации способствуют мероприятия, проводимые университетским центром «Карьера». Почти каждый четвертый студент и выпускник отметили, что посещал «Неделю карьеры» (тренинги от работодателей) и «Ярмарку вакансий» (встречи с работодателями).

Развитию коммуникативных компетенций содействует участие в научной, общественной, культурной, спортивной жизни университета. О том, что включены в эти виды деятельности, ответили 91,4% студентов и 87% выпускников. По степени популярности участие в мероприятиях выглядит следующим образом: большинство студентов и выпускников отметили участие в научных мероприятиях (конференции, форумы, проекты, научные фестивали, олимпиады); далее идут мероприятия, связанные с общественной деятельностью, (благотворительные марафоны, акции); затем – творческие мероприятия («Студенческая весна, творческие конкурсы) и спортивные мероприятия (спартакиады, соревнования).

И студенты, и выпускники в качестве преимуществ участия в университетских мероприятиях выделяют: улучшение коммуникативных навыков; установление новых связей, контактов; помощь в создании собственного имиджа. Они подчеркивают именно коммуникативную значимость своего участия.

Важным фактором в коммуникативном развитии обучающихся является социокультурная среда вуза, его культурные центры. Данные онлайн-опроса показали, что наибольшей популярностью у студентов и выпускников пользуются художественные выставки в читальном зале библиотеки ИвГУ. Среди студентов об их посещении сообщили 42,7, среди выпускников – 40%. Несколько меньше студентов и выпускников указали на посещение литературно-краеведческий музея «Писатели Ивановского края» (38,2% и 37,1%) и археологического музея (29% и 31,4%). Не были ни в одном из культурных центров ИвГУ около трети студентов и выпускников. Те, кто посещает выставки в читальном зале или университетские музеи, прежде всего отмечают, что это способствует их культурному просвещению (79,7%).

Анализ результатов онлайн-анкетирования студентов и выпускников ИвГУ позволяет заключить, что коммуникативная составляющая имеет приоритетное значение во всех элементах образовательного процесса в вузе.

Список литературы

1. Крейг Р.Т. Теория коммуникации как область знания // Компаративистика – III: Альманах сравнительных социогуманитарных исследований / Под ред. Л.А. Вербицкой, В.В. Васильковой, В.В. Козловского, Н.Г. Скворцова. СПб.: Социологическое общество им. М.М. Ковалевского, 2003. С. 72–126.
2. Василенко Л.А., Мещерякова Н.Н. Социология цифрового общества. Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2021. 226 с.
3. Константинова Д.С., Кудаева М.М. Цифровые компетенции как основа трансформации профессионального образования // Экономика труда. 2020. Т. 7. № 11. С. 1055–1072.

ФОРМИРОВАНИЕ БАЗОВЫХ ЦЕННОСТЕЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ПРОЦЕСС КОММУНИКАЦИИ

THE FORMATION OF BASIC VALUES OF RUSSIAN YOUTH AND THEIR IMPACT ON THE COMMUNICATION PROCESS

А.М. Грошев
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
A.M. Groshev
Lobachevsky University

Рассмотрена коммуникация в современном обществе как социокультурный феномен, как фактор, оказывающий влияние на процессы агрегации и артикуляции ценностей, а в конечном счете, и на выработку моделей поведения и образцов действия. Определив коммуникацию как социокультурный феномен, раскрывается воздействие информации на поведенческие аспекты процесса социализации молодого поколения.

The paper deals with communication in modern society as a socio-cultural phenomenon, as a factor influencing the processes of values aggregation and articulation, and, eventually, the development of behavior patterns and patterns of action. By defining communication as a socio-cultural phenomenon, the impact of information and other aspects on the behavioural aspects of the socialization process of the young generation is revealed.

Ключевые слова: коммуникация, процесс коммуникации, коммуникационные процессы, система ценностей, ценность, социальные институты, социум, молодежь, социализация, воспитание, семья

Keywords: communication, communication process, communication processes, system of values, value, social institutions, society, youth, socialization, upbringing, family

Коммуникация в современном обществе играет одну из важнейших ролей. Во многом развитие современного общества происходит за счет ускорения и интенсификации коммуникационных процессов в нем.

Коммуникация является тем инструментом, который может подталкивать людей к определенным действиям или формировать у них вполне конкретную картину мира. Другими словами, коммуникация влияет на социум.

Основой коммуникации являются коммуникационные процессы. Опасностью все большего развития коммуникационных процессов является увеличивающееся влияние средств массовой коммуникации на общество.

Минимизировать негативные факторы глобального влияния коммуникационных процессов на общество можно, только изучая влияние информации на индивида.

В случае с молодежью такая деятельность должна носить первостепенный характер, потому что средства массовой коммуникации являются мощным средством социализации. Используя их, как минимум, можно уменьшить негативное влияние коммуникации на формирование жизненных приоритетов молодых людей и, как максимум, попробовать сформировать конструктивную, с точки зрения общества, картину мира.

Система ценностей является фундаментом отношения человека к внешнему миру.

Образование и воспитание лежат в основе развития.

Воспитание в значительной степени обеспечивает преемственность в развитии общества, передачу от поколения к поколению исходных ментальных и нравственных конструкций, без которых общество было бы неуправляемым сообществом. Именно в процессе воспитания осуществляется духовное воспроизводство человека.

Воспитание человека, индивида с детского возраста, наполнение его содержанием – это самое основное, что заботило и заботит общество испокон веков. Так, Демокрит считал, что воспитание есть украшение в счастье и прибежище в несчастье [см.: 1].

Семья является уникальным институтом социализации, именно в семье осуществляется первый адаптационный период социальной жизни человека. В семье человек приобретает первые навыки взаимодействия, осваивает первые социальные роли, приобретает привычки, осмысливает первые нормы и ценности.

В случае неправильного воспитания нарушается социальная адаптация, и наоборот, в случае положительного влияния семья способствует благополучной социализации не только в детском возрасте, но и в течение всей жизни.

Кроме того, по мнению того же Демокрита, воспитание и обучение человека являются базовыми категориями при анализе основ разумного удовлетворения потребностей человека, а удовлетворение потребностей представляют собой основу такого понятия, как земное счастье [см.: 1].

Аристотель отмечал, что законодатель должен отнестись с исключительным вниманием к воспитанию молодежи, так как в тех государствах, где этого нет, и самый государственный строй терпит ущерб [см.: 2].

Процесс формирования ценностных ориентаций молодежи осуществляется по следующим направлениям:

– в учебной деятельности – через содержание учебных дисциплин. В этом неоценимую роль играют такие дисциплины, как философия, история, психология. Нравственный авторитет педагога – одно из самых важных условий эффективности воспитательной работы. Правильное преподнесение материала студентам – залог успешной социализации;

– во внеучебной деятельности. Моральные ценности отражаются в содержании воспитательных мероприятий (праздников, концертов, конкурсов, выставок, деятельности студенческих научно-творческих кружков). Функции по мотивации молодежи к организации и участию в различных мероприятиях ложатся на плечи кураторов, тьюторов, студенческих объединений, преподавателей. В этом возрасте необходимо правильно направить юношескую энергию [3].

Бурное развитие интернет-коммуникаций, появление виртуальной информационной реальности не могло не сказаться на развитии новых форм молодежной коммуникации.

С одной стороны, Интернет позволяет наладить коммуникацию с огромным количеством целевых аудиторий онлайн, с другой – делает коммуникацию более персонализированной, адресной, что, безусловно, повышает уровень вовлеченности пользователей в сам процесс коммуникации.

Сеть делает доступными различные каналы коммуникации.

Особенности современной молодежной коммуникации можно применить и на внутриорганизационном уровне. Например, в каждой общественной молодежной организации есть лидер, который зачастую и является «лидером мнений». В силу быстроты и удобства большая часть внутриорганизационных коммуникаций ведется посредством сети Интернет.

Мы можем выделить и особенности современной молодежной коммуникации: наличие «лидеров мнений», активная внешняя и внутренняя интернет-коммуникация, использование хештегов, личные сообщения для

большой группы пользователей. Изученный опыт может быть использован для организации активной интернет-коммуникации различных молодежных движений России.

Ценностные ориентации молодежи отражают актуальные ценности определенного общества, которые связанны непосредственно с перспективным развитием его общего экономического и культурного уровня. Именно поэтому сейчас большое внимание уделяется системе ценностей молодежи, так как именно она является будущим нашего общества.

Список литературы

1. См.: Асмус В.Ф. Демокрит. М.: МГУ, 1960. 77 с.
2. См.: Доватур А.И. «Политика» Аристотеля, 1983. URL: http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000344/ (дата обращения: 29.09.2022).
3. Яницкий М.С. Ценностные ориентации личности как динамическая система. Кемерово: Кузбассвузиздат, 2000. 204 с. URL: http://hpsy.ru/public/x2753.htm (дата обращения: 29.09.2022).

ПРОБЛЕМА СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИЩЕННОСТИ СПОРТСМЕНОВ ВЫСШИХ ДОСТИЖЕНИЙ

THE PROBLEM OF SOCIAL PROTECTION OF ATHLETES OF THE HIGHEST ACHIEVEMENTS

А.В. Ермилова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
A.V. Ermilova
Lobachevsky University

Анализируется проблема социальной защищенности спортсменов высших достижений с опорой на концепцию социальной защищенности проф. З.Х. Саралиевой. Государственная политика РФ по обеспечению социальной защиты спортсменов высших достижений представлена как часть системы социальной защиты населения, которая реализуется в рамках концепции социального государства. Выявляются проявления социальной незащищенности спортсменов в связи с несовершенством системы обязательного социального страхования, в частности, сложность в получении компенсаций по обязательному социальному страхованию от несчастных случаев как совершеннолетних спортсменов, так и несовершеннолетних; неспособность компенсаций по обязательному социальному страхованию на случай временной нетрудоспособности покрыть затраты на лечение. Предлагаются способы

повышения социальной защищенности спортсменов высших достижений в современном российском социуме.

The problem of social protection of athletes of the highest achievements with the support of the concept of social protection of Prof. Z.H. Saralieva is analyzed. The state policy of the Russian Federation on social protection of athletes of the highest achievements is presented as a part of the system of social protection of the population, which is implemented within the concept of the social state. Manifestations of social insecurity of athletes due to imperfection of compulsory social insurance system are revealed, in particular, difficulty in obtaining compensations under compulsory social insurance against accidents of both adult athletes and minors; inability of compensations under compulsory social insurance in case of temporary disability to cover expenses on treatment. Ways to improve social protection of elite athletes in modern Russian society are proposed.

Ключевые слова: социальная защищенность, спорт, спортсмены высших достижений, обязательное социальное страхование

Keywords: social security, sports, top athletes, compulsory social insurance

Трудовая деятельность в сфере спорта высших достижений характеризуется повышенным риском заболеваемости, травматизма, инвалидизации и летальных исходов, что, в свою очередь, подчеркивает значимость проблемы социальной защищенности спортсменов.

Рассмотрение социальной защищенности с точки зрения концептуального подхода представлена в научных разработках проф. З.Х. Саралиевой. По ее мнению, социальную защищенность мы можем трактовать, как:

1. Результат усилий общества и деятельности позитивной силы личности;
2. Многомерное социальное бытие во взаимодействии экономической, политической и духовных сфер;
3. Качество социальных институтов;
4. Атрибут образа жизни большинства;
5. Распространяемый на всех гарантированный минимум материального обеспечения, достигаемый прежде всего усилиями самого человека;
6. Взаимная ответственность общества и человека;
7. Стабильность общества как следствие его управляемости;
8. Защищенность от экстремизма, анархии, бездуховности, одномерности;
9. Реальные, реализуемые свободы и права личности, ее самоопределение и самовыражение;
10. Свободный и ответственный социальный выбор как неотъемлемое свойство личности;

11. Гуманистическая направленность, взаимопомощь как способы организации общества;

12. Культ труда и образования;

13. Социальное достоинство человека и общества;

14. Самоуважение как категория личностной характеристики, гарант реализации ее потенциала;

15. Соотнесение потребностей личности с социальной группой и возможностями общества в целом;

16. Ответственность личности за себя, самостоятельное жизнеобеспечение в самом объемном понимании, самостоятельное проживание жизни;

17. Социальная психология общности, социальное партнерство [1, с. 294–295].

Другими словами, на степень социальной защищенности профессиональных спортсменов влияют как ресурсная основа и ресурсный потенциал самого индивидуума, его семьи, спортивного сообщества, так и деятельность государства, которое тоже должно нести ответственность за жизнедеятельность функционирующих спортсменов, так и завершивших свою профессиональную карьеру.

Государственная политика по обеспечению социальной защиты спортсменов высших достижений является неотъемлемой частью системы социальной защиты населения и базируется на статье 7 Конституции РФ, в соответствии с которой Россия является социальным государством, а значит обеспечивает социальную защиту граждан своей страны [2]. Следует уточнить, что спорт высших достижений как система включает в себя две подсистемы: любительский спорт, представители которого нацелены прежде всего на спортивные достижения, совершенствование и самоутверждение на спортивной арене, признание в обществе; профессиональный спорт, где деятельность субъектов, в первую очередь, связана с материальным вознаграждением за труд, а не только с достижением высоких спортивных результатов.

В Российской Федерации появление социальной защиты спортсменов непосредственно связано с двумя событиями:

1. Официальным признанием статуса профессионального спорта в 1999 г. Федеральным законом от 29 апреля 1999 г. № 80-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации»;

2. Официальным признанием института профессиональных спортсменов, произошедшим в 2001 г. после принятия Трудового Кодекса Российской Федерации, в котором спорт был признан видом трудовой деятельности [3, с. 9].

Официальное признание спортивной деятельности профессиональным занятием позволило спортсменам присоединиться к системе обязательного страхования, которая включает в себя: обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний [4], обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности [5], обязательное медицинское страхование [6], обязательное пенсионное страхование [7], добровольное страхование.

Однако данные меры являются недостаточными для обеспечения социальной защищенности профессиональных спортсменов, ввиду следующего ряда причин. Во-первых, существует сложность в получении компенсации по обязательному социальному страхованию от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний, ввиду специфики трудовых правоотношений в сфере спорта, а также проблемы по обязательному социальному страхованию не достигших совершеннолетия спортсменов. Во-вторых, компенсация по обязательному социальному страхованию на случай временной нетрудоспособности, как правило, не способна покрыть необходимые затраты на лечение. В-третьих, перечень медицинских услуг по обязательному медицинскому страхованию тоже зачастую является недостаточным. В-четвертых, отсутствие установленных объемов обеспечения в рамках программы добровольного страхования, в соответствии с чем страхователь приобретает минимальную страховую защиту, не соизмеримую с принимаемыми спортсменом рисками. В-пятых, отсутствие регламентации права профессиональных спортсменов на ранний выход на пенсию путем назначения пенсии за выслугу лет, а также утрата права на досрочное пенсионное обеспечение для тренеров детских спортивных школ, в отличие от учителей общеобразовательных школ, с вступлением в силу Федерального Закона «О трудовых пенсиях в Российской Федерации» [8].

Помимо этого, в Российской Федерации не существует системы адаптации профессиональных спортсменов после завершения их спортивной карьеры, которая порой обрывается внезапно, что крайне важно ввиду следующих особенностей деятельности. Во-первых, спортсмен полностью не использует возможности становления и реализации себя как личности, поскольку полностью погружен в спортивную деятельность и достижение спортивного результата, что отражается на его ресурсной обеспеченности, которая не всегда соответствует необходимой норме для успешной интеграции в общество после завершения спортивной карьеры. Во-вторых, профессиональная спортивная деятельность предполагает обязательную смену социального статуса после завершения карьеры, причем, некоторая часть бывших профессионалов

остаются работать в этой же сфере трудовой деятельности, другая же рекрутируется в иные профессии, что во многом обусловлено процессом перетекания ресурсов, имеющихся к моменту завершения спортивной деятельности.

Спортсмены могут рассчитывать только на базовый уровень социальной защиты, как и остальные граждане страны. Настоящее законодательство не учитывает такие особенности спортивной деятельности, по сравнению с профессиональной карьерой иных специалистов, как раннее начало, специализация, кульминация и раннее окончание профессионального спортивного пути. Не всем спортсменам удается успешно преодолеть кризис завершения спортивной карьеры, они, как правило, попадают в группу риска, поскольку могут долгое время находиться в неопределенном состоянии, в поиске сферы применения своих навыков и пытаясь выстраивать систему отношений вне спорта. Профессиональные навыки, приобретенные в спорте, могут не только не найти применения в другой сфере деятельности, но и создавать трудности в жизни. Острота протекания данного кризиса обычно усиливается при следующих условиях: внезапности ухода, отсутствии предварительной подготовки к нему, пассивной позиции спортсмена, отсутствии материальной и психологической поддержки [9, с. 98]. К тому же, спортсмены не включены в список профессий с вредными и тяжелыми условиями труда, а, следовательно, не имеют права на льготные пенсии, для них не предусмотрена пенсия за выслугу лет. Из этого следует, что законодательство, регламентирующее социальную помощь и поддержку профессиональных спортсменов, не создает достаточных условий для ощущения социальной защищенности данной группой.

Для повышения социальной защищенности профессиональных спортсменов, особенно по завершении спортивной карьеры, можно предложить ряд изменений. Во-первых, основной закон, регламентирующий спорт и физическую культуру в нашей стране, должен содержать нормы о социальной защите спортсменов. Во-вторых, учитывая особенности спортивной деятельности, необходимо установить продолжительность «вредного стажа», пересмотреть сроки выхода на пенсию мужчин и женщин, занятых в профессиональном спорте. В-третьих, необходима разработка программ по социальной адаптации спортсменов после завершения карьеры. В-четвертых, программы обязательного социального и медицинского страхования должны учитывать специфику трудовой деятельности спортсменов при предоставлении им помощи. В-пятых, необходимо разработать дополнительные меры экономической, социальной, бытовой поддержки спортсменов, которые были

вынуждены завершить карьеру в результате травмы или наступления инвалидности.

Список литературы

1. Саралиева З.Х. Система социальной работы: Монография. Н. Новгород: Издательство НИСОЦ, 2008. 315 с.
2. Конституция Российской Федерации // Правовой ресурс «Консультант-Плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_ 28399 (дата обращения: 18.09.2022).
3. Петухова И.В. Раскрытие сущности категории «Социальная защита спортсменов» // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2012. № 2 (38). С. 1–10.
4. Федеральный закон от 24.07.1998 г. № 125-ФЗ «Об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний» // Правовой ресурс «Консультант-Плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19559/ (дата обращения: 18.09.2022).
5. Федеральный закон от 29.12.2006 N 255-ФЗ «Об обязательном социальном страховании на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством» // Правовой ресурс «Консультант-Плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64871/ (дата обращения: 18.09.2022).
6. Федеральный закон от 29.11.2010 N 326-ФЗ «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации» // Правовой ресурс «Консультант-Плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_ 107289/ (дата обращения: 18.09.2022).
7. Федеральный закон от 15.12.2001 N 167-ФЗ «Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации» // Правовой ресурс «Консультант-Плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_ 34447/ (дата обращения: 18.09.2022).
8. Федеральный закон от 17.12.2001 № 173-ФЗ «О трудовых пенсиях в Российской Федерации» // Правовой ресурс «Консультант-Плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34443/ (дата обращения: 18.09.2022).
9. Калькова О.А. Социально-психологические особенности кризиса завершения карьеры высококвалифицированных спортсменов // Вестник университета. 2008. № 11. С. 97–102.

СОВРЕМЕННЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК СПОСОБ КОММУНИКАЦИИ СТУДЕНТОВ

MODERN SOCIAL NETWORKS AS A WAY OF STUDENT`S COMMUNICATION

П.О. Заводнова, Д.Е. Зилинская, А.Н. Новикова, А.С. Скачкова
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, г. Владивосток
P.O. Zavodnova, D.E. Zilinskaya, A.N. Novikova, A.S. Skachkova
Vladivostok State University, Vladivostok

Представлены результаты пилотажного социологического исследования студентов. Цель работы – получение информации о том, какие социальные сети как один из наиболее популярных способов коммуникации стали более востребованы в студенческой среде, в связи с политической обстановкой и блокировкой ряда зарубежных приложений.

This paper presents the results of a sociological survey of students. The purpose of the work is to obtain information about which social networks, as one of the most popular methods of communication, have become more in demand among students due to the political situation and the blocking of a number of foreign applications.

Ключевые слова: социальные сети, коммуникация, интернет-коммуникация, студенты, анкета, социологический опрос

Keywords: social networks, communication, Internet communication, students, questionnaire, sociological survey

Современное информационное общество диктует глобальные изменения во всех сферах человеческой жизни. Одна из наиболее ощутимых трансформаций произошла именно в системе коммуникации современных людей: многие не представляют жизнь без постоянного доступа в Интернет, без возможности следить за жизнью других и делиться фактами собственной биографии. Многие авторы отмечают очень высокую степень интеграции социальных сетей в повседневные практики молодых граждан, которая ведет к глубокой трансформации жизненного мира молодежи, а также необходимость анализа и описания изменений в его структуре в процессе взаимодействия в социальных сетях.

Анализ теоретического материала по теме «Социальные сети как средства массовой информации и коммуникации» показал, как считают Я. Радзицкая и И. Мороз, что вопросы использования социальных сетей становятся все более актуальными и значимыми в социальном плане, поскольку социальные сети

привлекают внимание все больше новых пользователей, которые даже не подозревают о потенциальной угрозе поглощения этой социальной сетью [1].

Н. Мороз предполагает, что сетевой принцип организации медиасреды, при котором ведущую роль играют слабые горизонтальные связи, способствует формированию особой социальной общности, действие которой может выходить за рамки электронного пространства и распространяться на повседневные практики. В частности, краудсорсинг, благодаря низкой солидарности, размытости границ сообщества, непостоянству и высокому разнообразию социально-демографического состава членов, помогает посредством виртуального взаимодействия привлекать большое количество участников к реализации конкретных целей, а также интегрировать личности и группы в социальное пространство [2].

Общаясь, молодые люди корректируют свои взгляды и мировоззрение. В том числе это касается политических аспектов. Е. Барие никова, Е. Истягина-Елисеева и А. Болдырева утверждают, что современная российская студенческая молодежь проявляет достаточно большую активность в Интернете, находя с помощью цифровых сервисов информацию по общественно-политическим проблемам, формируя свою политическую идентичность на основе виртуально представленных образцов политической активности, соотнося личную систему ценностей в сфере властных отношений с представленными в онлайн-форме культурными конструктами, что как позитивно, так и негативно детерминирует политическое поведение юношей и девушек в реальной жизни, что требует постоянного внимания субъектов государственной молодежной политики к созданию позитивных условий для реализации социально одобряемых форм социально-политической активности [3].

Тема изолирования российских социальных сетей плотно вошла в современную повседневность рамках сложившейся политической ситуации. С одной стороны, официальная блокировка ряда социальных сетей не позволяет современной молодежи продолжать комфортную межличностную коммуникацию. С другой стороны, российские аналоги должны заменить ушедшие с коммуникативного пространства зарубежные сети.

Именно изменения, происходящие и в обществе, и в структуре онлайн коммуникации современной молодежи, актуализировали основную цель данной работы: изучить основные предпочтения студентов при использовании социальных сетей в процессе коммуникации.

Для понимания того, какими социальными сетями планирует пользоваться молодежь России, авторами был проведен анкетный опрос. Трансформационные процессы, происходящие в современном информационном обществе, расширили

предметную область социологических исследований, что, в свою очередь, потребовало расширения исследовательского инструментария. В этой связи опрос студентов проводился при помощи Google формы, что значительно упрощало сбор информации и доступность респондентов. В качестве респондентов выступали молодые люди в возрасте от 18 до 23 лет по всей России (N=710). Выбор возрастной категории респондентов обусловлен задачами исследования: с одной стороны, они частично уже перешли на российские социальные сети, а с другой стороны, они еще не готовы полностью отказаться от зарубежных альтернатив. Однако перед ними стоит большой выбор между социальными сетями и их разновидностями, с различным контентом, интерфейсом и комфортностью использования.

В исследовании приняли участие 52% парней и 48% девушек преимущественно в возрасте 18-20 лет (65,1%).

Результаты опроса показали, что наиболее популярной у современного студенчества является российская сеть Telegram (82,5%). На вопрос о том, перешли ли студенты на российские аналоги запрещенных социальных сетей, положительно ответили 81,2% респондентов. Лидерами российских социальных сетей стали ВКонтакте (74,7%) и сервисы Яндекс (74%).

Однако, больше половины респондентов (52,4%) отметили, что им приходится сталкиваться с определенными трудностями при работе с российскими платформами. Среди трудностей респонденты отметили следующие: низкая скорость работы (82,1%) и непривлекательный интерфейс (37,6%). Основной проблемой стала именно низкая скорость работы.

Отмеченные трудности не стали глобальным барьером для коммуникации в социальных сетях, это отметили 97,7% респондентов.

Несмотря на сложности, с которыми столкнулись активные пользователи социальных сетей, они продолжают получать из социальных сетей все виды информации: политическую, новостную, развлекательную, образовательную и познавательную. Несмотря на то, что в жизни большинства людей закрепились привычные социальные сети, почти половина респондентов готова поддержать тенденцию перехода на российские социальные сети.

Список литературы

1. Радзицкая Я.И., Мороз И.Н. Мотивы использования социальных сетей подростками // Наука и реальность. 2022. № 1 (9). С. 76–77.
2. Мороз Н.А. Социальные сети как часть жизненного мира современного студенчества (на примере фокус-группового исследования) // Общество: социология, психология, педагогика. 2020. № 2. URL:

https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-kak-chast-zhiznennogo-mira-sovremennogo-studenchestva-na-primere-fokus-gruppovogo-issledovaniya (дата обращения: 27.06.2022).

3. Истягина-Елисеева Е.А., Барие никова Е.Е., Болдырева А.В. Включенность российской студенческой молодежи в интернет-коммуникации как фактор формирования моделей их социально-политической активности // Цифровая социология. 2020. № 3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vklyuchennost-rossiyskoy-studencheskoy-molodezhi-v-internet-kommunikatsii-kak-faktor-formirovaniya-modeley-ih-sotsialno (дата обращения: 27.06.2022).

4. Галимов Р.Р., Стефанова И.А. Социальные сети как источник информации об абитуриентах // Символ науки. 2016. № 1–2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-kak-istochnik-informatsii-ob-abiturientah (дата обращения: 27.06.2022).

МОЛОДЕЖЬ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: ГЕНДЕРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ*

YOUTH IN SOCIAL MEDIA: GENDER DIFFERENCES

Д.В. Зернов
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
D.V. Zernov
Lobachevsky University

Представлены результаты двух анкетных исследований, проведённых среди нижегородских студентов в ноябре 2021 г. (n=1452) и сентябре 2022 г. (n=710). Обозначены гендерные различии в регулярности пользования социальными сетями, поведением в социальных сетях и в предпочтительных формах интернет-контента.

The results of two sociological studies conducted among Nizhny Novgorod students in November 2021 (n=1452) and September 2022 (n=710) are presented. Gender differences in the regularity of using social networks, behavior in social networks and in preferred forms of Internet content are indicated

Ключевые слова: анкетный опрос, гендерные особенности, молодёжь, поведение в социальных сетях, социальные сети, формы интернет-контента.

Keywords: questionnaire, gender characteristics, youth, behavior in social networks, social networks, forms of Internet content

* Подготовлено при поддержке гранта Российского научного фонда, проект № 22-18-00311 «Медиатизация как фактор трансформации коммеморативных практик молодежи».

Социальные сети продолжают оставаться для молодёжи самыми посещаемыми интернет-ресурсами. На них приходится основное затраченное на интернет время. Если молодёжь, по её собственным оценкам, ежедневно проводит в интернете в среднем чуть более 8 часов, то на социальные сети из этого времени приходится почти 6 часов.

Девушки проводят в социальных сетях больше времени, чем юноши. Как показывают данные исследования ноября 2021 г., общие временн*ы*е затраты на интернет у юношей и девушек отличаются не сильно, а вот в социальных сетях девушки, в отличие от юношей, проводят на час больше (6,2 часа в день против 5,2).

Запреты и ограничения на многие социальные сети, действующие на территории РФ, казалось бы, должны были сказаться и на популярности социальных сетей, и, как следствие, на времени, которое здесь проводит молодёжь. Однако этого не произошло. По данным опроса нижегородских студентов в сентябре 2022 г., они ежедневно тратят на социальные сети тоже около 6 часов (юноши – около 5 часов, девушки – около 6 часов).

Самой популярной социальной сетью продолжает оставаться ВКонтакте, которой пользуются почти все молодые люди, и почти все заходят сюда ежедневно. По данным 2022 г., ежедневно новостную ленту ВКонтакте просматривает 79% молодежи (44% из них по многу раз в день), пользуется VK Мессенджером – 90% (71% – по многу раз в день). Отметим, что юноши читают новостную ленту в ВКонтакте немного чаще девушек (84% против 77%). За последние десять месяцев в молодёжной среде основательно выросла популярность Telegram, представляющего собой мессенджер с возможностью вести микроблоги. Если ранее говорили, что постоянно пользуются Telegram 57%, то теперь ежедневно сюда заходят свыше 80% молодых людей. Гендерных различий в регулярности использовании этого ресурса не наблюдается. Не менее 60% молодых людей ежедневно заходят на YouTube, видеохостинг, где тоже предоставляется возможность создавать и продвигать собственные каналы. Юноши гораздо чаще девушек пользуются этим ресурсом (83% против 52%). Деятельность следующих двух популярных среди молодежи социальных сетей (Instagram и TikTok) ограничена на территории РФ. Сегодня ежедневно на них заходит 47-49% молодых людей. По сравнению с осенью 2021 г. число ежедневных пользователей Instagram существенно сократилось (с 83% до 49%), а вот TikTok удалось сохранить свою позицию среди молодежи. И та, и другая социальная сеть пользуются б*о*льшей популярностью у девушек (Instagram – 55% против 34%, TikTok – 51% против 38%). Важно отметить, что Instagram – это сеть, где пользователи размещают преимущественно фотографии, а TikTok –

сеть для обмена короткими видео. Остальные социальные сети и мессенджеры популярны примерно у трети и менее молодых людей. Из них отметим Discord – мессенджер, чья популярность обусловлена прежде всего геймерами. По данным исследования 2022 г., ежедневно им пользуется свыше 40% юношей и только 10% девушек. По другим сетям и мессенджерам значимых гендерных различий не наблюдается.

Активным пользователем социальных сетей считает себя менее пятой части молодёжи. В основном они либо проявляют здесь небольшую активность (46%), либо вообще оценивают себя как сторонних наблюдателей. Как показывают результаты опроса 2021 г., девушки чаще демонстрируют активность в социальных сетях, чем юноши (22% против 12%). Это становится ещё заметнее на действиях, которые молодые люди осуществляли в социальных сетях за последний месяц перед опросом. Девушки чаще, чем юноши, отмечают, что за последний месяц общались в социальных сетях с сокурсниками в учебных чатах (83% против 67%), искали и использовали информацию для учёбы (75% против 59%), просматривали короткие видеоролики (75% против 60%) и фильмы (68% против 53%), отправляли своим знакомым открытки и виртуальные подарки (46% против 31%), искали информацию о товарах и услугах (57% против 43%), покупали здесь товары и услуги (40% против 28%). Однако самое большое различие между девушками и юношами – это монтаж и обработка собственных фото, видео, аудио. Среди девушек указали на это 43%, а среди юношей – лишь 20%. Юноши по большинству проявлений активности в социальных сетях отстают от девушек, лишь опережая их по троллингу незнакомых людей или кого-то из своих знакомых (17% – юноши и 7% – девушки, а также по играм в социальных сетях (32% против 24%).

Девушки чаще юношей размещают в социальных сетях свой авторский материал. Размещают на своих страницах только информацию от себя или чаще являются автором, хотя иногда и делают перепосты чужих материалов около половины девушек. Среди юношей таковых только треть. Причем другая треть юношей отметили, что вообще не выкладывают информацию в социальные сети, тогда как среди девушек таких всего пятая часть.

Ещё одним показателем большей активности девушек в социальных сетях является то, что они гораздо чаще юношей пользуются функцией «Истории/Сторис». Так, почти каждый день или даже чаще ею пользуются 19% девушек и ещё 29% – несколько раз в неделю. Число юношей, пользующихся данной функцией, составляет соответственно 9% и 13%.

Девушки в большей степени, чем юноши, заинтересованы в обратной связи. Сказали, что для них важно, чтобы их контент сопровождался обратной

связью в виде лайков и комментариев 54% девушек и 37% юношей. Девушки чаще признаются, что очень расстраиваются, если под их постами мало лайков, положительных комментариев и репостов (26% против 17% юношей).

Иерархия предпочтений видов интернет-контента у юношей и девушек отличается. У юношей на первом месте – видеоролики (такие, как видео с YouTube), на втором – фото, на третьем – картинки-мемы, на четвёртом – аудио (например, подкасты), на пятом – короткие видеоролики (такие, как видео из TikTok), на шестом – фото с небольшим текстовым сопровождением, на седьмом – фото с музыкой, на восьмом – тестовая информация (например, статьи), на девятом – объемные тексты со вставками фото или рисунков, на десятом – рисунки, графика. У девушек же на первом месте – короткие видеоролики, на втором – видеоролики, более длинные, такие как на YouTube, на третьем месте – фото, на четвёртом – фото с небольшими тестами, на пятом – картинки-мемы, на шестом – аудиоконтент, на седьмом – фото с музыкой, на восьмом – объемные тексты со вставками фото или рисунков, на девятом – только текстовая информация, на десятом – рисунки и графика. Отметим наибольшее расхождение между оценками девушек и юношей в предпочтительном контенте в коротких видеороликах. 65% девушек признались, что, просматривая короткие видеоролики, они часто не могут от них подолгу оторваться (среди юношей таких 41%). Почти 70% девушек поддержали тезис, что в современных динамичных условиях короткие видеоролики позволяют получать интересную информацию и при этом экономить время и силы (юношей, согласных с этим, – 47%).

В заключение отметим, что юноши чаще девушек среди характеристик интернет-контента указывают на его остроумие, необременительность и провокативность, тогда как девушки – чаще на художественные достоинства контента, его способность побуждать что-то делать, развиваться, а также на его актуальность, трендовость и запоминаемость.

ПРОБЛЕМЫ КОММУНИКАЦИИ В МУЛЬТИКУЛЬТУРНЫХ ГРУППАХ
PROBLEMS OF COMMUNICATION IN MULTICULTURAL GROUPS

Е.В. Зинчак, В.В. Заводцева
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», г. Нижний Новгород
E.V. Zinchak, V.V. Zavodtseva
Higher School of Economics, Nizhny Novgorod

Представлен обзор проблем мультикультурных групп, относящихся к коммуникации. На основе выделенных проблем проведено исследования для выявления влияния методов визуализации на решение проблем коммуникации в мультикультурных группах. Результаты исследования показывают, что методы визуализации оказывают положительное влияние на фактическую и воспринимаемую интенсивность коммуникации, а также на фактическое преодоление языкового барьера.

An overview of the problems of multicultural groups relating to communication is presented. Based on the highlighted problems, research was conducted to identify the impact of visualisation techniques on solving communication problems in multicultural groups. The results of the study show that visualisation techniques have a positive impact on the actual and perceived intensity of communication as well as on the actual overcoming of the language barrier.

Ключевые слова: мультикультурные группы, коммуникация, интенсивность коммуникации, языковой барьер, методы визуализации

Keywords: multicultural groups, communication, communication intensity, language barrier, visualization methods

Мультикультурная группа состоит из представителей трёх и более разных национальностей и/или культур, которые выполняют взаимозависимые задачи и совместно отвечают за конечный результат [1]. В ходе анализа работ, посвященных изучению мультикультурных групп, были выявлены проблемы, относящиеся к коммуникации между участниками группы (табл. 1).

Таблица 1

Проблемы коммуникации в мультикультурных группах

Проблема	Выводы прошлых исследований	Ссылки на исследование
Интенсивность коммуникации	Коммуникация является важным инструментом, с помощью которого можно организовать взаимодействие внутри команды [3], делиться мнениями и информацией о задании, а также достигать согласия [4]. Однако в мультикультурных группах она часто снижена.	[1; 2; 3; 4]

Окончание таблицы 1

	Результаты опросов участников мультикультурных групп показали, что важность интенсивной коммуникации необходима для успешного сотрудничества, а это требует достаточного развития коммуникативных навыков [1].	
Языковой барьер	В случае мультикультурных групп дополнительным препятствием становится языковой барьер [1]. Даже владение английским языком всеми членами команды не гарантирует успешную коммуникацию – различные навыки владения языком и большая вариативность акцентов могут стать фактором, ограничивающим понимание [6; 7]. Однако исследователи отмечали, что недостаточное знание иностранного языка не обязательно должно указывать на некомпетентность члена группы в обсуждаемом вопросе [5].	[1; 5; 6; 7]

В качестве возможного пути преодоления указанных проблем и повышения эффективности работы мультикультурных команд авторы предлагают использование методов визуализации. Визуализацию можно определить как графическое отображение информации в пространственной схеме/ методе визуализации: ситуативных концептуальных рисунках, метафорах, набросках, диаграммах, картах и многом другом [7; 9], использующееся с целью улучшения коммуникации составляющих управленческого цикла, а также повышения качества анализа информации [10].

Для проверки влияния методов визуализации на решение проблем коммуникации мультикультурных групп было проведено исследование среди студентов международной магистерской программы Global Business НИУ «Высшая школа экономики», в котором приняли участие 54 человека. Методом исследования выступил эксперимент, проводившийся в два этапа.

Матрица планирования эксперимента представлена в таблице 2. Столбцы матрицы отражают культурный состав группы (монокультурные и мультикультурные группы), а строки – условия эксперимента: задания, не включавшие в себя визуализацию, далее обозначены как «Без МВ (методов визуализации)», включавшие же – «С МВ». Латинскими буквами обозначены соответствующие кейсы, предложенные студентам (кейсы A-D – на первом этапе, E-H – на втором).

Всего было проведено 72 эксперимента. Параметры «интенсивность коммуникации (коммуникация)» и «языковой барьер» оценивались наблюдателем посредством заполнения листа наблюдения (объективные наблюдения, «объект.») и самими участниками групп после выполнения каждого задания посредством заполнения опроса (субъективные наблюдения,

«субъект.»). Оценка в обоих случаях осуществлялась по шкале от 0 («проблема не наблюдается») до 3 («проблема выражена крайне остро»).

Таблица 2

Матрица планирования эксперимента

Группы	Этап 1 (моно)			Этап 2 (мульти)		
	Россия 1 Россия 2 Россия 3	Италия 1 Италия 2 Италия 3	Австрия 1 Австрия 2 Австрия 3	Мульти 1 Мульти 4 Мульти 7	Мульти 2 Мульти 5 Мульти 8	Мульти 3 Мульти 6 Мульти 9
Без МВ С МВ	A B	D A	C D	E F	H E	G H
Без МВ С МВ	C D	B C	A B	G H	F G	E F

На основе усредненных по группе данных из листов наблюдения и опросов были составлены сводные таблицы, для описания градации изменений использовалась следующая шкала: от 20% и более – значительное улучшение фактора; от 1% до 19% – незначительное улучшение фактора; 0% – отсутствие влияния; от – 19% до – 1% – незначительное ухудшение фактора; от – 20% и менее – значительное ухудшение фактора.

В таблице 3 приведены средние значения объективных и субъективных показателей по параметру интенсивности коммуникации без применения и с применением МВ сначала в монокультурных группах, потом в мультикультурных.

Таблица 3

Результаты исследования по параметру Коммуникация

	Моно		Мульти		Изменения			
	Без МВ	С МВ	Без МВ	С МВ	Моно	Степень	Мульти	Степень
Объект	0,31	0,14	0,39	0,11	54,8%	Значительное улучшение	71,8%	Значительное улучшение
Субъект	0,21	0,25	0,19	0,14	-19,0%	Незначительное ухудшение	26,3%	Значительное улучшение

Данные, полученные в ходе анализа результатов опроса наблюдателей, позволяют выявить устойчивую тенденцию: респонденты отмечали значительные положительные изменения в интенсивности коммуникации в рамках моно- и мультикультурных групп при работе над заданиями, в которые были внедрены методы визуализации. Наиболее заметные улучшения

зафиксированы в мультикультурных группах, в том числе и по мнению студентов, отметивших обострение проблемы для монокультурных групп.

Можно предположить, что шаблон визуализации может послужить «подспорьем», на которое участники групп могут опереться при высказывании своей точки зрения, результатом чего становится более уверенная позиция и желание не просто предложить собственное решение, но и развивать его вместе с остальными членами команды.

Методы визуализации могут способствовать преодолению некоторых сложностей, связанных с использованием языка и речевых конструкций для выражения мыслей.

Таблица 4

Результаты исследования по параметру Языковой барьер

	Моно		Мульти		Изменения			
	Без МВ	С МВ	Без МВ	С МВ	Моно	Степень	Мульти	Степень
Объект	0,17	0,03	0,50	0,33	80,0%	Значительное улучшение	33,3%	Значительное улучшение
Субъект	0,27	0,27	0,22	0,22	0,0%	Отсутствие влияния	0,0%	Отсутствие влияния

Объективная оценка изменений, произошедших в значениях показателя «Языковой барьер» (табл. 4), указывает, что визуализация помогла участникам команд уменьшить количество возникающих языковых трудностей: опираясь на шаблон визуализации, студенты смогли донести свою мысль до коллег более полно и понятно, несмотря на возможные неоднозначные формулировки или разницу в уровне владения языков, на котором осуществлялась коммуникация. Стоит отметит, что наибольший эффект это возымело в монокультурных группах. Это может быть обусловлено отсутствием необходимость разговаривать на иностранном языке.

По мнению самих студентов, внедрение визуализации в процесс работы над заданием не оказало ни негативного, ни позитивного влияния на способность выражать свои идеи посредством языка.

Подводя итог, можно сказать, что проведенный анализ параметров позволил выяснить, что применение методов визуализации может стать эффективным решением проблем мультикультурных групп, связанных с коммуникацией в рамках группы: повысить интенсивность коммуникации за счет структурированности и сравнительной простоты усвоения информации и редуцировать языковой барьер за счет наличия наглядного материала, что помогает участникам выражать свои идеи более открыто и точно.

Список литературы

1. Popov V., Brinkman B., Biemans H.J.A., Mulder M., Noroozi O., Kuznetsov A. Multicultural student group work in higher education. An explorative case study on challenges as perceived by students // International Journal of Intercultural Relations. 2012. No 2. P. 302–317.

2. Kesidou A. Preparing educators and researchers for multicultural/intercultural Education // Education for Democratic Intercultural Citizenship / Ed. W. Veugelers. Brill, 2019. P. 148–165.

3. Marks M.A., Zaccaro S.J., Mathieu J.E. Performance implications of leader briefings and team-interaction training for team adaptation to novel environments // Journal of Applied Psychology. 2000. No 85. P. 971–986.

4. Stevens M.J., Campion M.A. The knowledge, skill, and ability requirements for teamwork: Implications for human resource management // Journal of Management. 1994. No 20. P. 503–530.

5. Brett J., Bebfar K., Kern M.C. Managing multicultural teams // Harvard Business Review. 2006. No 84 (11). P. 84–91.

6. Davison S., Ward K. Leading international teams. McGraw Hill, 1999. 307 p.

7. Janssens M., Brett J.M. Meaningful participation in transnational teams // European Journal of Work and Organizational Psychology. 1997. No 6 (2). P. 153–168.

8. Eppler M.J., Bresciani S. Visualization in management: From communication to collaboration. A response to Zhang // Journal of Visual Languages & Computing. 2013. No 2 (24). P. 146–149.

9. Tversky B. Visuospatial reasoning. The Cambridge handbook of thinking and reasoning, 2005. P. 209–240.

10. Eppler M.J., Aeschimann M.A. Systematic framework for risk visualization in risk management and communication // Risk Management. 2009. No 2 (11). P. 67–89.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ РУССКОЙ ПРАВОСЛАВНОЙ ЦЕРКВИ С СЕМЬЕЙ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ*

INTERACTION OF THE RUSSIAN ORTHODOX CHURCH WITH THE FAMILY ON THE INTERNET

Д.Е. Ивашечкина
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
D.E. Ivashechkina
Lobachevsky University

Рассматривается специфика освещения проблем семьи, материнства и детства православными священнослужителями в Интернете.

The specifics of coverage of family, maternity, and childhood issues by Orthodox clergy on the Internet are discussed.

Ключевые слова: Русская Православная Церковь, брачно-семейные установки, медиапространство

Keywords: Russian Orthodox Church, marriage and family attitudes, media space

Государство заинтересовано в стратегии укрепления семейно-детного образа жизни россиян. Так, в числе принятых в 2020 г. поправок к Конституции РФ отметим поправку к Статье 67, в которой закреплено, что «дети являются важнейшим приоритетом государственной политики России» [1]. Религиозные воззрения выступают одним из факторов формирования семейно-детной модели поведения россиян. Религиозность в данном случае является элементом социализации и фактором формирования брачно-семейных установок.

Рассмотрим основные итоги авторского исследования, проведённого методом контент-анализа постов, посвящённых проблемам семьи, материнства и детства и опубликованных в период с сентября 2020 г. по сентябрь 2021 г. в Instagram**-аккаунтах 5 православных священнослужителей с общей аудиторией более 1,5 млн подписчиков. Обработка массива текстовых данных осуществлялась с помощью программы Лекта. Базовый словарь составил 38279 слов, семантический словарь – 119 семантических цепочек. Часть результатов была представлена автором в публикациях ранее [См.: 2].

Социальные сети являются открытым медиапространством взаимодействия служителей РПЦ с подписчиками, площадкой для трансляции

* Подготовлено при поддержке гранта Президента РФ для государственной поддержки молодых российских ученых – кандидатов наук, Проект № МК-641.2021.2 «Дискурсивные практики немодального родительства: общественное мнение и государственная политика».

** Принадлежит компании Meta (признана экстремистской и запрещена в РФ с 14.03.2022).

их убеждений, дающей возможность церковнослужителям отойти от необходимости следования строгой догматике в своей речи. Формат такого взаимодействия, безусловно, ограничен рядом факторов, в том числе цензурой и правилами социальных сетей. В ходе анализа было выявлено 2 уровня взаимодействия служителей РПЦ с интернет-аудиторией в обсуждении проблем семьи, материнства и детства.

На первом, догматическом, уровне священнослужители ожидаемо постулируют важность зарегистрированного брака, венчания, обряда крещения детей, обучения детей основам православия, недопустимость добрачных сексуальных связей, абортов, воспроизводят образ женщины в семье через образ хранительницы очага, а образ мужчины через образ добытчика.

Уровень реальный обусловлен взаимодействием церковнослужителей с верующими. Церковнослужители часто отвечают на запросы их подписчиков в комментариях. Так, не табуируется, а широко обсуждается проблема взаимодействия супругов и воспитания детей в постразводных отношениях; обсуждаются вопросы возможности обращения к современным репродуктивным технологиям (к суррогатному материнству Церковь относится категорично и отрицательно, но технологии ЭКО некоторые представители Церкви считают возможными при условии отсутствия отбора эмбрионов).

Говоря о специфике взаимодействия внутри религиозных интернет-сообществ, стоит отметить исследование Е.А. Островской, в котором автор провела анализ православных telegram-каналов [3]. По утверждению исследователя, сегодня в православном сообществе существует запрос на либерализацию РПЦ. Возможно, отхождение от догматичности в постах священнослужителей стоит рассматривать как часть общего пути смягчения повестки РПЦ, в том числе и в медиапространстве.

Церковнослужители, понимая всю сложность и плюрализм современных семейных практик, в своем неформальном взаимодействии с верующими, в данном случае в пространстве социальных сетей, отходят от православного догматизма и обсуждают пути решения реальных проблем современной семьи, в числе которых особенно остро стоит проблема большого количества разводов.

Список литературы

1. «Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/95c44edbe33a9a2c1d5b4030c70b6e046060b0e8/ (дата обращения: 30.10.2022).

2. Ивашечкина Д.Е. Освещение семейной проблематики служителями Русской Православной Церкви в социальных сетях // Перспективы. Вып. 11 / Научный редактор З.Х. Саралиева. Н. Новгород: Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского, 2022. С. 18–21.

3. Островская Е.А. Альтернативный медиадискурс об РПЦ: православные Telegram-каналы // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2022. № 2. С. 454–476.

ИНТЕРНЕТ-ЗНАКОМСТВА КАК ФОРМА БРАЧНОГО ВЫБОРА СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

INTERNET DATING AS A FORM OF MARRIAGE CHOICE OF MODERN YOUNG PEOPLE

И.А. Исакова, А.А. Чукрина
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
I.A. Isakova, A.A. Chukrina
Lobachevsky University

Посвящено новой форме брачного выбора молодежи – Интернет-знакомства. Представлены результаты исследования, проведенного в марте-апреле 2022 г. с помощью цифровых технологий, опрошено 212 человек в возрасте от 18 до 30 лет на предмет их отношения к возможности поиска брачного партнера в сети Интернет. Выявлено, что большинство опрошенных молодых людей считают, что отношения, завязавшиеся в виртуальном пространстве, ничем не отличаются от отношений, начавшихся в реальном мире, и могут в той же степени приводить к браку.

The article is devoted to a new form of marriage choice for young people – online dating. It presents the results of a study conducted in March-April 2022 with the help of digital technologies, 212 people aged from 18 to 30 years old were questioned about their attitude to the possibility of searching for a marriage partner on the Internet. It was found that the majority of the surveyed young people believe that the relationships started in the virtual space are not different from the relationships started in the real world, and can lead to marriage to the same extent.

Ключевые слова: брачный выбор, поиск партнера, цифровая грамотность, молодежь, анкетирование

Keywords: marriage choice, finding a partner, digital literacy, youth, survey

Гаджетизация и интернетизация XXI в. повлекли за собой интенсификацию информационных процессов, спровоцировавших существенные изменения в социокультурной и социально-экономической сферах; произошел пересмотр образцов и стереотипов поведения на макро-,

мезо- и микроуровнях взаимодействия. С развитием сети Интернет начали меняться практики коммуникации. В 2021 г. в социальных сетях общались 68% населения России, или 99 млн. человек. Однако простота и доступность онлайн-общения со временем стали приобретать негативную окраску. В обществе начало складываться мнение, что из-за доступности онлайн-знакомств к ним прибегают только люди, у которых проблемы с самооценкой и живым общением. Причиной изменения в отношении к онлайн-знакомствам стал и рост числа мошенников, охотящихся за личными данными или навязывающих сексуальные отношения.

Несмотря на очевидные риски, основная аудитория сайтов или приложений для знакомств – это люди 18-34 лет. Достаточно много пар знакомятся виртуально и вступают в дальнейшем в продолжительные серьезные отношения. По данным опроса ВЦИОМ от 2018 г. [1], Интернет-знакомства являются вторым по распространенности способом поиска партнера. В связи с этим необходимо исследовать вопрос популярности виртуального взаимодействия как формы брачного выбора среди молодежи.

Интернет-знакомства не раз становились предметом социологических исследований. Личностные качества, мотивации и специфику коммуникации людей, прибегающих к подобным способам встречи партнера и ведения отношений, рассматривали Н.С. Фонталова, В.В. Артамонова и Г.Э. Турганова [2]. Самопрезентацию и критерии выбора брачного партнера описывают в своих работах Е.С. Елисеева [3], В.С. Харченко и Е.В. Кожевникова [4]. Изучением отношения к деятельности посредников на рынке брачных услуг, а также исследованием важности достоверной информации у потенциальных брачных партнеров в процессе принятия решения о вступлении в брак занималась Т.С. Чистякова [5]. Особенности брачного выбора, связанные с ростом информационных технологий и коммуникационных сетей, рассматривает Ю.Г. Миронова [6]. А.П. Глухов, Т.А. Булатова, И.П. Кужелева-Саган [7] рассматривали трансформацию межличностной коммуникации цифрового поколения в социальных сетях, описали новые коммуникативно-ролевые фреймы: сетевой флирт, френдинг, фолловинг, троллинг, изучали особенности самопрезентации в социальных сетях. Непосредственно о теме Интернет-знакомств как формы брачного выбора молодежи писали Ю.Г. Миронова и Е.А. Тырнова [8], изучавшие трансформацию брачного рынка в условиях цифровизации. Однако, по оценкам экспертов, прибыль рынка онлайн-знакомств ежегодно растет, например, в 2021 г. она составила $3.2 млрд., такой динамике способствует трансформация самих дейтинг-платформ, что подтверждает значимость их регулярного мониторинга.

В марте-апреле 2022 г. А.А. Чукриной было проведено анкетное исследование по теме «Интернет-знакомства как форма брачного выбора современной молодежи» с помощью цифровых технологий; опрошено 212 человек в возрасте от 18 до 30 лет, из которых 58% девушек и 42% юношей. Для обработки данных была использована программа IBM SPSS Statistic версии 21.

Опрошенные отметили, что самым популярным способом найти пару является общение в компании друзей (82%), на втором месте стоят Интернет-знакомства (75%), на третьем месте – поиск второй половинки в своем учебном заведении (71%), а на четвертом – работа (54%). Так, репутация Интернет-знакомств среди молодежи не только не уступает знакомствам в реальном мире, а даже имеет преимущество. Как возможное место, где можно найти свою пару, они уступают лишь компании друзей, преимущество которой можно объяснить тем, что в кругу друзей уже имеются общие связи, интересы и шанс завязать романтические отношения выше.

Среди тех молодых людей, кто состоит в отношениях, около трети нашли свою пару в Интернете (29%), при этом Интернет-знакомствами чаще пользуются юноши (47%), чем девушки (17%). С нашей точки зрения, молодые люди предпочитают встречи в сети, поскольку виртуальные ухаживания требуют гораздо меньше личных усилий, экономических и моральных затрат, и разрываются проще, чем реальные.

Юноши в целом настроены более оптимистично, чем девушки, и верят, что отношения, завязавшиеся по Интернету, ничем не отличаются от реальных, и у них есть перспективы на будущее. При первом знакомстве юноши являются более активными и часто первыми проявляют инициативу в переписке. Однако любопытно, что мнения о виртуальных отношениях и реальном браке противоречивы. Несмотря на то, что юноши говорят о равных шансах вступления в брак в будущем, независимо от места знакомства (81%), они в то же время в больше мере, чем девушки, считают, что Интернет-знакомства не могут привести к чему-то серьезному (54%). Возможно, это связано с проблемой отношения молодых людей к браку в целом и принятия на себя ответственности за узаконивание своих отношений. Особенно эта тенденция прослеживается в среде представителей мужского пола.

Стоит отметить, что опасения Интернет-знакомства вызывают в большей степени у девушек (81%), но они в то же время считают этот способ действительно удобным (65%) и отмечают, что знакомится в глобальной сети не так страшно, как в реальной жизни (65%). В целом, современные молодые люди не считают, что перспективность и успех отношений зависит от места

знакомства. По их мнению, знакомства в Интернете и знакомства в реальной жизни имеют одинаковые шансы на успех.

Исследование показало, что большинство молодых опрошенных хотя бы раз в своей жизни знакомились в Интернете и хотя бы одни отношения они считали удачными. Кроме того, большинство молодых людей, познакомившихся онлайн, в конечном итоге встретились в реальной жизни.

Обобщая итоги исследования, отметим, что поиск партнера в сети в большей степени характерен для юношей, девушки же относятся к нему с опасением. Возможно, это связано с тем, что девушки часто сталкиваются с пугающим вниманием представителей противоположного пола, которые часто пишут сообщения с сексуальным подтекстом. Однако все же и девушки, и юноши отмечают, что интернет-знакомства становятся популярнее, поскольку они имеют значительные преимущества в виде отсутствия территориальных границ, возможности познакомиться с человеком с одинаковыми интересами, основываясь на информации на его странице, а также дают преимущества в коммуникации, когда можно обдумать свой ответ и ответить позже, при этом не испытывая тревоги и дискомфорта. Для юношей является важным преимуществом и возможность экономить свое время и средства.

Респонденты считают, что отношения, завязавшиеся в виртуальном пространстве, ничем не отличаются от отношений, завязавшихся в реальном мире, если они основаны на настоящих чувствах (65%). Лишь 36% считают, что такой способ знакомств не несет в себе ничего серьезного и предназначен лишь для развлечений.

Молодые опрошенные осознают риски виртуального общения, 77% относятся к нему с опасением, однако, несмотря на это, большинство согласно с тем, что не следует отказываться от подобного опыта (69%), но важно обучать молодых людей безопасному поведению в глобальной сети.

Список литературы

1. Любовь нечаянно нагрянет? // ВЦИОМ. 30.08.2018. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/lyubov-nechayanno-nagryanet (дата обращения: 10.12.2021).

2. Фонталова Н.С., Артамонова В.В., Турганова Г.Э. Взаимосвязь личностных особенностей и мотивации людей, прибегающих к интернет-знакомствам // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. № 1. С. 149–160.

3. Елисеева Е.С. Ориентации молодежи при выборе брачного партнера // Форум молодежной науки. 2020. № 3. С. 14–19.

4. Харченко В.С., Кожевникова Е.В. Анализ брачного выбора: Эмпирическое измерение в социологическом исследовании // Известия

Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2020. № 4. С. 100–115.

5. Чистякова Т.С. Ценность информации в ситуации выбора брачного партнера // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2007. № 3 (8). С. 137–142.

6. Миронова Ю.Г. Брачный выбор в структуре матримониального поведения: социологический анализ // Сборник материалов II Международной научно-практической конференции: «Социально-экономические, гуманитарные науки и юриспруденция: вопросы теории и практики», Новосибирск, 22-30 декабря 2017 г. Новосибирск: Центр развития научного сотрудничества, 2017. С. 67–76.

7. Социальные сети как инфраструктура межличностного общения цифрового поколения: трансформация фреймов коммуникации: Монография / А.П. Глухов, И.П. Кужелева-Саган, Т.А. Булатова [и др.]; Под ред. И.П. Кужелева-Саган. Томск: ТГУ, 2017. 220 с.

8. Миронова Ю.Г., Тырнова Н.А. Интернет-знакомства как форма брачного выбора современной молодежи: социологический анализ // Социология. 2017. № 4. С. 32–35.

ИССЛЕДОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНОГО КОМПОНЕНТА СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ГОТОВНОСТИ МОЛОДЕЖИ К ВОЛОНТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

RESEARCH OF COMMUNICATIVE COMPONENT OF SOCIO-PSYCHOLOGICAL READINESS OF YOUTH TO VOLUNTEER ACTIVITIES

И.С. Карпикова, В.В. Артамонова
Байкальский государственный университет, г. Иркутск
I.S. Karpikova, V.V. Artamonova
Baikal State University, Irkutsk

Представлены результаты эмпирического исследования коммуникативного компонента социально-психологической готовности молодежи к волонтерской деятельности. Выявлены статистически достоверные различия в разрезе коммуникативных склонностей между волонтерами и не волонтерами: волонтеры в большинстве своем имеют высокий уровень коммуникативных склонностей, что свидетельствует о навыках партнерского общения, не волонтеры – уровень ниже среднего.

This article presents the results of an empirical study of the communicative component of the socio-psychological readiness of young people for volunteer activities. Statistically significant differences were found in the context of communicative inclinations between volunteers and non-volunteers: the majority of volunteers have a high level of communicative inclinations, which indicates the skills of partner communication, non-volunteers have a level below the average.

Ключевые слова: молодежь, волонтерская деятельность, социально-психологическая готовность, коммуникативный компонент

Keywords: youth, volunteer activity, socio-psychological readiness, communicative component

В современных условиях волонтерство является одной из основных форм проявления социальной активности граждан во всем мире. В Российской Федерации наблюдается устойчивый рост числа граждан и организаций, участвующих в волонтерской деятельности, расширяются масштабы реализуемых программ и проектов с участием волонтеров.

Волонтерская деятельность активно представлена в молодежной среде и ориентирована в первую очередь на молодых людей с развитой установкой «на других», у которых сформированы на достаточно высоком уровне такие качества личности, как сострадание, справедливость, толерантность, альтруизм. Социально-психологическая готовность молодежи к волонтерской деятельности является одним из важных регуляторов успешной ее реализации.

Учитывая характерные признаки социально-психологической готовности молодежи к волонтерской деятельности [1], в качестве методологической основы для изучения коммуникативного компонента социально-психологической готовности к волонтерской деятельности нами были выбраны исследования А. А. Шагуровой, посвященные данной проблематике.

А.А. Шагуровой была разработана «структура социально-психологической готовности к волонтерской деятельности, включающая ее структурные компоненты и характеристики» [2, с. 51–52]: мотивационный, эмоционально-волевой, личностный, коммуникативный компоненты. Для каждого компонента автор обозначила соответствующие показатели. Так, «коммуникативный компонент социально-психологической готовности молодежи к волонтерской деятельности представлен такими показателями, как коммуникативность, лидерские качества личности и владение организаторскими умениями во взаимодействии» [2, с. 52–53].

Для изучения коммуникативного компонента была использована методика «Коммуникативные и организаторские склонности» (В.В. Синявский, В.А. Федорошин). Методика предназначена для выявления коммуникативных и организаторских склонностей личности: «умение четко и быстро устанавливать деловые и товарищеские контакты с людьми, стремление расширять контакты, участие в групповых мероприятиях, умение влиять на людей, стремление проявлять инициативу» [3, с. 20].

В ходе изучения коммуникативного компонента социально-психологической готовности молодежи к волонтерской деятельности было проведено эмпирическое

исследование, для реализации которого сформированы две группы испытуемых – экспериментальная и контрольная. Экспериментальную группу составили 50 молодых людей в возрасте 18–30 лет из числа волонтеров РОО «Иркутский региональный волонтерский центр», вовлеченных в момент исследования в волонтерскую деятельность и характеризующихся высокой степенью социально-психологической готовности к деятельности подобного рода (по результатам исследования, проведенного с помощью опросника «Социально-психологическая готовность к волонтерской деятельности» А.А. Шагуровой).

В контрольную группу вошли 50 студентов института управления и финансов Байкальского государственного университета того же возраста, но не вовлеченные в волонтерскую деятельность и характеризующиеся низкой степенью социально-психологической готовности к волонтерской деятельности, но выразившие желание участвовать в ней. Распределение испытуемых по полу и возрасту представлено в таблице 1.

Таблица 1

Распределение испытуемых по полу и возрасту, %

Возраст	*Экспериментальная группа (волонтеры)*		*Контрольная группа (не волонтеры)*	
	мужской	*женский*	*мужской*	*женский*
18–21 лет	16,0	20,0	16,0	8,0
22–24 лет	8,0	8,0	24,0	12,0
25–30 лет	12,0	36,0	12,0	28,0
Итого	100,0		100,0	

Статистически достоверные различия на высоком уровне значимости (p=0,000) были выявлены в разрезе коммуникативных склонностей: значение 0,66 б. свидетельствует о высоком уровне развития коммуникативных способностей у волонтеров. Значение 0,50 б. у не волонтеров относится к уровню развития коммуникативных способностей «ниже среднего» (табл. 2).

Таблица 2

Коммуникативные и организаторские склонности испытуемых в экспериментальной и контрольной группах

Шкалы	*Экспериментальная группа (средние значения в баллах)*	*Контрольная группа (средние значения в баллах)*	*t-критерий*	*Уровень значимости (p)*
Уровень коммуникативных способностей	0,66	0,50	7,709	0,000***
Уровень организаторских способностей	0,49	0,46	1,128	0,261

Молодые люди с высоким уровнем развития коммуникативных способностей стремятся расширить круг своих знакомых, занимаются общественной деятельностью, помогают близким, не теряются в новой обстановке. Волонтеры обычно проявляют инициативу в общении, с удовольствием принимают участие в организации общественных мероприятий, способны принять самостоятельное решение в трудной ситуации. Напротив, уровень развития коммуникативных способностей «ниже среднего» у испытуемых свидетельствует о том, что они могут испытывать скованность в общении с новыми людьми, предпочитают проводить время в одиночестве, ограничивают свои знакомства, испытывают трудности в установлении контактов с людьми и при выступлении перед аудиторией, плохо ориентируются в незнакомой ситуации. Проявление ими инициативы в общественной деятельности наблюдается не часто, а принятия самостоятельных решений они предпочитают избегать.

На рисунке 1 представлено процентное распределение по уровню сформированности коммуникативных способностей в двух группах испытуемых.

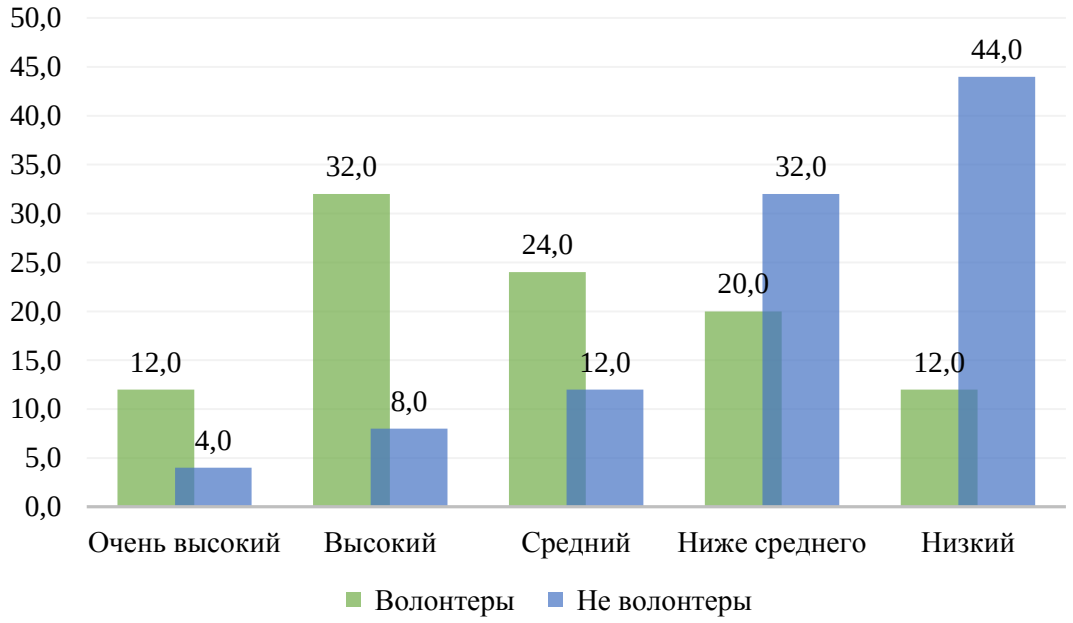


Рис. 1. Распределение испытуемых экспериментальной и контрольной групп по уровню сформированности коммуникативных способностей

По результатам исследования, большинство молодых людей, участвующих в волонтерской деятельности, характеризуются очень высоким, высоким и средним уровнем развития коммуникативных способностей — соответственно, 12,0%, 32,0% и 24,0% испытуемых. Не волонтеры, как было отмечено выше, в

большей степени характеризуются низким уровнем сформированности коммуникативных способностей (44,0%) и уровнем ниже среднего (32,0%).

Полученные нами результаты свидетельствуют, с одной стороны, о коммуникативных способностях личности как фактора ее предрасположенности к волонтерской деятельности, с другой – участие в волонтерстве развивает коммуникативные способности. В любом случае, поскольку волонтерство предполагает субъект-субъектные отношения между волонтерами и благополучателями, коммуникативная составляющая является для волонтера одной из базовых компетенций, способствующих успешному и эффективному выполнению поставленных задач.

Оценка в ходе исследования организаторских способностей испытуемых отразила отсутствие какого-либо значимого влияния на них коммуникативных способностей. Большинство как волонтеров, так и не волонтеров имеют низкий уровень сформированности организаторских способностей – соответственно, 60,0% и 56%.

Значимость исследованных нами компонентов социально-психологической готовности молодых людей к волонтерской деятельности предполагает необходимость их оценки и формирования. Среди практических рекомендаций можно предложить такие важные, на наш взгляд, мероприятия, как отбор волонтеров с помощью психодиагностического инструментария; учет сферы деятельности, в которой могут быть задействованы волонтеры, с целью раскрытия их личностного потенциала; учет мотивации молодых людей и их системы ценностей; развитие социально-психологической готовности к волонтерской деятельности через социально-психологические тренинги.

Список литературы

1. Артамонова В.В. Сущность и структура социально-психологической готовности молодежи к волонтерской деятельности // Сборник статей V Международной научно-практической конференции «Молодежь, наука, образование: актуальные вопросы, достижения и инновации». Пенза, 2022. С. 175–179.
2. Шагурова А.А. Социально-психологическая готовность молодежи к волонтерской деятельности: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05. М.: РГСУ, 2013. 200 с.
3. Батаршев А. Диагностика способности к общению. СПб.: Питер, 2008. 220 с.

СТУДЕНЧЕСКАЯ МОЛОДЕЖЬ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК

STUDENT YOUTH IN THE TRANSFORMATION OF COMMUNICATIVE PRACTICES

Е.В. Коровина, Ю.В. Трофимова
Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева, г. Нижний Новгород
E.V. Korovina, Y.V. Trofimova
Nizhny Novgorod State Technical University n.a. R.E. Alekseev, Nizhny Novgorod

Противоречивый процесс трансформации коммуникативных практик в цифровую эпоху актуализирует проблему формирования ценностных ориентиров студенческой молодежи как особой социально-демографической группы. Авторы ставят вопрос о необходимости исследовать изменяющиеся социокультурные процессы с позиции ресурсности практик взаимодействия среди студенческой молодежи, что определяется ее сущностным признаком сохранять и формировать социальные связи посредством саморегуляции коммуникативной деятельности, преодолевать вызовы, связанные с бурным развитием цифровых технологий и неоднозначностью современных коммуникативных практик.

The contradictory process of transformation of communicative practices in the digital era actualizes the problem of the formation of value orientations of students as a special socio-demographic group. The authors raise the question of the need to investigate changing socio-cultural processes from the perspective of resource-based interaction practices among students, which is determined by its essential feature to preserve and form social links through self-regulation of their communicative activities, to overcome challenges associated with the rapid development of digital technologies and ambiguity of modern communicative practices.

Ключевые слова: современная студенческая молодежь, цифровые технологии, новое социальное пространство, виртуальные и реальные практики взаимодействия, трансформация медийных приоритетов, стереотипизация сознания, неконтролируемая информация

Keywords: modern students youth, digital technologies, new social space, virtual and real interaction practices, transformation of media priorities, stereotyping of consciousness, uncontrolled information

В современной России, в связи с возрастанием роли инфо-коммуникационных технологий в процессе формирования социокультурных ориентиров молодежи, усилилось внимание отечественных ученых к проблематике легитимации «коммуникативного поворота» и воздействия

быстро меняющихся коммуникативных практик на восприятие и сознание студенческой молодежи.

Цель исследования заключается в определении основных тенденций трансформации различных коммуникативных практик российской молодежи и их специфики. Новые социальные взаимодействия студенческой молодежи в XXI в. и смещение предпочтений в сторону виртуальных практик, по сути, содержат в себе «конфликт интерпретаций» – несовпадающие опыты социокультурного самоопределения индивидов и групп. Эти опыты нельзя назвать абсолютно не совместимыми, по мнению П. Рикера, хотя их нельзя объединить на основании какого-либо внешнего и единого для всех критерия [см.: 1, с. 6].

Теоретико-методологическую основу исследования составляются научные труды отечественных авторов с 1960-1970-х гг. по настоящее время. Интерес к изучению молодежной проблематики определяется значением молодежи в стратификационной структуре российского общества, разработкой и реализацией молодежной политики государства, который отразился в работах авторов в данный период. В 1990-2000-х гг. исследователи актуализировали важную задачу современных масс медиа – разработку механизмов, направленных на формирование свободной личности с высоким уровнем критической оценки политических ситуаций и демонстрирующих легальные формы общественной активности. В работе А.Ю. Уварова проанализированы три основных сценария цифровой трансформации образования, выделены три группы идеальных теоретических сценариев [2]. Различные аспекты коммуникативных практик представлены работами И.А. Вершининой и Т.С. Мартыненко [3], О.В. Гавриленко, Т.Л. Каминской, М.Е. Липатовой [4–6]. В научной статье С.А. Гришаевой и К.В. Клюваева [7] описаны особенности применения коммуникативных практик в социальных сетях, проанализированы инструменты передачи социальной информации в пользовательских сообществах.

Среди основных информационных интересов студенческой молодежи, начиная с 1990-х гг. и до первой четверти XXI в., отметим: приоритет потребительских предпочтений и ориентаций над креативными, стереотипизацию восприятия информации, слабую индивидуализированность, а также внеинституциональная культурная самореализация, доминирование западных культурных потребностей, неспособность отсеивать недостоверную информацию, вакуум этнокультурной самоидентификации. Следствием этого является низкий уровень критического мышления в отношении полученной общественно-политической информации.

Наиболее предпочтительными для студенческой молодежи СМИ являются глобальная сеть Интернет и телевидение, при этом молодежь часто совмещает просмотр TV и экрана компьютера.

Исходя из вышеуказанных предпочтений, изменение коммуникативных практик может быть сведено к таким тенденциям, как вытеснение личных контактов дистанционным общением, появлением специфичных молодежных практик поддержания социальных взаимодействий и уход в виртуальную реальность, превращение сети Интернет в главное средство самопрезентации и конструирования идентичности в молодежной среде. Использование виртуальной среды в качестве пространства социальных взаимодействий оказывает влияние на изменение уже сложившихся коммуникативных практик, например таких, как координация совместной деятельности (работа в команде), социальный контроль, сохранение приватности, поддержание сложившихся социальных связей и осуществление самопрезентации. В этих условиях Интернет-пространство приобретает символическую значимостью. Будучи каналом виртуальной коммуникации, Интернет трансформирует повседневный язык пользователей при общении в социальных сетях, используя эмодзи, стикеры, фотографии и другие невербальные средства коммуникации, и становится важным агентом вторичной социализации молодежи. Возможность комментировать различный контент, размещенный в глобальной сети, позволяет осуществлять контроль над социальными связями участников и ориентировать пользователей на дальнейшее взаимодействие между собой. Особенность Интернета как агента вторичной социализации является то, что он может дополнять и/или вытеснять легитимные коммуникативные практики теневыми, транслируя ложные образцы поведения. Взаимодействие с партнером по общению путем различных внешних устройств (мобильному телефону, компьютеру) способствует ограничению естественной потребности человека в социальных взаимодействиях, в общении, признании или к иллюзии удовлетворения этих потребностей.

Коммуникационный процесс в студенческой среде понимается как процесс трансляции и обмена социокультурными ценностями. Его особенность – новая форма взаимодействия – виртуальная коммуникация как итог развития информационных технологий. В молодежной аудитории возникает целый комплекс проблем, связанных с существенной трансформацией медийных приоритетов, нынешнее поколение все более тяготеет к медиатекстам в электронном формате в силу открытости Интернет-пространства, его технологичности, доступности, простоты изложения. Из-за многоступенчатости потоков подачи информации усиливается возможность сети Интернет

достаточно быстро менять общественное мнение по любой общественной проблеме. Как говорилось ранее, в большом потоке информации студенческой молодежи достаточно сложно выявить и критически осмыслить ложную информацию. Для студенческой молодежи – главного потребителя информации становятся актуальными следующие проблемы и перспективы выработки новых методов социального управления коммуникационными процессами: ограничение воздействия манипулятивных технологий на сознание, создание информационной среды, способствующей формированию системы знаний и раскрытию личностного потенциала, ориентация на толерантное отношение к другим культурам.

Список литературы

1. См.: Корбут А.М., Плотников А.А., Тягунова Т.В. К вопросу о легитимации «коммуникативного поворота» современного образования // Коммуникативный поворот современного образования: Сб. научных статей. Мн.: Пропилеи, 2004. С. 5–23.
2. Цифровая трансформация и сценарии развития общего образования / А.Ю. Уваров; НИУ «Высшая школа экономики», Институт образования. М.: НИУ ВШЭ, 2020. 108 с.
3. Вершинина И.А., Мартыненко Т.С. Коммуникация в цифровую эпоху: новые возможности для рынка труда // Трансформация коммуникации в цифровую эпоху: Материалы научной онлайн конференции с международным участием / Ред. А.К. Мамедов, И.Н. Чудновская. М.: МАКС Пресс, 2020. С. 6–11.
4. Гавриленко О.В. Цифровые технологии и современные режимы коммуникации // Трансформация коммуникации в цифровую эпоху: Материалы научной онлайн конференции с международным участием / Ред. А.К. Мамедов, И.Н. Чудновская. М.: МАКС Пресс, 2020. С. 12–18.
5. Каминская Т.Л. Молодежь и политика: современные коммуникативные практики // Вестник ВГУ. Филология и журналистика. 2018. № 3. С. 130–132.
6. Липатова М.Е. Специфика цифровой коммуникации в современном обществе // Трансформация коммуникации в цифровую эпоху: Материалы научной онлайн конференции с международным участием / Ред. А.К. Мамедов, И.Н. Чудновская. М.: МАКС Пресс, 2020. С. 60–66.
7. Гришаева С.А., Клюваев К.В. Коммуникативные практики молодежи в социальных сетях // Цифровая социология. 2019. Т. 2. № 3. С. 4–9.

КОММУНИКАЦИОННЫЕ СЕТИ НИЖЕГОРОДСКИХ АРМЯН
COMMUNICATION NETWORKS OF NIZHNY NOVGOROD ARMENIANS

Л.С. Курносова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
L.S. Kurnosova
Lobachevsky University

Рассматриваются коммуникационные сети и практики нижегородских мигрантов-армян. Выявляется их роль в адаптации мигрантов и воспроизводстве армянской культуры и языка. Внимание обращено и на изменение коммуникационных практик и использование новых технических средств в поддержании традиционных сетей.

Communication networks and practices of Nizhny Novgorod Armenian migrants are considered. Their role in the adaptation of migrants and the reproduction of Armenian culture and language is revealed. Attention is also drawn to changing communication practices and the use of new technical means in maintaining traditional networks.

Ключевые слова: коммуникационные сети, коммуникационные практики, адаптация, мигранты, культура, язык, традиции

Keywords: communication networks, communication practices, adaptation, migrants, culture, language, traditions

В тексте использованы результаты исследования, проведенного автором осенью 2018 – весной 2019 гг. методом интервью в свободной форме. Данные обработаны методом контент-анализа с привлечением специализированного пакета Лекта и программ Excel и Statistica. В центре внимания были социокультурные факторы и практики нижегородских армян.

Опрашивались мигранты или дети мигрантов. Все опрашиваемые провели в России не менее 7 лет. Некоторые респонденты родились здесь. Проблемы коммуникации изучались в качестве аспекта освоения русского языка, процесса адаптации к новой культурной среде и воспроизводства на новом месте армянской культуры и поддержания семейно-родственных связей.

Опишем сети общения нижегородских армян по кругам общения. Первый круг общения – это семья и родственники. От русских этот круг общения отличается, прежде всего, своими размерами. Учитываются даже дальние формы родства. В семейные сети у респондентов включены двоюродные и троюродные братья и сестры, братья и сестры как родителей, так и дедушек с бабушками. Их

не просто знают – с ними активно общаются, встречаются, им звонят, их приглашают и отвечают на их приглашения по разным семейным поводам. Исключение из этого правила продемонстрировали лишь опрошенные из смешанных семей.

Конечно, у нас там тоже папины двоюродные братья, сестры, тетки, дяди. У всех они останавливались. В этом плане проблем нет. Все достаточно хорошо общаются, ездят друг к друг в гости.

Следующее отличие – это география семейных связей. Почти у всех респондентов, помимо собственно своей семьи, есть родственники в Нижнем Новгороде. Иногда именно по их приглашению они и приехали в Нижний, а иногда сами были приглашающими. У всех сохранилась родня в местах исхода, которая могла как никуда не выезжать (в основном старшее поколение), так и вернуться после работы и жизни в России. У очень многих родные в других городах России и за границей.

Но у нас очень много родственников живёт за границей, есть родственники во Франции, в США, в самой Армении осталось очень много родственников, тоже и в России, на юге в основном, там Казахстанский край, Ставропольский край и т.д.

Такой разброс родни – вовсе не исключение:

Ну, вот, один мой двоюродный брат живет в Грузии пока, так же в Тбилиси. Двоюродная сестра живет сейчас в Венгрии, она из Грузии и по программе какой-то уехала туда учиться и работать. Еще брат с сестрой двоюродные живут в Испании, они эмигрировали туда. Ближайшие, с кем поддерживаем связь. Ну, и в России у нас живут…

Активность родственных связей сами респонденты объясняли традиционным образом жизни, который вели армяне на родине.

У них были большие дома, в которых жили по несколько поколений семей, несколько ветвей семей, жили все вместе, и это у нас считается нормальным и даже здесь, живя по отдельности, стараемся эту связь поддерживать.

К основным социальным функциям семейно-родственных сетей армян можно отнести сохранение связей с родиной, сохранение традиций и родного языка. Некоторые специально на лето отправляли детей в Армению, чтобы те осваивали родной язык, который недостаточно востребован в повседневной жизни в Нижнем Новгороде.

Кроме того, что вот здесь он общается с армянами, обязательно два раза в год летом вместе уезжаем в Армению с сыном, чтобы держать связь с родственниками, своими корнями, чтобы он не забыл и получил все вот эти

знания по культуре. Дома мы говорим на армянском языке, естественно, в школе на русском.

Для многих Армения остается домом и местом встречи с далеко живущими родными:

… и с папиной стороны, и с маминой стороны все родственники в разных странах… и мы с двоюродными сёстрами специально, чтобы наши дети общались…, чтобы вот узнать друг друга, мы летом договорились, что каждое лето мы собираемся в Армении.

Если ездить в Армению не получается, принимают гостей оттуда у себя. Интенсивность поездок к родне зависит от возможностей семьи и варьируется от двух-трех в год до раз в несколько лет.

Пару раз отец с матерью ездили в Марсель к папиному двоюродному брату. Есть родственники в США, но мы, к сожалению, их не навещали. Они сами приезжали, и мы встречались с ними в Москве.

Детей в Армению стараются возить все. Кроме поездок, используются все традиционные способы поддержания контактов: ходят в гости, принимают гостей, собираются на совместные мероприятия, снимают кафе на свадьбы или просто для регулярных встреч. На этих встречах чаще говорят по-армянски и требуют того же от молодежи.

Преодолевать последствия такой разбросанности родственников помогают новые технические средства. Современная техника сделала общение на больших расстояниях доступным и комфортным. Вот как приходилось общаться матери респондентки прежде:

Каждый месяц, в один день она ездила в город, там какая-то почта была, 3-4 минуты разговаривали, и то: когда ты деньги отправишь? Первая фраза эта, чтобы знать. Потом дальше: как у вас дела? Даже не могли вместе нормально разговаривать.

Сейчас в вайбере, скайпе, вотсапе доступно ежедневное бесплатное общение, собеседники могут видеть друг друга, улавливать нюансы невербальных способов коммуникации. Такая беседа очень близка к живому общению, позволяет ближе знакомиться с людьми, с которыми невозможно встретиться непосредственно.

Они очень дружат, звонят в вайбере. У младшей сестры есть 3 (сына – прим. авт.) и не видели (не встречались лично – прим. авт.)), но все равно в вайбере общаются, друг друга знают. Сейчас с технологиями хорошо.

Общались таким образом с родственниками почти все респонденты всех возрастов. Техника позволяет общаться одновременно людям из разных мест, проводить семейные конференции. Это очень важно для эмоционального

комфорта. Кроме установления родственных связей такое общение позволяет респондентам учить языки. В общении с дедушками и бабушками практикуют армянский, а в общении с молодыми зарубежными родственниками таким образом учат английский.

У всех опрошенных были друзья как среди армян, так и среди русских. Молодых людей спрашивали, насколько легко им было общаться в школе, а родителей о друзьях детей. Русских друзей значительно больше, что помогает быстрее адаптироваться и легче выучиться говорить по-русски. В беседах почти все респонденты отмечали, что армянские дети быстро находят друзей и очень общительные. Конечно, небольшая выборка не позволяет делать однозначные выводы и распространять этот вывод на всех.

Друзья семьи, в основном, армяне тоже? В основном, армяне, да, в основном армяне, но и русские. У него (сына – прим. авт.) в основном русские друзья, в основном круг общения связан со школой, у меня тоже, в основном, со школой.

У молодых опрошенных школьные друзья остаются надолго:

С моими одноклассниками мы до сих пор очень хорошо дружим, подружки. Они русские? Да. Приглашала ли ты их в гости? Конечно. Знакомила со своими сестрами или мамой? Мы все из одной школы, мы все друг друга там и так знаем.

Отдельно стоит упомянуть общину и армянскую церковь в Нижнем Новгороде, на базе которых тоже выстраиваются коммуникационные сети нижегородских армян. Все респонденты знали об общине, но не все участвовали в ее мероприятиях. Не все искали через нее знакомства или поддержку. Некоторые же расширяли свой круг знакомых и вели активную культурную жизнь.

Мы, можно сказать, все друг друга здесь знаем. Но это везде так. И в Москве почти друг друга знают, в любой стране, где есть армяне, все друг друга да знают. То есть, мы всегда пытаемся друг друга найти, начать общаться, всё это поддерживать. Ходить вместе на какие-то мероприятия.

Не зависимо от реального поведения существование такой общины оценивалось всеми как важное. Вот мнение респондента, который никогда не бывал на ее мероприятиях:

Я понимаю, что создавать общины, может грубо будет названо, какие-то такие места, где люди просто будут знакомиться и общаться, приехал в чужую страну, ты, по любому, нуждаешься в друзьях и людях своей национальности, чтобы как-то чувствовать себя поувереннее здесь, и,

возможно, создать такие места, где люди смогут общаться, находить друг друга и поддерживать связи.

Этот же респондент указал, что излишняя включенность в общину может и помешать адаптации.

Такое же примерно отношение к армянской церкви. Не зависимо от степени религиозности ее существование одобрялось всеми. В отличие от мероприятий общины ее посещали почти все. В основном по праздникам. Все респонденты подчеркивали ее значение для поддержания армянской культуры и идентичности, указывали на ее историческую функцию в поддержании культуры, единства и самосознания народа. Респондент, который посещал церковь, по его словам, только по праздникам, определил необходимость этих посещений как важных для идентификации:

Вот я, например, я вот таким образом поддерживаю значимость того, кто мы, что мы армяне. Это важно для меня, и это для моего сына тоже будет важно.

Друзей своей национальности армяне находят тоже часто через родственников, но и через этнические организации. Кроме церкви и общины несколько раз упоминался ансамбль танца.

Можно сказать, что у мигрантов армян Нижнего Новгорода самое интенсивное общение происходит между многочисленными родственниками, разбросанными по России, Армении и другим странам. Молодежь обрастает дружескими связями в школе и вузах. Заметную роль играют сети армянских организаций – церкви, общины.

РАЗВИТИЕ СЕВЕРНОГО ШИРОТНОГО ХОДА: СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ

DEVELOPMENT OF THE NORTHERN LATITUDINAL ROUTE: SOCIAL ASPECTS

В.В. Лобанов, Е.Е. Русинова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
V.V. Lobanov, E.E. Rusinova
Lobachevsky University

Рассматриваются социальные аспекты развития Северного широтного хода – железнодорожного пути в регионе Арктики Русского Севера и способы решения связанных с ним проблем социальной направленности в субъектах Российской Федерации региона Крайнего Севера.

The following article will cover the questions related to the Russian Federation Far North region development focused on transport industry challenges aimed on local population life quality improvement and social-oriented problems solving.

Ключевые слова: регион (районы) Крайнего Севера Российской Федерации, Северный широтный ход (СШХ), транспортная отрасль, ОАО «РЖД», региональные проблемы социальной направленности

Keywords: Far North regions of the Russian Federation, Nothern latitudinal way, transport industry, Russian Railways, regional problems of social-oriented nature

Арктика и Крайний Север для России являются зоной особых экономических, геополитических и социальных интересов. Активное изучение и освоение данных территорий ставит основной задачей развитие прежде всего транспортной (авиационной, морской, железнодорожной, автомобильной) и строительной отраслей для целей успешного социального развития региона.

В то же время существует крайняя необходимость в обеспечении постоянного мониторинга за экологическим состоянием региона с учетом его промышленного освоения, а также повышения уровня жизни и благосостояния всего населения, в том числе коренных и малочисленны народов Севера.

Реальная действительность и текущее состояние региона Крайнего Севера и Арктической зоны России показывает все трудности и особенности жизни и деятельности людей, постоянно проживающих в суровых природно-климатических условиях данного региона.

Для целей социального и промышленного развития региона и по результатам заседания межведомственной рабочей группы по вопросам развития железнодорожного транспорта от 17 октября 2017 г. № 5 под председательством Заместителя Председателя Правительства Российской Федерации А.В. Дворковича было принято решение одобрить реализацию проекта «Создание Северного широтного хода (СШХ)». Распоряжением Правительства Российской Федерации от 8 августа 2018 г. № 1663-р было дано указание ОАО «РЖД» осуществить реконструкцию железнодорожной линии «Коноша – Котлас – Чум – Лабытнанги» Северной железной дороги, включая реконструкцию станции Обская и железнодорожной линии «Пангоды – Новый Уренгой – Коротчаево» Свердловской железной дороги [1].

Изначально проект СШХ «задумывался к реализации» в Советском Союзе, далее к нему возвратились в 2000-х гг. с планом достроить в 2020 г. Технически СШХ – проект железнодорожного пути в регионе Арктики Русского Севера, который сможет пропускать примерно 23,9 млн. тонн грузов в год. В целях решения данной задачи должна быть реконструирована и частично достроена

инфраструктура Северной и Свердловской железных дорог с учетом построения участка железной дороги от Салехарда до Надыма (длиной около 700 км с мостами через реки Обь и Надым, изначально общая стоимость проекта – 292,3 млрд руб.).

Практической реализацией данного распоряжения со стороны ОАО «РЖД» стала разработка Комплексной программы научного сопровождения работ по реализации комплексного проекта «Создание железнодорожного Северного широтного хода Коноша – Обская – Салехард – Надым – Коротчаево» в увязке с прилегающими участками Северной и Свердловской железных дорог на 2020-2023 гг.

Основной научно-технической задачей Комплексной программы научного сопровождения СШХ в практической и социальной плоскости должно стать увеличение интенсивности перевозок в районах с экстремально низкими температурами, в том числе с учетом решения следующих задач:

- повышение уровня надёжности инфраструктуры и подвижного состава железнодорожной отрасли в районах Крайнего Севера (СШХ) как основного вида транспорта;
- оптимизация расходов на содержание инфраструктуры и подвижного состава железнодорожной отрасли;
- развитие уровня цифровизации и аппаратно-программного обеспечения инфраструктурных объектов для целей контроля и анализа эксплуатационной работы в границах полигона СШХ и регионах Крайнего Севера в целом;
- повышение уровня и обеспечение роста агропромышленного сектора экономики региона СШХ и Крайнего Севера с учетом усиления логистической составляющей перевозочного процесса грузов и привлечения инвестиций с последующим ростом кадрового потенциала региона;
- повышение уровня жизни и благосостояния населения, в том числе коренных и малочисленных народов Крайнего Севера, социального развития во всех сферах человеческой деятельности;
- сохранение и поддержание уровня благоприятных экологических условий в районе СШХ и регионах Крайнего Севера в целом.

В ходе выполнения Программы будут построены совмещенные мостовые переходы через реку Обь и реку Надым, что обеспечит транспортную и логистическую связь между прилегающими территориями региона СШХ, обеспечит круглогодичную перевозку грузов и людей в суровых климатических условиях. Повысится уровень инвестиционной привлекательности для целей

промышленного освоения и повышения уровня социального развития региона СШХ [2].

Необходимо отметить высокий уровень поддержки и контроля данной проблематики, а именно разработку и утверждение постановления Правительства Российской Федерации от 30 марта 2021 г. N 484 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Социально-экономическое развитие Арктической зоны Российской Федерации на 2021-2024 гг.». В числе приоритетных задач – улучшение условий для привлечения внебюджетных инвестиций и стимулирования предпринимательской активности на территории Арктической зоны и районах Крайнего Севера. В ходе выполнения госпрограммы предполагается создание тридцати тысяч рабочих мест, принятие закона о единой системе мониторинга за состоянием мерзлотных грунтов, обеспечение формирования механизма ускоренного социально-экономического развития территорий Арктической зоны Российской Федерации [3].

Необходимо отметить, что «Проект СШХ» Правительство Российской Федерации «заморозило» на год, что не помешало отметить значимость данного проекта в 2022г. на самом высоком уровне. Президент Российской Федерации В.В. Путин дал поручение начать активное освоение проекта и строительство в 2022 г.

С учетом мнения аналитиков и специалистов проект получил новый вектор как возможность разгрузить «Восточный полигон», в том числе взамен максимального снижения уровня грузовых перевозок углеводородов в направлении западноевропейских стран.

Президент Российской Федерации В.В. Путин отметил, что сложившаяся ситуация на мировых рынках дает возможность увеличить потребление углеводородов на внутреннем рынке, стимулировать глубокую переработку сырья, а также нарастить поставки энергоресурсов в другие регионы мира. Для решения этой задачи используем все имеющиеся возможности, включая развитие транспортных коридоров, в том числе речь идет о железнодорожном Северном широтном ходе. Активная стройка на объектах этой магистрали должна начаться уже в текущем году [4].

Решением задач социального и промышленного развития СШХ должно стать безусловное и совместное взаимодействие органов государственной власти высшего, регионального и местного уровней, привлечение представителей народностей и меньшинств и общественности.

Главными участниками выполнения и реализации данного проекта будут Министерство транспорта Российской Федерации, ОАО «РЖД» как основной

участник данного проекта, а также региональные структуры, отвечающие за социальное развитие и возрождение региона Крайнего Севера в целом и СШХ, в частности.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 8 августа 2018 г. № 1663-р // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201808150002 (дата обращения: 04.10.2022).

2. Комплексная программа научного сопровождения работ по реализации комплексного проекта «Создание железнодорожного Северного широтного хода Коноша – Обская – Салехард – Надым – Коротчаево» в увязке с прилегающими участками Северной и Свердловской железных дорог на 2020 – 2023 годы».

3. Постановление Правительства Российской Федерации от 30 марта 2021 г. N 484 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации “Социально-экономическое развитие Арктической зоны Российской Федерации”» // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202104020037 (дата обращения: 04.10.2022).

4. Россия может увеличить потребление энергоресурсов, заявил Путин // РИА новости. 13.04.2022. URL: https://ria.ru/20220413/energoresursy-1783295547.html (дата обращения: 04.10.2022).

КОММУНИКАЦИЯ КАК ОСНОВА ТОПОНИМА НА ПРИМЕРЕ ОТДЕЛЬНЫХ НАСЕЛЁННЫХ ПУНКТОВ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

COMMUNICATION AS THE BASIS OF A TOPONYM ON THE EXAMPLE OF INDIVIDUAL SETTLEMENTS OF THE NIZHNY NOVGOROD REGION

М.В. Малинин, О.А. Хитрюк
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
M.V. Malinin, O.A. Khitryuk
Lobachevsky University

Рассматривается процесс формирования новых топонимов в результате коммуникативного взаимодействия. Дается семантический анализ географических объектов, связанных с историко-культурными особенностями, на примере отдельных населенных пунктов Нижегородской области.

In the article, the authors consider the process of formation of new toponyms as a result of communicative interaction. The semantic analysis of geographical objects

associated with historical and cultural features is given on the example of individual settlements of the Nizhny Novgorod region.

Ключевые слова: коммуникация, топонимика, микроистория, фольклор
Keywords: communication, toponymy, microhistory, folklore

Процесс коммуникации лежит в основе социальных явлений и процессов. Ни одна из сфер человеческой деятельности невозможна без коммуникации. Общение людей лежит и в основе номинативного процесса, который связан с появлением новых имён собственных и нарицательных [1]. Рассмотрим, как процесс взаимодействия жителей между собой связан с формированием новых названий географических объектов.

Говоря о появлении новых топонимов, необходимо отметить их появление в результате социального или общественного договора, который происходил в рамках взаимодействия населяющих конкретную местность людей. Жители этих географических объектов могут быть связаны между собой различного рода социальными отношениями (профессиональные, семейные, религиозные), а могут никак не пересекаться в рамках проживания на конкретной территории. В связи с этим их общение может быть достаточно плотным, а может представлять собой механическое взаимодействие, то есть случайное. В рамках происходящих коммуникативных актов людям удаётся передать друг другу информацию, которая может оказать влияние на формирование какого-либо географического наименования.

Информация, которая может быть передана при межличностном общении, зачастую связана с какой-либо обыденной историей (исторически верной или вымышленной) либо же представлять собой мнение, связанное с наблюдением за какими-либо нативным или антропогенным объектом или явлением. Воспринятое и обработанное соответствующим образом сведение может и дальше неограниченное количество времени передаваться из уст в уста, что, в свою очередь, стимулирует и поддерживает устное народное творчество. К таким примерам можно отнести ряд названий: Разино (историческое), Зелёный город (природное), Монастырка (антропогенное) [3].

Появление новых топонимов, а также переосмысление внутренней и внешней формы старых названий являются неотъемлемой частью фольклорного процесса, поскольку это естественная потребность народа и часть его культурного кода. Именно поэтому географические названия практически не существуют в отрыве от топонимических преданий, число которых превышает количество самих топонимов. При этом существует огромное количество неверифицированных интерпретаций. Появление их связано с полярностью

мнений отдельных групп жителей и, быть может, даже конкретных субъектов, которые способны внушать массам свою точку зрения, в связи с чем общепринятые названия могут менять свою внутреннюю и внешнюю форму.

Говоря об именах собственных географических объектов Нижегородской области в качестве характерного примера назовём топоним «Елвашка». В Нижегородском топонимическом словаре Н.В. Морохина отмечается, что в основе данного топонима лежит мужское марийское имя Елай (Ялай) [3]. Однако народная молва о том, что в этих местах во время своего похода на Казань останавливался и обедал Иван IV Грозный, сделала своё дело [4]. Люди стали объяснять название тем, что на территории данной деревни ел царь (ел Ивашка). Таким образом, мы имеем дело с народной топонимией, которая может существенно искажать внутреннюю форму устоявшегося названия.

Вторым наглядным примером является административный центр Вадского района и Вадского сельсовета село Вад, которое располагается на речке Вадок, на что и указывает сформировавшееся название. Оно связано с финно-угорским происхождением топонима, что взывает к мордовскому слову «вать», что означает вода. [3, с. 112]. Однако народная версия утверждает, что когда-то в далёкие времена в этих местах находился женский монастырь. Монахиням было строго запрещено вступать в интимные отношения с мужским полом и выходить замуж, но некоторые из них всё-таки втайне рожали детей, которых потом топили в реке. Про утопленных младенцев говорили, что они попадают сразу в ад – отсюда и следует такое название [2, с. 198].

Мы сталкиваемся с тем, что процесс коммуникации является неотъемлемой основой для формирования имён собственных географических объектов. С течением времени, мигрируя и передаваясь из уст в уста, истинные трактовки названий могут уступать место народной топонимии. Из-за этого дошедшая до нас информация, пропущенная через сознание нескольких поколений, искажённая и обросшая всевозможными дополнительными подробностями, может восприниматься как истина, поэтому требует обязательной проверки учёными-лингвистами, этнографами и историками. Сам же процесс изучения этимологии названий географических объектов требует всестороннего и комплексного анализа, заключающегося в сопоставлении разных точек зрения и установлении жизнеспособности имеющихся трактовок.

Список литературы

1. Голев Н.Д., Дмитриева Л.М. Единство онтологического и ментального бытия топонимической системы (к проблематике когнитивной топонимики) // Вопросы ономастики. 2008. № 1 (5). С. 5–18.
2. Земля Нижегородская в её легендах и преданиях: Учебное пособие / Сост. М.П. Шустов. Н. Новгород: Изд-во НГПУ, 2008. 320 с.
3. Морохин Н.В. Нижегородский топонимический словарь. Н. Новгород: КиТиздат, 1997. 215 с.
4. Саберов Р.А., Малинин М.В., Волков Д.К. К вопросу об историческом наследии Воротынского района Нижегородской области на примере с. Елвашка // Образование и наука в современных условиях. 2015. № 4 (5). С. 20–22.

РЕГИОНАЛЬНАЯ ПРЕССА: ВЫБОР МОЛОДЕЖИ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ)

REGIONAL PRESS: YOUTH'S CHOICE (BY THE EXAMPLE OF THE REPUBLIC OF MORDOVIA)

Е.Н. Маскаева
Государственное казенное учреждение Республики Мордовия «Научный центр социально-экономического мониторинга», г. Саранск
E.N. Maskaeva
State Public Institution of the Republic of Mordovia «Scientific Center for Socio-Economic Monitoring», Saransk

Рассматриваются предпочтения молодых людей региона в выборе газетной периодики. Анализируются данные социологических опросов, проведенных ГКУ РМ «НЦСЭМ» по данной теме за несколько лет. Результаты исследования показывают, что молодежь стала меньше читать печатные издания газет, предпочитая интернет-версии региональной прессы. Самыми привлекательными среди них на протяжении всего периода наблюдений остаются «Столица С», «Известия Мордовии», а также газеты, выходящие в муниципальных районах Республики Мордовия.

The article discusses the preferences of young people in the region in the choice of newspaper periodicals. The data of sociological surveys conducted by the State Public Institution of the Republic of Moldova "NCSEM" on this topic for several years are analyzed. The results of the study show that young people began to read less printed editions of newspapers, preferring online versions of the regional press. The most attractive among them throughout the entire observation period are Stolitsa S, Izvestia Mordovia, as well as newspapers published in the municipal districts of the Republic of Mordovia.

Ключевые слова: газеты, молодежь, предпочтения, опрос, Мордовия
Keywords: newspapers, youth, preferences, survey, Mordovia

В России в целом и в Республике Мордовия, в частности, основным видам СМИ – телевидению, печатным изданиям, радио и интернет-ресурсам – отводится роль источников информации о происходящих в мире, стране и регионе событиях.

В Мордовии на регулярной основе проводятся наблюдения за уровнем потребления населением региона социально-политической информации из массмедиа, в том числе из газет [1-3]. Подобные исследования в рамках комплексных социологических опросов осуществлялись ГКУ РМ «НЦСЭМ» в 2007, 2008, 2013, 2017 и 2020 гг. в 22 муниципальных районах и 7 городах Республики Мордовия. Последний анкетный опрос состоялся в марте 2020 г., объем выборки составил 1 000 чел. – жителей центральных и периферийных муниципальных образований региона с учетом половозрастной структуры взрослого населения и места их проживания (город – село).

Сравнительные данные опросов показывают, что объем потребления газетной периодики населением республики имеет тенденцию снижения, особенно в последние годы. Если в 2017 г. доля населения, читающего газеты, составила 81,1%, снизившись по сравнению предыдущим замером (2013 г.) лишь на 2,7% (83,8%), то в 2020 г. она была равна 66,2% (снижение по сравнению с 2017 г. на 14,9%).

В 2020 г. по сравнению с 2017 г. анализ ответов опрошенных показал заметное уменьшение доли тех, кто обращается к печатным изданиям во всех возрастных категориях (18-29 лет – с 67,8% до 45,6%, или на 22,2%; 30-49 лет – с 80,2% до 64,5%, на 15,7%; от 50 лет и старше – с 87,8% до 77%, или на 10,8%). Как видно, на фоне остальных когорт молодежь значительно меньше стала читать газетную прессу – по сравнению с пожилыми людьми разница составила более чем 2 раза. Соответственно, наибольший читательский интерес проявляют лица старшего возраста.

Молодежь отдает предпочтение электронным способам получения информации, в том числе интернет-версиям изданий, что тоже подтверждается результатами опросов: вторыми по популярности источниками получения новостей об общественно-политической жизни Мордовии (после социальных сетей) оказались сайты республиканских печатных изданий – 43,2% ответивших в возрасте 18-29 лет. Газетная пресса находится на четвертом месте (14,6%).

В ходе опросов выявлялись наиболее и наименее популярные в республике газеты. По данным за 2020 г., чаще всего население Мордовии читает районную

прессу (34,1%), республиканские газеты «Известия Мордовии» (32,5%) и «Столица С» (27,3%). Несколько реже упоминался «Вечерний Саранск» (9,4%). Из центральных газет наибольшей популярностью пользуются «Аргументы и факты» (15,1%). Менее 5% опрошенных читают «Комсомольскую правду» (4,2%), «Российскую газету» (2,6%), «Мордовия 7 дней» (1,4%). Печатные СМИ на мордовских/татарском языках не вызывают особого интереса у читателей – объем потребления этих газет варьирует в диапазоне от 0,9% до 1,3%.

При сравнении полученных данных с результатами предыдущих замеров выясняется, что в тройку лидеров неизменно входят региональные печатные издания «Столица С», «Известия Мордовии» и районная газета. В 2020 г. на первом месте по частоте упоминаний оказалась районная газета.

Молодежь заметный интерес проявляет к чтению регионального еженедельника «Столица С». В 2020 г. предпочтение этому изданию отдали 60,6% (это самый большой процент среди всех возрастных групп). Около половины (47,9%) молодых людей выбрали районную газету. «Известия Мордовии» популярны среди 40,4% молодых опрошенных.

По сравнению с опросом 2017 г. существенный рост молодежной аудитории зафиксирован у таких изданий, как «Столица С» (на 12,4%), районная газета (на 9,2%), «Комсомольская правда» (на 2,4%), а доля читателей «АиФ», «Вечернего Саранска» значительно сократилась – на 14,9% и 25,8% соответственно. Заметим, что у «АиФ» и «Вечернего Саранска» в 2020 г. выявлено снижение спроса среди читателей всех возрастов. Незначительно повысила свои показатели «Российская газета» – доля читающей это издание молодежи увеличилась с 3,6% до 4,3%.

Из национальных следует выделить татарскую газету «Юлдаш (Спутник)», среди читателей которой, как и в 2017 г., наибольшую активность демонстрирует молодежь – 2,1% (от 30 до 49 лет – 1,3%, от 50 лет и старше – 1,2%).

По данным исследования 2020 г., ни один молодой респондент не указал в ответе на газеты «Мордовия 7 дней», «Эрзянь правда». Кроме того, не выявлено ни одного опрошенного в возрасте от 18 до 29 лет, выбравшего неформализованный ответ (другое).

За период проведения мониторинговых исследований доля не читающего периодику населения, в том числе молодого поколения, увеличилась. Однако это не означает их полного отказа от СМИ, так как потребление информации стало более многоканальным [4, с. 159]. Предпочтения жителей Мордовии, в том числе молодежи, в отношении газет остаются стабильными. Тройку лидеров составляют региональные издания «Столица С», «Известия Мордовии» и

районная газета. Заметно ослабили свои позиции «АиФ», а также «Вечерний Саранск», который прекратил выпуск тиража на бумаге, перейдя на электронные выпуски в онлайн-пространстве.

Список литературы

1. Ушкин С.Г., Агишев Р.Р., Пакшина И.А. Медиапредпочтения жителей Республики Мордовия: Бюллетень Научного центра социально-экономического мониторинга [Электронный ресурс] / Науч. центр соц.-экон. мониторинга; под ред. Л.Н. Курышовой, В.П. Миничкиной. Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2021. № 3 (11). 33 с.
2. Пакшина И.А. Медиапредпочтения населения Республики Мордовия (по результатам социологического опроса) // Развитие социального пространства России: новые вызовы и перспективы: Материалы Всерос. науч.-практ. конф.; под ред. С.М. Вдовина. Саранск, 2018. С. 286–289.
3. Маскаева Е.Н. Трансформация предпочтений населения Республики Мордовия при выборе печатных средств массовой информации // Социологический альманах: Материалы XII Орловских социологических чтений, Орел, 4 декабря 2020 г. / Под общ. ред. П.А. Меркулова, А.А. Алексеенок. Орел: Среднерусский институт управления – филиала РАНХиГС, 2020. С. 49–52.
4. Республика Мордовия глазами социологов: Науч. справочник / Под ред. В.В. Конакова, Е.А. Демьянова; Науч. центр соц.-экон. мониторинга. Саранск, 2017. 288 с.

БЛАГОПОЛУЧАТЕЛИ В СИСТЕМЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С НКО
BENEFICIARIES IN THE SYSTEM OF INTERACTION WITH NCOS

А.В. Мигунова, А.В. Казакова
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
A.V. Migunova, A.V. Kazakova
Lobachevsky University

Представлены результаты авторского исследования опыта вовлечения некоммерческими организациями г. Нижнего Новгорода благополучателей в их работу.

The results of the authors' research on the experience of non-profit organizations in Nizhny Novgorod in involving beneficiaries in their work are presented.

Ключевые слова: НКО, благополучатели, взаимодействие НКО и получателей услуг

Keywords: NGOs, beneficiaries, interaction between NGOs and recipients of services

Значимым направлением деятельности некоммерческих организаций является выстраивание коммуникации с получателями их услуг. Одной из задач их взаимодействия может быть вовлечение последних в работу НКО.

Сегодня востребовано знание механизмов вовлечения благополучателей в деятельность НКО, и это рождает проведение научных исследований, создание методических разработок по данной теме. Среди работ, нацеленных решать этот вопрос, можно назвать, например, методическое пособие «Вовлечение благополучателей в поддержку миссии и деятельности организаций сферы детства. Практический опыт» [1] и методические рекомендации «Обратная связь от благополучателей сферы детства: методические рекомендации» [2] АНО «Эволюция и филантропия», Аналитический доклад по результатам исследования «НКО и благополучатели: практики соучастия» [3] НАННО «Служение».

Подобный интерес стал поводом и к проведению авторского социологического исследования «Опыт вовлечения благополучателей в деятельность НКО (на примере некоммерческих организаций г. Нижнего Новгорода)», выполненного в рамках подготовки выпускной квалификационной работы по направлению подготовки 39.03.02 «Социальная работа» на тему «Возможности соучастия благополучателей в деятельности некоммерческих организаций» (А.В. Казакова, научный руководитель – А.В. Мигунова), результаты которого представлены ниже. Исследование проведено в 2022 г. методом глубинного интервью. В качестве интервьюируемых выступили специалисты, активные члены/волонтеры и благополучатели НРООДИЗ «Перспектива» (N=4) и НРООИ «Инватур» (N=4). В качестве целевых групп данных НКО выступают взрослые и дети с инвалидностью и их ближайшее семейное окружение.

Все интервьюируемые представители НКО отметили важность вовлечения в свою деятельность получателей услуг. Ими было выделено несколько форматов соучастия благополучателей в деятельности их организаций:

- Отзывы о работе организации.
- Активное пользование услугами как средство для НКО найти новые пути решения и развития: *«Даже если человек, который просто активно потребляет наши услуги, он тоже может быть нам полезен. Допустим, он является поставщиком проблемы юридической, которую мы решаем. И если он там идет последовательно, содействует реализации, по сути он не вовлекается*

как сотрудник в процесс, а с другой стороны, что называется, «он стоит до конца», решает свою проблему и помогает нам понять проблему более глубоко».

- Активное участие в мероприятиях организации, диалог с сотрудниками НКО.
- Применение своих профессиональных и непрофессиональных навыков в организации мероприятий НКО: *«Вот недавно был мастер-класс кулинарный, в начале мы их учили, они бытовую технику изучали, мы им показывали все, а теперь они сами проводят такие мастер-классы».*
- Пожертвования на развитие инициатив.
- Предложение и реализация собственных инициатив в рамках организации.

Важным результатом взаимодействия НКО и благополучателей является понимание потребностей последних и, соответственно, перспектива модернизации и расширения спектра предоставляемых услуг. И такое фиксируется в интервью: *«…мы идем от них. Любую свою идею мы не сами придумываем, а от них ее берем. Мы у них спрашиваем, а что бы вам хотелось…».* Упоминается значимость использования для этого механизма сбора обратной связи: «*Мы должны понимать, что им больше нравится. И мы собираем обратную связь, чтобы они писали, чего, может быть, не хватило, а чего они хотели бы добавить, а что мы можем улучшить».* При этом подчеркивается необходимость системности и глубины обратной связи: «…*если просто применять метод сбора обратной связи после семинаров, как там поставить оценки, все ли вам понравилось, это ну не эффективная, мне кажется, оценка события. Ну, человек свои социально одобряемые ответы пишет в таком случае…Оценка эффективности одного мероприятия мало что дает, нужно смотреть историю жизни, и насколько участие человека в этих реабилитационных мероприятиях изменило его жизнь».*

Обозначая важность инициатив от получателей услуг, тем не менее, есть понимание, что мотивация вовлечения есть не у всех благополучателей, инициатива почти всегда изначально исходит от представителей НКО: *«Став одним из волонтеров организации, я поняла, что сначала надо дать стимул для благополучателей, чтобы они тоже захотели что-то делать и преобразовывать».* Кроме того, отмечается, что, несмотря на отсутствие собственных идей, благополучатель может быть активным участником сообщества.

Обсуждение с интервьюируемыми барьеров, которые возникают в процессе вовлечения получателей услуг в деятельность НКО на примере участия

в различных мероприятиях организаций, показало, что есть как внутренние барьеры, так и барьеры, обусловленные средой, в которой живут благополучатели. Среди внутренних барьеров называются проблемы психологического характера: преодоление закрепившейся жизненной позиции («*не видят себя как помогающего»)*, неготовность изменить свою жизнь, боязнь показаться смешным/непонятым, боязнь отсутствия поддержки.

Среди барьеров, обусловленных средой, называют, например, ограничивающее влияние ближайшего окружения (*«То есть, бывают родственники, которые говорят: «Зачем ты туда пойдешь, сиди, тебе дома хорошо. Пойдешь – тебе кирпич на голову упадет». И вот из этой серии…)* и барьер доступности среды.

Представители некоммерческих организаций так или иначе видят возможные точки роста для выхода на новый уровень взаимоотношений с благополучателями в части вовлечения их в деятельность НКО. Например, к ним сотрудники относят необходимость упорядочивания работы с благополучателями; работы с обратной связью, ее систематичности:

- *«Вот он пришел – ушел. А мы его, может, уже и потеряли… Хочу поэтому сделать систему учета, CRM (Customer Relationship Management, дословно переводится как «система управления взаимоотношениями с клиентом»), чтобы понимать, где человек был задействован, что ему было интересно, что он еще бы сделал»;*
- *«Можно считать, сколько после каждого мероприятия написали. Например, сколько было отзывов положительных. Кто написал? А кто-то ведь промолчал, кто-то ведь не написал в чат, сколько людей…у нас просто нет определенного человека, кто бы этим занимался».*

Список литературы

1. Вовлечение благополучателей в поддержку миссии и деятельности организаций сферы детства. Практический опыт // АНО «Эволюция и филантропия». URL: https://base.socialvalue.ru/upload/files/%D0%A1%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%BA%D0%B5%D0%B9%D1%81%D0%BE%D0%B2.pdf (дата обращения: 28.10.2022).

2. Обратная связь от благополучателей сферы детства: методические рекомендации. URL: https://ep.org.ru/wp-content/uploads/2021/01/%D0%9E%D0%A1_-%D0%BE%D1%82_-%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B9-_%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5_-%D1%80%D0%B5%

D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8_.pdf (дата обращения: 28.10.2022).

3. НАННО «Служение». Аналитический доклад по результатам исследования «НКО и благополучатели: практики соучастия». Апрель 2021. URL: https://nko-pfo.ru/wp-content/blogs.dir/11/files/2021/05/Otchet_analitika_2021.pdf (дата обращения: 28.10.2022).

ПАРТИЦИПАРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ДИСКУРСЕ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

PARTICIPATORY COMMUNICATION IN SOCIAL MEDIA DISCOURSE

А.А. Осокин
Российский университет дружбы народов, г. Москва
A.A. Osokin
Peoples Friendship University of Russia, Moscow

Предметом настоящего исследования является партиципарная коммуникации в дискурсе социальных медиа. По итогам проведенного исследования делается вывод, что «гражданская журналистика», характерная для социальных медиа благодаря возможности создания и распространения контента пользователями, находит свое применение в рамках партиципарной коммуникации, которая прослеживается в дискурсе социальных медиа и является его особенностью.

The subject of this study is participatory communication in social media discourse. Based on the results of the study, it is concluded that “citizen journalism”, characteristic of social media due to the possibility of creating and distributing content by users, finds its application within the framework of participatory communication, which can be traced in the social media discourse and is its feature.

Ключевые слова: дискурс, социальные медиа, партиципарная коммуникация, Интернет, коммуникация

Keywords: discourse, social media, participatory communication, Internet, communication

Развитие Интернета, рассматриваемого в качестве канала коммуникации, посредством которого информация, создаваемая на разного рода ресурсах, может быть доставлена до адресата, способствовало появлению социальных медиа – субполя, где пользователям доступна плавная и гибкая смена коммуникативных ролей, позволяющая им выступать как адресантом, так и адресатом сообщения [1]. Как отмечает М.С. Будолак, «пользователь сети

Интернет, не обладающий навыками программирования, может участвовать в процессе создания, хранения и распространения социально значимой информации, <…> адресованной широкой общественности» [2, с. 18]. В целом, под социальными медиа Д. Мерти понимает «большое количество относительно недорогих и широкодоступных электронных инструментов, позволяющих любому человеку публиковать и получать информацию, сотрудничать и выстраивать отношения с другими людьми» [3, p. 7]. Иными словами, пользователи социальных медиа, имея доступ к созданию и распространению информации, могут вступать в коммуникацию с другими субъектами, чтобы обмениваться мнениями, информировать их или воздействовать на них, то есть достигать в процессе коммуникации определенной цели.

В этой связи ресурсы социальных медиа можно назвать коммуникативным пространством, а коммуникативные события, происходящие между пользователями, – дискурсом. На это указывают научные изыскания Т.А. ван Дейка, согласно которым «дискурс есть коммуникативное событие, происходящее между говорящим, слушающим (наблюдателем и др.) в процессе коммуникативного действия в определенном временном, пространственном и проч. контексте» [4, p. 4]. Таким образом, под дискурсом социальных медиа можно понимать коммуникативные события, происходящие в социальных медиа.

Ввиду того, что интернет-пользователи, а следовательно, и пользователи социальных медиа могут участвовать в создании и распространении социально значимой информации, мы считаем уместным обратиться к понятию партиципарной коммуникации, которое интерпретируется как «коммуникация, основанная на принципе возможности прямого доступа общественности к производству и распространению информации по каналам массовой коммуникации» [5, с. 46]. Опираясь на то, что пользователи социальных медиа – это акторы, создающие, потребляющие и распространяющие тот или иной контент в социальных медиа, мы считаем правомочным рассмотреть их как агентов партиципарной коммуникации. Ввиду того, что «в партиципарной коммуникации происходит не только обмен мнениями, но и выход на уровень действий в решении социальных проблем» [6, с. 15], конечная цель данной коммуникации заключается в том, чтобы их решить. Поскольку в социальных медиа развивается «гражданская журналистика», описанная Л.К. Лободенко с позиций появления у интернет-пользователей возможности создания и распространения собственного контента в социальных медиа, а ее задачей является, исходя из особенностей партиципарной коммуникации, решение социально значимых проблем [7, с. 16], мы полагаем, что агенты партиципарной

коммуникации – это непрофессиональные авторы, публикующие (создающие и распространяющие или исключительно распространяющие) тот или иной материал в социальных медиа для достижения цели. Таким образом, под общественностью, имеющей прямой доступ к производству информации, нами понимаются непрофессиональные авторы (пользователи социальных медиа), создающие и/ или распространяющие информацию в социальных медиа для решения социальных проблем.

В качестве примера реализации партиципарной коммуникации можно привести документальные фильмы, которые были опубликованы на видеохостинге YouTube (входит в социальные медиа) российским инфлюенсером Ю. Дудем* [8], а именно: «ВИЧ в России» и «Камчатка – полуостров, про который забыли». В них автором видео (блогером) затрагиваются актуальные социальные проблемы. Исходя из названия, мы понимаем масштабы проблем, освещаемых в фильмах, и сегмент интернет-пользователей, к которым обращается инфлюенсер. Так, первый фильм ставит перед собой цель – рассказать россиянам (сегмент) о мировой проблеме ВИЧ (масштаб), которая имеется и в России. Цель второго фильма состоит в том, чтобы напомнить россиянам (сегмент) о Камчатке (масштаб), то есть осветить проблемы, с которыми сталкиваются ее жители, что необходимо для привлечения к ним внимания массовой аудитории.

Автор, переходя на «ступень действий» посредством распространения фильмов в социальных медиа, преследует цель – информировать интернет-пользователей не только об имеющихся проблемах, но и о способах их решения. В данных примерах прослеживаются и способы взаимодействия с пользователями, предполагаемые подобным видом коммуникации, а именно – обсуждение проблемы (в качестве участников фильмов предстают реальные герои, а не вымышленные персонажи, с которыми данные проблемы и способы их решения обсуждаются), и вовлечение в нее (демонстрация проблем для широкой аудитории с целью привлечения внимания и мотивации на решение).

Мы приходим к заключению, что «гражданская журналистика», характерная для социальных медиа благодаря возможности создания и распространения контента пользователями, находит свое применение в рамках партиципарной коммуникации, которая прослеживается в дискурсе социальных медиа и является его особенностью.

---

* Прим.: По решению Министерства юстиции РФ, включен в список иностранных агентов.

Список литературы

1. Thornley J. What is «Social Media»? // ProPR by Joseph Thornley. URL: https://propr.ca/2008/what-is-social-media/ (дата обращения: 20.06.2022).

2. Будолак М.С. Понятие «социальные медиа» // Петербургская школа PR: от теории к практике: Сб. ст. Вып. 7 / Отв. ред. А.Д. Кривоносов, 2009. С. 15–23.

3. Murthy D. Twitter. Social Communication in the Twitter Age. Cambridge: Polity Press, 2013. 193 p.

4. Teun A. Van Dijk Ideology: A Multidisciplinary Approach. London: Sage, 1998. 384 p.

5. Фомичева И.Д. Социально-креативная роль СМИ в свете обществоведческих теорий // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2002. № 1. С. 46–57.

6. Морозова Е.И. Специфика партиципарной коммуникации в региональных деловых изданиях: автореф. дис. … канд. филол. наук: 10.01.10. Екатеринбург, 2011. 24 с.

7. Лободенко Л.К. Социальные медиа как новое пространство развития коммуникаций // Социальные медиа как ресурс интегрированных коммуникативных практик: Монография / Под ред. Л.П. Шестеркиной. Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2017. С. 13–27.

8. Ефанов А.А. «Хайпы» в современном поле медиа // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 1 (27). С. 63–69.

РАЗВИТИЕ КОММУНИКАЦИЙ В СФЕРЕ СТУДЕНЧЕСКОГО ТУРИЗМА Г. НИЖНЕГО НОВГОРОДА: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

COMMUNICATION DEVELOPMENT IN THE SPHERE OF STUDENT TOURISM IN NIZHNIY NOVGOROD: A SOCIOLOGICAL ANALYSIS

Е.А. Рак
Западный филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Калининград
О.А. Костина, Д.В. Каширова
Нижегородский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Нижний Новгород
E.A. Rak
West Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Kaliningrad
O.A. Kostina, D.V. Kashirova
Nizhny Novgorod Institute of Management – branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Nizhny Novgorod

Студенческий туризм рассматривается как объект исследования, проанализированы меры по его развитию в России, приводятся результаты социологического исследования потребительских практик студенческой молодежи в сфере туризма, выделены проблемы и представлены рекомендации по развитию студенческого туризма в Нижнем Новгороде.

Student tourism is considered as an object of research, measures for its development in Russia are analyzed, the results of a sociological study of consumer practices of students in the field of tourism are presented, problems are highlighted and recommendations for the development of student tourism in Nizhny Novgorod are presented.

Ключевые слова: студенческая молодежь, студенческий туризм, потребительские практики, туристическое волонтерство

Keywords: student youth, student tourism, consumer practices, tourist volunteering

Студенческий туризм – перспективное направление развития туристской индустрии и одно из приоритетных направлений государственной поддержки. В 2019 г. была утверждена Стратегия развития туризма в Российской Федерации

на период до 2035 г., направленная и на развитие молодежного туризма – «туризм лиц в возрасте от 18 до 35 лет, куда входит более узкая группа – студенчество» [1]. Стратегия ориентирована на поддержку и продвижение мероприятий по популяризации культуры туризма среди молодого поколения. Внимание вопросам поддержки студенческого туризма уделяется в рамках реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», федеральных проектов «Развитие туристической инфраструктуры», «Повышение доступности туристических услуг», «Совершенствование управления в сфере туризма», а также ряда региональных и муниципальных программ, например, «Развитие культуры и туризма Нижегородской области», «Развитие туризма на территории города Нижнего Новгорода на 2021–2023 годы».

Федеральное агентство по туризму подвело первые итоги программы «Больше, чем путешествие», которая была запущена в прошлом году. Начиная с сентября 2021 г. более 50 тыс. активных молодых людей получили право на бесплатные туристские поездки в рамках совместного проекта Ростуризма, Росмолодежи, платформы «Россия – страна возможностей» и Российского общества «Знание». В России стартовала программа «Студтуризм-2021», помогающая студентам российских вузов посещать известные города нашей страны. В дополнение к этому Правительство выделило в прошлом году 2 млрд руб. на развитие молодежного туризма.

В публикациях западных исследователей социологический подход к анализу туризма представлен работами З. Баумана, Е. Коэна, Д. Маккенелла, С. Роджека, Д. Урри. Рассмотрение студенчества как субъекта туристской деятельности нашло отражение в работах Ю.Р. Вишневского, Л.Я. Рубиной, А.И. Ковалевой, В.Т. Шапко. Они выделяют такие аспекты анализа, как региональные особенности, социальное происхождение, материально-бытовой статус. Социокультурную ситуацию в сфере туризма в современном российском обществе, в том числе в студенческой среде, рассматривают Г.А. Карпова, Л.П. Шматько, А.Ю. Александрова, И.Н. Панов, Е.В. Вавилова, М.Б. Биржаков, А.Д. Каурова, Е.Н. Артемова, В.А. Козлова, А. Дурович, А. Копаев.

Студенческий туризм – это туристические поездки студентов, предпринимаемые, как правило, в периоды студенческих каникул, характеризующиеся возрастом путешествующих, а также особенностями восприятия мира данными лицами. В мае 2022 г. нами был проведен социологический опрос «Потребительские практики студенческой молодежи в сфере туризма» для изучения потребительских практик студенческой молодежи г. Нижнего Новгорода в этой сфере. Было опрошено 150 студентов различных

вузов города. На основе анализа результатов исследования можно сказать, что туризм является устоявшейся практикой времяпрепровождения (53% респондентов путешествуют один раз в год, 25% путешествуют два-три раза в год). Наиболее актуальными проблемами в сфере туризма респонденты считают высокие цены на туристические услуги и туры (71% опрошенных), изношенность туристической инфраструктуры (64%) и недостаток информации (42%). Потребительские практики студенческой молодежи зависят от пола: юноши больше заинтересованы в экстремальном (68% опрошенных) и активном туризме (68%), а девушки в рекреационном туризме (82% опрошенных девушек), и для респондентов обоих полов менее интересным является религиозный туризм (18 и 16% соответственно). Для девушек наиболее значимым условием является комфортные условия размещения (51%), а для юношей – развлечения и досуг (69%). Экскурсионное обслуживание менее значимо для всех респондентов, но для девушек это более значимое условие, чем для юношей.

Количество туристических поездок в году у респондентов с высоким уровнем материальных возможностей больше, чем у путешествующих студентов с низкими материальными возможностями. Но мы можем наблюдать, что четверть респондентов с очень низкими материальными возможностями путешествуют 2-3 раза в год, возможно, это связанно с тем, что они активно пользуются студенческими льготами, поэтому существенно экономят во время путешествия, либо же это связанно с тем, что они готовы к меньшему уровню комфорта во время путешествия.

Для студентов всех курсов главной проблемой является большая стоимость туров и поездок. Для студентов 1 курса проблемы с организацией путешествия являются менее важными по сравнению с остальными курсами (их отметили только 35%, 60-65% респондентов других курсов отмечают это как проблему), возможно, это связанно с тем, что студенты 1 курсов путешествуют с родителями и те берут ответственность за организацию поездок, а остальные курсы уже самостоятельно путешествуют и, соответственно, сталкиваются с проблемами с организацией. Студенты 1 курсов в меньшей степени пользуются студенческими льготами, чем студенты 2, 3, 4 курсов, возможно, это связано с большой загруженностью в ВУЗе, с их адаптацией к образовательному процессу и недостаточной информированностью о возможностях студенческой жизни.

Одной из перспективных туристических практик является туристическое волонтерство. Среди тех, кто хотел бы поучаствовать в туристическом волонтерстве, наибольший процент респондентов с низкими и с очень низкими материальными возможностями (45% и 50% соответственно). Возможно это

связанно с тем, что в туристическом волонтерстве они видят возможность удовлетворить потребности в путешествии. 22% респондентов студентов затруднились с ответом на вопрос про эту практику, что может говорить об их неосведомленности о таком движении, как туристическое волонтёрство.

Для студентов с отличной успеваемостью существует разнообразие мотивов туристической поездки, в основном это стремление к новым впечатлениям (79%), связанно это, скорее, с тем, что студентам с высокой успеваемостью интересно познавать все новое и расширять свой кругозор. Студенты с хорошей успеваемостью тоже имеют множество разнообразных мотивов для совершения поездки, главные – стремление к новым впечатлениям, релаксация. Студенты с удовлетворительной успеваемостью предпочитают совершать туристические поездки лишь с целью релаксации.

На основе анализа развития студенческого туризма в г. Нижнем Новгороде и социологического исследования потребительских практик студенческой молодежи в сфере туризма можно говорить о том, что студенческий туризм активно набирает обороты, преобладает образовательный и экологический туризм, происходит поддержка студенческого туризма на разных уровнях власти, что способствует еще большему развитию студенческого туризма. Но есть и ряд проблем. Среди них можно выделить малое количество туристских предприятий, специализирующихся на студенческом туризме; отсутствие специализированных бюджетных туров для студенческой молодежи; низкая информированность студентов о возможностях использования студенческих льгот во время туристической поездки; недостаточное продвижение туристического волонтерства среди студенческой молодежи.

В соответствии с представленными проблемами мы выдвинули ряд рекомендаций, способствующих их устранению: расширение взаимодействия органы власти – бизнес – образование: создание и развитие туристических кластеров, специализирующихся на обслуживании студенческой молодежи, поддержка студенческих инициатив в создании стартапов (в том числе в качестве выпускных квалификационных проектов) в сфере туризма; создание студенческих молодежных туров по различным направлениям в соответствии с интересами и потребностями молодежи с максимально возможным количеством скидок и акций; различные конкурсы для студенческой молодежи, призом может быть бесплатный тур или путешествие по минимальным ценам; оперативное информирование студентов на электронных ресурсах ВУЗов о студенческих льготах и скидках, доступных во время обучения в университете; разработать брошюру на тему: «Как студентам путешествовать по доступным ценам» и распространить её в учебных заведениях; рекомендовать туристический фирмам

создать на сайте отдельный раздел про студенческий туризм, где молодежь сможет узнать о всех льготах и акциях; настроить и запустить рекламу в социальных сетях, направленную на повышение информированности о туристическом волонтерстве среди молодежи; распространение информации о туристическом волонтерском движении посредством создания иллюстративных мультимедийных технологий на сайте волонтерской организации.

Список литературы

1. Стратегия развития туризма в России до 2035 года // Официальный сайт Правительства России. URL: http://government.ru/docs/37906/ (дата обращения: 15.06.2022).

МУНИЦИПАЛИТЕТ ONLINE: УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИЯМИ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ

MUNICIPALITY ONLINE: MANAGING COMMUNICATIONS IN THE DIGITAL AGE

В.Е. Рак
Министерство энергетики и жилищно-коммунального хозяйства Нижегородской области, г. Нижний Новгород
А.А. Лапина
Нижегородский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Нижний Новгород
V.E. Rak
Ministry of Energy and Housing and Communal Services of Nizhny Novgorod Region, Nizhny Novgorod
A.A. Lapina
Nizhny Novgorod Institute of Management – branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Nizhny Novgorod

Рассмотрены особенности коммуникаций в условиях цифровизации: их нормативные правовые основы, проанализирована деятельность Департамента цифровой трансформации Администрации г. Нижнего Новгорода; представлены результаты социологического исследования об информированности студенческой молодёжи о возможностях и лучших практиках организации интернет-коммуникаций органов власти и общества.

The features of communications in the authorities are considered: their regulatory legal framework, analyzed the activities of the Department of Digital Transformation of the Administration of Nizhny Novgorod; presents the results of a sociological study on the awareness of student youth about the possibilities and best practices for organizing Internet communications of authorities and society.

Ключевые слова: управление коммуникациями, студенческая молодежь, интернет-коммуникации, взаимодействие, органы местного самоуправления

Keywords: communications management, student youth, Internet communications, interaction, local governments

Совершенствование коммуникаций органов власти необходимо для обеспечения их информационной открытости, для постоянного и своевременного информирования населения, получения качественной обратной связи, что приводит к повышению доверия и лояльности к органам власти со стороны граждан, развивает активность гражданского общества. Построение конструктивного диалога с использованием современных технологий является неотъемлемым условием открытости и подконтрольности деятельности органов власти гражданскому обществу [1]. Место и роль коммуникаций органов власти и общества, особенности взаимодействия со СМИ, вопросы развития электронного Правительства и государственных цифровых платформ в информатизации государственного управления, проблемы информационной открытости в субъектах Российской Федерации – предмет исследования многих современных ученых (Баранов Н.А. [2], Стырин Е.М. [3], Чугаева Е.О. [1]).

Проблематика повышения эффективности взаимодействия органов местного самоуправления и населения приобрела новые грани в рамках разработки и внедрения концепции «Открытый муниципалитет», под которым подразумевается реализация принципов, механизмов и инструментов открытого муниципального управления в деятельности органов местного самоуправления. «Открытый муниципалитет» — это проект по созданию единой информационной сети города в социальных медиа для решения вопросов местного значения при исполнении органами местного самоуправления своих полномочий, основная задача которого привлечение дополнительного внимания к открытости в работе органов местного самоуправления и обобщение примеров успешного внедрения проектов открытого муниципального управления.

В настоящее время особо популярными способами коммуникации выступают социальные сети, сайты, различные цифровые платформы. Именно сайтам органов власти и платформенным решениям как каналам коммуникации

следует уделять особое внимание в настоящее время, так как пользователи сети «Интернет» составляют 89% населения России [4].

Управление по связям со СМИ является функциональным субъектом деятельности по связям с общественностью Администрации города, основными задачами которого являются [5]: информационное обеспечение деятельности администрации города Нижнего Новгорода и главы города Нижнего Новгорода, направленной на решение вопросов местного значения и развития города Нижнего Новгорода, обеспечение права граждан на получение информации о деятельности администрации города и главы города Нижнего Новгорода, организация постоянного мониторинга и анализа общественно-политических процессов в Нижнем Новгороде, спектра мнений в социальных сетях и СМИ по актуальным вопросам жизни города для принятия управленческих решений. В настоящее время Администрация города уделяет большое внимание развитию различных цифровых платформ и совершенствованию страниц в социальных сетях (ведение официальной группы «ВКонтакте» (на 13.04.2022 подписано 21 683 человек), создание канала в «Telegram» (на 15.05.2022 подписано 853 человека, активность низкая), а также развитие и продвижение личных страниц должностных лиц Администрации города). Для наиболее эффективного поддержания коммуникаций с населением Администрация г. Нижнего Новгорода пользуется сервисом «Медиалогия», специальная система мониторинга и анализа, позволяющая проводить мгновенный количественный и качественный анализ данных.

Отдельное внимание следует уделить сайту Администрации города (https://нижнийновгород.рф/), на сайте есть модуль «Интернет-приёмная», через который можно обратиться в муниципалитет. Поступающие электронные обращения рассматриваются в соответствии с федеральным и региональным законодательством по работе с обращениями граждан.

Платформа «Лобачевский» (https://sc.admgor.nnov.ru/) – муниципальная платформа, на которую Администрация города в настоящее время делает основной упор. Через платформу «Лобачевский» на 23.05.2022 подано 37 359 сообщений, за ходом и результатами которых можно следить через сайт. На данной цифровой платформе можно публиковать собственные и голосовать за уже выдвинутые инициативы. Платформа «Лобачевский» основана на ряде следующих принципов: предиктивная аналитика ситуации в городе; вовлечение жителей в участие в жизни города на всех уровнях: региональном, городском, районном; управление на основе данных, формирование визуальной аналитики на основе данных, получаемых из интегрированных в неё информационных систем для разработки более качественных управленческих решений, что

впоследствии позволит перейти к «Умному городу» в полном смысле этого понятия, также начата разработка мобильного приложения.

Портал «Вам решать» (https://вамрешать.рф) – проект, суть которого заключается в том, что жители могут проголосовать за понравившееся предложение об улучшении качества жизни в Нижнем Новгороде и области, оставить заявку на ремонт, благоустройство территорий и общественных пространств по номинациям: «Наши дороги»; «Наш двор»; «Спорт для всех!»; «Всё лучшее – детям!»; «Общественные пространства»; «Наша инфраструктура»; «Наша инициатива». На 23.05.2022 опубликовано уже 4 622 сообщений (2 837 сообщений направлено в муниципалитет), число участников 768 245 человек. В 2021 г. на территории региона реализовалось 679 инициативных проектов, из которых 421 был выполнен Администрацией города Нижнего Новгорода.

Электронная система «Наш Нижний» (с 2018 г.) позволяет гражданам заявить о любых неисправностях, возникших в квартире, доме или же на прилегающей территории. Инициативы граждан поступают через региональный проект «Голос За», благодаря которому муниципалитет узнаёт мнение населения и формирует комфортную городскую среду, тем самым повышая уровень жизни нижегородцев.

В апреле-мае 2022 г. был проведен социологический онлайн-опрос, целью которого был анализ информированности студенческой молодёжи о деятельности Администрации г. Нижнего Новгорода. Всего в исследовании приняли участие 96 студентов. Для 32,3% опрошенных главным источником информации о деятельности органов власти являются СМИ. Второе место занимают цифровые платформы – 30,2%. Официальный сайт органа местного самоуправления и официальные группы в социальных сетях являются главными источниками информации для 18% студентов. Городским пабликам в социальных сетях доверяют 13,5% опрошенных, а 1,92% респондентов в варианте «Другое» отметили, что проверяют информацию в новостных каналах в «Telegram». Не интересуются деятельностью Администрации г. Нижнего Новгорода 66,7% опрошенных. На вопрос «Изменился ли, на Ваш взгляд, за последние 3 года уровень доступности информации о деятельности Администрации г. Нижнего Новгорода?», 50% опрошенных студентов отметили, что в уровне доступности информации Администрации Нижнего Новгорода за последние 3 года произошли небольшие изменения; значительное улучшение отметили лишь 21,9% респондентов, и 28,1% студентов не заметили никаких изменений, никто из респондентов не отметил ухудшения ситуации. Лишь 4,2% респондентов были удовлетворены обращением в Администрацию г. Нижнего

Новгорода; 77,1% студентов не отправляли обращение в органы власти из-за того, что не было необходимости; 11,4% не видят смысла в отправлении обращений и сомневаются в получении ответа; 5,2% проголосовавших отметили, что отправляли обращения в Администрацию, однако их вопрос не был решён. Информированность студентов о цифровых платформах следующая: 97,9% опрошенных знакомы с порталом «Госуслуги»; о проекте платформа «Лобачевский» слышали всего 17,7% опрошенных, электронная приемная граждан на сайте Администрации – 22,9%, «Вам решать» – 31,3%, «Наш Нижний» – 32,3%, ни о чем из вышеперечисленного не слышали – 2,1%, и, соответственно, использовали портал «Госуслуги» – 50,3%, платформу «Лобачевский» – 0%, электронную приемную граждан на сайте Администрации – 7,3%, «Вам решать» – 14,6%, официальные аккаунты органов власти и их представительств – 11,5%, не использовали – 17,7% опрошенных. В целом, некоторые респонденты до сих пор сомневаются в получении обратной связи от органов власти, поэтому не желают поддерживать диалога с властями, не пытаются проверить публикуемую информацию в различных неофициальных источниках, так как больше доверяют им, нежели органу власти. К сожалению, есть часть студентов, которым не интересна деятельность муниципалитета, они не хотят вникать в происходящее в городе, но и эту проблему следует решать, так как никакой муниципалитет не сможет правильно организовать свою деятельность без активного гражданского участия.

Проактивность и клиентоориентированность – главная позиция при общении с жителями города. Использование на муниципальном уровне диалогового механизма обратной связи власти и общества является инструментом повышения эффективности властных решений, повышения доверия к органам власти со стороны населения, может быть реализовано с помощью инновационных средств, технологий управления и информационно-коммуникационных технологий, способных обеспечивать в электронном виде взаимодействие органов власти на разных уровнях и граждан.

Список литературы

1. Чугаева Е.О. Интернет-коммуникации как современные методы диалога власти и общества // Коммуникология: электронный научный журнал. 2018. Т. 3. № 3. С. 85–92.

2. Баранов Н.А. Открытость vs безопасность: приоритеты для государства и гражданского общества в условиях цифровизации // Управленческое консультирование. 2019. № 10. С. 28–36.

3. Стырин Е.М., Дмитриева Н.Е. Государственные цифровые платформы: формирование и развитие. М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2021. 192 с.
4. Интернет в России в 2022 году: самые важные цифры и статистика // WebCanape. URL: https://www.web-canape.ru/business/internet-v-rossii-v-2022-godu-samye-vazhnye-cifry-i-statistika/ (дата обращения: 12.06.2022).
5. Положение об управлении по связям со СМИ от 20.09.2018 № 2479 // Официальный сайт Нижнего Новгорода. URL: https://admgor.nnov.ru/Municipalitet/management/structure/34 (дата обращения: 01.06.2022).

ПОСТРОЕНИЕ СИСТЕМЫ КОРПОРАТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ КАК ЭФФЕКТИВНОГО ИНСТРУМЕНТА РАБОТЫ С МОЛОДЫМИ СПЕЦИАЛИСТАМИ (НА ПРИМЕРЕ ХОЛДИНГОВЫХ СТРУКТУР)

BUILDING A CORPORATE COMMUNICATION SYSTEM AS AN EFFECTIVE TOOL FOR WORKING WITH YOUNG PROFESSIONALS (ON THE EXAMPLE OF HOLDING STRUCTURES)

Е.В. Сайгина
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
E.V. Saigina
Lobachevsky University

На примере российских холдингов представлены результаты анализа корпоративных коммуникаций в работе с молодежью в пяти сферах: профессиональная, научная, производственная, культурная и спортивная. Установлено, что проводимая работа носит дискретный реактивный характер с акцентом на одной из выделенных сфер. Предложены рекомендации по улучшению корпоративных коммуникаций на принципах системности и проактивности.

Using the example of Russian holdings, the results of the analysis of corporate communications when working with young people in five areas are presented: professional, scientific, industrial, cultural and sports. At the same time, it is established that the work carried out is of a discrete reactive nature with an emphasis on one of the selected areas. Recommendations for improving corporate communications based on the principles of consistency and practicality are proposed.

Ключевые слова: корпоративные коммуникации, холдинг, молодые специалисты, социальный капитал, проактивное управление

Keywords: corporate communications, holding, young professionals, social capital, proactive management

Человеческие ресурсы компании во многом определяют ее способность к конкуренции и жизнеспособности. При этом в текущей турбулентной экономической ситуации актуальными становятся следующие кадровые вопросы: существенный дефицит квалифицированного персонала, обладающего востребованными компетенциями; необходимость оперативного наращивания производственных мощностей для обеспечения импортозамещения; ограничение доступа российских компаний к иностранным образовательным ресурсам; необходимость поддержания корпоративной компетентности исключительно за счет внутренних ресурсов организаций как следствие снижения миграционных процессов на рынке труда.

В этих условиях работодатели делают ставку на привлечение и последующее закрепление молодых специалистов на своих предприятиях. Эффективным инструментом в этой работе является система корпоративных коммуникаций. Будучи одним из ключевых компонентов социального капитала организации [1; 2], она способствует сокращению срока адаптации молодых специалистов на новом месте работы, формированию их лояльности к компании и чувства корпоративной общности, является «проводником» организационных ценностей.

Особую важность решение этой задачи имеет в крупных холдингах (корпорациях), для которых характерна: большая численность и структурная неоднородность трудового коллектива; территориальная распределенность дочерних обществ; их различная производственно-экономическая специализация [3]. Обозначенная задача усложняется тем, что требуется выстраивание единой системы корпоративных коммуникаций не только в рамках конкретных предприятий, а в масштабах холдингов.

Решению данных вопросов уделяют большое внимание крупные зарубежные и отечественные корпорации (Total, Toyota, Microsoft, Ростех, Росатом, Объединенная авиастроительная корпорация, Газпром, Российские железные дороги, Концерн ВКО «Алмаз – Антей») [4]. Проведенный в 2019-2021 гг. анализ официальной документации и информации из открытых источников в СМИ позволяет выделить следующие сферы, которые охватывают корпоративные коммуникации в организации работы с молодыми специалистами в российских холдинговых структурах:

- Профессиональная сфера: включает обмен опытом, связанный с обучением и повышением квалификации по основной сфере деятельности сотрудников предприятия, а также организацией профильных сборов узких специалистов по различным направлениям. Как правило, коммуникации в

данной сфере выстраиваются на базе корпоративного учебного центра или университета.

- Научная сфера: основная цель системы корпоративных коммуникаций – это обеспечение преемственности поколений в среде специалистов, разработчиков, инженеров; содействие сохранению и развитию научных школ, созданных в холдинге. В практическом плане реализация корпоративных коммуникаций осуществляется в форме научно-практических конференций, форумов, саммитов.

- Производственная сфера: коммуникации выстраиваются в ходе стажировок на смежных предприятиях холдинга, а также конкурсов профессионального мастерства по узким профессиям (например, «Золотые руки», «World skills»).

- Культурная сфера: включает проведение разнообразных интеллектуальных и творческих мероприятий. Среди них наиболее часто встречающиеся: игра «Что? Где? Когда?», «КВН», фестивали творчества, чемпионат по скоростным управленческим поединкам. Как правило, здесь ключевую организационно-методическую роль играет Молодежный совет холдинговой структуры.

- Спортивная сфера: основу корпоративной коммуникации составляют различные спортивные мероприятия – спартакиады по видам спорта, туристские слёты.

Ключевую роль в обеспечении корпоративной коммуникации в указанных сферах играет информационная поддержка, за которую ответственными являются профильные подразделения холдинговых структур (например, пресс-служба, отдел по корпоративной культуре, отдел по работе со СМИ). Среди используемых инструментов информационной поддержки наиболее часто встречаются: корпоративные газеты (журналы), имеющие печатную и электронную версии; корпоративные сайты открытого доступа; внутренние сайты (интранет); группы в социальных сетях (как правило, закрытого типа с модерацией).

Проведенный анализ показывает, что в большинстве российских холдинговых структурах уже ведется работа по выстраиванию корпоративных коммуникаций, в том числе с целью привлечения и закрепления молодых специалистов. Данная работа зачастую носит дискретный реактивный характер с существенным акцентом на одной из выделенных сфер. Предлагается для систематизации всех процессов, связанных с корпоративными коммуникациями, создать на базе головного предприятия холдинга централизованное подразделение, отвечающее за данное направление работы. Ключевой момент в

работе данного подразделения – это проактивное обеспечение информационной общности среди персонала дочерних предприятий холдинга за счет: создания единых информационных площадок, тематических форумов по обмену опытом, лучшими практиками; усиления информационных потоков (регулярная публикация пресс- и пост-релизов мероприятий на сайтах предприятий, внутренних порталах, в корпоративных газетах); разработка локальных нормативных актов по выстраиванию вертикальных и горизонтальных корпоративных коммуникаций во всех задействованных сферах.

В настоящее время данные предложения проходят апробацию на базе одного из российских оборонных холдингов.

Выводы.

1. Одним из современных инструментов, показавших свою эффективность в работе по привлечению и закреплению молодых специалистов в компании, является система корпоративных коммуникаций как ключевой компонент социального капитала организации.

2. Для крупных холдинговых структур, имеющих большую численность и структурную неоднородность трудового коллектива, территориальную распределенность дочерних обществ и их различную производственно-экономическую специализацию, построение системы корпоративных коммуникаций имеет определяющее значение.

3. Проведенный анализ показал, что крупные зарубежные и отечественные корпорации уделяют существенное внимание выстраиванию корпоративных коммуникаций среди работающей молодежи в таких сферах, как профессиональная, научная, производственная, культурная, спортивная. При этом данная работа зачастую носит дискретный реактивный характер с существенным акцентом на одной из выделенных сфер.

4. Системный и проактивный подход к решению данного вопроса при работе с молодыми специалистами позволит: сокращать сроки их адаптации, формировать у них лояльность к предприятию; осуществлять оперативный поиск решений возникающих проблем без выхода на головное предприятие; создавать и своевременно актуализировать корпоративные компетенции; обмениваться опытом, распространять лучшие практики; формировать чувство корпоративной общности в молодежной среде холдинга.

Список литературы

1. Резанова Е.В. Социальный капитал организации: теоретико-методологические аспекты исследования // Научные ведомости Белгородского

государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. 2009. № 2(57). С. 120–127.

2. The Well-being of Nations: The Role of Human and Social Capital. Paris: OECD, 2001. 118 p.

3. Козлов Г.В., Коробейникова Е.В. Пути развития интеграционных процессов в холдинговых структурах // Вестник Концерна ВКО «Алмаз-Антей». 2017. № 4. С. 4–11.

4. Формирование системы обмена опытом в рамках интегрированных структур ОПК / Под ред. В.В. Федорова, Д.С. Джепа. М.: ООО «Айти Сервис», 2021. 117 с.

РОЛЬ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК СЕМЬИ В СФЕРЕ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

THE ROLE OF FAMILY COMMUNICATIVE PRACTICES IN THE FINANCIAL BEHAVIOUR OF STUDENT YOUTH

П.С. Свешникова
Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова, г. Ярославль
P.S. Sveshnikova
P.G. Demidov Yaroslavl State University, Yaroslavl

В исследовании рассмотрена роль коммуникативных практик семьи в области финансового поведения студенческой молодежи. Определены модели поведения и влияние коммуникаций внутри семьи на различные виды финансовой активности студенческой молодежи.

The study examines the role of family communication practices in the field of financial behavior of students. Behavioral patterns and the influence of communication within the family on various types of financial activity among student`s youth are determined.

Ключевые слова: коммуникация, коммуникативные практики, семья, студенческая молодежь, финансовое поведение

Keyword: communication, communication practices, family, student youth, financial behavior

Проблема изучения финансового поведения граждан является актуальной, ведь от принятия решений в данной сфере зависит их уровень жизни. Особенно важным является вопрос грамотного распределения средств молодыми людьми, которые только выходят на рынок труда, начинают свою экономическую деятельность.

Н.Ю. Гондик определяет финансовое поведение как «особую разновидность экономического поведения, связанную с поведением населения на рынке финансовых продуктов и услуг и предполагающую мобилизацию, перераспределение и инвестирование имеющихся в распоряжении населения денежных ресурсов» [1, с. 331]. Оно включает в себя такие виды финансовой активности населения, как сбережения, инвестиции, страхование, кредитное поведение.

Для формирования грамотного распределения финансов необходимо приобретение определенного набора навыков и умений, которые обеспечат финансовую безопасность и благополучие на протяжении всей жизни субъектов. В связи с этим важно уделять внимание факторам, влияющим на выбор молодежью определенного вида финансовой активности. Можно предположить, что одним из них является семья.

Семья – важнейший социальный институт, который осуществляет социализацию индивида посредством коммуникации. Влияя на характер восприятия окружающей среды, она может формировать у своих членов определенные установки, модели поведения в разных сферах жизнедеятельности общества, в том числе и экономической. Как отмечает Н.Е. Симакова, коммуникации в семейной системе, в домохозяйстве являются одним из основных элементов экономического благосостояния [2]. Можно предположить, что каждое конкретное домохозяйство в результате экономических коммуникаций может формировать у ее членов определенное финансовое поведение.

Чтобы определить роль коммуникативных практик семьи в сфере финансового поведения студенческой молодежи, весной 2022 г. было проведено авторское разведывательное социологическое исследование методом анкетирования с применением онлайн-формы опроса (N=56).

Опрошены юноши (32,1%) и девушки (67,9%) в возрасте от 17 до 23 лет, обучающиеся на разных курсах бакалавриата. Больше половины опрошенных охарактеризовали свое материальное положение как среднее (особых материальных затруднений нет, но не все покупки могу себе позволить), 17,9% отметили, что денег хватает на мелкие покупки, но приходится копить для крупных приобретений, и 7,1% респондентов ответили, что не испытывали никаких материальных трудностей.

Первой задачей исследования было выявление основных форм финансовой активности студенческой молодежи. По результатам анкетирования можно сделать вывод, что студенческая молодежь стремится к сбережению собственных денежных средств, большая часть респондентов имеют

собственные сбережения – 87,5%, из них 29% откладывают деньги чаще одного раза в месяц, 47% – один раз в месяц и 24% – реже одного раза в месяц. В вопросе об инвестировании ответы молодых людей поделились поровну: 50% стараются преумножить свои свободные средства за счет инвестирования и банковских вкладов, и половина не принимают инвестирование как способ увеличения своих средств. Респонденты не стремятся брать кредиты и скептически к ним относятся. На вопрос, «Планируете ли Вы брать кредит в будущем?», 10,7% опрошенных ответили утвердительное «да», 57,1% отметили, что «возьмут кредит, только если в этом будет острая необходимость», и 32,1% указали, что «ни при каких условиях не будут брать кредит в будущем». Что касается страхования, то студенческая молодежь считает его хорошим способом избавиться от рисков (особенно популярны среди опрошенных такие виды страхования, как страхование автомобиля (90,7%) и страхование недвижимости (74,4%)).

Второй задачей, стоявшей перед исследователем, было определение влияния установок в семье относительно сбережений на поведение студенческой молодежи. Для проверки связи необходимо рассчитать критерий Чупрова. Критерий C=0,287 (при $x^2_{(df=2)}$=9,229; p<0,01), что говорит о слабой связи между переменными («Объясняли ли Вам члены семьи, как лучше расходовать и сберегать деньги?» и «Схож ли Ваш способ сбережения со способом сбережения членов Вашей семьи?»). Следовательно, установки членов семьи, касающиеся сбережений, в большей степени не влияют на сберегательное поведение студенческой молодежи.

Третья задача исследования – выявление воздействия повседневных коммуникативных практик в семье на готовность студенческой молодежи к инвестированию. Для решения этой задаче необходимо воспользоваться коэффициентом сопряженности Крамера, значение коэффициента (ν=0,216) показывает, что статистическая связь между переменной 1 («Объясняли ли Вам члены семьи, как правильно инвестировать?») и переменной 2 («Инвестируете ли Вы свободные деньги?»), слабая, а значит, семья оказывает слабое влияние на практику инвестирования студенческой молодежи.

Для решения четвертой задачи проанализированы ответы респондентов на вопросы об опыте членов семьи во взятии кредита и планировании кредитования студенческой молодежью. Чтобы установить авторитетность семьи в принятии решения студенческой молодежью во взятии кредита, необходимо посчитать коэффициент сопряженности Пирсона. Данный коэффициент равен 0,188, что говорит о слабой связи между переменной 1 («Был ли опыт взятия кредитов у членов Вашей семьи?») и переменной 2 («Планируете ли Вы брать кредит в

будущем?»). Значит, на планирование взятия кредита студенческой молодежью, с которой проводились какие-либо разговоры на тему кредитования, опыт членов семьи в кредитовании не влияет. Таким образом, авторитет семьи не является главным фактором, влияющим на решение студенческой молодежи во взятии кредита.

Пятой задачей исследования являлся анализ влияния коммуникативных практик семьи на предпочтения по страхованию среди студенческой молодежи. Для этого необходимо просчитать коэффициент контингенции Пирсона. Он получается равным -0,067 (при $x^2_{(df=1)}=0,157$, $p<0,05$), что говорит об отсутствии связи между переменными («Объясняли ли Вам члены семьи о страховании и его необходимости/ бесполезности?» и «Планируете ли Вы использовать страхование в будущем?»). Стоит отметить, что большинство опрошенных были погружены в тему страхования посредством коммуникативных практик семьи, и основным видом практик являлся диалог, но эффективность данных практик стремится к нулю.

Шестой задачей данного исследования было выявление видов коммуникативных практик семьи, влияющих на финансовое поведение студенческой молодежи. При разъяснениях о сберегательном поведении использовались два вида коммуникативных практик – разговор (у 48,8% опрошенных) и пример членов семьи (51,2% респондентов). При обсуждении темы инвестирования в семьях применялись такие практики, как разговор (69,2% опрошенных), пример членов семьи (23,1% ответивших) и показ обучающих фильмов/мультфильмов/роликов (7,7% респондентов). Способы кредитного поведения члены семьи разъясняли при помощи диалогов (70,8% респондентов), на собственном примере (27,1% ответивших) и через игры (2,1% респондентов). При разъяснениях о страховом поведении использовались такие коммуникативные практики, как диалог (82,1% ответивших), пример членов семьи (15,4% респондентов) и показ обучающих фильмов/ мультфильмов/ роликов (2,6% опрошенных). Можно сказать, что основной коммуникативной практикой семьи в сфере финансового поведения является диалог, далее применяется пример членов семьи, а в наименьшей степени используются еще довольно новые и не укрепившиеся практики, такие как показ обучающих фильмов/мультфильмов/роликов и игры.

Можно сделать вывод, что с молодыми людьми в семьях проводятся разъяснительные беседы о возможных видах финансовой активности, однако влияние их на формирование определенных образцов финансового поведения является слабым либо отсутствует совсем.

Важно отметить, что на основании полученных результатов возможно формулирование гипотез для проведения более масштабного описательного исследования, а также корректировка инструментария.

Список литературы

1. Гондик Н.Ю. Финансовое поведение населения: теоретические аспекты // Master's Journal. 2014. № 1. С. 330–333.
2. Симакова Е.Ф. Коммуникации семейной системы // Sciences of Europe. 2020. № 47. С. 59–69.

СОВРЕМЕННЫЙ КИНЕМАТОГРАФ КАК ИНСТРУМЕНТ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ
MODERN CINEMA AS A TOOL OF MASS COMMUNICATION

В.В. Тюлюнова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
V.V. Tyulyunova
Lobachevsky University

Приведены результаты интервью зрителей о кинематографе как средстве массовых коммуникаций. Исследование затрагивает такие вопросы, как влияние кино на нравственное воспитание молодёжи, основные причины просмотра кино зрителями, функции современного российского кинематографа, а также факторы, влияющие на это.

The article presents the results of interviews with viewers about cinema as a means of mass communication. The research touches on such issues as the influence of cinema on the moral education of young people, the main reasons for watching movies by viewers, the functions of modern Russian cinema, as well as factors influencing this.

Ключевые слова: кинематограф, кинозритель, авторское кино, молодёжь
Keywords: cinematography, viewer, author's cinema, youth

Киноискусство в силу своего «массового» характера способно не только чутко реагировать на изменения в общественном развитии, возникающие острые проблемы, но и оказывать социально-психологическое, воспитательное воздействие на сознание, мировоззрение, ценностные представления людей. Г.М. Маклюэн [1] одним из первых указал на взаимосвязь кино и зрителя, как кино действует на человека, он писал о специфических особенностях восприятия

кино [2]. Кино, как и любое средство массовой коммуникации, может различными способами воздействовать на свою аудиторию.

При изучении такого средства коммуникации, как кинематограф, целесообразно узнать мнение кинозрителей. Для проведения исследования был разработан гайд интервью. Исследование затрагивает такие вопросы, как основные причины просмотра кино, влияние кино на нравственное воспитание молодёжи, факторы, влияющие на основные функции кинематографа. В ходе исследования было опрошено 30 человек. Мнения зрителей представлены как мужчинами, так и женщинами разных возрастов и разного семейного положения.

По результатам исследования: зрители смотрят кино по разным причинам, но в основном это либо отдых и развлечение: *«…способ отдохнуть, насладиться какой-то историей, испытать какие-то чувства и эмоции»* (девушка, 23 года, не замужем), либо получение определённого опыта или знаний: *«Познание нового опыта. Возможность «подсмотреть». Узнать мнение режиссера и авторов на определенную тему…»* (мужчина, 26 лет, не женат).

Помимо отдыха и получения опыта, кино является источником информации об изменениях в обществе. Современное кино может отображать сегодняшнюю реальность, зрителю интересно, как это видит тот или иной художник: «*Через кинематограф можно отлично прослеживать, отслеживать и наблюдать за изменениями, происходящими в социуме, пусть и через призму авторского видения*» (мужчина, 40 лет, не женат).

Кино может помочь и в переоценке ценностей: *«……просто с возрастом воспринимаешь всё немножко по-другому. Что ты берёшь в 20 лет, что в 40, что в полтинник, совершенно разные вещи… один и тот же фильм, но ты воспринимаешь его немножко по-другому»* (мужчина, 52, женат).

Важно отметить, что для взрослых людей первоначально кино – это не развлечение и проведение досуга, а познание нового, понимание сюжета, анализ действий главных героев. Хотя некоторые респонденты, независимо от возраста, считают, что кино создают для того, чтобы зритель подумал: *«…а чтобы анализировать поступки героев, обсуждать происходящее»* (девушка, 24, замужем).

Некоторые зрители подчеркнули эстетическое удовольствие как ценность просмотра кино: *«Я получаю эмоциональный опыт, я получаю удовольствие от качественной режиссуры и великолепной глубокой игры актеров. Открываю новые грани человеческих взаимоотношений»* (девушка, 26 лет, не замужем).

Ещё В. Беньямин считал, что способ производства фильма принуждает его быть искусством массовым, и главной функцией кино становится эстетическая [3].

Практически все респонденты считают, что кино может влиять на установки людей, их мнение, поскольку это является одной из основных функций киноискусства – именно влиять на мировоззрение человека. Кино способно повлиять и на ориентиры, принципы, цели зрителя, даже настроение, поскольку оно доступнее для зрителя, для этого не надо обладать какими-то специальными навыками: «*Через самые простые инструменты, принадлежащие кинематографу, теория, мысль и мнение доносятся более масштабно и ярче, чем через другие формы искусства, например, литературу или театр*» (мужчина, 26 лет, не женат).

У некоторых зрителей есть определённые истории, когда после фильма человек посмотрел на проблему под другим углом, поменял своё отношение к чему-то или просто задумался на чем-то: *«… наверное, дурацкий пример, когда вышел сериал «Бригада», мой друг захотел играть на скрипке, потому что там вот эта мелодия… даже такие мелочи говорят, что кино влияет на нас»* (девушка, 22 года, не замужем).

Происходит это, как правило, через образы героев: *«Люди находят персонажей, которые становятся примером для подражания»* (девушка, 24, замужем) и историю, которую хотел рассказать автор: *«Если в фильме отображены социальные проблемы, это может заставить задуматься о них…»* (девушка, 26 лет, не замужем). *«Человек смотрит на поступки людей со стороны, находя в них себя и других. Это помогает ему в осознании того, что хорошо, а что плохо. Он видит людей в разных жизненных ситуациях и таким образом познаёт мир, и, конечно, меняется*» (девушка, 22 года, не замужем).

Малая доля респондентов придерживается другого мнения, что кинематограф никак не влияет на зрителя, на его мнение, его установки: *«Иначе бы все рождённые в СССР были людьми воспитанными, духовно развитыми, добрыми и благородными» (*мужчина, 45 лет, женат).

Что касается влияния кинематографа, чаще всего именно молодежная аудитория, которая при всем скепсисе является достаточно «податливой», представляет материал для внедрения определенных «схем» поведения.

По мнению большинства зрителей, наибольшее влияние кино оказывает именно на юных зрителей. Это связано с гибкой психикой, формированием ценностей: «*…в этом возрасте всё хочется попробовать, всё хочется узнать и быть вообще в своей компании самым лучшим, и многие поддаются не очень хорошим примерам…*» (девушка, 23 года, не замужем). *«Но мне кажется, когда ты подросток, у тебя появляется очень много противоречий внешних и*

внутренних, часто кино становится такой отдушиной, может быть, даже другом в какой-то мере» (девушка, 22 года, не замужем).

Безусловно, кино является лишь частью того, что может как-то оказать влияние на мироощущение ребёнка, поскольку в основном всё зависит от его окружающего мира: семьи, друзей, что отмечают и респонденты: *«На нравственное воспитание молодежи влияет атмосфера, которая их окружает»*. (девушка, 21 год, не замужем). *«…реальная компания: друзья, близкое окружение влияют, наверное, больше, т.е. примеры из жизни»* (девушка, 23 года, не замужем*). «Большим примером влияния обладает семья, массмедиа и Интернет. Но основное – это первый круг социального общения»* (мужчина, 26 лет, не женат). «*Семейными установками, как ни странно, занимается семья…*» (мужчина, 40 лет, не женат).

Большое значение имеет место, где этот фильм демонстрируется: в кинотеатре, в Интернете, по телевидению. Это может повлиять на основную функцию кинокартины. Особенно это касается телевидения, ведь, как правило, по телевидению большинство передач и фильмов – развлекательные: *«Наверное потому, что в российских реалиях уровень жизни большинства людей, которые смотрят ТВ, не самый высокий, людям хватает и своих проблем и усталости, поэтому они хотят прийти домой и посмотреть что-то, чтобы отдохнуть, а не вникать в нравственные и прочие проблемы жизни»* (девушка, 24 года, замужем). Если же речь идёт о фестивальных фильмах, то тут уже можно говорить о нравственной основе, то есть чему-то научить зрителя, заставить о чем-то подумать его.

Но большинство считают, что основная функция современного российского кино всё же развлекательная, в основном это связано с тем, что в нашей стране киноискусство – это, прежде всего, кинобизнес: *«Потому что в кино идут для того, чтобы потом получить с этого денег, и очень-очень мало режиссёров, которые задумываются о морали в своих фильмах*» (девушка, 23 года, не замужем). «*Ответ прост – заработок денег и получение максимальных кассовых сборов*» (мужчина, 26 лет, не женат).

Кино для респондентов – один из способов проведения досуга, для большинства зрителей кино – это, прежде всего, отдых. Современные фильмы сейчас нацелены больше на развлечение, в России очень мала доля фестивальных фильмов, которые могут заставить задуматься о серьёзных проблемах. В нашей стране киноискусство – это, прежде всего кинобизнес.

Практически все респонденты считают, что кино может влиять на установки людей, их мнение, поскольку это является одной из функций киноискусства. Кино способно повлиять и на ориентиры, принципы, цели

зрителя, даже настроение, поскольку оно доступнее для зрителя, для этого не надо обладать какими-то специальными навыками. Происходит это, как правило, через образы героев и историю, которую хотел рассказать автор. Особенно это касается молодёжи, что связано с её гибкой психикой.

Зрители, которые интересуется авторскими фильмами, считают, что, помимо отдыха и получения опыта, кино является источником информации об изменениях в обществе, авторское кино может отражать сегодняшнюю реальность, зрителю интересно, как это видит тот или иной художник.

Список литературы

1. Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева. М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. 464 с.
2. Мкртычева М.С. Кино как предмет социологического изучения: возможности и перспективы // Теория и практика общественного развития. Социологические науки. 2012. № 12. С. 113–118.
3. Беньямин В. Озарения. М.: Мартис, 2000. С. 122–152.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОСУЖДЕННЫМИ МОЛОДЕЖНОГО ВОЗРАСТА КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК, ТРАДИЦИОННЫХ ДЛЯ МЕСТ ЛИШЕНИЯ СВОБОДЫ

THE USE OF TRADITIONAL PRISON COMMUNICATION PRACTICES BY YOUNG PRISONERS

И.А. Уваров
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского; Ставропольский филиал Краснодарского университета МВД России, г. Ставрополь
I.A. Uvarov
Lobachevsky University; Stavropol branch of Krasnodar University of the Russian Ministry of Internal Affairs, Stavropol

Рассматриваются особенности использования специфических форм коммуникативных практик осужденных молодежного возраста. Раскрываются качественные характеристики коммуникативных связей, традиционных для мест лишения свободы.

The article examines the peculiarities of using specific forms of communicative connections practiced among young convicts. The qualitative characteristics of the communication links, traditional for places of imprisonment, are revealed.

Ключевые слова: коммуникативные связи; коммуникации осужденных; осужденные молодежного возраста
Keywords: communication links; communications of convicts; youth convicts

Трансформация социальных процессов, происходящих в современном обществе, оказывает существенное влияние на уровень и качество коммуникационных практик. Это позволят исследователям говорить о том, что они претерпевают существенные изменения. В частности, авторы связывают такого рода трансформации с изменениями в общей системе социально-экономических отношений, что особенно проявляется в молодежной среде [1]. В этой связи, учитывая наш научный интерес, представляется возможным рассмотреть, каким образом повлияли эти процессы на качество коммуникативных практик в условиях мест лишения свободы.

Ранее мы уже предпринимали попытку проанализировать трансформацию коммуникативных связей, происходящих в системе отношений пенитенциарного сообщества [2]. В частности, нами было установлено, что такого рода коммуникации выступают в качестве своеобразного элемента, солидаризирующего эту неформальную структуру осужденных, существующую в местах лишения свободы. Теперь же мы попытаемся рассмотреть использование в современных условиях те коммуникационные практики, которые применяют осужденные молодежного возраста. Исследование этой социальной категории осужденных показывает, насколько негативные процессы, характерные для мест лишения свободы, могут носить тотальный характер [3].

Межличностные отношения для лиц молодежного возраста, не зависимо от того, изолированы они от общества или нет, играют ключевую роль в жизнедеятельности. Характер таких отношений коррелирует со степенью интенсивности коммуницируемых связей осужденных из числа лиц молодежного возраста. Здесь стоит упомянуть, что потребность в коммуникации у рассматриваемой категории обусловлено не столько пенитенциарными отношениями, сколько общей потребностью в реализации личностных интересов и ценностей. В местах лишения свободы, как и в «свободном социуме», коммуникативные практики связаны с возможностью самореализации в иных социальных условиях. В пенитенциарном социуме баланс между коммуникативными возможностями и их реальным использованием существенно отличается. Молодой человек, оказавшийся в пенитенциарном

учреждении, уже не может в полном объеме реализовывать те современные («инновационные») формы коммуникативных практик, которые он использовал до осуждения.

Стоит обратить внимание, что процесс регулирования коммуникативных практик в молодежной среде в условиях «свободного общества» носит условно стихийный характер. Исключение составляют определенные группы по интересам, в которых существует жесткая система «маркеров», сформированных по принципу «свой–чужой». Они не имеют жесткого императива, и молодой человек всегда имеет возможность выйти из этой системы социальных отношений. В местах лишения свободы коммуникативные практики определяются системой институционально-нормативного регулирования, предписывающего осужденному определенную систему формальных и неформальных правил поведения. И если в условиях «свободы» такого рода правила являются своеобразным результатом группового конструирования, то в условиях изоляции от общества система неформальных императивов вырабатывается эмпирическим путем, тем самым становясь основой для специфического (пенитенциарного) коммуникативного пространства. Взаимодействие осужденных молодежного возраста в пенитенциарном социуме предъявляет к ним требования понимания этих особенностей отношений. Отсюда, только усвоение и закрепление принятых в местах лишения свободы коммуникациях практик может привести к формированию у осужденного своего рода «коммуникативной компетентности».

В определении коммуникативной компетентности мы основываемся на ее представлениях, сформулированных Е.В. Чанковой, как способность личности к обеспечению социальности, сохранению социальных связей посредством владения ценностями, нормами, умениями, знаниями коммуникации [4]. При этом в условиях изоляции от общества нужно понимать, что «...функция коммуникаций – одна из чувствительных внешних мембран, способна показывать разрывы между внутренним и внешним контекстом жизни структуры» [5]. Именно здесь, на наш взгляд, и проявляется основное противоречие в формировании субъективного представления осужденного моложеного возраста в выборе конкретных коммуникативных практик. Субъективные представления, которые были сформированы до осуждения, ранее мы определили их как современные («инновационные»), утрачивают свою коммуникативную значимость. При их столкновении с бытующими в местах лишения свободы «традиционными» (для таких учреждений) коммуникативными практиками осужденные молодежного возраста склоняются в пользу последних.

Таким образом, можно проследить, как проявляется формирование специфической (пенитенциарной) коммуникативной компетентности осужденного, которая, исходя из предложенной П. Бурдье «концепции социального пространства» [6], реализуется в условиях изменяющихся социальных условиях. Закономерным следствием такого воздействия является приобщение осужденного моложеного возраста к традиционным для мест лишения свободы коммуникативным практикам. Другие же коммуникативные практики, которые использовались осужденным до отбывания наказания, утрачивают свою актуальность в силу их низкой социальной значимости в условиях изоляции человека от общества.

Список литературы

1. Чанкова Е.В., Сорокин О.В. Традиционное и современное в коммуникативных практиках молодежи // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. 2021. № 1. С. 131–142.
2. Уваров И.А. Солидаризация пенитенциарного сообщества, как особый вид социально-коммуникативных связей // Теория и практика общественного развития. 2020. № 7. С. 40–43.
3. Уваров И.А. Проблемы исследования лидерских качеств осужденных, отбывающих наказание в виде лишения свободы, из числа лиц молодежного возраста // Деструктивные молодежные движения в современной России: идеологические и экономические основы: Всероссийская научно-практическая конференция (9 апреля 2020 г. Нижний Новгород). Н. Новгород: НА МВД России, 2021. С. 48–158.
4. Чанкова Е.В. Коммуникативная компетентность личности в условиях изменяющейся социальной реальности: автореф. дис. … докт. соц. наук. М., 2018. 41 с.
5. Шюц А. Формирование понятия и теории в общественных науках // Американская социологическая мысль / Сост. Е.И. Кравченко, под ред. В.И. Добренькова. М.: МГУ, 1994. С. 481–496.
6. Бурдье П. Физическое и социальное пространства: проникновение и присвоение // Социология социального пространства / Пер. с фр. Н.А. Шматко. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007. С. 49–63.

СЕМЬЯ КАК ФАКТОР ВЛИЯНИЯ НА ЦЕННОСТНОЕ СОЗНАНИЕ МОЛОДЕЖИ

FAMILY AS AN INFLUENCING FACTOR ON THE VALUE CONSCIOUSNESS OF YOUNG PEOPLE

С.В. Устинкин, А.А. Горюнова
Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова, г. Нижний Новгород
S.V. Ustinkin, A.A. Goryunova
Linguistics University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod

На основании результатов исследования динамики ценного сознания учащейся молодежи, проводимого с 2006 по 2019 гг., рассматриваются проблемы влияния семьи на процессы формирования молодежных ценностных ориентаций, формирующихся в допандемийных условиях развития общества. Эмпирический материал и теоретические выводы могут послужить базой для сравнительного анализа характера изменений, происходящих в сфере взаимоотношений «отцов» и «детей» в условиях пандемии и устанавливающегося нового мирового порядка.

The article is based on the results of a study of the dynamics of the valuable consciousness of young students, conducted from 2006 to 2019, and examines the problems of the influence of the family on the processes of youth value formation formed in the pre-pandemic conditions. Empirical material and theoretical conclusions serve as a basis for a comparative analysis of "fathers" and "children" relationship in the context of a pandemic and the emerging new world order.

Ключевые слова: ценностные ориентации молодежи, институты образования, семья, проблема «отцов» и «детей», СМИ, цифровизация, преемственность, ценностный выбор, насилие, экстремизм

Keywords: values of young people, educational institutions, family, the problem of "fathers" and "children", media, digitalization, ession, value choice, violence, extremism

Проблемы социализации молодежи, а также роли семьи в современных условиях приобретают в настоящее время особую актуальность. Процессы становления нового мирового порядка и связанные с их осуществлением трудности усугубляются обострением международных отношений, агрессивным преследованием Русского мира, русской культуры со стороны стран Западной цивилизации, последствиями эпидемиологической ситуации, вызванной коронавирусной пандемией. В этом контексте особый смысл приобретает проблема воспитания молодежи и сохранения первостепенной роли семьи в

подготовке подрастающих поколений к достойному продолжению дел ее «отцов» [1-4].

Цель исследования: выявление особенностей ценностных ориентаций молодежи, её политических и экономических интересов, уровня её политической активности и степени доверия к политическим институтам, а также факторов, оказывающих наибольшее влияние на формирование политических и экономических установок молодых поколений [2; 5].

Задачи исследования были направлены на изучение политических и экономических интересов молодежи, а также выявление факторов социальной среды (семья, институты образования, политические партии, СМИ, Интернет, товарищи), оказывающих наибольшее влияние на формирование её ценностных ориентаций [2; 5].

Данные проведенных с 2006 по 2019 гг. шести этапов исследований обучающейся в образовательных учреждениях г. Нижнего Новгорода и Нижегородской области молодежи свидетельствуют о том, что влияние родителей по шкале ценностей в молодежном массовом сознании устойчиво занимает второе после Интернета и СМИ место. К сожалению, приходится признать, что влияние семьи на формирование ценностного сознания молодежи, хотя и занимает второе место, однако оно не является приоритетным и имеет устойчивую тенденцию к снижению этого показателя в числовом эквиваленте: если в 2015 г. положительный показатель оценки молодежью роли семьи в формировании политических и экономических ориентаций обучающихся составил 45,3%, то в 2016 г. он приблизился к 40,4%, заметно сократившись до 35% к 2019 г. Очевидно, что эта тенденция в значительной степени затрудняет формирование у молодых россиян четких и устойчивых стратегий реального ценностного выбора в соответствующих сферах общественной жизни.

Особое место в системе факторов социальной среды, оказывающих влияние на формирование ценностных ориентаций молодежи, является система образования. В условиях глубинных количественных и качественных изменений социальной среды, которые происходят под влиянием резкого усложнения международной обстановки, глобализации, информационно-коммуникативных процессов современного этапа цивилизационного развития общества, институты образования становятся одним из определяющих факторов инновационного развитии общества [6-8]. Данные исследований динамики ценностных ориентаций обучающейся молодежи демонстрируют достаточно устойчивую тенденцию улучшения отношения молодого поколения к институтам образования, как к фактору влияния на формирование оценочного отношения

респондентов к социально значимым проблемам жизни общества. Однако показатель отрицательного оценочного отношения респондентов по вопросу о роли учебного заведения в понимании экономических и политических процессов в стране значительно превышает положительные показатели. Согласно данным опроса 2019 г., 45% опрошенных учащихся средних школ, ссузов, а также студентов вузов отрицательно оценивают помощь учебных заведений в понимании проблем политического и экономического характера, что на 12% превышает количество тех, кто эту помощь признает [2].

Динамика ценностных ориентаций молодежи на признание или отрицание роли институтов образования в формировании ценностных ориентаций молодых поколений, несмотря на отчетливо выраженную положительную тенденцию, в рассматриваемом контексте заставляет задуматься о причинах ценностного негативизма молодежного массового сознания в отношении к семье и учебным заведениям. Но семья и институты образования в силу природы их функционального предназначения должны занимать определяющие позиции в системе социальных факторов, оказывающих влияние на формирование ценностных ориентаций молодежи. В условиях трансформации ценностей и приоритетов массового молодежного сознания, складывающихся под влиянием цивилизационных изменений и политических процессов в мире в целом и в России, в частности, семье и системе образования должна принадлежать приоритетная роль в конструировании модели социализации молодежи. Рассматривая эту проблему как стратегию учебно-образовательной и воспитательной деятельности семьи и институтов образования, необходимо отметить, что в разработке программ социализации молодежи [6; 9-11] существуют определенные трудности и противоречия, вызванные рядом причин объективного и субъективного характера. Это касается, прежде всего, вопроса о роли семьи в процессах духовно–нравственной преемственности как стратегической линии развития общества. Дело в том, что проблема отношения «отцов и детей» всегда была неотъемлемой стороной историко-культурных традиций народов. Результативность этих отношений лежала в пространстве экономических зависимостей, религиозных, идеологических и нравственных установок и ценностей различных поколений, По мере того как в проблемном пространстве постиндустриальной цивилизации вырисовывались черты новой реальности, формируемой новыми информационно-коммуникативными и симуляционными технологиями, становился все более ощутимым разрыв межпоколенных связей, когда носителями всего многообразия нового являлась молодежь, в то время как для большей части старших поколений овладение новыми культурными кодами, новыми технологиями, новыми

коммуникативными и речевыми практиками оказалось крайне сложным, а зачастую и заблокированным в целом (создание и прослушивание подкастов, стримов, летучек, телеграмм-каналов, доступное через смартфоны, в настоящее время прерогатива молодого поколения). Более того, либерально-демократические установки западной цивилизации под видом конструирования архитектуры новой реальности способствовали созданию системы идеологических и психологических приемов воздействия на молодежное ценностное сознание с целью разрушения традиционных христианских и общечеловеческих ценностей. Более того, отсутствие упорядоченной системы связей семьи и школы с четкой научно и эмпирически обоснованной программой того, что, как, когда, с какой целью и ожидаемым результатом делает семья, а что школа, в определенной степени снижает эффективность их взаимодействия при осуществлении процессов социализации подрастающих поколений.

Проведенные исследования динамики ценностных ориентаций молодежи позволили выявить характер изменений ценностного сознания молодежи за прошедший с 2006 по 2019 гг. период, определить слабые стороны государственной информационной и молодежной политики в работе с подрастающими поколениями, а также недостаточный учет психологических особенностей молодых людей, формирующихся в конкретных экономических, политических, социокультурных условиях. Наряду с этим проведенные исследования помогли составить достаточно точную картину факторов влияния (семья, институты образования, Интернет и СМИ, друзья), оказывающих наибольшее влияние на трансформацию ценностных ориентаций молодежи.

Список литературы

1. Институты образования и молодежь: на пути устойчивого развития общества: Монография / Под общ. ред. д-ра филос. наук, проф. Савруцкой Е.П. Н. Новгород: НГЛУ, 2017. 183 с.
2. Современный мир и молодежь: ценности, риски, угрозы: Монография / Под общ. ред. д-ра филос. наук, проф. Е.П. Савруцкой. Т. 1. Н. Новгород: НГЛУ, 2019. 268 с.
3. Макеев С.Н. Феномен социального общения в пространстве расширенной объективно-виртуальной реальности: дис. … канд. философ. наук: 09.00.11. Н. Новгород, 2017. 148 с.
4. Broadbent S. Approaches to Personal Communication // Digital Anthropology / H.A. Horst, D. Miller (eds.). London: Berg, 2012.
5. Никонов В.А. Российская матрица. М.: ООО «Русское слово-учебник», 2014. 992 с.

6. Стенограмма выступления Путина на онлайн-форуме «Давосская повестка дня 2021» // Президент России. 27.01.2021 // http://prezident.org/tekst/stenogramma-vystuplenija-putina-na-onlain-forume-davosskaja-povestka-dnja-2021-27-01-2021.html (дата обращения: 04.10.2022).

7. Строков А.А. Цифровая культура и ценности российского образования: дис. … канд. философ. наук: 09.00.13. Н. Новгород, 2021. 164 с.

8. Щмидт Э., Коэн Д. Новый цифровой мир. Как технологии меняют жизнь людей, модели бизнеса и понятие государства / Пер. с англ. С. Филина. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 368 с.

9. Стрельчук А.Р. Культурные проекции коммуникативного пространства в условиях глобализации: автореф. дис. … канд. философ. наук: 09.00.13. Н. Новгород, 2021. 22 с.

10. Указ Президента РФ от 02.07.2021 № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_389271/ (дата обращения: 04.10.2022).

11. Указ Президента РФ от 1 декабря 2016 г. № 642 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации» (в редакции от 15.03.2021 № 143) // Президент России. URL: http://www.kremlin.ru/ acts/bank/41449 (дата обращения: 04.10.2022).

СОТРУДНИКИ ПРАВООХРАНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ И СОВРЕМЕННАЯ МОЛОДЕЖЬ: ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИИ

LAW ENFORCEMENT OFFICIALS AND TODAY'S YOUTH: COMMUNICATION PATTERNS

Е.Н. Шлягина
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», г. Нижний Новгород
E.N. Shlyagina
Higher School of Economics, Nizhny Novgorod

На основании полуформализованного интервью (N=48) автор выявляет особенности коммуникации представителей правоохранительных органов, в частности полиции, и молодежи. Автор приходит к выводу о постепенном развитии коммуникативных навыков полицейских и повышению эффективности их общения с населением.

Based on a semi-formalized interview (N=48), the author reveals the features of communication between representatives of law enforcement agencies, in particular the police, and young people. The author concludes the gradual development of the communication skills of the police and the increase in the effectiveness of their communication with the population.

Ключевые слова: правоохранительные органы, молодежь, полиция, коммуникация полиции и молодежи

Keywords: law enforcement agencies, youth, police, communication between police and youth

Работа правоохранительных органов, центральным из которых является полиция, направлена на защиту прав и законных интересов человека. Во многом эффективность выполнения ими своих функций зависит от взаимодействия с населением. Население с большей вероятностью поможет – сообщит о правонарушении, выступит свидетелем, если доверяет полиции. Одним из ключевых источников доверия является характер коммуникации сотрудников полиции с населением. В результате общения с представителями правоохранительных органов у людей формируется личное представление об их работе, которое, в свою очередь, может распространяться среди родственников и знакомых, а также быть основой для публикации сообщений в средствах массовой информации и социальных сетях. Как следствие, можно констатировать необходимость повышения качества коммуникации между полицейскими и населением России с помощью улучшения коммуникативных навыков представителей силовых структур.

Одним из этапов достижения указанной цели, которая требует проведения масштабных социологических исследований, является определение имеющихся особенностей коммуникации рассматриваемых выше субъектов.

В период с апреля по сентябрь 2022 г. нами было проведено полуформализованное интервью, респондентами в котором стали мужчины и женщины в возрасте 18-29 лет (N=48), проживающие на территории Нижнего Новгорода и Нижегородской области.

Выбор молодежи в качестве социально-возрастной группы для исследования был обусловлен несколькими факторами. Во-первых, молодежь «находится на этапе развития физических, умственных и социальных качеств и имеет большую социальную и профессиональную перспективу» [1]. Именно молодежь выступает носителем интеллектуального потенциала общества, от которого зависит его развитие, а также главным источником пополнения трудовых ресурсов. Во-вторых, молодежь находится на переходе от зависимого детства к самостоятельной взрослости. Как отмечает О.В. Курышева, этот переходный этап связан с решением определенных социальных и психологических задач [2], что может выражаться в более эмоциональном восприятии окружающего мира, чем у лиц среднего и старшего возраста. Отсутствие терпения и выдержки, которое может встречаться у молодежи при

общении с представителями правоохранительных органов, могло бы помочь избежать идеализации особенностей коммуникации с последними. В-третьих, молодежь является самой активной группой пользователей сети Интернет в целом и социальных сетей, в частности, что влечет за собой быстрое распространение различного рода информации в обществе. Не отрицая необходимость выявления особенностей коммуникации сотрудников полиции и представителей других возрастных групп, мы сфокусируемся на представителях молодежи.

Всех респондентов в нашем исследовании можно разделить на две группы. Представители первой группы имели опыт общения с сотрудниками правоохранительных органов в статусе правонарушителя. Взаимодействие второй группы респондентов складывалось в рамках реализации правоохранительными органами своих полномочий, не связанных с привлечением к юридической ответственности (в статусе потерпевшего, при поквартирном обходе участкового, при государственной регистрации транспортного средства).

Анализ ответов респондентов позволил выявить следующие особенности коммуникации с представителями правоохранительных органов:

1) *Соблюдение формальных требований при первом обращении к гражданину.*

В большинстве случаев при обращении к гражданину сотрудник полиции называет свои должность, звание, фамилию, предъявляет служебное удостоверение. Из-за стресса граждане иногда не запоминают данные сведения, однако просьба их повторить обычно удовлетворяется. Не всегда, как отмечают респонденты, полицейские сразу сообщают причину и цель обращения, что может дезориентировать и вызвать нежелание общаться с ними в дальнейшем.

При этом следует отметить, что излишний формализм в общении некоторых граждан отталкивает, не позволяя установить доверительные отношения с полицейским. В данном случае последним рекомендуется находить баланс – соблюдать требования закона и не злоупотреблять чрезмерными канцеляризмами [3].

2) Преимущественно вежливое и тактичное общение в процессе взаимодействия.

Респонденты отмечают, что полицейские стараются общаться с гражданами вежливо. Если речь идет об оказании правоохранительными органами государственной услуги населению (например, о предоставлении услуги по проведению экзаменов на право управления транспортными средствами и выдаче водительских удостоверений), то одной из мотивационных

причин корректного и тактичного общения может служить оценка качества оказанной услуги ее получателем [4]. Респонденты оценивают возможность оставить обратную связь от общения с силовыми структурами крайне положительно.

Следует также отметить, что, по мнению опрошенных, вежливость и тактичность полицейских зачастую сопровождается отсутствием человеческой теплоты и дружелюбия, сопереживания к произошедшему. Данное обстоятельство служит препятствием к полноценному и откровенному общению.

3) Проявление терпимости со стороны сотрудников полиции в случае негативной реакции граждан на необходимость взаимодействия с ними.

Следует отметить, что некоторые из респондентов при взаимодействии с полицией оказывали сопротивление, общались некорректно, использую нецензурную лексику. При этом реакция на такое поведение со стороны сотрудников полиции была спокойной, в разговоре они также проявляли терпимость.

4) *Положительная реакция и стремление помочь при обращении гражданина к полицейскому*.

Подавляющее большинство респондентов отмечают, что в случае обращения к сотруднику полиции за помощью они получали таковую, даже если вопрос находился за рамками компетенции правоохранителя. Не всегда при этом полицейские называли должность, звание и фамилию, хотя обязаны это делать согласно ст. 5 Федерального закона от 07.02.2011 № 3-ФЗ «О полиции», но при адресации им вопроса сразу предоставляли данные сведения.

Указанные особенности коммуникации представителей правоохранительных органов и молодежи выявлены на основании большинства ответов респондентов. У опрошенных были случаи проблемной коммуникации с сотрудниками полиции, при которой последние позволяли себе повышать голос и использовать нецензурную лексику, однако количество таких случаев в общем объеме незначительное (3 примера из 48). Не стремясь идеализировать полицию РФ, хотелось бы отметить нормальный характер коммуникации ее сотрудников с молодежью. Работа по улучшению этого аспекта деятельности полиции ведется с 2010-2011 гг. с момента реформирования системы МВД и дает положительные результаты. Безусловно, уровень коммуникации во многом зависит от «культуры, широты мировоззрения, наличия разносторонних знаний, сформированности определенных морально-нравственных качеств» [3] конкретных полицейских. Развитие каждого сотрудника в итоге приводит к

постепенной и качественной трансформации подхода к общению с населением со стороны правоохранительных органов в целом.

Список литературы

1. Курышева О.В. Психологическая характеристика молодежи как возрастной группы // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. 2014. № 1 (21). С. 67–75.

2. Курышева О.В. Особенности отношения молодежи к собственному возрасту // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 11: Естественные науки. 2011. № 1 (1). С. 90–99.

3. Родин В.Ф. Балашова В.А. Общение в деятельности сотрудников полиции // Вестник Московского университета МВД России. 2020. № 8. С. 302–306.

4. Приказ МВД России от 20 февраля 2021 г. № 80 «Об утверждении Административного регламента Министерства внутренних дел Российской Федерации по предоставлению государственной услуги по проведению экзаменов на право управления транспортными средствами и выдаче водительских удостоверений» // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_380236/ (дата обращения: 04.10.2022).

ДИСКУРСЫ НЕМОДАЛЬНЫХ СЕМЕЙНЫХ ОТНОШЕНИЙ: ОФИЦИАЛЬНЫЙ И МОЛОДЕЖНЫЙ*

DISCOURSES OF NON-MODAL FAMILY RELATIONS: OFFICIAL AND YOUTH

А.Л. Янак
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
A.L. Yanak
Lobachevsky University

Представлена проблема рассогласованности официального и молодежного дискурсов немодальных семейных практик: для государства, в рамках проводимой демографической и семейной политик, они являются нежелательными, но вынужденно входящими в зону его внимания и

* При финансовой поддержке гранта Президента РФ для молодых кандидатов наук, проект МК-641.2021.2.

нормирования; для молодежи – приемлемыми, даже в чем-то привлекательными, соответствующими ее запросам и духу времени.

Presented the problem of contradictions between official and youth discourses of non-modal family practices: for demographic and family policies, they are undesirable, but fall into the attention and standardization of the state, but for young people they are acceptable, attractive, as they meet their needs and current trends.

Ключевые слова: официальный дискурс, демографическая политика, семейная политика, молодёжный дискурс, немодальные семьи, немодальное родительство

Keywords: official discourse, demographic policy, family policy, youth discourse, non-modal families, non-modal parenting

Дискурс – широкое и довольно расплывчатое понятие, подразумевающее словесный/ риторический/ смысловой/ контекстный инструмент репрезентации образа, формирующее, закрепляющее и транслирующее общее представление о нем.

В зависимости от сферы применения (социального института), темы или субъектов, адресатов коммуникации выделяют политический, религиозный, научный, медийный, художественный, образовательный, общественный, экономический, бытовой и другие виды дискурсов [1].

Важно разделять официальный и неофициальный форматы дискурса по функциональному стилю.

Под официальным, как правило, понимается дискурс власти, операционализированный через различные стратегии, акты политической коммуникации и призванный обозначить официальную позицию по тем или иным вопросам, проблемам [2]. Государство реализует это через нормативно-правовые документы, организацию деятельности властных структур, ведомств систем социальной защиты и социальной поддержки населения, учреждений социального обслуживания граждан, специалистов социальных служб.

Согласимся, что государственная социальная политика – инструмент нормирования и регулирования института семьи [3]. Анализ нормативных и программных актов, относящихся к семейной, демографической и социальной политикам федерального уровня, показывает ориентированность российского государства на традиционную, (много)детную семью. Родительство (материнство, отцовство) и детство провозглашаются в качестве одних из главных ценностей и объектов охраны государства. В плане демографии декларируются такие задачи, как укрепление института семьи, возрождение и сохранение духовно-нравственных традиций семейных отношений, повышение

уровня рождаемости за счет рождения в семьях второго и последующих детей, сокращение материнской и младенческой смертности, в том числе за счёт повышения доступности и качества медицинской помощи беременным женщинам и роженицам, восстановления и поддержания репродуктивного здоровья женщин и мужчин, включая развитие вспомогательных репродуктивных технологий, усиление государственной поддержки семей с детьми, материальное стимулирование рождаемости, развитие системы предоставления пособий в связи с рождением и воспитанием детей, содействие воспитанию детей путём обеспечения доступности образовательных организаций, строительство доступного жилья для семей, снижение их налоговой нагрузки [4]. Помимо указанного, для семейной политики принципиально важны экономическая самостоятельность и субъектность семьи в выполнении своей социальной функции, содействие в реализации воспитательного и культурно-образовательного потенциала семьи, обеспечение социальной защиты семей и детей, нуждающихся в особом внимании государства, профилактика семейного неблагополучия, детской безнадзорности и беспризорности, укрепление семейной идентичности и сплоченности, сохранение и поддержание взаимосвязи и преемственности между поколениями в семье, поддержка традиционных семейных ценностей и позитивного образа отцовства и материнства, формирование ответственного отношения молодежи к браку и семье, старшему поколению, репродуктивному здоровью и поведению, повышение педагогической культуры родителей, обеспечение возможности получения молодыми родителями знаний, необходимых для воспитания детей [5].

При этом представители некоторых немодальных форм родительства (в частности, монородители, приемные, замещающие родители, разведенные родители, воспитывающие детей после распада семьи) входят в число бенефициаров государственной заботы наравне с многодетными, молодыми, малообеспеченными семьями, семьями с детьми-инвалидами. Стоит отметить, что в отношении немодального родительства применяются, скорее, поддерживающие, компенсирующие меры (кроме приемных семей, для которых есть и поддерживающие, и поощрительные меры), тем более в случае их попадания в «льготные» категории, а в отношении традиционных семей (моногамной семьи с детьми, особенно многодетной) – поощрительные, стимулирующие. Альтернативные родительские практики проблематизируются, окружаются маргинализирующим их ореолом ненормативных, неугодных, но нуждающихся в государственном патронаже, категорий. При этом государство сознательно оставляет их статус полулегальным (существует упоминание, регламентация порядка назначения выплат, но отсутствует четкое определение и

критеризация). В официальном дискурсе прослеживается допустимость нетрадиционных типов семейных отношений (принятие факта их наличия и определенного многообразия), но для государства желательно, чтобы они имели временный, переходный между альтернативным и (более) традиционным состоянием характер.

Тем не менее, вполне понятные устремления государства все чаще расходятся с взглядами и реальными практиками индивидов и групп, в частности, молодых людей, вступающих в семейные/ партнёрские отношения.

Согласно результатам опроса студентов нижегородских вузов (n=1113), проведённого в 2020-2021 гг. при участии автора, молодежный дискурс в плане семьи и родительства сегодня – это дискурс индивидуального прагматизма [6]. Молодые люди считают брак и родительство ареной для самоопределения, конструирования, трансляции и защиты сугубо личных интересов, а не соответствия семейного поведения актуальной государственной повестке. Это проявляется прежде всего:

- в лояльном отношении молодых людей к немодальным вариациям брачно-семейных отношений: сожительство оценивают как приемлемую альтернативу браку 78,4% респондентов, особенно если речь идёт о совместном проживании перед регистрацией отношений (82,8%), при этом 66,6% считают нормальным воспитывать детей в незарегистрированном союзе и еще 53,3% думают, что женщина может самостоятельно принять решение о рождении ребёнка «для себя»; поддерживаются стратегии регулирования фертильности и репродуктивного поведения (использование средств контрацепции – 86,3%, применение вспомогательных репродуктивных технологий – 70,2%, даже аборты считают допустимыми 46,4% студентов), заключение повторных браков (70%);

- в стремлении к независимости в вопросах создания и функционирования собственной семьи, рождения детей, даже родители и в целом близкое окружение теряют исключительные привилегии вовлеченности в семейные и репродуктивные планы, внутрисемейное взаимодействие, утрачивают роль семейных цензоров и арбитров: для 91,4% опрошенных сегодня не требуется одобрения близких для принятия решений о создании семьи, 61,9% – о рождении ребёнка; меняется риторика в отношении помощи родителей, включая их заботу о внуках, с «должны» на «могут, если сами этого хотят» (43,7% придерживаются такой точки зрения в вопросах участия бабушек/ дедушек в присмотре и уходе за внуками, 48,4% – их помощи в выполнении домашних обязанностей, 52,2% – материальной поддержки);

- в оценке государства все больше как фонового фактора создания семьи, формирования репродуктивных установок и развития семейных/ родительских компетенций: 45% респондентов отметили важность материальной поддержки государства в качестве одного из условий для рождения детей, 44,3% считают, что дети дошкольного возраста должны воспитываться в муниципальных детских садах (при этом удельный вес поддержки альтернативных этой форм воспитания выше, в частности, за домашнее пребывание детей выступают 28,3% респондентов, за частный детский сад – 21,4%); лишь 15,8% молодых людей рассматривают государство в качестве влиятельного источника информации о семье, семейном образе жизни.

- во взвешенном, прагматичном, ответственном подходе к планированию детей и родительству, который предполагает учёт большого числа условий от психологических (готовность к зачатию и воспитаю детей – 92,1%; развитие собственной педагогической компетентности – 81,4%), материальных (возможность финансово обеспечить ребёнка/ детей – 94,7%), до стратегических (согласование с долгосрочными жизненными планами – 72,2%) с целью минимизации потенциальных рисков и реализации паттернов «хорошего» материнства или отцовства.

Сравнение официального и молодежного дискурсов в отношении семьи, родительства и брака имеет большое значение для прогнозирования дальнейших демографических тенденций, корректировки семейной и социальной политик, дальнейшей легитимации тех или иных немодальных семейных практик. Становится очевидной необходимость расширения мер по содействию комплексной готовности молодежи к созданию семьи и деторождению [7], модернизации инструментов влияния государства на семейное поведение молодежи, более вдумчивой и эффективной работы над созданием, укреплением и презентабельной трансляцией позитивного имиджа семейного и, прежде всего, родительского образа жизни.

Список литературы

1. Карасик В.И. Адресная специализация в публичном политическом дискурсе // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2018. Т. 9. № 1. С. 32–49.
2. Митрохина Т.Н. Политическая повестка дня для России в официальном дискурсе власти // Власть. 2012. № 5. С. 4–8.
3. Шпаковская Л.Л. Политика нормализации семьи: партнерство и брак в России // Женщина в российском обществе. 2011. № 3 (60). С. 51–56.

4. Указ Президента РФ от 10.07.2007 N 1351 «Об утверждении концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года» // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/ cons_doc_ LAW_71673/ (дата обращения: 20.09.2022).

5. Распоряжение Правительства РФ от 25.08.2014 N 1618-р «Об утверждении Концепции государственной семейной политики на период до 2025 года» // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_ LAW_167897/ (дата обращения: 20.09.2022).

6. Чернова Ж.В., Шпаковская Л.Л. «На других надейся, а сама не плошай». Прагматический индивидуализм как дискурсивная стратегия нормализации биографий молодых представительниц среднего класса // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6 (160). С. 173–194.

7. Судьин С.А., Сайфуллин Г.П. Развитие готовности молодежи к семейной жизни и меры поддержки студенческих семей // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (НПИ). Серия: Социально-экономические науки. 2022. Т. 15. № 1. С. 209–221.

СЕКЦИЯ 4

ТРАНСФОРМАЦИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК

ДОКЛАДЫ

ОБОГАЩЕНИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК ПОДРОСТКОВ С ПОМОЩЬЮ МЕТОДА PHOTOVOICE

ENRICHING ADOLESCENTS' COMMUNICATIVE PRACTICES WITH THE PHOTOVOICE METHOD

М.Н. Бородатая, Н.Н. Ершова
Вятский государственный университет, г. Киров
M.N. Borodataya, N.N. Ershova
Vyatka State University, Kirov

Представлен опыт обогащения коммуникативной практики подростков с помощью метода Photovoice, апробированный в ходе исследовательского проекта с участием детей из замещающих семей.

The article presents the experience of enriching the communicative practice of teenagers using the Photovoice method, tested in the course of a research project with the participation of children from foster families.

Ключевые слова: коммуникативная практика, обогащение коммуникативной практики, метод Photovoice

Keywords: communicative practice, enrichment of communicative practice, Photovoice method

Коммуникативная практика – это упорядоченные совокупности образцов рациональной деятельности, направленной на передачу/ прием социально-значимой информации. Коммуникативные практики – это постоянное воспроизводство систем коммуникаций различного уровня [1].

Понятие «коммуникативная практика» не является однозначным. С одной стороны, коммуникативные практики могут рассматриваться как вид социальных практик, связанных с получением, передачей информации и воспроизводством коммуникации. С другой стороны, это понятие может употребляться как синонимичное коммуникативному действию. Данная категория была введена в научный оборот Ю. Хабермасом. С его точки зрения, коммуникативное действие – не просто один из видов социального действия, а основа рационально мотивированного консенсуса, достигаемого в процессе коммуникации [См.: 2].

В публикациях последних лет коммуникация все чаще рассматривается как процесс конструирования новых смыслов, интерпретаций, механизма создания новых норм и правил жизнедеятельности [2].

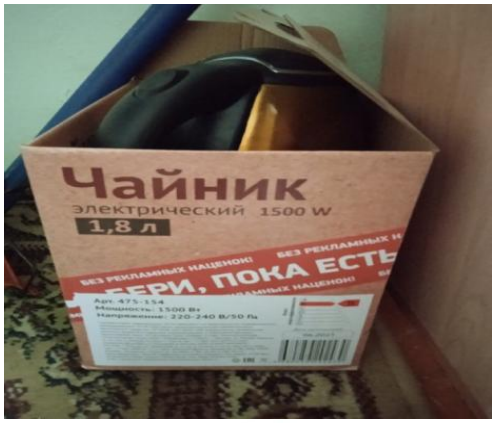
В рамках исследовательского проекта «Благополучие ребенка в школе: точка зрения детей из замещающих семей» (ЧУДОРСП ЦСПП, октябрь – декабрь, 2021 г.) была организована коммуникация подростков по 6 тематическим направлениям: уроки, перемена, общение с одноклассниками/одногруппниками, общение с педагогами, внеучебная деятельность, домашнее задание. Организация коммуникаций подростков осуществлялась с помощью метода Photovoice [3].

Еженедельно подростки должны были фотографировать объект, который наиболее точно отражал его эмоции и чувства по одной из обсуждаемых тем. На встречах участники групп представляли свои «истории» выбора объекта фотографирования, сам объект, высказывали свое отношение к обсуждаемой теме, отвечали на вопросы модератора групп и друг друга, делали добавления. Содержание коммуникации представляло не столько процесс обмена информацией, сколько разговор о смыслах обсуждаемых тем. Все рассказы подростков записывались на диктофон (с их согласия), расшифровывались и обретали форму кейса, отражающего мнение каждого участника исследования.

Содержание коммуникативной практики подростков обогащалось с помощью 3 основных методов: *фотоистории (Photovoice*), объектное фотографирование; *шеринга,* когда участник придумывает название фотографии, дает ей характеристику в формате сторителлинга; б*еседы (обсуждения).* Представленные истории обсуждаются, интерпретируются, типологизируются, классифицируются по тематическим фокусам, анализируются способы разрешения проблемных ситуаций, предложенные самими подростками.

Вот несколько примеров:

Фотография	**Кейс участника**
	«Школа ассоциируется с серым цветом. Пребывание в ней не радует меня. Ни уроки, ни учителя, ни знания. Два ярких карандаша – это мои друзья, которые могут меня подбодрить, развеселить, дать пинок, сказать: "Осталось немного, потерпи". Любимый предмет алгебра, его я хорошо понимаю. Почти нет таких случаев, когда я иду в школу и нахожусь там в хорошем настроении» *(учащийся 7 кл., тема «школьные уроки)*

Фотография	Кейс участника
	«Почти все преподаватели, как чайник. Они не терпят никаких возражений, протестов, мнений наших. Они знают все и точка. … они так же быстро вскипают, и весь этот кипяток выливают на нас, беспричинно, и пока все не выльют, не остынут. Эмоции 50 на 50, все зависит от самого педагога. Если он как чайник, то всегда он портит даже радостное настроение… В большинстве они все, как старые чайники, которые уже давно не используют» *(учащийся 1 курса техникума, тема «общение с педагогами»)*
	«Я сама нарисовала в электронном формате. Инь-ян – кошка и собака. Чаще всего мы можем ругаться между собой и кричать друг на друга. Есть часть класса, которая специально вступает в конфликты, из-за этого у нас в классе очень часто случаются разные ссоры. Учителя грозят всем поставить плохие оценки из-за дурного поведения части ребят. Эти конфликты не мешают мне относиться к своему классу хорошо (за исключением двух людей, которые всегда на стороне негатива)» (*воспитанница школы-интерната, тема «общение с одноклассниками»)*

Всего участниками коммуникативной практики были 25 подростков: учащиеся техникума, учащиеся 7-8 классов 8 школ города Кирова и воспитанники школы-интерната.

Для получения обратной связи был проведен опрос участников исследовательского проекта. Все участники отметили, что им было интересно принимать участие в исследовательском проекте (табл. 1)

Таблица 1

Ответы участников на вопрос анкеты,
«Что было наиболее интересным для тебя в проекте?»

Ответы участников	Учащиеся школ	Учащиеся техникума	Воспитанники школы-интерната
Слушать историю других участников	88%	56%	60%
Слушать ответы участников	36%	44%	–
Искать объект для фотографирования	28%	33%	40%
Встречаться с участниками группы	43%	33%	

Таблица 2

Ответы участников на вопрос анкеты, «Какой новый опыт вы получили в проекте?»

Ответы участников	Учащиеся школ	Учащиеся техникума	Воспитанники школы-интерната
Анализировать свои чувства и эмоции	28%	33%	20%
Обсуждать темы, связанные с учебной деятельностью и отношениями	75%	78%	60%

Таким образом, содержание коммуникативной практики отражает характеристики реального образовательного процесса и психоэмоциональное самочувствие подростков в нем. Объектное фотографирование помогает модератору группы, подросткам строить диалог с каждым участником в формате коллективного обсуждения. Опривыченные социальные действия [2], основанные на коллективном опыте субъектов, обеспечивают возможность глубже понять эмоции и чувства, которые переживают дети во взаимодействии с педагогами и сверстниками, особенности их поведения в проблемных ситуациях.

Безусловно, коммуникативная практика значительно обогатила содержание коммуникаций подростков, улучшила качество их компетенций (табл.3).

Таблица 3

Ответы участников на вопрос анкеты, «Чему ты научился в проекте?»

Учащиеся школ	Учащиеся техникума	Воспитанники школы-интерната
-научился слушать других; -научился рассказывать о своих мыслях; -научилась общаться, высказывать свое мнение; -научился понимать чувства других; -научилась не бояться высказывать свое мнение; -«…если бы не проект, я бы никогда об этом не рассказала»; -«…дальше так развивать, так как кому-то это может быть важно…»	-познакомился с новыми людьми; -посмотрел на происходящее в техникуме с другой точки зрения; -научился правильно передавать эмоции; -узнала о других.	-научилась анализировать себя и слушать чужие высказывания; -я узнала много нового о своих друзьях (чем они занимаются, что им интересно …); -научилась более ясно выражать свои эмоции/ мысли/ ассоциации/ мнение, находить ассоциации в любых предметах; -у меня появились чувства к учебе; -я научилась формулировать свои мысли и свободнее общаться с людьми; -многому.

Результаты организации коммуникативной практики подростков в процессе реализации исследования благополучия учащихся в образовательном

процессе учебного заведения с помощью метода Photovoice позволяют сделать следующие выводы:

1. Использование в организации коммуникативных практик подростков методов, дружественных детям, позволяет обогатить содержание самой коммуникации, вовлечь подростков в процесс обсуждения привычных, повседневных тем, понять причины действий и поведения подростков в повседневном образовательном процессе. Например, использование наушников на уроке, фотографирование записей с доски связано с тем, что «… не успеваю записывать…», «…очень большой объем материала на учебной доске….

2. Организация коммуникативных практик с применением метода Photovoice позволяет подросткам высказать свои мысли, проблемы и трудности опосредованно через объект фотографирования.

3. Использование практики объектного фотографирования развивает ассоциативное мышление подростка, обогащает его метафорой, формирует умения наблюдать, анализировать и размышлять над объектами повседневной реальной действительности. Метод Photovoice позволяет подросткам самостоятельно *осмыслить* процесс учебной деятельности и *себя в нем* через объектный предмет. Как отмечают сами участники, «… проект научил нас посмотреть на очевидное под другим углом зрения…».

4. Подростки испытывают трудности в коммуникации, не владеют навыками диалогового общения. Участие в исследовании с помощью методов, дружественных детям, позволяет вовлечь подростков в обсуждение значимых проблем, учит их высказывать мнение, аргументировать свою точку зрения.

Список литературы

1. Зотов В.В., Лысенко В.А. Коммуникативные практики как теоретический конструкт изучения общества. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-praktiki-kak-teoreticheskiykonstrukt-izucheniya-obschestva (дата обращения: 25.10.2022).

2. Коммуникативные практики в сетевых интернет-сообществах. В.А. Сергодеев. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-praktiki-v-setevyh-internet-soobschestvah (дата обращения: 25.10.2022).

3. Бородатая М.Н., Ершова Н.Н. Изучение благополучия детей в образовательном процессе с помощью метода Photovoice. Современные тенденции развития социально-гуманитарных наук: сборник статей Международной практической конференции (20 декабря 2021 г.). Петрозаводск: МЦНП «Новая наука», 2021. 240 с.

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИЯ: ОПЫТ ПАНДЕМИИ COVID-19

ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF ONLINE LEARNING: THE COVID-19 PANDEMIC EXPERIENCE

А.К. Карцева, Е.Н. Лазарева
Северо-Западный институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Санкт-Петербург
A.K. Kartseva, E.N. Lazareva
North-West Institute of management – Branch of the of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Saint Petersburg

Приводятся общие выводы о преимуществах и недостатках электронного обучения, проявившиеся в период пандемии COVID-19. Среди преимуществ называются возможность не прерывать учебный процесс студентам, которые по тем или иным причинам не могут ежедневно посещать занятия (обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья, заболевшие, вынужденные уехать за пределы города, совмещающие учебу с работой); повышение мотивированности студентов за счет возможности самостоятельно формировать нужный итоговый результат; индивидуализация работы со студентами; увеличение времени на выполнение заданий; обеспечение доступности электронных ресурсов и специальных компьютерных программ; автоматизация оценивания. Основными недостатками признаны: повышение нагрузки на преподавателя, сокращение возможностей для реализации воспитательной функции обучения.

The article contains general conclusions about the advantages and disadvantages of e-learning, manifested during the COVID-19 pandemic. Among the advantages are the opportunity not to interrupt the educational process for students who for one reason or another cannot attend classes every day (students with disabilities, sick, forced to leave the city, students who combine study with work); increased motivation of students due to the ability to independently form the desired final result; individualization of work with students; increasing the time to complete tasks; ensuring the availability of electronic resources and special computer programs; automation of assessment. The main disadvantages are recognized: increased workload on the teacher, reduced opportunities for the implementation of the educational function of teaching.

Ключевые слова: пандемия, образование, электронное обучение, дистанционные образовательные технологии

Keywords: pandemic, education, e-learning, distance learning technologies

С началом пандемии срочно перестраиваться и находить новые форматы взаимодействия пришлось работникам практически всех предприятий. Если в большинстве отраслей это касалось работников и руководства организации, ее кредиторов и партнеров, то в образовании необходимо было организовать взаимосвязь между огромным числом людей: преподавателей – с одной, и обучающимися, с другой стороны. Чтобы представить масштаб вдруг возникших проблем приведем для сравнения данные о численности занятых в российской экономике – в 2020 г. она составляла 69 550 тыс. чел. Ни в одной отрасли российской экономики не было занято столько людей, какой была численность обучающихся [1, с. 119].

Мы, представители сферы образования, выслушали много замечаний и нареканий относительно дистанционного обучения, нельзя не согласиться с тем, что в кратчайшие сроки удалось организовать учебный процесс в соответствии с учебными планами, не допустить снижения качества образования, не прервать образовательного процесса. Конечно, ошибки и недочеты, как в любом новом деле, да еще и в срочном порядке, были неизбежны. Наша задача сегодня – обобщить опыт внедрения дистанционных технологий в практику обучения, установить и тщательно проанализировать допущенные недостатки, найти решение для возникших проблем, возможно, отказаться от некоторых форм удаленного взаимодействия, другие же, напротив, рекомендовать к применению в стандартных условиях.

Начнем с преимуществ использования дистанционных образовательных технологий, которые позволяют рекомендовать некоторые их них к применению в обычных условиях:

1. Возможность удаленного взаимодействия преподавателя и обучающегося позволяет не прерывать учебного процесса студентам, которые по тем или иным причинам не могут ежедневно посещать занятия. В первую очередь, это касается обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, заболевших, вынужденных уехать за пределы города (например, по семейным обстоятельствам, или обучаясь по программам обмена), совмещающих учебу с работой.

Выполняя задания электронного учебного курса, получая комментарии преподавателя, вникая и исправляя допущенные ошибки, студент приобретает необходимые компетенции.

2. Применение дистанционной формы обучения раскрыло все достоинства балльно-рейтинговой оценки. Каждый электронный учебный курс содержит специальный документ «Информационная карта курса», в котором представлена структура курса и соответствующая каждому его элементу балльная оценка.

Выполняя задания курса, обучающийся самостоятельно формирует итоговый результат, выходя на желаемую оценку, что повышает мотивированность студентов.

3. Дистанционные образовательные технологии, несмотря на то, что непосредственный контакт преподавателя и обучающегося отсутствует, позволяют организовать индивидуальную работу с каждым студентом. Электронные учебные курсы, наряду с общими заданиями (тесты, кейсы, задачи и др.), как правило, содержат индивидуальные задания. Например, при изучении дисциплин «Бухгалтерский учет», «Основы аудита» и ряда других каждый студент самостоятельно выбирает организацию, отчетность которой он будет анализировать.

4. Использование дистанционных технологий позволяет увеличить время на выполнение заданий и создает условия для более глубокого освоения учебного материала. Если в аудитории существуют строгие ограничения по времени, то при выполнении большинства элементов электронных учебных курсов (за исключением контрольных вопросов по темам и итогового тестирования) не рекомендуется устанавливать ограничения по времени и числу попыток. Это позволяет обучающемуся в удобное для него время вдумчиво подойти к выполнению заданий, после проверки работы преподавателем исправить допущенные ошибки, что в аудитории при работе с группой, состоящей из 30 человек, сделать сложно.

5. Режимы дистанционного обучения позволяют более полно использовать электронные ресурсы, поскольку дома или на работе, по крайней мере у студентов столичных вузов, есть такая возможность. Хотя наш вуз достаточно хорошо оснащен, не в каждой аудитории есть необходимое оборудование. Статистика показывает, что такая проблема есть в большинстве высших учебных заведений страны. Так, в среднем в РФ на 1000 студентов вузов приходится 267 компьютеров. Только один российский субъект полностью обеспечивает весь контингент обучающихся в вузах персональными компьютерами – Ямало-Ненецкий АО, в котором на 1000 чел. обучающихся приходится 2126 ед. компьютеров, используемых в учебных целях. К сожалению, вузы Санкт-Петербурга и Нижнего Новгорода этим похвастать не могут, в этих городах рассматриваемый показатель даже меньше среднероссийского уровня – 235 и 254 компьютера на 1000 чел. студентов соответственно [2, с. 352–353]

Применение дистанционных технологий позволяет каждому обучающемуся в ходе занятия и при выполнении заданий использовать электронные информационные ресурсы. Для выполнения заданий по

экономическим дисциплинам студенты обращаются к сайтам Росстата, Минфина, Банка России, пользуются материалами справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» и других информационных ресурсов.

6. Формат дистанционного обучения позволяет более полно использовать количественные методы для проведения прикладных исследований, компьютерные технологии для подготовки аналитических материалов по результатам их применения, а также визуализации подученных результатов. Выполнение большинства заданий по экономическим дисциплинам требует проведения расчетов, для которых также требуются специальные программы. Но компьютеры есть не в каждой аудитории. При дистанционном формате, выполнив задание, обучающийся может представить свою работу в виде презентации, что в аудитории не всегда возможно.

7. Важным преимуществом дистанционного обучения является возможность автоматизации некоторых форм контроля (тесты, кейсы и т. п.), что позволяет высвободить время преподавателя и перераспределить его на другие элементы образовательного процесса. Проверка тестовых заданий, выполненных в аудитории, занимает много времени, которое могло бы быть использовано, например, на актуализацию учебных курсов и разработку новых заданий.

К главным недостаткам дистанционного обучения в вузе следует отнести:

1. Повышение нагрузки на преподавателя. Это, в первую очередь, связано с тем, что, кроме обычной подготовки к занятиям, преподаватель должен сформировать контент электронного учебного курса и постоянно его актуализировать по мере обновления нормативной правовой базы, статистической и другой информации, важной для глубокого изучения дисциплины. Мы видим, как все быстро меняется, и не отразить это в ходе изучения дисциплины нельзя. Студенты должны понимать, что происходит, по каким законам развивается экономическая система, какие факторы на это влияют.

Второе обстоятельство, приводящее к значительному повышению нагрузки на преподавателя, связано с одним из преимуществ электронного обучения – его индивидуализацией. Если в аудитории при выполнении какого-либо задания из-за временн*ы*х ограничений рассматриваются 1–2 примера и выявляются типовые ошибки, то при удаленной работе преподаватель взаимодействует с каждым, поскольку работа каждого студента должна быть проверена и оценена, причем сделать это надо не однократно.

2. Ещё один большой, на наш взгляд, недостаток – сокращение возможностей для реализации воспитательной функции обучения, которая

полноценно может быть реализована только при непосредственном контакте и в сообществе обучающихся.

Конечно, по мере использования различных форм дистанционного обучения коллеги могли столкнуться и с другими проблемами, выработали свои подходы к их решению. Профессиональному сообществу вузов следует активно обмениваться этой информацией, поскольку, как предупреждают специалисты, пандемия COVID-19 не последняя и даже не самая опасная. А это значит, нельзя исключить, что к формату электронного обучения придется вынужденно обратиться.

Список литературы

1. Российский статистический ежегодник. 2021: Стат. сб. / Росстат. М., 2021. 692 с.
2. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2021: Стат. сб. / Росстат. М., 2021. 1112 с.

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ МОЛОДЕЖИ

THE IMPACT OF DIGITAL TECHNOLOGIES ON THE COMMUNICATION PRACTICES OF YOUNG PEOPLE

Н.В. Корж
Пензенский государственный университет, г. Пенза
N.V. Korzh
Penza State University, Penza

Рассматривается значимость коммуникации для современного человека. Анализируется влияние цифровых технологий на общение между людьми. Приводятся результаты опроса ВЦИОМ по изучению наиболее популярного способа общения россиян. Акцентируется внимание на молодом поколении, которое в коммуникативном процессе активно использует информационно-коммуникационную сеть и современные инструменты передачи информации.

The article discusses the importance of communication for a modern person. The influence of digital technologies, which open up new opportunities in communication between people, is analyzed. The results of a survey of the most popular way of communication among Russians are given. Attention is focused on the younger generation, which actively uses the information and communication network and modern tools for transmitting information in the communication process.

Ключевые слова: коммуникация, цифровые инструменты, интернет-пространство, молодежь
Keywords: communication, digital tools, Internet space, youth

В современном обществе информация играет важную роль, ее скорость и способ передачи каждый раз видоизменяются. Роль коммуникации в жизни каждого человека велика, вне общения человек не может существовать как социальное существо. Любой процесс или взаимодействие в обществе сопровождается обменом информации. С помощью коммуникаций происходит функционирование и управление социальными институтами. В исторической ретроспективе коммуникативное взаимодействие между людьми претерпело ряд изменений. Современные коммуникации выстраиваются в эпоху цифровизации. Цифровые технологии коренным образом преобразуют жизнедеятельность общества, появляются новые практики во всех областях, в том числе и коммуникационной сфере. Общение и отношения в современном социуме характеризуются мобильностью, подвижностью, неустойчивостью и многообразием [1, с. 63-67]. В коммуникативной сфере наблюдается расширение социальных контактов, увеличение видов и форм коммуникаций, связанных с появлением цифровых инструментов. Сейчас появились новые коммуникативные практики, то есть деятельность, направленная на передачу или прием социально-значимой информации под влиянием цифровой трансформации [2].

Современную коммуникацию невозможно представить без интернет-пространства. Большая часть общения между людьми происходит с помощью сети Интернет. Использование информационно-коммуникационной сети открывает неограниченные возможности для коммуникативного процесса. Коммуникации меняют свой формат не только на межличностном взаимодействие, но в сфере реализации продуктов и услуг, общении организаций с клиентами, изменяются коммуникативные навыки работы в офисных программах. Среди основных характеристик коммуникативного процесса в цифровой среде можно выделить: технические (существующие цифровые инструменты позволяют осуществлять общение опосредованно, дистанционно, глобально), социальные (равноправие участников общения, наблюдается стирание культурных и социальных границ, отсутствует регламентированность коммуникативного процесса, происходит замена эмоциональной составляющей смайлами), языковые (слияние устной и письменной речи, замена невербальной информации, экономия усилий в передаче информации) [3, с. 31-37]. В настоящее время форматы коммуникаций

изменились во многих сферах: образовании, бизнесе, личном взаимодействии, что привело к необходимости получения навыка коммуникаций с помощью цифровых инструментов.

В коммуникативном процессе всегда важное значение имел вопрос о средствах и способах передачи информации, в настоящее время он только обострился, так как пользователю предлагается достаточно широкий выбор инструментов, позволяющих передавать информацию. В 2021 г. ВЦИОМ провел опрос населения (n=1600) на тему, какие способы общения популярны среди россиян? [4]. Результаты опроса показали, что большинство респондентов общаются с помощью мобильного телефона (85%). Однако если рассматривать по возрастным кагортам, то молодые люди в возрасте от 18 до 24 лет при общении используют онлайн-переписку (социальные сети, мессенджеры) (76%) чаще, чем разговоры по мобильному телефону (69%). Согласно данным проведенного опроса, живое общение для всех респондентов находится на третьем ранговом месте (47%).

Появление различных каналов в интернет пространстве привело к тому, что потребность в коммуникативном взаимодействие может быть удовлетворена в любой момент. Период пандемии только ускорил и так нарастающую тенденцию общения с помощью интернет пространства, во время ограничений люди не могли лично встречаться, все коммуникации перешли в онлайн-формат. Пандемия оказала сильное воздействие на пересмотр организации работы, учебы, личного взаимодействия. Несмотря на то, что многие ждали снятия ограничений, полностью вернуться в «доковидное» время не получилось. Многие организации все так же предлагают удаленный формат работы, часть обучения остается в дистанционной форме. Соответственно общение выстраивается через корпоративные мессенджеры или такие инструменты, как Zoom, Skype, Google Meet, Яндекс Телемост и другие.

Наиболее адаптируемой к данным процессам является молодежь. В силу своих возрастных особенностей молодые люди очень быстро ориентируются при появление новых возможностей. Виртуальная реальность стала площадкой для общения и самовыражения молодого поколения.

Все интернет-общение современных молодых людей можно свести к нескольким целям: коммуникативные, позволяющие общаться с родными, друзьями, сверстниками в любое время независимо от места нахождения. Это позволяет использовать такие цифровые инструменты как мессенджеры (WhatsApp, Viber, Telegram), социальные сети (ВКонта́кте, Одноклассники), электронную почту (Mail.ru, Яндекс.Почта, Gmail.com) Кроме того, в интернет пространстве можно не только общаться, но и обучаться. Сейчас многие

компании предлагают онлайн-курсы, представленные на LMS-платформах (Skillbox, Онлайн-курсы Яндекс Практикум, GeekBrains). Свободное время молодые люди тоже зачастую проводят, используя интернет пространство (онлайн-игры, квесты). Таким образом, в настоящее время коммуникации молодых людей осуществляются в интернет пространстве с помощью различных цифровых инструментов. Такие коммуникации открывают ряд возможностей, стирая временн*ы*е и территориальные границы, позволяют найти собеседника по интересам в разного рода сообществах, чатах или форумах. Однако, есть и негативные тенденции влияния цифровизации на коммуникативные процессы. Среди них можно выделить подмену реального общения виртуальным, игнорирование литературного языка и использование нецензурной лексики; формирование клипового мышления; формирование гедонистических установок.

Эпоха цифровизации для молодых людей имеет как позитивные, так и негативные последствия. Общение для человека всегда было ключевым в его жизнедеятельности, посредством коммуникаций можно было выразить свои чувства, отстоять свою точку зрения, продемонстрировать свою компетентность в том или ином вопросе. С появлением цифровых коммуникаций, видоизменением коммуникативного процесса люди стали утрачивать коммуникативные навыки «живого» общения. Сейчас, если обратиться к требованиям работодателей, то одним из soft skill являются коммуникативные навыки. Особо актуальной данная проблема становится для молодых людей, так как они проходят процесс социализации под влиянием цифровых технологий, они «живут» в виртуальном пространстве. С одной стороны, это позволяет им быстро адаптироваться к формированию «цифрового общества», а с другой стороны, такие процессы способствуют утрате навыка прямого социального взаимодействия.

Список литературы

1. Михайленок О.М., Щенина О.Г. «Человек коммуникативный» в цифровом обществе // Возможности и угрозы цифрового общества: сборник научных статей / под общ. ред. А.В. Соколова, А.А. Власовой. Ярославль, 2018. С. 63–67.

2. Зотов В.В., Лысенко В.А. Коммуникативные практики как теоретический конструкт изучения общества // Теория и практика общественного развития. 2010. № 3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-praktiki-kak-teoreticheskiy-konstrukt-izucheniya-obschestva (дата обращения: 02.08.2022).

3. Кожеко А.В. Особенности интернет-коммуникации // Человек и язык в коммуникативном пространстве: сборник научных статей. Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2017. № 8. С. 31–37.
4. Аналитический обзор ВЦИОМ «Личные встречи не вышли из моды» URL:https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/lichnye-vstrechi-ne-vyshli-iz-mody (дата обращения: 02.08.2022).

ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ: НЕЙРОСЕТЕВЫЕ И МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ, ВОЗМОЖНОСТИ ПРИКЛАДНОГО АНАЛИЗА

DIGITAL COMMUNICATION PRACTICES: NEURONET AND MATHEMATICAL SIMULATION, APPLICATION ANALYSIS CAPABILITIES

А.П. Коротышев
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
A.P. Korotyshev
Lobachevsky University

Наиболее значимой тенденцией в развитии современных коммуникационных практик является смена динамики и характера распространения информации в цифровой среде. Рассматриваются различные подходы к анализу и моделированию данного процесса. Представлен краткий обзор некоторых математических и нейросетевых моделей распространения информации в социальных сетях. Предлагается авторский подход к такому моделированию на основе данных онлайн сервиса IQbuzz.

The most significant trend in modern communication practices development is the change of information dissemination nature and dynamics in the digital environment. The article deals with various approaches to this process analysis and modeling. A brief overview of some mathematical and neuronet information dissemination models in social networks is presented. The author's approach to such modeling based on the data of the IQBuzz online service is proposed.

Ключевые слова: модели коммуникации, социальные сети, новые медиа, интернет-коммуникация, веб-аналитика

Keywords: communication models, social networks, new media, internet communication, web analytics

Цифровые коммуникативные практики находятся в центре общественного внимания. Они становятся объектом многочисленных и разнообразных исследований, проводимых как в рамках академической науки, так и с

прикладными маркетинговыми целями. Эти исследования получают обширное финансирование как от крупных коммерческих компаний, так и со стороны ведущих государств мира.

Основная причина такого внимания кроется вовсе не в моде на технологии цифровой коммуникации и не в трансформации сознания человека под их влиянием. Ключевым фактором становится то, что, сталкиваясь с современными коммуникативными практиками, все чаще терпят крах традиционные рекламные и информационно-пропагандистские кампании. В результате коммерческие структуры утрачивают контроль над рынком, а государственные лишаются своей монополии на формирование информационной картины мира. Новые коммуникационные практики буквально разрушают один из основных механизмов государственного управления – возможность контроля над информационными потоками.

Если суммировать содержательные результаты большинства исследований по данному вопросу, увидим, что в них зафиксирована смена самого механизма распространения в обществе новой информации.

Для людей, на формирование которых еще не оказал решающего влияния интернет, характерен пороговый коммуникативный механизм. Субъект коммуникации (например, телевидение) транслирует идеи гражданам, выступающим как объект коммуникации. Под воздействием субъекта все большее число граждан проникаются транслируемыми идеями и принимают их. При этом отдельные граждане сверяют свою позицию с господствующей в обществе, а также с мнением узкого круга родственников и близких друзей. Скорость этого процесса относительно постоянна и линейна. Преодолев определенный порог, приобретя более 55% сторонников в обществе, эти идеи становятся господствующими и могут существовать уже без внешней информационной подпитки от субъекта – общество в целом становится носителем идей.

Для людей, полагающихся на интернет-коммуникацию, характерен другой, диффузный механизм распространения информации. Субъект (которым может быть и некая группа активистов в интернете) начинает транслировать идеи интернет-пользователям. Те, в свою очередь, выступают одновременно и объектом, и субъектом коммуникации: узнав о новых идеях, они начинают их активно распространять. Такие люди активно обмениваются информацией с другими, сверяют с ними свою позицию. Чем больше подтверждений новых идей человек находит вокруг себя, тем он более склонен поддерживать и распространять их.

В диффузной модели коммуникации распространяются «ядром» – группой сторонников новых идей, готовых их активно поддерживать и распространять. Пытаясь донести свои идеи до других членов общества, активисты часто сталкиваются с непониманием (так как люди, в массе, склонны поддерживать большинство). Однако, если ядро достигает 3% от общего числа членов общества, транслируемые им идеи начинают приобретать новых сторонников. Когда их число достигает порядка 10%, темпы распространения новой информации резко возрастают. С этого момента принятие новых идей происходит значительно проще и быстрее, и скорость общественных трансформаций возрастает многократно. На начальных стадиях диффузный механизм работает медленнее порогового, но он, во-первых, лавинообразно ускоряется с течением времени, а во-вторых, не нуждается в постоянной информационной поддержке.

В обозримой перспективе основную часть общества будут составлять люди, склонные к диффузным коммуникационным практикам. Именно моделирование диффузного механизма, поиск адекватных методов его анализа и прогнозирования и составляет цель большинства экспертов, работающих в данной сфере. Для тех, кто подобные исследования финансирует, овладение прикладным анализом диффузного механизма означает возможность эффективно прививать обществу новые идеи с коммерческими или политическими целями. По сути, речь идет о новых механизмах манипуляции обществом, о том, как вбросить в общество некие идеи, чтобы оно их приняло.

В моделировании диффузного механизма существуют три основных направления.

Первое представлено абстрактными математическими моделями. Многие из них опираются на модели, разработанные для других явлений и процессов, например, детерминированную модель эпидемии SIR (susceptible – infected-removed), описывающую способ передачи эпидемии от одного индивида (агента) к другому с учетом параметра затухания [1]. Предпринимаются попытки применить к анализу социальных сетей метод Далея-Кендалла, предложенный в 1965 г. для моделирования распространения слухов [2].

Теория игр для описания диффузии новой информации в социальных сетях предложила модель адаптивно-подражательного поведения [3], в рамках которой отдельные игроки склонны менять свое мнение (переходить к более выигрышной стратегии игры) под влиянием других игроков. Динамика распространения мнений в социальных сетях нередко описывается и с помощью цепей Маркова [4], где вероятность принятия пользователем нового мнения

обусловлена тем, насколько его разделяют более авторитетные участники цифровой коммуникации [5].

Очевидный недостаток математических моделей – высокая степень абстрагирования и формализации, отсутствие внимания к содержательной части информационных сообщений.

Второе направление берет свое начало в маркетинговых исследованиях и опирается на более простой математический аппарат. Для коммерческих задач решающее значение имеет способность пользователей самостоятельно передавать информацию еще большему числу пользователей, что называют «виральностью», или «вирусностью» контента (что, в свою очередь, заимствовано из вирусологии). Коэффициент виральности представляет собой соотношение числа носителей новых идей в разные периоды времени с учетом конверсии (то есть числа тех, кто узнал о новой идее, но не принял ее) [6].

Третьим направлением, очень активно развивающимся сегодня, является разработка самообучающихся нейросетевых алгоритмов, широко применяемых в западной науке. Диффузный механизм распространения информации активно изучается в США в рамках программы финансируемой управлением перспективных исследовательских проектов Министерства обороны [7]. В 2020 г. научный коллектив программы использовал самообучающиеся нейросетевые алгоритмы для моделирования информационных потоков в социальных сетях. Их прогнозные возможности позволяют строить имитационные модели информационных потоков, выстраивая оптимальные стратегии продвижения целевых тезисов в социальных сетях [8]. Работая непосредственно с данными соцсетей, он преобразует их в базы данных MySQL и текстовый формат JavaScript, пригодные для машинной обработки и экспертного анализа. Однако основной задачей алгоритма является построение оптимальных стратегий продвижения целевых тезисов в социальных сетях.

К сожалению, такой технологический уровень остается недоступным для большинства отечественных исследователей. Кроме того, нейросетевое моделирование требует не только развитой компьютерной базы, но и штата сотрудников для обучения алгоритма.

Прикладной анализ цифровых коммуникационных практик возможен с опорой на значительно более доступные онлайн сервисы анализа социальных медиа, например, IQbuzz [9]. Технологический инструментарий данного сервиса позволяет осуществлять контент-анализ текстов пользовательских постов в социальных сетях и фиксировать целый ряд важных показателей активности социальных медиа применительно к конкретной тематике.

Для изучения коммуникационных практик и механизмов распространения информации в обществе наиболее важными показателями представляются:

1. Постеры – количество аккаунтов, публикующих в сети сообщения, комментарии, статьи или посты по определенной теме. Данный показатель коррелирует с уровнем пользовательского интереса к изучаемой тематике и характеризует масштабы распространения информации о ней.

2. Репосты – число случаев, когда сторонние пользователи передали сообщение постера другим пользователям напрямую или посредством публикации на странице своего аккаунта (в группах, лентах, комментариях и др.) Любая значимая для пользователей тематика становится популярной, в первую очередь, за счет репостов. Количество репостов отражает желание пользователей делиться с другими полученной информацией.

3. Охват аудитории – количество пользователей, имеющих потенциальную возможность увидеть сообщения по исследуемой теме в различных источниках: постах и лентах друзей и знакомых, публикациях интернет-СМИ, комментариях к новостям. Охват характеризует масштабы распространения информации, а также ее способность привлечь внимание пользователя, который ее целенаправленно не искал.

4. Источники – количество уникальных текстов, опубликованных по определенной тематике за конкретный период. Источником может служить информация, публикуемая на официальном сайте, статья в интернет-СМИ и даже сообщение отдельного пользователя. Набор уникальных источников по определенной теме, как правило, становятся ядром распространения информации в сети, подогревая и поддерживая общественный интерес к теме. Количество источников отражает стремление лидеров общественного мнения писать по изучаемой тематике.

5. Сообщения – количество текстовых сообщений, содержащих ключевые слова по изучаемой тематике. Предполагается, что число сообщений по теме является ключевой количественной характеристикой такой субъективной категории, как «популярность темы», а также позволяет отслеживать, как информация распространяется в сети.

Используемые в комплексе, эти пять параметров достаточно объективно отражают сетевую активность пользователей, вызванную тем или иным инфоповодом, и дают основание для качественных интерпретаций. Они хорошо дополняют друг друга и в рамках корреляционного анализа, позволяя отслеживать динамику и характер сетевых коммуникационных практик. В зависимости от цели исследования учеными и практикующими экспертами могут использоваться и другие метрики IQbuzz.

В целом, IQbuzz и другие подобные онлайн сервисы способны стать эффективным и доступным инструментом прикладного анализа новых коммуникационных практик, позволяя и оперативно оценивать реакцию общества на значимые информационные поводы, и отслеживать глубинные процессы трансформации общественного сознания.

Список литературы

1. Kermack W.O., McKendrick, A.G. A Contribution to the Mathematical Theory of Epidemics. Proceedings of the Royal Society A: Mathematical, Physical and Engineering Sciences, 1927. URL: https://royalsocietypublishing.org/doi/10.1098/rspa.1927.0118 (дата обращения: 23.09.2022).
2. Daley D.J., Kendall D.G. Stochastic rumors // IMA Journal of Applied Mathematics. 1965. Vol. 1. Iss. 1. Pp. 42–55. URL: https://academic.oup.com/imamat/article-abstract/1/1/42/824477?redirectedFrom=fulltext&login=true (дата обращения: 23.09.2022).
3. Губанов Д.А. Обзор онлайновых систем репутации/ доверия. Интернет конференция по проблемам управления. М.: ИПУ РАН, 2009. 25 с.
4. Робертс Ф.С. Дискретные математические модели с приложениями к социальным, биологическим и экологическим задачам. М.: Наука, 1986. 495 с. URL: https://bookree.org/reader?file=505975&ysclid=l9i8nb465h297569553 (дата обращения: 20.09.2022).
5. Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства М.: Физматлит, 2010. 228 с.
6. Щербинин В.Н., Акимов Д.А., Котельников В.В. Моделирование механизмов виральности в социально-информационных системах // Промышленные АСУ и контроллеры. 2017. № 4. С. 54–61.
7. Xie J., Sreenivasan S., Korniss G., Zhang W., Lim C., Szymanski B.K. Social consensus through the influence of committed minorities // Physical Review. 2011. E. 84. URL: https://www.researchgate.net/publication/51595379_Social_consensus_through_the_influence_of_committed_minorities (application date 23.09.2022).
8. Abdelzaher T., Han J., Hao Y., Jing A., Liu D., Liu S., Nguyen H.H., Nicol D.M., Shao H. , Wang T., Yao S., Zhang Y., Malik O., Dipple S. Flamino J., Buchanan F., Cohen S., Korniss G., Szymanski B.K. Multiscale online media simulation with SocialCube. Comput Math Organ Theory 26, 145–174 (2020). URL: https://doi.org/10.1007/s10588-019-09303-7 (дата обращения: 09.09.2022).
9. Голубин Р.В., Исакова И.А., Коротышев А.П., Рыхтик П.П. ПРОЗИС-анализ: возможности оценки реакции пользователей на значимые информационные поводы в сети Интернет // Вестник Томского государственного университета. 2022. № 475. С. 59–67.

СПЕЦИФИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МОЛОДЁЖЬЮ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ: РАДИУСЫ И ИСТОЧНИКИ ДОВЕРИЯ*

SPECIFICS OF YOUNG PEOPLE'S USE OF SOCIAL MEDIA: RADIUSES AND SOURCES OF TRUST

Н.В. Шалютина
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
N.V. Shalyutina
Lobachevsky University

Исследуется проблема радиусов доверия в социальных медиа. Доверие в социальных сетях операционализируется через размещение личных данных и отношение к источникам информации в социальных медиа. Проведенный анкетный опрос молодежи Нижегородской области (n=742) позволяет сделать выводы о том, что источниками доверия в социальных сетях становятся «сильные связи» пользователей, само доверие имеет «узкий» радиус.

The article explores the problem of trust radiuses in social media. Trust in social media is operationalised through the posting of personal data and attitudes towards social media sources. A questionnaire survey among young people in the Nizhny Novgorod region (n=742) suggests that the sources of trust in social media are «strong ties» of users, the trust itself has a «narrow» radius.

Ключевые слова: цифровое доверие, радиусы доверия, социальные сети, медиатизация

Keywords: digital trust, radiuses of trust, social media, meditation

Проблема доверия в условиях цифрового общества приобретает новые социологические смыслы и особую актуальность в связи с процессами медиатизации и распространением фейковой информации. Поисковый запрос по словам «цифровое доверие» в заголовках, ключевых словах и аннотациях базы elibrary.ru дает 10453 результатов из более чем 39 млн. статей (данный на конец июня 2022 г.), что свидетельствует о научном интересе и к самому концепту, и к проблеме формирования доверия в социальных медиа [1].

Доверие традиционно исследуется с точки зрения его радиусов и уровней [2] и рассматривается как система ценностно-нормативных представлений о социальных явлениях и процессах, которые позволяют субъекту действовать на основе собственных ожиданий в ситуации ограниченного контроля. Чем прозрачней для субъекта социальные структуры,

* Работа выполнена при поддержке гранта Российского научного фонда, проект № 22-18-00311 «Медиатизация как фактор трансформации коммеморативных практик молодежи».

тем более предсказуем для него результат социальных действий, а значит выше уровень доверия. По мнению М. Грановеттера [3], институциональное доверие формируется не только за счет эффективно функционирующих институтов и культурных паттернов, но и на основе сети личных взаимодействий. В логике Гранноветера социальные медиа способствуют расширению «слабых связей», которые могут воспроизводить цифровое доверие. Действительно ли это так: расширяют ли социальные медиа радиусы доверия, и что является источниками доверия молодежи в социальных сетях?

Для ответа на эти вопросы мы использовали результаты авторского исследования «Интернет-сообщества и социальные сети в жизни молодежи» (ноябрь 2019г.). Метод исследования – анкетный опрос учащихся старших классов средней школы и колледжей, студентов Нижнего Новгорода и Нижегородской области; возраст респондентов 16–23 года (n =742).

Прежде всего, необходимо отметить, что медиапотребление в социальных сетях – одна из наиболее распространённых повседневных социальных практик молодежи: большинство респондентов, 72,3%, просматривают социальные сети каждый день, а 66% из них делают это несколько раз в день. Почти половина респондентов (47,9%) уделяет социальным сетям более 3-х часов в день ежедневно. Значит ли это, что молодежь доверяет информации из социальных сетей и доверяет свои данные социальным платформам?

Мы операционализировали концепт доверия через степень открытости пользователей – размещение данных о себе в социальных сетях (базовый уровень доверия) и отношение к источникам информации (межличностное и институциональное доверие). Согласно логике П. Штомпки [4, С.82], доверие – «это уверенность плюс основанные на ней действия», то есть, проявление активности в социальных сетях, включая распространение информации о себе – это уже проявление доверия. Данные, размещаемые на аккаунтах в социальных сетях, с одной стороны, демонстрируют укорененные практики заполнения профилей и интересы молодежи, с другой стороны, демонстрируют, какие данные молодые люди считают приватными и не склонны переводить их в формат публичной информации.

Наше исследование показывает, что склонны делиться с широким кругом данными пользователи, которые традиционно предлагают для заполнения платформ: пол (84,3%), имя (74,2%), фотография (65,7%), дата рождения (51,4%). К приватным данным, которыми пользователи склонны делиться в меньшей степени, относятся: контактный телефон (9,4%), место работы (8,7%), совершенные покупки и приобретенные услуги (8,2%), фото родственников (7,5%), вероисповедание (7,5%), должность по месту работы (5,5%), точный

адрес места проживания (3,9%) и размер дохода (2%). Около четверти опрошенных делятся информацией о своем образовании (27,6%), месте рождения (27,2%), месте учебы (26,9%), любимой музыке и фильмах (24,1%), фотографиями друзей (23,6%).

Большинство выкладывают какую-либо информацию лишь несколько раз в месяц. Можно сделать вывод, что респонденты склонны больше следить за новостями, постами и аккаунтами других, чем размещать собственный контент.

Таблица 1

Частота обновления информации в социальных сетях, % (N=742)

Несколько раз в день	2,8
Ежедневно	5,2
Несколько раз в неделю	23
Несколько раз в месяц	66,4

При этом пользователи достаточно ответственно относятся к себе как к коммуникатору: 53% перепроверяют информацию, полученную в социальных сетях, прежде чем передать ее дальше. Только 12,8% признают, что имеют опыт использования фейкового аккаунта.

Что касается отношения респондентов к другим коммуникаторам, то доверие к источнику информации носит межличностный характер и зависит от личного знакомства с ним. Опрошенные пользователи верифицируют информацию на основе собственного опыта: 65,4% доверяют информации из социальных сетей, если она не противоречит личному опыту, мнениям семьи, друзей. То есть, доверие возникает тогда, когда пользователь обдумывает информацию, соотносит её с другими данными, в этом смысле доверие является когнитивным, рациональным процессом.

Что касается источников, заслуживающих, по мнению респондентов, доверия, то большинство (61,8%) доверяют источнику, если знакомы с ним лично, то есть, тое ориентируются на свой личный офлайн опыт.

Таблица 2

Доверие к мнениям, рекомендациям и отзывам от пользователей социальных сетей, % (N=742)

Доверяю, если знаю этого человека лично	61,8
Доверяю экспертам (представителем официальных структур, государственных организаций)	38,8
Доверяю мнению большинства, рейтингам	31
Не доверяю информации из социальных сетей	15,2
Доверяю членам организаций и коллективов, участником которых я являюсь	14,4
Доверяю аккаунтам с историей	13,6

Окончание таблицы 2

Доверяю известным людям	11,6
Доверяю лидерам мнений и пользователям с большим количеством подписчиков/ друзей	11
Доверяю членам сетевых сообществ, участником которых я являюсь	9,2
Доверяю администраторам и модераторам сообществ	6,1
Советам блогеров можно доверять	5,9

Чем больше опыт использования социальных сетей и возраст респондентов, тем ниже уровень социального доверия в сети: за время использования социальных сетей 64,4% опрошенных стали меньше доверять информации в них, больше ориентироваться на официальные сайты, реальных людей и личный опыт. С накоплением социального опыта и опыта использования социальных сетей отношение к источникам информации меняется: если в группе пользователей 16–21 года мнению экспертов доверяет 40% опрошенных, то в группе 22–23-летнких – только 12%. Это касается и личных знакомых как источников информации: 65% молодежи от 16 до 21 года доверяют, если знают человека лично, при этом в возрасте от 22 до 23 – 50%.

С возрастом и накоплением опыта у пользователей повышаются возможности верификации информации из социальных сетей, чем старше опрошенные, тем больше они склонны перепроверять информацию, в итоге среди 16–21-летних это практикуют 36% пользователей, а среди 22–23-летних – 75%.

Что касается блогеров как источников информации, им доверяет только 5,8% опрошенных, причем, чем старше пользователи, тем в большей степени они склонны считать, что блогеры могут манипулировать поведением людей: в группе молодёжи от 16 до 21 г. это отмечает 41%, в возрастной категории 22–23 года – большинство, 96%.

К информации из социальных сетей 43,1% опрошенных относятся с сомнением. В случае затруднений и при необходимости получить совет предпочитают немедиатизарованную коммуникацию: обращаются к друзьям (81%), семье (71,3%). В поисковых системах ищут советы и консультируются 37,7%, на видеохостингах – 15,5% в блогосфере и сообществах – 13,2%.

Несмотря на широкое распространение социальных сетей как источника информации и площадки общения и досуга, уровень доверия молодёжи к ним ограничен межличностными контактами, что свидетельствует об «узком радиусе» доверия и отражает общий уровень низкого социального доверия в российском обществе, которое коррелирует с высоким уровнем межличностного доверия. Пользователи доверяют преимущественно своим «сильным связям»,

людям с которыми имеются интенсивные офлайн отношения, то есть основы общения в онлайн поле повторяют специфику офлайн взаимодействий.

Список литературы

1. Результаты поискового запроса на сайте eLibrary. URL: https://www.elibrary.ru/query_results.asp (дата обращения: 22.06.22).
2. Шалютина Н.В., Придатченко М.В., Ситникова И.В. Роль социальных медиа в формировании межличностного доверия у молодежи // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2019. № 2 (54). С. 135–140.
3. Грановеттер М. Социологические и экономические подходы к анализу рынка труда: социоструктурный взгляд. URL: http://ecsocman.hse.ru/data/2010/09/17/1215001435/Granovetter_labour_markets.pdf (дата обращения: 15.06.22)
4. Штомпка П. Доверие – основа общества. М.: Логос, 2012. 440 с.

ВЫСТУПЛЕНИЯ

ЦИФРОВОЕ УЧАСТИЕ ГРАЖДАН: ЗАПРОСЫ ОБЩЕСТВЕННОСТИ И ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ

DIGITAL CITIZEN PARTICIPATION: PUBLIC DEMANDS AND THE IMPACT OF DIGITALIZATION

А.А. Карманов
Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург
A.A. Karmanov
Ural Federal University, Ekaterinburg

Ключевая цель гражданского участия в любом его проявлении – воздействие на принимаемые управленческие решения. В этом плане участие становится неотделимой частью политического и социального процессов. Одна из современных и актуальных форм участия – цифровое участие, которое позволяет преодолеть временны*е*, географические, культурные ограничения и рамки, усиливая групповую интеграцию вне зависимости от места проживания и мгновенно реагировать на возникающие политические и социальные проблемы. Помимо простого человеческого общения с развитием соцсетей и интернета граждане начали выражать желание и готовность участвовать в процессах принятия решений, влияющих на личное благополучие и развитие территории. Эти процессы неизбежно приводят к изменению системы государственного и муниципального управления, адаптации практик для формирования культуры

цифрового участия, воздействия для организации регулярного цифрового участия граждан.

The key goal of civic participation in any of its manifestations is to influence the management decisions made. In this regard, participation becomes an inseparable part of political and social processes. One of the modern and relevant forms of participation is digital participation, which allows overcoming time, geographical, cultural constraints and frameworks, strengthening group integration regardless of the place of residence and allowing instant response to emerging political and social problems. In addition to simple human communication with the development of social networks and the Internet, citizens began to express their desire and willingness to participate in decision-making processes affecting personal well-being and the development of the territory. These processes inevitably lead to changes in the system of state and municipal administration, adaptation of practices for the formation of a culture of digital participation, and the impact on the organization of regular digital participation of citizens.

Ключевые слова: цифровое участие, цифровизация, активность граждан
Keywords: digital participation, digitalization, citizen activity

Наряду с офлайн участием в политических и социальных процессах распространение получает цифровое участие. По мнению исследователей, формы цифрового участия в демократических обществах быстро расширяются и принимают различные виды: голосование, демонстрации, волонтерство, бойкотирование, ведение блогов и флешмобы. Появляется множество разнообразных творческих, выразительных, индивидуализированных и цифровых форм участия. Сегодня в нашей стране насчитывается около 130 миллионов интернет-пользователей разных возрастов – это, практически, 90% населения [1]. Однако, многие исследователи фиксируют пассивность граждан, несмотря на активное использование сети интернет и социальных сетей. Так, например, среди молодого поколения наблюдается снижение доверия к эффективности работы основных демократических институтов России, рост уровня абсентизма и правового нигилизма [2]. Однако Р. Далтон замечает, что нормы гражданства переходят от модели гражданства, основанного на долге, к активному гражданству. Происходящие сдвиги в норме не размывают гражданского участия, а меняют и расширяют модели политического участия [3]. Большинство исследователей отмечают переход молодого поколения от традиционных форм участия (членство в партиях, участие в выборах) к альтернативным формам, таким как онлайн-подписание петиций, присоединение к бойкотам и протестам, участие в демонстрациях [4]. Л. Джорба и Б. Бимбер исследовали влияние цифровых медиа на гражданство в аспекте

политического участия, придя к неоднозначному результату, указывающему на смещение форм политической активности, прежде всего молодежи, в цифровую среду [5].

Чтобы у субъектов была возможность влиять на политическую активность граждан, исследователям необходимо ответить на вопросы, каким образом удовлетворённость цифровым участием влияет на дальнейшее решение о такого рода участии и от чего зависит её уровень. Какие факторы являются основополагающими для индивида и как воздействовать на эти факторы для максимального вовлечения граждан в решение политических и социальных вопросов.

Отечественные эксперты считают, что отношения власти и общества в России никогда не основывались на позициях равноправия и партнерства (В. Шелохаев [6], Я. Ровнер [7], Е. Калиоропуло [8]). Институт государственной власти всегда доминировал на политической арене. Представители общественности, в свою очередь, аполитичны и зачастую слабо включены в процесс публичного управления и предпочитают со стороны следить за развитием процессов в политике и социальной сфере. Ряд исследователей считают, что «ситуацию не слишком изменило распространение информационно-коммуникационных технологий в сфере управления, основная цель которого – облегчить гражданам процесс взаимодействия с органами власти, сделать его интерактивным».

Сегодня можно отметить, что цифровое участие видоизменяется в сторону индивидуализации. Речь идёт о росте доли краткосрочного цифрового участия, без членства в определённых политических группах, без нахождения рядом с разными идейными лидерами. Кроме того, граждане более ориентированы на решение определённых задач и участие в определённых проектах. Основным приоритетом становится решение конкретных проблем определённого человека или территории.

В публичной сфере для органов власти очень важно, чтобы индивид не просто разово принял цифровое участие, а сформировал привычку, потребность цифрового участия. С управленческой точки зрения, органы власти должны оказывать влияние на факторы, которые приводят к цифровому участию гражданина, таким образом, чтобы сформировать культуру цифрового участия, создать условия для многоразового, активного цифрового участия.

Субъектам, организующим цифровое участие, необходимо понимать, от каких факторов зависит активность граждан; как формируется отношение к внедрению различных цифровых сервисов для участия; а также анализировать

условия, обеспечивающие рост лояльности граждан к формам цифрового участия.

Исследователи считают, что цифровое гражданство трансформирует новый вид отношений органов власти, граждан, представителей СМИ и общественности. Помимо простого человеческого общения, с развитием соцсетей и интернета граждане начали выражать желание и готовность участвовать в процессах принятия решений, влияющих на личное благополучие и развитие территории. В первую очередь это относится к молодому поколению, которое часто ощущает несоответствие реальности их ожиданиям и требованиям. Высокий уровень самоидентификации предполагает ощущение молодежью своей причастности к принятию управленческих решений, отождествление себя в качестве субъекта властных отношений.

Наблюдается противоборство формальных и неформальных форматов взаимодействия: с одной стороны, институты и инфраструктура социального и политического участия, а с другой стороны, оффлайн- и онлайн-сетевой абсентеизм граждан РФ всех возрастных групп. «Решение обозначенной проблемы может быть связано с дополнением компетентностного контура, на различных уровнях образования, знаниями, умениями и навыками цифрового гражданства: цифровая этика, цифровая безопасность, цифровая эффективность, цифровая демократия и др.» [9].

Изменение системы государственного и муниципального управления, переход взаимодействия органов власти и жителей в цифровое пространство не может протекать в одностороннем порядке и неизбежно увеличивает количество зарегистрированных граждан и организаций на муниципальных, региональных и федеральных интернет-площадках, в онлайн-приложениях и других сервисах, созданных государством. У каждого зарегистрированного пользователя или организации появляется цифровой аккаунт, с помощью которого происходит диалог с представителями органов власти, заказ электронных услуг, запрос информации, формирование заявки или жалобы, голосование, получение определённых документов, принятие индивидуальных и коллективных решений. При этом остро встанет вопрос нормативного закрепления прав и обязанностей гражданина и организации в рамках цифрового аккаунта. Это позволит приблизиться к возникновению абсолютно нового типа государства, которое будет параллельно существовать сразу в двух плоскостях – цифровом и физическом. Однако при таком раскладе эксперты (С.В. Володенков) опасаются риска возникновения абсолютно контролируемого цифрового пространства, в котором любое цифровое действие подвергается тщательному наблюдению и позволяет определить конкретные направления политической мысли

пользователя, намерения индивида к конвенциональным и неконвенциональным формам участия, приверженность определённому политическому режиму.

Исследователи подчёркивают, что «назревает реальная необходимость в признании граждан частью системы распределенной власти, которая предусматривает коллективные формы взаимодействия. Реализация этого положения наиболее актуальна на муниципальном уровне власти, который является наиболее близким и доступным для граждан» [10].

Целый ряд процессов администрирования и предоставления государственных и муниципальных услуг автоматизируется, оптимизируется и приводится к определённому алгоритму. Это развивает взаимодействие, диалог органов власти с предпринимательским сообществом и жителями в новой для нашей страны горизонтальной плоскости, в которой с помощью цифровых сервисов минимизируется диссонанс между субъектами отношений, потому что они одновременно могут претендовать на равные права цифрового участия в процессах управления и вступать в максимально прозрачные, доверительные отношения. «Именно доверие во многом является одним из ключевых условий развития цифровой экономики» [10]. Это доверие сегодня в рамках государственной политики страны продвигается на всех уровнях власти – федеральном, региональном и муниципальном. Ключевая задача таких изменений состоит не только в росте эффективности качества принимаемых управленческих решений и улучшении качества жизни и возможностей для развития бизнеса, но и во внедрении новых механизмов, новой модели взаимодействия власти, общества и бизнеса.

При этом исследователи отмечают, что новый тип отношений, хотя и жёстко регламентирован, имеет активные характеристики, втягивает всех участников в регулярное, насыщенное обменом информацией и призывом к действию во взаимодействии. «Полный переход муниципалитетов на цифровой формат работы и рост степени вовлечения представителей общественности и бизнеса в процессы муниципального управления через цифровые платформы – это предпосылка для трансформации общественного договора, где делегирование гражданами обязанностей институтов власти переходит в равномерное распределение функций и ответственности, а границы между ролями участников общественного договора перестают быть «жесткими». Истоки этого подхода лежат в понятии «партисипаторной демократии», предполагающей наличие механизмов, позволяющих всем гражданам беспрепятственно участвовать в жизни государства и общества посредством влияния на принятие управленческих решений» [10]. Здесь можно говорить о регулярных и эпизодических, событийных субъектах цифрового участия.

Термин эпизодический, нерегулярный участник вводится в рамках волонтёрской деятельности, под которым понимается индивид, который время от времени задействован в частных акциях – часто это «высокоинтенсивные» массовые мероприятия [11], их участие непродолжительно и состоит из выполнения достаточно простых заданий [12].

При этом в рамках цифрового участия нельзя забывать об имеющихся рисках в условиях цифрового гражданства:

– потеря ключевых позиций в стратегических отраслях. «Утрата контроля в критических сферах (оборона, безопасность, энергетика и др.) из-за изменений в протоколах доступа к информации, ее хранению и использованию» [13];

– неправомерное использование информации о гражданине. «Несанкционированное использование персональных данных (прямые и опосредованные нарушения врачебной, банковской, адвокатской тайны), проблемы обеспечения тайны голоса избирателя» [13];

– репутационные издержки при технических ошибках и сбоях. «Риски снижения доверия к институтам государства в связи с техническими и иными ошибками функционирования цифровых платформ и решений» [13].

Список литературы

1. Чернышенко назвал число интернет-пользователей в России. 28.09.2022. URL: https://ria.ru/20220928/polzovateli-1819992787.html (дата обращения: 30.09.2022).

2. Селиванова А.О. Формы политического участия: проблема типологизации // Известия Саратовского университета. 2017. № 3. С. 354–357.

3. Dalton R.J. Citizenship Norms and the Expansion of Political Participation. – Political Studies. 2008. № 1. P. 76–98.

4. Sloam J. Diversity and Voice: The Political Participation of Young People in the European Union // The British Journal of Politics and International Relations. 2016. № 3. P. 521–537.

5. Jorba L., Bimber B. The Impact of Digital Media on Citizenship from a Global Perspective // Digital Media and Political Engagement Worldwide: A Comparative Study (Communication, Society and Politics). Cambridge: Cambridge University Press. 2012. P. 16–38.

6. Шелохаев В.В. Особенности отношений власти и общества в России: история и современность // Куда идет Россия? Власть, общество, личность / под общ. ред. Т.И. Заславской. М.: МВШСЭН, 2000. С. 10–21.

7. Ровнер Я.Я. Власть и общество в России (Истоки и смысл политического отчуждения) // Власть. 2007. № 10. С. 40–43.

8. Калиоропуло Е.В. Коммуникативные отношения в системе «власть–общество» в современной России // Культура и время перемен. № 2 (13). URL: http://timekguki.esrae.ru/29-191. 2016 (дата обращения: 06.10.2022).

9. Бродовская Е.В. Базовые онлайновые стратегии политического и гражданского участия российских пользователей: результаты исследования Мирового Интернет Проекта в России. Круглый стол «Система государственного и муниципального управления в условиях цифровизации: новые подходы и соучастие граждан». 2019. URL: https://eisr.ru/projects-and-researches/sistema-gosudarstvennogo-i-munitsipalnogo-upravleniya-v-usloviyakh-tsifrovizatsii-novye-podkhody-i-s/?ysclid=l92ruzebjl559688100 (дата обращения: 10.10.2022).

10. Майоров А.В. Трансформация государственного и муниципального управления в современных условиях: запросы общества и влияние цифровизации. Круглый стол «Система государственного и муниципального управления в условиях цифровизации: новые подходы и соучастие граждан». URL: https://eisr.ru/projects-and-researches/sistema-gosudarstvennogo-i-munitsipalnogo-upravleniya-v-usloviyakh-tsifrovizatsii-novye-podkhody-i-s/?ysclid=l92ruzebjl559688100 (дата обращения: 10.10.2022).

11. Maas S.A., Meijs L.C., Brudney J.L. Designing National Day of Service Projects to Promote Volunteer Job Satisfaction. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly. 2021. № 4. Pp. 866–888 URL: https://doi.org/10.1177%2F0899764020982664 (дата обращения: 11.10.2022).

12. Cnaan R.A., Meijs L., Brudney J.L., Hersberger-Langloh S., Okada A., Abu-Rumman S. You Thought That This Would Be Easy? Seeking an Understanding of Episodic Volunteering. Voluntas. 2021. URL: https://doi.org/10.1007/s11266-021-00329-7 (дата обращения: 11.10.2022).

13. Кузнецов И.И. Возможности и ограничения использования цифровых технологий в государственном управлении России. Круглый стол «Система государственного и муниципального управления в условиях цифровизации: новые подходы и соучастие граждан». URL: https://eisr.ru/projects-and-researches/sistema-gosudarstvennogo-i-munitsipalnogo-upravleniya-v-usloviyakh-tsifrovizatsii-novye-podkhody-i-s/?ysclid=l92ruzebjl559 688100 (дата обращения: 12.10.2022).

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИНФОРМАТИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ С ЛЮДЬМИ С ОВЗ

MODERN TRENDS IN INFORMATIZATION OF SOCIAL WORK WITH PEOPLE WITH DISABILITIES

О.А. Корнева
Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, г. Санкт-Петербург
O.A. Korneva
Saint Petersburg University of Management Technologies and Economics, Saint Petersburg

Современное технологическое перевооружение проникло в повседневность. Многие стороны жизни изменили свой облик благодаря появлению «умных» технологий, которые облегчают покупки, получение услуг, участие в трудовой деятельности. Подобные изменения произошли в социальной работе с людьми с ограниченными возможностями. Определению основных направлений социальной работы в условиях информатизации посвящен данный материал.

Modern technological re-equipment has penetrated into everyday life. Many aspects of life have changed their appearance thanks to the emergence of "smart" technologies that make it easier to buy, receive services, and participate in work. Similar changes have occurred in social work with people with disabilities. This article is devoted to the definition of the main directions of social work in the conditions of informatization.

Ключевые слова: социальная работа, люди с ограниченными возможностями, информатизация

Keywords: social work, people with disabilities, informatization

Развитие информационных технологий и формирование цифровой среды привело к масштабной трансформации почти всех сторон жизни современного общества. Несмотря на то, что сектор социальной работы не является основным двигателем прогресса, он не мог остаться не затронутым этими трансформациями. Принимая во внимание сложность, многоаспектность и динамичный характер изменений в информационной инфраструктуре и институтах информационного общества, их влияние на сферу социальной защиты не может рассматриваться с какой-то одной точки зрения и не имеет окончательного и завершенного характера. Можно назвать несколько наиболее общих аспектов, в которых проявляется влияние информатизации на социальную работу и возможности социальной адаптации людей с ОВЗ.

Во-первых, становление информационного общества меняет естественную среду повседневной жизни всех членов общества, включая людей с ОВЗ. Если информатизация затрагивает такие ключевые стороны жизни человека, как рынок труда, профессиональная деятельность, потребление, масс-медиа, образование, общественное участие [1], то это относится и к людям с ОВЗ, их повседневным практикам, структуре потребностей и возможностей. Например, если мы обсуждаем возможности участия людей с ОВЗ на рынке труда, которые по объективным причинам являются ограниченным, то расширение цифровых профессий и гибких форм занятости является фактором, способствующим трудовой деятельности, по крайней мере, для их отдельных категорий. Аналогично новые возможности для дистанционного получения государственных, социальных, образовательных и коммерческих услуг, приобретения товаров, получения информации, взаимодействия расширяют возможности для маломобильных людей [2]. С другой стороны, переход значительного числа повседневных задач в цифровой формат, а также появление специфических возможностей, которые существуют исключительно в цифровом формате, требует информационных компетенций, которые сложнее сформировать людям с некоторыми видами ограничений здоровья (ослабленное зрение, когнитивные нарушения).

Адаптация к нормальной жизни общества в условиях динамичной среды, основанной на информационных технологиях, приводит к изменениям в структуре потребностей и возможностей, которые необходимо принимать во внимание при социальной работе и выработке стратегий социальной адаптации. Особенно важным представляется тот факт, что условия жизни в информационном обществе отличаются фундаментальной динамичностью и регулярными серьезными изменениями в технологиях, сервисах и институтах, влияющих на разные стороны жизни человека. Это означает, что никакие решения в области социальной работы не могут считаться окончательными и нуждаются в регулярной актуализации и коррекции по мере качественных изменений окружающей среды.

Во-вторых, можно говорить о более непосредственном влиянии информатизации на условия социальной адаптации и реабилитации людей с ОВЗ посредством разработки специальных технологических решений, направленных на осуществление этих функций. Поскольку проблемы социальной адаптации людей с ОВЗ напрямую связаны с наличием у последних конкретных проблем со здоровьем, разработка специализированных решений, направленных на их компенсацию, является фактором успешности их адаптации и интеграции в полноценную социальную жизнь. Например, разработка специализированных

технологий преобразования речи (речь в текст или, наоборот, текст в речь) компенсирует ограничения незрячих или слабослышащих людей, позволяя им более полно участвовать в решении повседневных задач, расширять возможности трудовой деятельности, повышая их независимость [3].

В-третьих, развитие информационных технологий является важным фактором трансформации профессиональной деятельности в сфере социальной работы, а также управления социальной работой и на уровне отдельной организации, и всего социального института. Новые IT-решения и системы обладают потенциалом для изменения способов обработки, накопления и анализа информации, имеющей отношение к социальной адаптации, способов взаимодействия представителей социальных служб и других акторов с людьми с ОВЗ, способов оказания социальных и медицинских услуг для них, администрирования организационными процессами и процессами взаимодействия стейкхолдеров.

В совокупности, названные аспекты информатизации социальной работы представляют собой широкое пространство проблем, процессов и технологий, потенциально влияющих на возможности социальной адаптации людей с ОВЗ. С одной стороны, общие процессы информатизации и цифровизации меняют характер адаптационных проблем, с которыми сталкиваются люди с ОВЗ, практически во всех сферах жизни. С другой стороны, они меняют возможности и условия целенаправленных институциональных усилий по решению этих проблем.

Список литературы

1. Лавренюк Н.М., Тихонова А.С. Экспертиза паспорта национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» по чек-листу социальной системной инженерии // Siberian Socium. 2020. Т. 4. № 2. С. 8–20.
2. Бесчасная А.А., Бесчасный А.А. Использование интернет-технологий в формировании открытого образовательного пространства // Информационное пространство и дети: образовательные возможности и манипулятивные воздействия. Сборник научных трудов. СПб., 2016. С. 191–200.
3. Кузнецова А.С., Гилка В.В., Качанов Ю.А. и др. Цифровая интеграция людей с ограниченными возможностями // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Управление, вычислительная техника, информатика. 2021. № 11. С. 68–81.

МОЛОДЕЖНЫЕ ПАРЛАМЕНТСКИЕ СТРУКТУРЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ЗАКРЕПЛЕНИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ НАВЫКОВ

YOUTH PARLIAMENTARY STRUCTURES AS A TOOL FOR CONSOLIDATING COMMUNICATION SKILLS

М.В. Малинин, О.А. Хитрюк
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
M.V. Malinin, O.A. Khitryuk
Lobachevsky University

Затрагивается проблема коммуникации в молодежных представительских структурах при органах власти. Приводятся основные форматы и технологии, способствующие процессу закрепления коммуникативных навыков у молодых парламентариев внутри структуры.

In this article, the authors touch upon the problem of communication in youth representative structures under the authorities. The main formats and technologies that contribute to the process of consolidating the communication skills of young parliamentarians within the structure are given.

Ключевые слова: коммуникация, молодежный парламентаризм, взаимодействие

Keywords: communication, youth parliamentarism, interaction

Использование современных коммуникационных технологий создает возможность для построения эффективных взаимодействий в обществе. Ключевым элементом в них является коммуникация. Государство и политическая власть стараются уделять значительное внимание проблеме взаимодействия, в первую очередь, в молодёжной среде. Это связано с формированием тематических образовательных программ, которые запускаются в учреждениях среднего, среднего профессионального и высшего образования. Актуальность их обусловлена развитием информационно-коммуникационных технологий и популяризацией дистанционного формата обучения и работы, из-за чего ценность живого общения сводится на нет. Однако приходится отмечать, что умение эффективно устанавливать социальные связи через коммуникацию позволяет личности успешно построить профессиональную траекторию и добиться успехов. Грамотная речь, уверенная подача своих мыслей и отсутствие коммуникативных барьеров позволяют представителям молодёжи занять желаемую гражданскую позицию. Особенное значение это имеет в политической деятельности, которая всецело построена на взаимодействии с социальными группами. Всё вышесказанное подходит под определение

Б.Е. Кретова: «Политическая коммуникация – процесс передачи политической информации, благодаря которому она циркулирует от одной части политической системы к другой и между социальной и политической системой» [1, с. 101]. Мы делаем акцент на необходимости быть коммуникатором, обладающим навыками передачи мысли и необходимым интеллектуальным и социальным багажом для отстаивания собственной позиции и ведения дискуссии. Коммуникация как навык является основным элементом для участия в политической деятельности и осуществления своих амбиций и личностного потенциала.

В молодежной среде имеются запросы, направленные на участие в общественной и политической жизни. Государство, видя заинтересованность молодых людей, создает для них всевозможные инструменты взаимодействия и формирует молодежные коллаборации в политической сфере [2]. Одной из форм социальной активности и политического участия является молодежный парламентаризм.

Государство как социальный институт является центральным органом власти. Формирование политической элиты напрямую зависит от политического курса страны. Одним из механизмов обновления номенклатуры является кадровый резерв. Так, в Российской Федерации с начала 1990-ых гг. появились молодёжные парламентские структуры, деятельность которых напрямую связана с функцией политической социализации субъекта [3]. Под этим понимается способ усвоения индивидом норм, ценностей и политической культуры, а также специальных знаний и методов государственного и муниципального управления.

Молодёжный парламент – это интерактивная конгломерация молодых людей, представляющих различные интересы молодёжи в органах представительной власти. Организации этого типа закрепляют не только коммуникативные навыки, но и показывают стратегии продуктивного межличностного и межгруппового взаимодействия. Молодой парламентарий как прообраз будущего депутата должен знать этикет и уметь взаимодействовать с группами населения согласно социально-экономическим, психологическим и интеллектуальным возможностям.

Участие в деятельности созыва органов молодежного самоуправления открывает возможность не только построения карьеры в органах государственной власти, но и повышения личностного потенциала самого участника. Под ним подразумевается уровень политической культуры, наличие социально значимых качеств, коммуникативные навыки, эмоционально-волевые и когнитивные параметры.

Для успешного протекания процесса усвоения норм, ценностей и политической грамотности, адаптации внутри самой организации используются

следующие форматы и технологии, способствующие закреплению коммуникативных навыков:

1) панельные дискуссии и открытые диалоги;
2) лекции и мастер-классы;
3) мозговые штурмы;
4) коллективные обсуждения;
5) политические дебаты;
6) социальное проектирование.

Все перечисленные формы являются базовыми, поэтому чаще всего применяются в работе молодёжных представительских структур. Преимущества вышеуказанных технологий заключаются в возможности наладить коллективное взаимодействие и направить его на решение общественно важных задач, сформировать политическое лидерство, выработать ответственность, усидчивость и умение слушать собеседника или выступающего, а также всецело развить интеллект и профессиональные навыки молодого парламентария.

Коммуникативные методы активно применяются для достижения различных целей молодёжных парламентских структур Российской Федерации. От активного внедрения их в работу соответствующих органов зависит успешность многоплановой и активной деятельности, осуществляющейся на протяжении созыва. Благодаря этому формируется результативная практическая база, которая будет полезна и в дальнейшем при построении политической карьеры молодыми людьми, изъявившими желание связать свою жизнь с этой сферой общественной жизни.

Список литературы

1. Кретов Б.Е. Средства массовой коммуникации – элемент политической системы общества // Социально-гуманитарные знания. 2000. № 1. С. 101–115.
2. Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Молодежь России: социологический портрет. М.: ЦСПиМ, 2010. 592 с.
3. Синякова Л.С. (Пастухова Л.С.) Молодежный парламентаризм как один из инструментов формирования гражданского общества в России // Известия Саратовского университета. Новая серия. Социология. Политология. 2007. Т. 7. С. 121–125.

ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ДИСТАНЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ В СТУДЕНЧЕСКИХ ВОЛОНТЕРСКИХ ОБЪЕДИНЕНИЯХ

POSSIBILITIES OF DISTANCE TECHNOLOGY APPLICATION IN STUDENT VOLUNTEER ASSOCIATIONS' INTERACTION

Д.В. Музыка
Колледж по подготовке социальных работников, г. Москва
D.V. Musica
College for training of social workers, Moscow

Рассматриваются возможности использования дистанционных технологий в коммуникации внутри студенческих волонтерских объединений, описывается использование онлайн-сервисов, мессенджеров и иных ресурсов дистанционного общения на всех этапах взаимодействия организаторов волонтёрской деятельности с волонтерами и волонтерами между собой.

This article considers the possibilities of using remote technologies in communication within student volunteer associations, describes the use of online services, instant messengers and other remote interaction resources at all stages of interaction between volunteer leaders and volunteers.

Ключевые слова: волонтерство, онлайн-волонтерство, дистанционные технологии, коммуникация волонтеров, студенческие объединения

Keywords: volunteering, online volunteering, remote technologies, communication of volunteers, student associations

Современное молодежное сообщество наиболее активно проводит время в сети Интернет, что дает основания для трансформирования коммуникационных каналов и форм взаимодействия с молодежью во всех сферах общественной жизни. Согласно исследованиям, молодые люди чаще и регулярнее остальных занимаются благотворительностью [1].

Профессиональные образовательные учреждения формируют студенческие волонтерские отряды и иные формы объединений для реализации ряда задач, поставленных перед ними в сфере воспитательной работы, согласно законодательству РФ, активно их поддерживают и развивают [2]. Волонтерская деятельность и в целом, и в частности в студенческой среде, достаточно изучена в научном сообществе и имеет серьезную методическую базу, в том числе зафиксированную нормативными документами, однако, нет четких и подробных рекомендаций по воспроизводству традиционной офлайн коммуникации между волонтерами, организаторами волонтерской деятельности, благополучателями, партнерами в онлайн формате. В 2021 г. Ассоциацией волонтерских центров при

поддержке фонда Президентских грантов и в сотрудничестве с сотрудниками РЭУ им. Г.В. Плеханова и РГСУ были разработаны стандарты работы организатора добровольческой/волонтерской деятельности в образовательных учреждениях, в которых упоминаются доступные варианты использования дистанционных технологий: для распространения информации о работе волонтеров; приема заявок; тестирования и собеседования при отборе волонтеров на определенные проекты или задачи; обучения сотрудников и волонтеров; оперативного сбора обратной связи от волонтеров и благополучателей или партнеров объединения [3].

В 2021–2022 годах на базе ГБПОУ Колледжа по подготовке социальных работников г. Москвы был реализован проект по созданию студенческого клуба онлайн-волонтеров, особенностью которого стала организация всего цикла работы от поиска партнеров до отчета о выполненной задаче в дистанционном формате. В рамках разработки и реализации этого проекта было проведено несколько опросов студентов колледжей г. Москвы и участников проекта, которые показали заинтересованность студентов в возможности заниматься благотворительностью с помощью только собственных гаджетов. По данным одного из опросов, более 60% студентов московских колледжей считают, что будет больше желающих заниматься волонтерством, если не придется тратить времени на дорогу/нахождение в месте волонтерства и если сообщения о новых интересных задачах будут поступать быстро и в удобных для студентов мессенджерах. После апробации проекта по результатам опроса участники клуба онлайн-волонтеров отметили, что преимущества такой формы волонтерства они видят в безопасности, экономии времени и новом опыте работы в недоступных ранее сферах (стационарные учреждения, организации в других городах), а также важно отметить, что большинство участников хотели бы продолжить волонтерство именно в онлайн-формате, так как оценили его удобство и доступность.

Согласно стандартам работы организатора добровольческой/ волонтерской деятельности [3], отбор и диагностика участников может проходить с применением дистанционных технологий. Так, для знакомства и инструктажа была использована программа для видеоконференций, после на почты участникам поступили материалы для прохождения остальных этапов диагностики и отбора: психологические методики на выявление агрессивности, уровня стрессоустойчивости, коммуникативности, лидерства и ссылка на онлайн-тестирование для выявления ожиданий от проекта и желаемых типов взаимодействия с командой и благополучателями. Результаты методик были получены лидером проекта и пересланы психологу колледжа для экспертной

оценки. Разделение на команды после диагностики тоже проходило в формате видеоконференции, в тренингах были задействованы онлайн-платформы для интерактивных форм взаимодействия в игровой форме для максимального вовлечения в процесс и комфортной адаптации участников. Новые задачи для волонтеров от партнеров проекта публиковались на онлайн-платформе с общим доступом для всех участников и сопровождались мгновенным уведомлением в мессенджере, заявку на желание и готовность выполнить эти задачи оставлялись участниками на этом же ресурсе.

Так как в ряде исследований указывается как основной в дистанционных коммуникациях недостаток эмоций и трудности восприятий без возможности считывать все невербальные признаки, в проекте была предусмотрена наиболее приближенная к реальному общению форма общения через видеоконференции, они проводились еженедельно и были посвящены как обсуждению итогов недели, так и неформальному общению, обсуждению новостей в жизни участников и их переживаний, что создавало дружеские связи и привязанность, компенсируя отдаленность их друг от друга во время выполнения волонтерских задач.

Можно утверждать, что перевод некоторых коммуникационных элементов реализации студенческого волонтерства в дистанционный формат может повысить доступность благотворительной деятельности и вовлеченность студентов в волонтерство, снизить временн*ы*е затраты на процесс отбора студентов, оповещение о новых задачах или проектах, сбор заявок и обратной связи. Однако дистанционные технологии не могут полностью заменить волонтерство в офлайн-формате: они могут снизить качество оказываемой помощи благополучателям из-за отсутствия личного контакта в ситуациях, когда он необходим; снижают точность идентификации волонтера и контроля за выполнением задачи; повышается риск технических трудностей и невозможности выполнить задачу волонтером по не зависящим от него обстоятельствам (поломки гаджета, отсутствие связи и т.д.).

Внедрение дистанционных технологий для коммуникации внутри студенческих волонтерских объединений представляется перспективным и возможным, формы применения таких технологий уже учтены в стандартах организации волонтерской деятельности и успешно применяются в действующих студенческих волонтерских объединений. В некоторых случаях дистанционные технологии могут позволить полностью убрать необходимость личного присутствия волонтера на всех этапах подготовки и реализации волонтерской задачи.

Список литературы

1. От милостыни – к волонтерству: как меняется благотворительность в России // ВЦИОМ. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/ot-milostyni-k-volonterstvu-kak-menyaetsya-blagotvoritelnost-v-rossii
2. Добровольчество и волонтерство в России: традиции и тенденции / А.Ю. Гарашко, Т.Э. Петрова, Т.В. Черкасова [и др.]. М.: РУСАЙНС, 2018. 110 с.
3. Стандарт работы организатора добровольческой/ волонтерской деятельности / Издательство Ассоциации волонтерских центров. М., 2021. 149 с.

УДАЛЕННАЯ ЗАНЯТОСТЬ КАК МЕХАНИЗМ ВКЛЮЧЕНИЯ МОЛОДЫХ ИНВАЛИДОВ В СФЕРУ ТРУДОУСТРОЙСТВА

REMOTE EMPLOYMENT AS A MECHANISM FOR INCLUDING YOUNG PEOPLE WITH DISABILITIES IN EMPLOYMENT

О.А. Новожилова
Санкт-Петербургский государственный университет,
г. Санкт-Петербург
O.A. Novozhilova
Saint Petersburg State University, Saint Petersburg

Вопросы доступности трудоустройства инвалидов до сих пор остаются актуальными. Не смотря на некоторые меры, предпринимаемые государством в этой сфере, большая часть людей с инвалидностью остаются без работы. Особенно эта проблема актуальна для молодых людей ввиду возрастных особенностей этой социальной группы. В последнее время все больше появляется возможностей нестандартной занятости, в том числе удаленной. На форумах и в социальных сетях все больше появляется вакансий различных интернет-профессий, в том числе доступных для людей с инвалидностью. Проведен анализ возможностей удаленной занятости.

Issues of accessibility of employment for persons with disabilities still remain relevant. Despite some measures taken by the state in this area, most people with disabilities remain unemployed. This problem is especially relevant for young people in view of the age characteristics of this social group. Recently, there are more and more opportunities for precarious work, including remote employment. On forums and social networks, more and more vacancies of various Internet professions, including those available to people with disabilities, appear. The article provides an analysis of remote employment opportunities.

Ключевые слова: люди с инвалидностью, молодые инвалиды, удаленная занятость, трудоустройство

Keywords: people with disabilities, young people with disabilities, remote employment, employment

По данным Федерального реестра инвалидов, по состоянию на 1 марта 2022 г. в Российской Федерации насчитывается 10,52 млн инвалидов, примерно 3,8 млн. – инвалиды трудоспособного возраста. Для людей с инвалидностью трудоустройство является не только способом обеспечить себя, но и найти себе достойное место в жизни, почувствовать себя нужным обществу. Однако на пути к трудоустройству возникают многочисленные барьеры, поэтому стабильную работу имеют меньше трети – 26,33% [1]. Это говорит о том, что в социальной структуре общества данная группа занимает достаточно низкие позиции, фактически оставаясь зависимой от государственной помощи. Особое влияние зависимая позиция оказывает на молодых людей с инвалидностью. Многие из молодых инвалидов оценивают себя на равных правах с обычной молодежью, они активны и открыты для взаимодействия, участвуют в молодежных мероприятиях, раскрывают свои таланты. Отсутствие возможности полноценной занятости сказывается не только на экономическом, но и на социально-психологическом уровне этой социальной группы.

В 2020 г. автором был проведен онлайн-опрос (N=70) инвалидов молодого возраста, проживающих на территории Санкт-Петербурга [2]. Из полученных данных выяснилось, что проблема трудоустройства является второй наиболее значимой проблемой, с которой сталкиваются молодые инвалиды в Санкт-Петербурге. На эту проблему сослались почти четверть опрошенных (24,6%). Следует здесь отметить, что респондентам предлагалось ответить и на вопрос о выборе: предпочтительнее увеличение льгот и пособий или же возможность трудиться и зарабатывать деньги самим. 43,8% выбрали повысить возможность трудоустройства, остальные же (56,2%) отдали предпочтение увеличению пособий, из которых 7% работают, и место работы их устраивает (то есть пособие они рассматривают как дополнительный источник дохода и предлагают его увеличить). Проблема трудоустройства молодых инвалидов продолжает быть актуальной, несмотря на изменения, происходящие в этой сфере.

Проблемы трудоустройства лиц с инвалидностью обусловлены комплексом различных факторов. Как правило они связаны:

- с несовершенством нормативно-правовой базы,
- отсутствием подходящих рабочих мест и условий для трудоустройства инвалидов,
- с пониженной конкурентоспособностью указанных лиц в глазах работодателей.

Негативное влияние на уровень конкурентоспособности лиц с ограниченными возможностями оказывают их личностные особенности (пониженная стрессоустойчивость, лабильность поведенческих реакций); отсутствие необходимой квалификации, трудового опыта, привычки к соблюдению правил внутреннего распорядка, режима, отсутствие или недостаточный уровень профессионального образования [3].

Гибкое использование трудового потенциала инвалидов в современном производстве становится не только средством оперативного восполнения потребности в рабочей силе со стороны работодателей, но и позволяет сократить нарастающий дефицит трудовых ресурсов экономики регионов и страны в целом. Кроме того, способствует включению молодых людей с инвалидностью в социум и трудовую жизнь.

К наиболее распространенными формами нестандартной занятости, в наибольшей степени соответствующими потребностям инвалидов, Л.П. Арзамасцева относит: работу по временным контрактам или подрядам; фриланс; работу на дому; добровольную частичную занятость; эпизодическую поденную работу и работу по вызову [4].

Сегодня одним из перспективных направлений нестандартной занятости является дистанционная занятость, или телеработа, осуществляемая на дому с использованием компьютерных технологий. Телеработники, в отличие от классических надомников, могут выполнять трудовые функции и осуществлять связь с работодателем с помощью компьютера и других электронных видов связи. Договоры о телеработе, являясь трудовыми, имеют много общих черт с гражданско-правовыми договорами.

Наиболее популярными удаленными профессиями сегодня являются программист веб-разработчик и веб-дизайнер, видеомонтажер, маркетолог, SMM-специалист, таргетолог, специалист по контекстной рекламе, копирайтер, SEO-специалист, администратор интернет-магазина, специалист клиентской поддержки, менеджер по продажам. На многих из этих вакансий стоит информация о ее доступности для соискателей с инвалидностью.

Такой вид занятости обладает многими плюсами – свободный график, комфортное место приложения труда, кроме того, работодателю не нужно создавать особые условия для труда инвалида (таблица 1). Это является хорошей альтернативой для тех, кто не может осуществлять стандартные практики трудоустройства. Однако даже в таком доступном трудоустройстве некоторые, например, люди с ментальными нарушениями, все равно оказываются на периферии. Кроме того, существует риск попасть по объявлениям мошенников.

Таблица 1

Преимущества и недостатки удаленной работы

Удаленная работа		
	преимущества	недостатки
работник	Свободный график Комфортное место работы	Низкая заработная плата Случаи мошенничества
работодатель	Не нужно создавать особые условия труда для людей с инвалидностью	Сложность в осуществлении контроля за действиями работника

Может сложиться впечатление, что работая не выходя из дома, человек с инвалидностью не участвует полноценно в жизни общества, минимизирует социальные контакты. Однако сегодня с развитием интернета, а особенно в связи с пандемией Covid-19, многие социальные взаимодействия, в том числе различные культурные мероприятия, проходят онлайн, с применением ИКТ.

В 2018 г. Министерство труда и социальной защиты выпустило сборник [5], в котором были отражены лучшие практики трудоустройства в регионах, а также представлена нормативно-правовая база, в том числе разъяснено, как регулируются трудовые отношения при удаленной занятости. Сборник был разработан в рамках государственной программы Российской Федерации «Доступная среда» на 2011-2020 гг. Подобные практики трудоустройства осуществляются в основном на базе негосударственных и коммерческих организаций, в то время, как в государственных учреждениях до сих пор не развита практика телеработников, несмотря на имеющиеся информационные технологии. Устаревший формат очной работы во многих организациях считается доказательством успешной работы, однако на практике во многих организациях можно модернизировать рабочие места. Развитие института удаленной работы позволило бы трудоустроить большое количество людей, обладающих высокими профессиональными навыками, но не способных их применить только лишь в силу ограниченной мобильности. Для людей с инвалидностью это не только способ обеспечить себя, но и обрести уверенность и уважение в глазах окружающих, а также быть полноценно включенным в общество.

Список литературы

1. Федеральный реестр инвалидов. URL: https://sfri.ru/ (дата обращения: 24.06.2022).

2. Новожилова О.А. Проблемы молодых инвалидов в Санкт-Петербурге: социологический анализ // Социальные и гуманитарные знания. 2021. Том 7. № 1. С. 76–87.

3. Арзамасцева Л.П., Керимов Г.Р. Нестандартная занятость как направление развития занятости инвалидов // Инновационные доминанты социально-трудовой сферы: экономика и управление: материалы ежегодной международной научно-практической конференции по проблемам социально-трудовых отношений (17 заседание), Воронеж, 26 мая 2017 года / ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет»; Академия труда и занятости (Воронежское региональное отделение). Воронеж: Воронежский государственный педагогический университет, 2017. С. 28–30.

4. Арзамасцева Л.П., Шкиренко Г.А. Проблемы трудоустройства инвалидов // Современные проблемы экономики и менеджмента: материалы Международной научно-практической конференции. Воронеж, 2016. С. 24–30.

5. Сборник по трудоустройству инвалидов, сформированный на основе успешно реализованных региональных практик и мероприятий, в том числе осуществляемых социально ориентированными некоммерческими организациями // под ред. М.А. Дымочка, О.С/ Андреева. М., 2018. 125 с.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК МОЛОДЕЖНАЯ КОММУНИКАТИВНАЯ СРЕДА (НА ПРИМЕРЕ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»)

SOCIAL NETWORKS AS A YOUTH COMMUNICATIVE ENVIRONMENT (ON THE EXAMPLE OF VKONTAKTE)

Н.В. Овчинникова, К.Н. Тютюнникова
Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова, г. Ярославль
N.V. Ovchinnikova, K.N. Tutunnikova
P.G. Demidov Yaroslavl State University, Yaroslavl

Представлены результаты социологического исследования, направленного на описание социальной сети «ВКонтакте» как молодежной коммуникативной среды. Выделены основные коммуникативные практики, которые выбирают молодые люди в крупных интернет-сообществах данной сети.

The article presents the results of a sociological study aimed at describing the VKontakte social network as a youth communicative environment. The main communicative practices that young people choose in large online communities are described

Ключевые слова: социальные сети, виртуальная реальность, коммуникативные практики, коммуникация, семья, молодежь

Keyword: social networks, virtual reality, communication practices, communication, family, youth

Социальные сети в настоящее время играют большую роль в жизни людей. В России, по данным ежегодного отчета Global Digital 2021, аудитория Интернета составляет 124 млн. человек, а социальных сетей – 99 млн. человек [1]. Социальные сети раскрывают новый потенциал Интернета как средства самореализации и общественной коммуникации людей. Практики взаимодействия в социальных сетях в Интернете все глубже внедряются в структуру жизни людей, переводя большую часть человеческой активности в режим онлайн [2]. Среди самых активных пользователей сетей можно выделить молодежь.

Молодежь с каждым днем сильнее погружается в виртуальный мир, поэтому тема коммуникации молодых людей в нем в настоящее время выходит на первый план. Социальные сети могут оказывать влияние на сознание и поведение за счет контента, который в себе несут, как в основной информации постов, размещенных на личных страницах пользователей и в сообществах, так и в комментариях. Информация в сети бывает очень разноплановой, включать в себя агрессивные формы, что может отражаться на участниках сети. Важно определить причины использования социальных сетей молодежью, выявить интенсивность пользования молодыми людьми социальных сетей в повседневной жизни, выделить наиболее актуальную социальную сеть, установить тематику контента, которую они предпочитают в ней, выделить их основные коммуникативные практики.

Для этого весной 2022 г. было проведено разведывательное социологическое исследование методом онлайн-анкетирования (N=60) и контент-анализа.

Благодаря опросу удалось выявить актуальную сеть среди молодежи – «ВКонтакте» (96,7%). Было выявлено, что большинство молодых людей (56%) проводят в социальных сетях 4 и более часов в день, что говорит о ежедневной высокой интенсивности пользования социальными сетями. Основными причинами использования социальных сетей являются общение с друзьями и знакомыми (93,3%), необходимость для учебы/работы (65%) и поиск какой-либо информации (43,3%). Среди причин использования социальных сетей респонденты выделяют скуку и одиночество (16,7%), игры (6,7%) и прослушивание музыки (1,7%).

Среди положительных черт, выделенных респондентами, основная – общение через социальные сети связывает людей из любой точки мира, так

считают 80% респондентов. 60% молодежи считает, что социальные сети помогают расширить круг общения за счёт новых знакомств. Еще 20% опрошенных говорят о свободе слова в социальных сетях, как о еще одном плюсе. Всего 11,7% респондентов считают, что социальные сети помогают повысить самооценку и обрести уверенность в себе. Функция блокировки, добавления любого пользователя в «черный список» для 10% опрошенных является плюсом, так как любое нежелательное общение можно прекратить таким способом. 1,7% респондентов утверждают, что через социальные сети можно быстрее решать рабочие задачи. Среди отрицательных черт основными являются: недопонимание собеседников в ходе диалога в социальных сетях (46,7%), так как через написанный текст бывает трудно донести до человека эмоцию или мысль, которую предполагает твой собеседник. Наличие фейковых страниц пользователей (43,3%) является минусом общения в социальных сетях, потому человек может оказаться не тем, за кого он себя выдает. Ухудшение качества речи 36,7% респондентов выделяют как отрицательную черту общения в социальных сетях, так как для простоты общения люди стали использовать аббревиатуры и сленг, которые переходят из виртуальной жизни в реальную. 31,7% и 25% респондентов выделяют ложь, клевету и скриншоты, записи, «компроматы» соответственно, как еще две отрицательные черты общения в социальных сетях. Социальные сети подвержены риску, так как могут быть взломаны. По 1,7% респондентов отметили отсутствие живого общения, игнорирование сообщений и долгое ожидание ответа.

Большинство пользователей социальной сети «ВКонтакте» предпочитают общаться в личных сообщениях (91,5%) и просматривать публикации других пользователей или сообществ (64,4%). В основном респондентам нравятся новостные (67,2%), юмористические (62,1%) и музыкальные (37,9%) публикации.

Среди самых любимых сообществ респондентов «ВКонтакте» удалось выявить несколько повторяющихся, что говорит об их популярности у молодежи. Это такие крупные многомиллионные сообщества, как «Овсянка, сэр!», «Рифмы и Панчи» и «ВПШ». Сообщество «Овсянка, сэр!» является больше развлекательным сообществом, так как в основном преобладает контент, связанный с юмором, но присутствует и новостной контент. Сообщество «Рифмы и Панчи» преимущественно новостное, там обсуждаются новости из мира музыки, политики и спорта, но тоже присутствуют «мемы» – юмористический контент. Сообщество «ВПШ» является новостным и в основном публикует контент, связанный с сетью «YouTube», шоу-бизнесом, трендах моды и музыки. Чтобы определить коммуникативные практики

молодежи в социальной сети «ВКонтакте», был проведен контент-анализ именно в этих крупных сообществах, который состоял из анализа комментариев под публикациями по следующим категориям: тема обсуждений, способ коммуникации и характер комментариев. За основу анализа коммуникативных практик была взята классификация, используемая в работе В.А. Сергодеева [3].

В ходе контент-анализа было выделено 1097 комментариев. Самой обсуждаемой является тема образования и продуктов питания. Из 1097 комментариев только 647 соответствовали темам публикаций, что составляет 59%. Чуть больше половины молодежи общаются в комментариях на предложенные им темы сообществом, остальные общаются на отстраненные темы. 21% составляет доля негативных комментариев под анализируемыми публикациями. Отдельные пользователи выражают агрессию по отношению к участникам и способствуют разжиганию конфликтов в сети, переходя на другие темы обсуждения (например, политические), не представленные сообществом.

В социальных сетях преобладают больше пассивные коммуникативные практики, то есть просмотры пользователями тех или иных публикаций без какой-либо ответной реакции. Количество просмотров публикаций в сумме составляет 2086000, что значительно больше количества комментариев – 1097, которые являются индикатором активных коммуникативных практик.

Если рассматривать активные коммуникативные практики, у молодежи преобладает реактивное поведение, которое является результатом реакции на продукт инициативного поведения, в данном случае такое поведение можно описать с помощью так называемых комментариев-ответов, которые пишутся не под самой публикацией, а под другим комментарием. Было выделено 57% таких комментариев. Среди них доля конструктивных составляет 68% и деструктивных 32% соответственно.

Можно сделать вывод, что большинство молодых людей используют социальную сеть для общения посредством переписки в личных сообщениях, не участвуют в обсуждениях и являются пассивными наблюдателями, однако выделяется и доля тех, кто выражает свои мнения открыто. Особую опасность могут представлять деструктивные практики, поскольку они заключаются в распространении информации, содержащей агрессию, и способствуют некоторой разбалансировке сообщества. Возможно, что те молодые люди, которые придерживаются пассивных практик, смогут транслировать такие высказывание уже через определенные фразы и действия в реальной жизни. Поэтому важно изучать виртуальную реальность, проводить контроль в сети.

Список литературы

1. Цифровые технологии в России: вся необходимая статистика в 2021 году // DataReportal. URL: https://datareportal.com/reports/digital-2021-russian-federation (дата обращения: 07.06.2022).
2. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург: У-Фактория, 2004. 328 с.
3. Сергодеев В.А. Коммуникативные практики в сетевых интернет-сообществах // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2014. № 1 (135). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-praktiki-v-setevyh-internet-soobschestvah (дата обращения: 07.06.2022).

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИИ В ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ
PECULIARITIES OF COMMUNICATION IN VIRTUAL REALITY

Я.А. Охримчук
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
Ya.A. Ohrimchuk
Lobachevsky University

Рассматриваются особенности коммуникации в виртуальной реальности (VR). VR применяется как средство коммуникации для более реалистичного и эффективного общения людей на расстоянии, а также для людей, имеющих когнитивные нарушения и иные проблемы со здоровьем. VR способна обеспечить полный захват движений и тела, также стали возможными реалистичная графика и общение посредством сообщений. VR обеспечивает погружение сенсомоторных каналов человека в яркий и реалистичный опыт общения, вызывает чувство присутствия и соприсутствия. Сделан вывод, что VR способна обеспечить включение полного спектра как вербальных, так и невербальных сигналов, в особенности, если аватар собеседника контролируется с помощью полного захвата движения лица и тела, а также имеет возможность общаться посредством текстовых сообщений.

Today, virtual reality (VR) is used as a means of communication for more realistic and effective communication of people at a distance, as well as for people with cognitive impairments and other health problems. This article is devoted to the peculiarities of communication in VR. VR today can provide full motion and body capture, realistic graphics and communication via text messages have also become possible. VR provides immersion of human sensorimotor channels in a vivid and realistic communication experience, evokes a sense of presence and co-presence. It is

concluded that VR can enable a full range of both verbal and nonverbal cues, especially if the avatar of the interlocutor is controlled with full face and body motion capture and is also able to communicate through text messages.

Ключевые слова: виртуальная реальность, виртуальная среда, текстовое общение, аватар, наголовный дисплей, невербальные сигналы

Keywords: virtual reality, virtual environment, text communication, avatar, head-mounted display, nonverbal signals

Виртуальная реальность (англ. virtual reality – VR) – средство коммуникации, способное обеспечить включение полного спектра как вербальных, так и невербальных сигналов [1]. VR относится к процессу ментального выхода в синтетические, трехмерные (3D) виртуальные среды (англ. virtual environment – VE) с использованием иммерсивных технологий [1].

Ф. Биокка и М. Леви определили VR как систему связи, а не как часть технологии [см.: 2]. Таким образом, виртуальная реальность – это коммуникационный интерфейс, соединяющий физические носители, коды, информацию, сенсомоторные каналы [2].

Цель данной статьи: рассмотреть особенности коммуникации в VR.

Задачи:

1. Выявить характеристики VR, значимые для коммуникации.
2. Проанализировать особенности VR-опосредованной коммуникации.
3. Определить факторы, способствующие успешной коммуникации в VR.

Основной характеристикой виртуальной реальности является полное погружение сенсомоторных каналов человека в яркий и реалистичный опыт общения. VR представляет собой технологию, с помощью которой можно имитировать существующий опыт в поддельной виртуальной среде с эффектом погружения. Погружение связано с тем, насколько системы VR могут создавать всеобъемлющую, обширную, окружающую и яркую иллюзию реальности для органов чувств участника. Также погружение соответствует объективному и поддающемуся количественной оценке описанию того, что может предоставить технология [2].

Некоторые исследования продемонстрировали практическое использование систем VR: носимые гарнитуры и 3D смарт-телевизоры для облегчения социального взаимодействия у пациентов с когнитивными нарушениями [2]. Одним из примеров является VR с использованием VE, отображаемой на двух больших экранах с установленными на голове 3D-очками и датчиками слежения за телом для содействия вовлечению пациентов с умеренными когнитивными нарушениями [2].

Другая особенность системы VR – способность вызывать чувство «присутствия» в VE, что соответствует психологическому восприятию пребывания в VE [2]. С помощью VR также можно вызвать чувство соприсутствия, то есть ощущение совместного пребывания в общем пространстве, сочетающее в себе важные характеристики физического и социального присутствия [2]. Согласно Р. Шредеру, понятие коммуникационных технологий подразумевает участие двух или более человек, и акцент делается на сообщениях, которые передаются между ними [см.: 2].

Е. Дзарданова выделила компоненты опосредованной VR коммуникации: типы и темы межличностного взаимодействия, реляционная динамика, медиум-индуцированное повторное согласование отношений, Себя, а также Другого, уровень искажения сигналов из-за вовлечения среды, более глубокое изучение и эффекты локомотивных свобод и интерактивности интерфейса и многое другое [1].

Личное общение (англ. face-to-face – FtF) от любого другого средства коммуникации, отличается тем, что оно охватывает все возможные невербальные сигналы [1]. Невербальная коммуникация включает в себя: (а) окружающее пространство (как социальный контекст), (б) характеристики коммуникатора (физиология, одежда и др.), а также (с) ее тело и его кинесика (движение, поза, ориентация, жесты, проксемика, мимика, зрительный контакт, взгляд и звук). Невербальные сигналы не только заменяют, уточняют, дополняют или усиливают значение вербальное общение, но и указывают на социальный статус и типы межличностных отношений [1]. Виртуальный опыт взаимодействует с когнитивными процессами, чтобы преобладать над прямыми стимулами и/или эмпирическим пониманием физического мира, вызывая, таким образом, воплощенный опыт и аффективные реакции в синтетической области [1].

В настоящее время в VR-опосредованном общении отсутствуют только две вещи, чтобы считать его эквивалентным FtF-общению в отношении передачи невербальных сигналов: отслеживание выражений лица, решение, которое уже существует, но его сложно интегрировать, поскольку наголовный дисплей (англ. Head-mounted display – HMD) скрывают часть лица и фактически ограничивают движения лица, и синхронное манипулирование одним и тем же реальным объектом обоими собеседниками, поскольку это физически невозможно [1].

При осмыслении социального взаимодействия в виртуальной реальности Х. Пан и А. Гамильтон указали, что полезно учитывать два важных аспекта – динамику взаимодействия (то есть, степень и отзывчивость вербальной и невербальной обратной связи) и графическую реалистичность [см.: 3].

Шейн Л. Роджерс, Ребекка Бродбент, Джемма Браун, Алан Фрейзер и Крейг П. Спилман в своем исследовании изучили опыт участников социального взаимодействия в режиме реального времени в VR, где аватар собеседника контролировался с помощью полного захвата движения лица и тела. Такой аватар они назвали реалистичным. Они сравнили VR с аналогичным личным опытом в двух контекстах — ознакомительной беседе и полуструктурированном интервью, в котором участники рассказывали о негативном и позитивном опыте. Участники в целом отдавали предпочтение личному общению по сравнению с взаимодействием в виртуальной реальности, но разница в оценке способов общения была небольшой [3].

Внешний вид аватара не только отражает виртуальную идентичность людей и их самовосприятие, но может влиять и на то, как они ведут себя и взаимодействуют с другими [4].

Жест – неотъемлемая часть невербальной коммуникации, которая передает эмоции [4]. Эмоции можно идентифицировать даже по минимальной информации о движениях тела, как в феномене «точечного светового отображения» [4]. Впервые представленное Дж. Йоханссоном, это явление было подтверждено и получило новые результаты [см.: 4]. Например, когда движения тела были преувеличены, распознавание становилось более точным и приводило к более высоким эмоциональным оценкам [см.: 4].

Герберт Х. Кларк и Мередит А. Крич обнаружили, что присутствие визуального рабочего пространства приводит к гораздо большему количеству дейктических высказываний и жестов. Некоторые экспериментальные работы показали, что, если эти жесты должным образом поддерживаются, в результате общение становится более эффективным, повышается производительность задач или пользователи выше оценивают качество опыта [см.: 5].

Наличие невербальных модальностей может иметь дополнительные, более тонкие эффекты. Томислав Пейса, Майкл Глейхер и Бильге Мутлу обнаружили, что в VR, ориентация аватаров на пользователя приводит к тому, что пользователь делает значительно больше поворотов в разговоре [см.: 5]. Сьюзан Р. Фасселл и Лесли Д. Сетлок отмечают, что поворот в разговоре становится более формальным при отсутствии визуальных сигналов [см.: 5]. Джереми Н. Бейленсон, Джим Бласкович, Эндрю С. Билл и Джек М. Лумис обнаружили, что, когда виртуальные люди устанавливали зрительный контакт с пользователями, женщины-пользователи, как правило, держались подальше [см.: 5]. Контроль психофизиологического состояния человека при его нахождении в VR [6-7] тоже может приводить к усилению погружения.

Общение в виртуальной среде происходит и посредством текстовых сообщений. Например, пользователи в виртуальном музее могут захотеть обратиться к Google или Yahoo для отправки запросов о предметах, на которые они смотрят. Джэву Ан и Кенха Мин представили в своем исследовании виртуальный QWERTY инструментарий для текстового общения в виртуальной реальности. Они разработали схему текстового общения, используя схему ввода текста на мобильных телефонах. В целом, виртуальный QWERTY инструментарий имеет три режима ввода: знаковый режим, числовой режим и символьный режим [8]. Есть схожие работы у других исследователей. Например, И. Поупырев и Н. Томокадзу и С. Вегхорст предложили виртуальный блокнот, который записывает символы, написанные в блокноте в виртуальной среде [см.: 8]. С. Фелс и Г. Хинтон предложили Glove Talk II схему, которая преобразует жесты в речь, распознавая предопределенные жесты с помощью нейронных сетей. Жест рукой содержит десять параметров управления, которые в сочетании для представления контекста для выражения [см.: 8]. Р. Розенберг и М. Слейтер представили аккордовую перчатку, интерпретирующую комбинации прикосновений пальцев к твердой поверхности как характер. Несмотря на то, что эта схема может представлять все буквенно-цифровые символы, пользователи должны запоминать соответствия между символами и аккордами пальцев [см.: 8].

Таким образом, VR способна обеспечить включение полного спектра как вербальных, так и невербальных сигналов, в особенности, если аватар собеседника контролируется с помощью полного захвата движения лица и тела, а также имеет возможность общаться посредством текстовых сообщений. В таком случае общение в VE становится эквивалентным FtF-общению.

Выводы.

1. Особенностями VR являются носимые гарнитуры, инструментарий для текстового общения, реалистичная графика, способность погрузить сенсомоторные каналы человека в яркий и реалистичный опыт общения.

2. VR-опосредованная коммуникация характеризуется наличием двух и более участников, темами и типами межличностного взаимодействия, появлением чувства соприсутствия, возможностью общения посредством текстовых сообщений.

3. Факторами, способствующими успешной коммуникации в VR, являются динамика взаимодействия, визуальное рабочее пространство, графическая реалистичность, полный охват невербальных сигналов, текстовое общение.

Список литературы

1. Dzardanova E., Kasapakis V., Gavalas D., Sylaiou S. Virtual reality as a communication medium: a comparative study of forced compliance in virtual reality versus physical world // Virtual Reality. 2022. Т. 26. № 2. Pp. 737–757.
2. см.: Stasolla F., Matamala-Gomez M., Bernini S., Caffò A.O., Bottiroli S. Virtual reality as a technological-aided solution to support communication in persons with neurodegenerative diseases and acquired brain injury during COVID-19 pandemic // Frontiers in Public Health. 2021. V. 8. P. 635426.
3. Rogers S.L., Broadbent R., Brown J., Fraser A., Speelman C.P. Realistic motion avatars are the future for social interaction in virtual reality. 2022.
4. см.: Sun Y., Won A.S. Despite Appearances: Comparing Emotion Recognition in Abstract and Humanoid Avatars Using Nonverbal Behavior in Social Virtual Reality // Frontiers in Virtual Reality. 2021. P. 109.
5. см.: Smith H.J., Neff M. Communication behavior in embodied virtual reality //Proceedings of the 2018 CHI conference on human factors in computing systems. 2018. Pp. 1–12.
6. Демарева В.А., Вяхирева В.А., Петрова И.Э., Жукова М.В., Риверос Л., Голубин Р.В., Осокин В.А. Разработка нейрогарнитуры для контроля состояния человека при лечении фобий // Вестник психофизиологии. 2021. № 4. С. 37–42.
7. Жукова М.В., Петрова И.Э., Маясова Т.В., Демарева В.А. Особенности ритма сердца при игре в VR у детей 11–13 лет. Пилотный эксперимент // Вестник психофизиологии. 2021. № 3. С. 49–55.
8. см.: Ahn J., Min K. VirtualQWERTY: textual communication in virtual reality //International Symposium on Visual Computing. Springer, Berlin, Heidelberg, 2006. Pp. 79–87.

ИДЕНТИЧНОСТЬ ПРОВИНЦИАЛЬНОГО ГОРОДА В КОНТЕКСТЕ ПОВСЕДНЕВНЫХ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК ГОРОДСКИХ ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВ

PROVINCIAL CITY IDENTITY IN THE CONTEXT OF EVERYDAY COMMUNICATION PRACTICES OF URBAN INTERNET COMMUNITIES

И.А. Пакшина
Научный центр социально-экономического мониторинга, г. Саранск
I.A. Pakshina
Scientific Centre for Socio-Economic Monitoring, Saransk

Приводятся результаты исследования коммуникативных практик горожан в локальных городских интернет-сообществах социальной сети «ВКонтакте». Установлено, что в процессе повседневной внутрисетевой коммуникации

раскрывается индивидуализированный образ города, существующий в сознании участников сообщества, а также проявляется идентичность с городом.

The article presents the results of a study of the communicative practices of citizens in local urban Internet communities of the «VKontakte» social network. It has been established that in the process of daily intra-network communication, an individualized image of the city that exists in the minds of community members is revealed, and identity with the city is also manifested.

Ключевые слова: провинциальный город, горожане, локальные городские интернет-сообщества, идентичность, коммуникация

Keywords: provincial town, citizens, local urban Internet communities, identity, communication

Анализ дискурса провинциальных городов, как и процесса создания идентичности этих агломераций, базируется на изучении символического и социального капитала города. Представляя собой совокупность нематериальных ресурсов, социальный капитал города включает в себя узнаваемость и уникальность территории, историческую память, чувство сопричастности с территорией, самоопределение и саморепрезентацию индивида, образ территории, типичные социальные и поведенческие практики [1].

В настоящее время перспективным направлением изучения репрезентации города является исследование электронной коммуникации в локальных городских интернет-сообществах, в которых посетитель форумов проявляет свою идентичность с городским сообществом. По мнению С.Г.Ушкина, «городские сетевые сообщества уже сегодня воплощают мониторинговую демократию, приближающую к идеалам гражданского общества» [2, с. 65].

Представлены результаты контент-анализа 21 локальных городских интернет-сообществ социальной сети «ВКонтакте». Исследование проводилось в 2019 и 2020 гг. в период с 1 января по 30 июня. В 2019 г. было зафиксировано 1 017 записей – в локальных городских сетевых сообществах (в 2020 г. – 1 127), характеризующих города Мордовии.

Городские интернет-сообщества, являясь площадкой для обсуждения повседневных событий, становятся местом проведения оживленных дискуссий. Исследование позволило увидеть за отдельными постами и комментариями общие закономерности. Результаты исследования позволили выявить способы репрезентации скрытой культурной коннотации города в социальных сетях. Выделены основные виды постов, в которых провоцируется активное обсуждение городских проблем и дается эмоциональная оценка города и городской среды: пост-обсуждение, пост-провокация, пост-хайп, пост-

фотография, пост – критика власти, пост – диалог с представителем власти, пост-вопрос или пост-игра [3, с. 340].

В повседневном общении пользователей социальных сетей раскрывается индивидуализированный образ города, существующий в сознании участников сообщества [4]. Пользователи городских интернет-форумов гораздо чаще указывают на качества горожан, которые можно отнести, скорее, к отрицательным, чем к положительным. Негативная идентификация связана с упоминанием таких черт, как безразличие и выжидательная позиция, невоспитанность и ограниченность, подверженность ажиотажу и паникерство, злость и постоянное недовольство, а также стремление выкладывать в социальных сетях фотографии и видеосъемки. К положительным качествам посетители социальных сетей относят доброту и отзывчивость, ум и трудолюбивые, готовность отстаивать личные и общественные интересы.

Города Мордовии являются типичными провинциальными городами. Жителям свойственна прозрачность и ограниченность публичного пространства («*а чем тут еще заниматься, только сплетни*[*]», «*вот этим и отличаются маленькие города от больших: всем все надо, кто как выглядит и кто что делает*»), для них значимыми являются визуальные признаки успешности («*это болезнь маленьких городов: создавать видимость и сидеть в кредитах*!»). Следует отметить, что в небольших провинциальных городах проживают очень добрые и открытые люди, всегда готовые прийти на помощь («*спасибо этому человеку за поступок, а не за разговоры!!!*», «*мы коренные Рузаевцы не самые плохие, доброта и отзывчивость у нас в крови с детства*»). Уклад жизни в городах Мордовии сочетает в себе элементы как городской (постоянное нахождение в толпе людей, спешка и суета), так и сельской (заготовка солений, посадка картофеля, самогоноварение, сбор ягод) культуры.

В высказываниях интернет-пользователей город предстает через описание его проблем, свойственных неидеальному городу («*город как и люди впитал кошмарную русскую хандру, провинциальную пошлость и отсутствие чувства юмора вследствие плохого образования и самообразования*»). Для локальных интернет-сообществ характерна ориентация на репрезентацию своего города и собственных проблем, упоминание других городов встречается в них очень редко (1–3 раза). Исключением является столица региона — город Саранск, который значительно чаще назывался во внешних городских сообществах (до 7 раз).

[*] Здесь и далее сохранена орфография и пунктуация пользователей социальной сети.

С позиции жителей, наиболее значимыми местами являются памятники, свидетельствующие о ее причастности к общероссийской истории, культовые сооружения, музеи – именно фотографии этих городских достопримечательностей чаще всего жители выкладывают в городских сообществах. Не менее важны для горожан рекреационные зоны – там, «*где можно спокойно порыбачить и отвести душу на простую удочку*». С болью отзываются о состоянии мест общественного пользования, находящихся в неподобающем состоянии: «*после зимы в городе как после бомбежки*», «*ж/д хоть облагородили в целом, а автовокзал – позор г. Ковылкино!!! Там всегда страшно, даже днем*».

Следует отметить, что большой резонанс у посетителей локальных городских интернет-сообществ вызывают черно-белые фотографии, на которых запечатлена история города. В процессе обсуждения горожане рассказывают истории формирования жилых районов и возникновения самоназваний. Например, весьма показательным был диалог горожан о причинах возникновения необычного самоназвания микрорайона «Чернобыль» (официальное название – Школьный бульвар) в г. Рузаевка. Несмотря на разницу в деталях, все пользователи сошлись во мнениях, что столь оригинальное самоназвание микрорайона горожанами было дано на основе визуального сходства, совпадения периода активной застройки микрорайона со временем аварии на ЧАЭС, а также подчеркивает нерешенные экологические проблемы.

События недавнего (лихие 90-е) и далекого (тяжелые и голодные военные годы) прошлого транслируются через индивидуальные воспоминания или пересказ слов близких людей: «*ой, как быстро 90-е забылись! А может вспомните, как в "лихие" ельцинские по 9 месяцев з/п не получали (лично на Лисме в суд подавали вернуть з/п за 9 месяцев) так еще и работать ходили – "за так" и бартером расплачивались (кому люстры, кому лампочки) Вот молодежь умножьте этот месяц на 9 – тогда поймете, как мы жили и почему бабки за гречкой и сахаром рванули при первых признаках дестабилизации*».

Проведение праздничных мероприятий – важная составляющая формирования городской идентичности. Наиболее эмоционально пользователи отзывались о праздновании Дня Победы в условиях пандемии коронавируса. Этот важный для каждого жителя страны праздник отмечался в новых форматах. Локальные городские интернет-сообщества пестрели видео-постами об исполнении песен военных лет под балконом ветеранов войны, фотоотчетами о вывешивании флагов на балконах домов, проведении акции «Окна Победы», онлайн поздравлениях ветеранов.

В виртуальном пространстве горожане репрезентируют знаки коллективной памяти о событиях прошлого, а также собственные воспоминания и размышления относительно пережитых событий.

Жителям городов Мордовии свойственны высокая степень укорененности, привязанности к городскому сообществу, а также местный патриотизм, не препятствующий, впрочем, пространственной мобильности. Пользователи интернет-сообществ указывали на возникновение новой проблемы – появление поколения детей, выросших в семьях, где один из родителей «вахтовым» методом работает в крупных городах. Родители проводят с детьми мало времени, не занимаются их воспитанием. Дети привыкают к ослабленному контролю за поведением, развивается свобода в действиях, что приводит к появлению бесконтрольности, формированию вредных привычек и преимущественному общению со сверстниками.

В локальных городских интернет-сообществах горожане часто задают конкретные вопросы чиновникам и представителям городской администрации, стремясь таким образом решить возникающие проблемы. Так, например, жителей Саранска и Рузаевки отличает такое качество, как активность. Это проявляется в том, что они регулярно обращаются со своими претензиями в приемную городской администрации и публикуют посты в социальных сетях.

Городские локальные интернет-сообщества можно отнести к «виртуальным» сообществам, в которых происходит репрезентация города, осознание общей субъектности [4, с. 33]. Исследование коммуникативных практик репрезентации городского контекста в виртуальных сообществах, на наш взгляд, является одним из перспективных способов изучения городской идентичности.

Список литературы

1. Федотова Н.Г. Формирование городской идентичности: факторный и институциональный аспекты // Журнал социологии и социальной антропологии. 2017. № 3. С. 32–49.

2. Ушкин С.Г. Моральная трансгрессия и смыслообразование в сетевых дискуссиях // Социологические исследования. 2020. № 1. С. 65–73.

3. Пакшина И.А., Руськина Е.С. Города Мордовии: идентичность в медийном дискурсе // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2020. Вып. 2. С. 328–343.

4. Пакшина И.А. Исследование городской идентичности в интернет-сообществах (по результатам качественного анализа) // Научный результат. Социология и управление. 2020. Т. 6. № 2. С. 19–35. URL: http://rrsociology.ru/journal/article/2079/ (дата обращения: 25.10.2022).

СЕТЕВОЕ СОЦИАЛЬНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ В РАЗВИТИИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

SOCIAL NETWORKING IN THE DEVELOPMENT OF CIVIL SOCIETY

О.Д. Романова
Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова, г. Якутск, Республика Саха (Якутия)
O.D. Romanova
North-Eastern Federal University in Yakutsk, Yakutsk, Sakha Republic (Yakutia)

Представлен краткий обзор теорий социальных сетей с акцентом на современных теориях. Приведены эмпирические материалы, характеризующие формирование собственного информационного поля гражданским обществом на основе сетевого социального взаимодействия, которое влияет на выработку и принятие управленческих решений.

The article provides a brief overview of theories of social networks, with an emphasis on modern theories. Empirical materials are given that characterize the formation of their own information field by civil society on the basis of network social interaction, which affects the development and adoption of managerial decisions.

Ключевые слова: социальные сети, теории информационного общества, гражданское общество, информационная поле, муниципалитеты, Арктика

Keywords: social networks, information society theories, civil society, information field, rural municipalities, Arctic

Понятие «социальных сетей» в социологической науке рассматривалось в рамках различных социологических парадигм и направлений: структурного функционализма (Т. Парсонс, Б.К. Малиновский), символического интеракционализма (Я. Морено, К. Левин), теории социального обмена (Дж. Хоманс, П. Блау), теорий информационного общества (Д. Белл, Э. Тоффлер, М. Кастельс).

Свое развитие социальные сети получили в теориях информационого общества. В рамках концепции информационного общества Д. Белла вся история человеческого общества рассматривается в контексте глобального информационного потока. Общество, по его мнению, состоит из трех подсистем: социальной структуры, политической системы и культуры. Эти подсистемы управляются практически вне зависимости друг от друга. Знания и информация становятся стратегическими ресурсами и агентами развития современного общества. При этом иерархическая структура общества постепенно становится

сетевой, где каждый индивид имеет возможность вмешиваться в процессы управления [1].

Э. Тоффлер в работе «Третья волна» отмечает, что в постиндустриальном обществе информационная среда будет определять характер коммуникации между людьми, и она же будет определять (формировать) систему норм и ценностей [2].

Современные теории социальных сетей рассматривают социальные сети как теоретические конструкции, сутью которой является изучение связей между отдельными лицами, группами, организациями и даже целыми сообществами (Borgatti S.P., Mehra A., Brass D.J., Labianca G., Bott E.).

Наиболее распространенной в настоящее время является теория социальных сетей, сформулированная Х. Уайтом. По мнению Уайта, социология концентрируется на типах социальной структуры, основанной на моделях отношений, атрибутов, но не отношений между людьми. Он предлагает изучать общество как сеть, а не как совокупность индивидов.

По мнению М. Грановеттера, социальные сети сегодня выступают одним из эффективных каналов распространения информации на уровне человеческих отношений, порождая собственное информационное поле [3].

Теоретические исследования социальных сетей М. Грановеттера в настоящее время подтверждаются эмпирически тем, что социальные сети, формируя собственное информационное поле, начинают играть важную роль в развитии гражданского общества.

Приведем два примера воздействия собственного информационного поля гражданского общества на управленческие процессы.

Впервые в истории Якутии 14 января 2021 г. молодые главы поселений самостоятельно провели совещание в формате видеоконференцсвязи. У представителей местных администраций накопилось немало вопросов к народным депутатам и правительству республики. До проведения совещания молодые главы сельских и малых городских поселений Якутии организовали сетевое взаимодействие по обсуждению насущных вопросов развития муниципалитетов, устраивали консультации, собирали и анализировали мнение населения и депутатов местных представительных органов. В результате почти четверть из всего числа глав муниципальных образований Якутии создали свое информационное поле, весомым результатом которого состоялось совещание онлайн, по итогам которого было решено требовать созыв съезда глав муниципальных образований.

Один из организаторов, глава Нюрбы А. Иванов: «Село живет только своим бюджетом, сколько ему выделят, столько возможностей и будет. Если же

все убрать, тогда, считай, можно закрывать село и расходиться. Раньше нам хотя бы оставляли то, что мы из внебюджетки зарабатывали, а теперь же уменьшают на столько, на сколько мы увеличиваем бюджет, когда ведем работу по наращиванию налоговой базы, регистрации недвижимости, формированию новых земельных участков и т.п. Это массовая проблема республиканского уровня, у нас 435 муниципальных образований, это касается всех».

«Много вопросов у руководителей местных администраций и к совету муниципальных образований республики. Эта некоммерческая организация, согласно уставу, призвана защищать интересы своих членов, а также координировать их по правовым и финансово-экономическим изменениям. Но глядя на то, как у большинства поселений республики сокращаются бюджеты, многие члены совета приходят к выводу, что этот орган перестал выполнять свою роль. К примеру, во многих селах Верхоянского района сокращения составили от 1 до 3 миллионов рублей, что для маленьких отдаленных населенных пунктов крайне ощутимо», – отмечает глава Эгинского наслега В. Бурцев [4].

По итогам совещания главы муниципальных образований Якутии избрали 11 делегатов для более детальной работы с Государственным собранием (Ил Тумэн) Республики Саха (Якутия). Обсуждение состоялось 29 января 2021 г. в формате видеоконференцсвязи с привлечением большого количества муниципалитетов, были рассмотрены вопросы бюджетной обеспеченности муниципальных образований республики на 2021 год и перспективы увеличения зарплат муниципальных служащих.

В 2020 г. в Якутии остро встал вопрос с обеспечением продовольствием Арктических районов в самый разгар холодов, перед самым Новым годом. 7 декабря 2020 г. доктор социологических наук, профессор У.А. Винокурова опубликовала свое обращение в правительство Республики Саха (Якутия) и Государственное собрание (Ил Тумэн) Республики Саха (Якутия), в связи с критической ситуацией, сложившейся со снабжением продовольствия в арктических улусах Якутии. Этому тревожному обращению предшествовало проведение по ее инициативе и руководством социологического исследования способом сетевого взаимодействия, «был проведен опрос населения всей Якутской Арктики методами фотографирования цен в торговых точках, гражданской науки, интервью, анализа статданных. Выявлено крайне тревожное положение в большинстве арктических поселений. Ввиду отсутствия зимнего завоза, с одной стороны, в продаже нет продуктов питания, с другой – отмечается неоправданно высокие цены. В большинстве удаленных сел отсутствуют не только стратегический запас продовольствия, но и продукты

повседневного питания, в некоторых селах нет ни магазинов, ни торговых точек. Нет установленного запаса продуктов по январь месяц. Нет детского питания. Не контролируется произвольность цен на продукты госзадания. Так, в с.Тумат Усть-Янского улуса 30 шт. яиц стоят 1200 руб, в Саккырыре – колбаса вареная – 900 руб за 1 кг., . в с. Хонуу – 1 кг картофеля – 380 р.уб Есть «блокадные» улусы, у которых нет речного транспорта, удаленные от межулусных перевалочных баз, внутриулусных дорог и открытие зимников ежегодно отодвигается в более поздние сроки… Такова ситуация в Якутской Арктике, где проживают 68 тысяч человек на 1,7 млн. кв. км. Приличное снабжение сложилось только в Анабарском улусе, где создали муниципальную торговлю в партнерстве с социально ответственным бизнесом» [5].

В результате факты, добытые с помощью сетевого взаимодействия, причем в кратчайшие сроки, стали инструментом воздействия для решения острого вопроса главами улусов, правительством и парламентом Якутии, федеральными структурами, депутатами Госдумы от республики, Общественной палатой Якутии.

Формирование сообществами гражданского общества собственного информационного поля посредством сетевого социального взаимодействия позволяет не только сформировать общественное мнение, актуализировать социально-экономическую и управленческую проблемы, но и принять участие в выработке и реализации важнейших управленческих решений.

Список литературы

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. / Пер. с англ. В.Л. Иноземцева. М.: Academia, 2004. 783 с.
2. Тоффлер Э. Третья волна / Пер. с англ. М: ООО «Издательство АСТ», 2004. 784 с.
3. Ушкин С.Г. Социология социальных сетей: ретроспективный анализ // Социологический журнал. 2013. № 1. С. 94–110.
4. Вечно дотационные. Главы поселений Якутии – о ежегодном урезании бюджетов, жизни сел и выборах. URL: https://news.ykt.ru/article/114438 (дата обращения: 25.10.2022).
5. Винокурова У. Якутская Арктика в беде! URL: http://yakutiakmns.org/archives/15091 (дата обращения: 25.10.2022).

ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ ПРАКТИК ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

MANAGEMENT EFFICIENCY IN THE CONTEXT OF TRANSFORMATION BUSINESS COMMUNICATION PRACTICES

А.В. Рушева
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
A.V. Rusheva
Lobachevsky University

В современных условиях ведения бизнеса актуализируется проблема деловых коммуникаций, меняются требования к их участникам. Основные причины: распространение цифровых технологий и необходимость приобретения знаний по их применению, разнообразием форм и источников информации, понимание особенностей национальных культур. Возможности эффективного управления кроются в умении работать в среде неопределенности и повышении коммуникативной компетенции.

In modern conditions of doing business, the problem of business communications is actualized, the requirements for their participants are changing. The main reasons: the spread of digital technologies and the need to acquire knowledge on their application, a variety of forms and sources of information, understanding the characteristics of national cultures. The possibilities of effective management lie in the ability to work in an environment of uncertainty and increase communicative competence.

Ключевые слова: деловое общение, эффективность, управление, неопределенность, информация, коммуникации

Keywords: business communication, efficiency, management, uncertainty, information, communications

Современный мир наполнен большим многообразием инноваций, которые в той или иной степени затрагивают все сферы жизнедеятельности человека. В свою очередь, условия многозадачности, существенное увеличение информационных потоков и их источников не могут не отразиться на способах взаимодействия и социальных коммуникациях, во многом определяющих конечные показатели деятельности. Особое значение эти условия имеют для молодых специалистов и руководителей, которые, несмотря на способности быстрой адаптации к изменениям внешней среды, имеют сравнительно небольшой жизненный и профессиональный опыт, являющийся залогом качественных управленческих решений.

Субъектами практической хозяйственной деятельности все чаще актуализируется потребность в новых способах достижения эффективности, то есть получения запланированного результата с заданными ресурсами. Все большее значение в решении данного вопроса приобретают нематериальные факторы, среди которых – организационные коммуникации. Их основными составляющими является общение (как процесс взаимодействия), коммуникационные каналы, информация и её формы, источники, носители.

Ключевой особенностью трансформации практик делового общения является широкое и практически повсеместное использование цифровых информационно-коммуникационных технологий. Коммуникации в электронной среде имеют свои преимущества и недостатки, предъявляют серьёзные требования к профессиональным и личностным качествам человека, предполагают качественное и современное техническое оснащение.

Задачи по освоению норм «цифровой культуры» и выработке навыков общения в виртуальной среде встают не только перед представителями бизнес-структур и управленцами, но практически перед каждым современным человеком. Заметим, что формирование цифровой компетентности успешнее проходит у представителей молодого поколения. Развитие психических функций и мышления происходит через использование «психологических орудий», в качестве которых в настоящее время выступают современные цифровые устройства, интернет, социальные сети; они стали «необходимыми и незаменимыми средствами профессиональной деятельности и общения ...» [1].

Показателем трансформации делового общения является заметное повышение роли межкультурных коммуникаций. Обязательными условиями их развития и успешной адаптации на международных рынках является наличие у участников знаний кросс-культурного менеджмента, практических умений установления/поддержания новых деловых контактов с представителями других культур и народов, которым часто присущ иной стиль ведения бизнеса, принципы межличностного и делового общения.

Одна из причин актуальности вопроса повышения эффективности управления – многообразие и динамичность большинства факторов внешней и внутренней подсистем организации, контроль за изменением которых даже с помощью современных методов прогнозирования и планирования не приводит к нужному результату. Иными словами, речь идет о преобладающей среде неопределённости, в которой, по мнению Г. Саймона, руководители в силу ограниченности ресурсов (в том числе, информационных) в своей деятельности основываются на здравом смысле, ориентируются не на максимальную, а удовлетворительную прибыль, принимают приемлемое для сложившейся

ситуации решение. Вместо «экономического человека» ученый предлагает модель «административного человека», эффективность деятельности которого оценивается согласно положениям концепции «ограниченной рациональности». Центральное место в ней занимает поведение и мышление человека, принимающего решения [2].

Большая часть мер, направленных на снижение степени неопределенности, содержит работу с информацией – главным предметом деятельности руководителя и включает такие действия, как обдумывание и формулирование проблемы, сбор, обработка и анализ данных, распространение, хранение/защита. Согласно модели управленческих ролей Г. Минцберга, менеджер является своеобразным информационным работником, который выполняет следующие взаимозависимые роли, определяющие объем и содержание административной работ, а именно, межличностные, представителя, лидера и связующего [3]. От грамотности их исполнения, умения «перевоплощаться» во многом зависит успех управленческого процесса.

Еще одним ярким проявлением трансформации делового общения являются новые критерии оценки работников, которые касаются теперь не только профессиональных знаний, но и умений грамотно и адекватно коммуницировать в виртуальной среде, использовать мессенджеры, вести социальные сети. Особую значимость приобретают навыки письменного делового общения, способности привлечения и удержания внимания коммуникаторов, создания положительного образа и надежного партнера по бизнесу, строгое соблюдение норм этики. Следует заметить, что повышение уровня коммуникативной компетентности и культуры общения необходимы для управленцев – представителей всех поколений, поскольку являются неотъемлемым условием конструктивного социального взаимодействия и достижения организационных целей.

На основе вышеизложенного и анализа научных источников выделим несколько наиболее важных условий эффективности делового общения:

= форма общения (online/offline), уровень организационной подготовки к осуществлению коммуникации;

= ясность формулировок, четкая целевая направленность коммуникаций, наглядность при изложении материала;

= профессиональная компетентность (как интегральный показатель специальных (профессиональных) знаний, опыта, ценностей и личностных качеств руководителя);

= наличие/возможность обратной связи, обеспечивающей контроль за правильностью понимания информации;

= цифровая грамотность, обусловленная эволюционированием компетенций, необходимых для работы в цифровой среде и с цифровыми продуктами, и предусматривающая навыки сбора, обработки и анализа данных с помощью компьютерных технологий.

В современных условиях ведения деятельности влияние коммуникационного фактора на качество разрабатываемых решений и итоги бизнес-процессов огромно, а знание принципов делового общения и владение коммуникативными технологиями являются обязательными составляющими профессиональной компетенции менеджера.

Список литературы

1. Петрунева Р.М., Васильева В.Д., Топоркова О.В. Студенческая молодежь в эпоху цифрового общества // Преподаватель XXI век. 2019. № 1-1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/studencheskaya-molodezh-v-epohu-tsifrovogo-obschestva (дата обращения: 02.10.2022).

2. Социологическая энциклопедия. Модель административного человека. URL: https://voluntary.ru/termin/ administrativnogo-cheloveka-model.html (дата обращения: 01.10.2022).

3. Классификация управленческих ролей по Генри Минцбергу. URL: https://www.hr-director.ru/article/67165-genri-mintsberg-18-m6 (дата обращения: 01.10.2022).

РЕЗЮМЕ КАК СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ МОЛОДЕЖИ И РАБОТОДАТЕЛЕЙ

RESUME AS A TOOL OF COMMUNICATION BETWEEN YOUTH AND EMPLOYERS

Е.А. Шинкаренко
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
E.A. Shinkarenko
Lobachevsky University

Анализируется электронное резюме как способ коммуникации между соискателем и работодателем. На основе авторского эмпирического исследования с использованием метода контент-анализа выделены основные сюжеты графы «О себе» в резюме молодежи. Характеристики соискателей разделены по степени универсальности/индивидуализированности (универсальные, универсально-специфичные, индивидуализированные).

The electronic resume is analyzed as a way of communication between the applicant and the employer. Based on the author's empirical research using the method of content analysis, the main plots of the column "About myself" in the resume of young people are highlighted. The characteristics of applicants are divided according to the degree of universality/individualization (universal, universally-specific, individualized).

Ключевые слова: поиск работы, молодежь, исследование резюме, молодежная коммуникация

Keywords: job search, youth, resume research, youth communication

Современные коммуникационные технологии, главным образом сеть интернет, становятся одним из факторов трансформации на рынке труда. Меняется содержание труда, появляются новые профессии, обнаруживаются новые каналы поиска работы. Коммуникацию можно описать через схему Г. Лассвелл: кто, что говорит, кому, по какому каналу, с каким эффектом [1]. В ситуации поиска работы отправителем сообщения выступает соискатель, получателем – работодатель, содержание сообщения подразумевает описание образования, опыта, навыков. В качестве каналов коммуникации можно выделить реальные (знакомые, деловые контакты, преподаватели) и виртуальные (сайты вакансий, сайты компаний-работодателей, сайты служб занятости, сайты частных рекрутинговых компаний, социальные сети). Эффектом коммуникации будет приглашение на собеседование.

Согласно данным компании Медиаскоп, в 2020г. среди молодого населения (до 44 лет) более 90% пользовались интернетом, а среди самых молодых россиян (12-24 лет) использование приблизилось к 100%. Д.С. Васильев, С.Ю. Рощин, С.А. Солнцев отмечают рост стратегий поиска работы с использованием интернет [3]. Исследование Д.А. Софронова показало, что до 50% студентов выпускных курсов используют виртуальные площадки для поиска работы, отмечается возрастание роли и социальных сетей при поиске работы [4].

Электронное резюме содержит формализованную часть, где указывается уровень образования, наличие/отсутствие опыта работы, основные навыки. Существует и неформализованная часть, где в графе «о себе» молодежь может сообщить любую информацию, кажущуюся важной соискателю. В октябре-ноябре 2018 г. было проведено авторское исследование «Электронное резюме как элемент профессионального карьерного поля». На крупнейшем российском портале поиска работы HeadHunter.ru осуществлен сбор резюме молодежи (18-

25 лет), ищущей работу в Нижнем Новгороде, выборка сплошная (N=1021, М=505 чел., Ж=516 чел.).

Графа «О себе» была заполнена в 314 резюме, тексты были обработаны в программе Лекта. Базовый словарь составил 15 000 слов, словарь для изучения интересующей проблемы 98 семантических цепочек. В результате были получены факторы, обозначающие основные сюжеты графы «О себе» в резюме молодежи. В сознании молодых людей есть некий стандартный набор навыков для успешной карьеры, с той или иной степенью индивидуализации.

К универсальным навыкам (то есть присущим многим кандидатам) можно отнести компьютерную грамотность, знание языков. В эпоху цифровизации *компьютерная грамотность* выступает обязательной компетенцией на рынке труда. В базу входит пакет Microsoft Office, чаще всего упоминаются программы для работы с электронными таблицами (Excel) и текстами (Word). Значительно реже молодые люди пишут о владении программой для создания презентаций (Power Point). Знания соискателей зачастую не ограничиваются офисными программами, встречаются упоминания специализированных программ: 1С, ТехЭксперт, Lotus Notes, R-Keeper.

Знание языков на различном уровне. Многие упоминают английский (элементарный, средний, свободный, ведение переговоров и переписки, наличие сертификатов и международных экзаменов). Встречаются упоминания других языков. В отдельный сюжет выделяются *коммуникативные навыки*, такие как грамотная речь, легкость налаживания контакта с людьми.

Разнообразные умения и навыки, среди которых работа с людьми, информацией (анализ, синтез, принятие решений), документами. Навыки разрешения конфликтов, нахождения компромиссов, адаптации, презентации продукта. Способность к быстрому обучению, работе в режиме многозадачности, качественное выполнение задач, освоение в сжатые сроки навыков, связанных со спецификой компании. Способность работать в команде и самостоятельность могут встречаться как отдельные навыки, так и встречаться одновременно как показатель универсальности кандидата.

Большой блок сюжетов связан с *образованием* и его адаптацией к трудовой и профессиональной сфере, обозначим их как универсально-специфичные, поскольку ими обладают кандидаты с определенным уровнем и профилем образования.

Упоминание вуза, факультета, специальности, тематики дипломных работ указывают на сферы, в которых соискатель обладает углубленными знаниями. Упоминаются непосредственные знания, связанные опытом практики и стажировок. Можно увидеть информацию про опосредованные умения и

навыки, связанные с умением организовывать работу, планировать время, анализировать информацию. Отдельно выделены сюжеты, касающиеся *специфики студенческой занятости* (работа на неполный день, подработка). Можно встретить и описание внеучебной деятельности, опыт участия в конкурсах и проектах, ссылки на рекомендации. Здесь же упоминаются элементы символического капитала (награды, грамоты, победы в конкурсах).

Помимо информации об образовании есть сюжет об интересующей сфере работы. Упоминают те отрасли, где уже пробовали работать, и рассказывают о желании смены профиля или о продолжении развития. Здесь же можно зафиксировать несколько сюжетов, показывающих *взаимосвязь образования и трудоустройства*. Во-первых, поиск *работы по специальности*, полученной в вузе или сузе. Во-вторых, поиск работы в сфере, которая не связана с образованием напрямую, но интерес возник в ходе обучения (учился на радиофаке, но заинтересовался организацией мероприятий). В-третьих, указывается опыт развития в определенной сфере без упоминания обучения в вузе/сузе.

В отдельный блок мы выделили информацию о *профессиональных навыках и стремлениях*. Здесь звучат сюжеты о заинтересованности в профессиональном росте и самореализации, обозначается вектор возможного расширения способностей, направления профессионального развития. Стремление к совершенствованию знаний по своей специальности, саморазвитию, профессиональному росту, успешной карьере в крупной компании, обучению. В качестве особой подгруппы стремлений обозначим карьерный рост, желание зарабатывать, нацеленность на результат, активная жизненная позиция.

Индивидуализированные сюжеты содержат информацию о личных качествах кандидата: ответственность, коммуникабельность, стрессоустойчивость, исполнительность, аккуратность, внимательность, дисциплинированность. Сюда же вошли сюжеты о разнообразных увлечениях: спорт, чтение, кино, фотография.

Итак, резюме можно рассматривать как одно из главных средств коммуникации соискателя и работодателя. Такое взаимодействие может осуществляться посредством различных каналов, в том числе в сети интернет (электронная почта, сайт работодателя, порталы для поиска работы). В электронном резюме существует как формализованная, так и неформализованная часть. К неформализованной части относится раздел «О себе». Данный раздел включает универсальные сведения, к которым относится компьютерная грамотность, знание языков, навыки работы с людьми,

информацией, документами, способность к быстрому обучению и адаптации. К универсально-специфичным мы отнесли сюжеты, касающиеся полученного образования, опыта практик, адаптации полученных знаний к профессионально-трудовой сфере. Резюме также содержит индивидуализированные сведения о личных качествах и увлечениях соискателей. В целом можно говорить о том, что молодежь при поиске работы сообщает работодателю максимально широкий спектр сведений о себе.

Список литературы

1. Лассвелл Г. Структура и функции коммуникации в обществе // Хрестоматия по курсу «Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования» / пер. М.М. Назарова. М: «Аванти плюс», 2003. С. 233–433.
2. Аудитория интернета в России в 2020 году // Исследовательская компания Mediascope. URL: https://mediascope.net/news/1250827/ (дата обращения: 23.03.2022).
3. Васильев Д.С., Рощин С.Ю., Солнцев С.А. Эволюция технологий поиска работы на рынке труда в интернет-эпоху [Электронный ресурс]: препринт WP15/2016/02 / Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. 21 с. URL: https://lirt.hse.ru/WP15_2016_02 (дата обращения: 23.03.2022).
4. Софронов Д.А. Выбор каналов работы студентами выпускных курсов // Развитие социального пространства России: новые вызовы и перспективы. Материалы Всероссийской научно-практической конференции / Под ред. С.М. Вдовина. Издательство: Государственное казенное учреждение Республики Мордовия "Научный центр социально-экономического мониторинга", 2018. С. 363–367.

СЕКЦИЯ 5

КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ МОЛОДЕЖИ В МЕЖПОКОЛЕННОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ

ДОКЛАДЫ

КОММУНИКАТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МЕЖПОКОЛЕННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СЕМЬЯХ РАБОЧИХ*

COMMUNICATIVE FEATURES OF INTERGENERATIONAL INTERACTION IN WORKERS' FAMILIES

Ю.В. Андреева, Е.Л. Лукьянова
Ульяновский государственный университет, г. Ульяновск
Yu.V. Andreeva, E.L. Lukyanova
Ulyanovsk State University, Ulyanovsk

Представлены материалы проекта «Стратегии поведения рабочих на рынке труда в сложных эпидемиологических условиях» (грант РФФИ, №20-04-60221, 2020-2022 гг.). На примере двух поколений одной рабочей семьи рассматриваются коммуникативные особенности взаимодействия её членов. Показано, что труд, а также ситуации, разворачивающиеся вокруг работы, выступают и предметом, и поводом для внутрисемейной коммуникаций.

On the example of two generations of one working family, the communicative features of the interaction of its members are considered. It is shown that labor, as well as situations unfolding around work, are both the subject and reason for intra-family communications.

Acknowledgements. This work was supported by Russian Foundation for Basic Research, project No. 20-04-60221 «Strategies for Workers' Behavior in the Labor Market in Difficult Epidemiological Situation».

Ключевые слова: семьи рабочих, межпоколенческое взаимодействие, внутрисемейная коммуникация

Keywords: families of workers, intergenerational interaction, intra-family communication

Представленный текст носит эмпирический характер и представляет лишь малую часть результатов качественного лонгитюдного исследования 75 рабочих Ульяновской области, с которыми на протяжении 2020–2022 гг. проводились

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-04-60221 «Стратегии поведения рабочих на рынке труда в сложных эпидемиологических условиях» (2020-2022).

три этапа глубинных интервью. Лонгитюдные интервью проходили и в 25ти семьях рабочих с их ближайшими родственниками: супругами, родителями или взрослыми детьми. Мы остановимся на семьях молодых рабочих. В исследовании приняли участие 20 информантов до 35 лет.

Рассмотрим особенности межпоколенного взаимодействия на примере семьи Артемьевых (фамилия и имена участников изменены). Интервью давали глава семейства Валерий (62 года), его младший сын Владимир (28 лет) и супруга сына Ольга (23 года). В рассказах всех трёх информантов много говорилось и о семье старшего сына Максима (34 года), а также о семье Ольги – её бабушке (70 лет), матери (40 лет) и брате (10 лет). Валерий и его сыновья сейчас работают сантехниками, и, на первый взгляд, можно отметить семейную преемственность, но это не совсем так. Как отец, так и сыновья попробовали себя в разном ремесле. Сам Валерий долгие годы работал фрезеровщиком на заводе, затем пытался добиться успеха в авторемонтном бизнесе. Но со временем остановился на сфере ЖКХ как самой привлекательной, с точки зрения заработков. Сейчас Валерий на пенсии, но не собирается оставлять работу. Владимир учился на врача, работал официантом, фотографом, менеджером, владельцем тира. Потерпев неудачу в этих начинаниях, он по совету отца пошёл к нему в ученики и за несколько лет смог стать сантехником самого высокого 6-го разряда. Старший брат Максим, имея высшее образование инженера, тоже в конечном итоге прошёл подготовку у отца и устроился сантехником. Теперь оба брата работают в одной управляющей компании.

К портрету семьи добавим, что, несмотря на разные домохозяйства «родителей» и «детей», в семье сложилась общая коммуникативная культура и налаженные, устойчивые внутрисемейные связи. Так, например, Валерий сначала построил коттедж себе, затем старшему сыну. Младшему сыну к свадьбе была куплена квартира. Братья живут близко друг от друга. Это распространённая в рабочей среде особенность – приобретать жильё как можно ближе друг к другу. Она касается не только родителей и взрослых детей, но и других родственников. Близкое проживание объясняется не только практическими соображениями, но и ценимой рабочими надёжности в принятии важных решений. Например, для них не характерны импульсивные покупки. Любое крупное приобретение принято долго и обстоятельно обсуждать с родственниками. Рассматриваемая семья – яркий пример значимости родственных связей в жизни рабочих. Валерий во всех трёх прошедших интервью старался найти подходящее для их клана сравнение. Он сравнивал его то с упряжкой лошадей: *«Я думаю, что в семье как в упряжке тройка коней. Вот когда конь один, он долго не протянет»*, то с «маленьким колхозом», где

всё делается сообща. Показывая интервьюеру фотографии своего дома и дома старшего сына, он намеренно обращал внимание, что своими силами они обустроили беседку, мангал, качели вместе с кем-то из сыновей. Ольга упоминает, что весь мелкий ремонт в их квартире – это зона ответственности её свёкра. Он и старший брат – постоянные гости в их доме. Валерий гордится тем, что его сыновья не выросли белоручками. Владимир вспоминает, как первый раз пошёл работать в 12 лет, когда *«в семье с родителями решили, что мне пора работать»*. Заметим, что у других молодых участников исследования трудовые биографии тоже начинались рано. Родители в рабочих семьях стремятся не только привить таким образом практические навыки своим детям, но и отвадить от сомнительных компаний. Детский труд был и до сих пор остаётся неплохим финансовым подспорьем в семьях рабочих. В его организации рабочие рассчитывают на родственные связи. Подростков, как правило, устраивают по документам старших родственников. Семьи не рассчитывают на какие-либо государственные программы. Неформальные пути трудоустройства подростков они считают более надёжным вариантом. Кстати, в семьях рабочих принято, чтобы подростки отдавали заработанное родителям, а не тратили по своему усмотрению.

Родственные связи и сети в семьях рабочих служат и основным каналом трудоустройства. Валерий за 15 лет работы в ЖКХ накопил немало контактов, позволяющих быстро решить вопрос с работой для его сыновей. Владимир тоже придерживался мнения, что поиск нового места через отца или старшего брата является наиболее эффективной стратегией. Его разочаровали попытки найти работу «современными» способами, например, через портал HeadHunter. Сын полагает, что их фамилия сама по себе является залогом качества работы. Для них она выступает весомым символическим капиталом. Глава семейства беспокоится о поддержании общесемейной профессиональной репутации. В свою очередь, его сын боится подвести отца.

Работа является основным содержательным предметом для коммуникации в семье – обсуждаются графики проведения работ в управляющих компаниях, детали их проведения. Отец обменивается с сыновьями личным рабочим инструментом и материалами. Те могут подбросить взамен тоже что-то из списанного оборудования. Обговаривается и «переброс заказов»: *«я туда (в отдалённые районы города – Авт.) уже не езжу, я отдаю сыновьям… не беру такую энергоёмкую работу, где надо напрягать спину, я отказываюсь. Я беру только по мелочи. Вот установку радиаторов я уже не беру, я звоню детям, они приезжают и делают»* (Валерий).

Родственные связи – это ещё и симбиоз различных подработок. Отец и сын признаются, что их официальные зарплаты составляют меньше половины получаемых доходов. Остальное приходится на «шабашки». Подработки братьев не ограничиваются только сантехническими заказами. Они берутся за строительные работы. Иногда вместе с отцом выполняют мелкий ремонт автомобилей, могут согласиться вскопать огород или наколоть дров в деревне, где проживает семья Ольги. Оба поколения негативно относятся к организации бизнеса. В семье придерживаются мнения, что предпринимательство в местных условиях не может быть честным. Сами они не хотят идти на ухищрения. Свой голос здесь имеет жена младшего сына – бухгалтер, поработавшая в разных фирмах.

Вообще в семьях рабочих всё стараются делать собственными силами. Это ещё одна их особенность, связанная с принятыми коммуникативными практиками – рабочие, независимо от возраста, негативно относятся к тому, чтобы обращаться за сторонними бытовыми и ремонтными услугами. Между отцом и сыновьями сложилось распределение, какие виды работ у каждого получаются лучше всего. Братья тоже являются опорой и главной рабочей силой для родителей супруг и близких друзей. В частности, Ольга рассказывала про устраиваемые «трудовые десанты» братьев, если её бабушке или матери, проживающим в деревне, требуется помощь. Те, в свою очередь, обеспечивают трансферт натуральными деревенскими продуктами. Друзья и их родители тоже включены во взаимообмены семьи. Тем более, что Артемьевым они знакомы с детских лет их сыновей.

Важная часть коммуникация семьи – денежные обмены. У Артемьевых сложилась довольно сложная их система. Родители помогают сыновьям: каждому из них они ещё в студенческие времена подарили по машине. Глава семьи считает наличие автомобиля важным условием успешной работы сантехником, позволяющим существенно сократить время выполнения официальных вызовов и быстрее перейти к «шабашкам». Поэтому, как только младший сын устроился сантехником, Валерий решил поменять машину сына на более подходящую и взял на себя выплату кредита за неё. Родители много помогают сыновьям и в других денежных вопросах. Сыновья не всегда могут вернуть долги родителям деньгами. Да и те, как правило, отказываются от денег. Приемлемой формой расплаты считается покупка бытовой или компьютерной техники, в выборе которой старшее поколение испытывает затруднения. Или вот Ольга смогла «одолжить» у своей фирмы стулья, которые были переданы в дом Валерия. Материальная помощь братьев друг другу засчитывается родителями в качестве погашения долгов перед ними.

Таким образом, коммуникативную специфику межпоколенной взаимосвязи на примере рассмотренной семьи можно было бы определить как «коммуникация для работы и о работе». Тема труда красной нитью проходит через большинство внутрисемейных трансляций в рабочих семьях. В связи с этим, нам представляется перспективным продолжить изучение коммуникативной культуры семей рабочих в её взаимосвязи со складывающимися трудовыми отношениями.

ВОЛОНТЕРСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ ДЛЯ АКТИВНОГО ДОЛГОЛЕТИЯ
VOLUNTEERING AS A SOCIAL COMMUNICATION TOOL FOR ACTIVE LONGEVITY

К.Д. Барашкова
Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова, г. Якутск, Республика Саха (Якутия)
Г.Г. Алексеева
Чурапчинский государственный институт физической культуры и спорта, с. Чурапча, Республика Саха (Якутия)
K.D. Barashkova
North-Eastern Federal University named after M.K. Ammosov, Yakutsk, Sakha Republic (Yakutia)
G.G. Alekseeva
Churapcha State Institute of Physical Education and Sports, Churapcha, Sakha Republic (Yakutia)

Волонтерская деятельность имеет социально значимое воздействие, позволяя расширять возможности социальных потребностей людей пожилого возраста, способствует их участию в общественной жизни. Волонтерство играет важную роль в развитии гражданского общества, являясь важным инструментом активного долголетия, делая доступным сферы образования, культуры, спорта.

Volunteering as a social phenomenon contributes to meeting the social needs of older people, expanding their opportunities to participate in public life. Volunteering with the elderly plays an important role in the development of civil society. Volunteering is an important tool for active longevity, making the spheres of education, culture, and sports accessible.

Ключевые слова: волонтерство, пожилые люди, активное долголетие, социум, социальные потребности

Keywords: volunteering, elderly people, active longevity, society, social needs

Волонтерская деятельность сегодня распространяется очень интенсивно, что показывает высокую потребность в сторонней помощи в самых разных ситуациях и сферах общественной жизни. Оказывая бескорыстную помощь, волонтеры не только являются помощниками для нуждающихся, но и сами получают духовно-нравственное удовлетворение от возможностей оказания поддержки и реализации своего потенциала.

Сегодня в России проживают 23 млн человек пожилого возраста. Задача общества состоит в том, чтобы и в возрасте человек старше 65 лет мог включаться в активную социальную жизнь: получать образование, заниматься любимым делом, спортом, интересно проводить свой досуг, помогать другим. Удовлетворенность качеством жизни людей старшего поколения зависит от возможностей самореализации.

«Старение связано не только с угасанием, но и включением активных механизмов саморегуляции, новых приспособительных механизмов, сдерживающих процессы деградации и повреждений соматического, психического и социального самочувствия пожилого человека» [1, с. 76]. Следовательно, у людей пожилого возраста открываются новые перспективы для активной жизнедеятельности. То, что раньше останавливало пожилых людей в виде заботы о детях, профессиональной деятельности, после выхода на пенсию и взросления детей уже не является столь сдерживающим фактором.

С точки зрения социального – периодизация жизни человека и этапы жизненного пути рассматриваются в следующих аспектах: социальное поведение людей, их социальные функции и роли в различные периоды жизни, уровень жизни и человеческого развития, которое измеряется с помощью показателей долголетия, образованности, социальной включенности людей тех или иных возрастов в разные сферы социальной жизни – трудовую деятельность, политическое участие, образование, пенсионное страхование и обеспечение, культуру в целом, а также социальной эксклюзии, то есть исключения пожилых людей из социальной, политической, культурной и экономической сфер жизнедеятельности общества.

«Понятие активного долголетия – это процесс оптимизации возможностей для обеспечения здоровья, участия в жизни общества и защищенности человека с целью улучшения качества его жизни в ходе старения» [2, с. 4].

Исходя из задач национального проекта «Демография: «Увеличение периода активного долголетия и продолжительности здоровой жизни», регионы должны предусмотреть мероприятия, способствующие повышению социальной активности пожилых людей через волонтерство и «серебряное» волонтерство [3].

«Серебряное» волонтерство направлено на вовлечение в добровольческую деятельность людей старшего поколения; возможность наиболее полно реализовать себя, познать новое, принести пользу обществу, приобрести дополнительный опыт; возможность поделиться накопленным жизненным опытом, своими умениями, знаниями, навыками для общего дела; возможность сохранить социальную активность, обрести новых друзей и единомышленников, чего, зачастую, так не хватает многим людям старшего поколения [4].

По данным 2022 г. федеральной программы «Молоды душой», в регионах России развивается серебряное волонтерство, создано 53 региональных центров. На основе цифровых данных единой информационной системы «dobro.ru», признанной легальной на основе постановления Правительства РФ от 17.08.2019 г. №1067 «О единой информационной системе в сфере развития добровольчества (волонтерства)» [5], в единой информационной системе зарегистрировано с 55-64 года рождения – 2,42% волонтеров, с 65+ лет – 0,92% (всего по зарегистрировано – 3572296 волонтеров). Волонтеры, помогающие по направлению старшее поколение, всего – 218286 человек, организации по данному направлению – 10016, проведенные мероприятия – 25341, проекты – 10487 [6].

На основе вышеприведенных данных видно, что актуальным является проведение исследования для выявления распространенности волонтерской помощи среди людей старшего возраста и её роли в их социальной самореализации. Важно выявить и интерес молодежи в оказании помощи пожилым.

Список литературы

1. Фролькис В.В. Старение и биологические возможности организма. М.: Наука, 1975. 272 с.
2. Концепция политики активного долголетия: научно-методологический докл. к XXI Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 2020 г. / под ред. Л.Н. Овчаровой, М.А. Морозовой, О.В. Синявской; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. 40 с.
3. Паспорт Национального проекта «Демография» (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектом (протокол от 24 декабря 2018 г. №16)). URL: https://base.garant.ru/72158122/ (дата обращения: 25.10.2022).
4. Алексеева Г.Г., Местникова А.Е. Региональные особенности "Серебряного " волонтёрства в Якутии // Роль физической культуры и спорта в развитии человеческого капитала и реализации национальных проектов:

Материалы всероссийской научной конференции с международным участием = Proceedings of All-Russian scientific conference with international participation, Якутск, 06 декабря 2019 года / Составители С.С. Гуляева, А.Ф. Сыроватская. Якутск: ООО "Компания "Дани-Алмас", 2019. С. 41–45.

5. Постановления Правительства РФ от 17.08.2019 г. №1067 «О единой информационной системе в сфере развития добровольчества (волонтерства)». URL: http://static.government.ru/media/files/8YxhRxRKMdjmGSoPJgc8phKQIhAJMiNo.pdf (дата обращения: 04.02.2022).

6. Аналитика волонтерства России. URL: https://dobro.ru/analytics?utm_source=dobroru&utm_medium=organic&utm_campaign=promo&utm_content=headerservices (дата обращения: 12.06.2022).

МОДЕЛИ ДЕМОГРАФИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ В МЕЖПОКОЛЕННОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ

MODELS OF DEMOGRAPHIC BEHAVIOR IN INTERGENERATIONAL INTERACTION

В.А. Блонин
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
V.A. Blonin
Lobachevsky University

На основе анализа основных аспектов отношений между поколениями, касающихся ценностных представлений о семье, браке, детях, предлагается проведение специализированного социологического исследования. Такое исследование предполагает выявление форм, способов и эффективности межпоколенных трансфертов в формировании моделей демографического поведения (брачного, репродуктивного) у современной молодежи.

Based on the analysis of the main aspects of intergenerational relations concerning the value concepts of family, marriage, children, it is proposed to conduct a specialized sociological study. Such a study involves the identification of forms, methods and effectiveness of intergenerational transfers in the formation of models of demographic behavior (marital, reproductive) among modern youth.

Ключевые слова: межпоколенные отношения, модели брачного и репродуктивного поведения

Keywords: intergenerational relations, models of marital and reproductive behavior

Глубокая трансформация российского общества в конце XX – начале XXI вв. проявилась во всех сферах жизни. Она сопровождалась и нарастанием

проблем в демографическом развитии общества, в характере воспроизводства новых поколений. Многие из этих проблем оказались тесно взаимосвязаны с изменениями, происходящими с институтом семьи, с формированием новых моделей брачного, семейного, репродуктивного поведения. Речь идет о процессе трансформации семьи в рамках общемировых тенденций, которые не могли не затронуть и российское общество.

Очень важным аспектом в изучении этих изменений является их отражение во взаимоотношениях между поколениями, формах, факторах и последствиях взаимодействия «отцов и детей», прежде всего в рамках семьи, поскольку она является первым и наиболее индивидуальным уровнем отношений между различными поколениями.

Следует учитывать и значительные изменения в характере межпоколенных отношений, связанные с заметным обесцениванием накопленного опыта старших поколений, в результате кардинальной перестройки всех сфер человеческого бытия в постиндустриальном обществе. Научно-технический прогресс, усложнение социокультурной реальности сопровождаются ломкой традиций и норм, изменением способов и форм передачи ценностного опыта от поколения к поколению.

Американский антрополог М. Мид выделила три типа культуры межпоколенных отношений:

- Постфигуративные (в них дети учатся у своих предков),
- Кофигуративные (в которых дети и взрослые учатся у своих сверстников),
- Префигуративные (когда взрослые учатся у своих детей).

В ее концепции, увеличение роли в современном обществе префигуративных отношений предполагает уменьшение значимости межпоколенных трансфертов от родителей к детям и рост обратного информационного потока от детей к родителям [1]. Это отражается на отношении молодежи к традициям и ценностям старших поколений, что, в свою очередь, оказывает заметное воздействие и на поколение родителей. Параллельно с этим происходит нарушение и самих межпоколенных связей, нарастание конфликтности в отношениях между поколениями. И хотя, как отмечал И. Кон, это не означает полного отказа молодежи от опыта прошлых поколений и транслируемой ими культурной традиции [2], указанные процессы нарушают универсальные принципы преемственности поколений как одной из основ человеческой цивилизации.

Среди комплекса проблем, относящихся к межпоколенному взаимодействию, хотелось бы выделить то, что связано с передачей представлений о семье, семейных ценностях, предпочтительных формах

семейных союзов, внутрисемейных отношениях, репродуктивной функции семьи. Следует отметить, что достаточно большое число социологических и демографических исследований посвящены анализу современных социально-демографических процессов, трансформации института семьи, формированию и развитию социально-демографических поколений, моделей демографического поведения, основных целей и форм социально-демографической политики [3]. В центре внимания таких исследований – основные тенденции в трансформации семейного института, семейных ценностей, формирование и особенности основных социально-демографических поколений в современной России, специфика межпоколенных трансфертов, конфликты в межпоколенных коммуникациях. Вместе с тем, проблемы формирования ценностных представлений и моделей демографического поведения через взаимодействие поколений еще ожидают специализированных исследований. Можно отметить попытки исследования данных проблем в некоторых аспектах, в частности в работе Е.С. Митрофановой [4]. В ее основе – материалы лонгитюдного социально-демографического обследования «Родители и дети, мужчины и женщины в семье и обществе» (РиДМиЖ) в рамках большого международного проекта [5]. Однако этот материал основан на рассмотрении широкого круга вопросов, касающихся семьи и домохозяйства, взаимоотношений между мужчинами и женщинами, родителями и детьми, а также особенностей их взглядов на значительный комплекс семейных проблем. Вместе с тем для изучения поставленных выделенных аспектов межпоколенных отношений более продуктивным представляется специализированное социологическое исследование. Предлагается оценить перспективы и возможности изучения того, как формируются представления о семье и семейных ценностях в рамках самой семьи в формате межпоколенных отношений, их репродукция от поколения к поколению (включая обратное воздействие младших на старших), а также в динамике межпоколенных трансфертов.

К основным аспектам исследования можно отнести:

- выделение ныне живущих социально-демографических поколений (с особенностями исторических условий их формирования и развития),
- выявление основных моделей демографического поведения в представлениях каждого из поколений,
- оценка эволюции взглядов, представлений, ценностных приоритетов от поколения к поколению,
- характер, способы и результативность взаимовлияния поколений по вопросам отношения к семье, браку, детям,

- общее и особенное в представлениях о моделях демографического поведения, солидарность и конфликты в межпоколенных коммуникациях.

Наиболее перспективным может быть комплексный подход, сочетающий методы исторического, социологического, психологического анализа. Такое комплексное изучение требует проведения специализированного социологического исследования, представляющего стандартизированный опрос представителей трех поколений (молодые люди, среднее и старшее поколение) в сочетании с качественными интервью. Квотная выборка будет состоять из респондентов трех возрастных групп (мужчин и женщин).

Круг вопросов для стандартизированного опроса предполагает выяснение того:

- какое место занимает семья в системе ценностей каждого поколения,
- каковы предпочтительная модель брачного (матримониального) поведения, представления о наиболее предпочтительной форме семейного союза, возрасте и условиях вступления в брак, отношение к разводам и повторным бракам,
- какой видится модель репродуктивного поведения (отношение к детности и бездетности, желательное число детей в семье и т.д.),
- какова роль родителей в формировании ценностных представлений о семье, предпочтительных моделей брачного и репродуктивного поведения,
- как оценить способы, формы и эффективность межпоколенных трансфертов ценностных и практических представлений о семье, браке, детях,
- каким образом строится межпоколенная коммуникация по вопросам брака, семьи, детей (от согласия до конфликтов),
- что можно сказать о роли внешних факторов и их воздействии на межпоколенные отношения и формирование моделей демографического поведения (государственная политика, медиа- и интернет-среда).

Формой практической реализации такого исследования может быть проведение пилотного проекта, аналитическая оценка его результатов и возможная его пролонгация.

В чем может заключаться научная и практическая значимость исследования?

К основным результатам исследования можно отнести:

- выявление комплекса ценностных представлений о браке, семье, детях и путях их формирования у представителей разных социально-демографических поколений;

- анализ факторов для выбора собственной модели демографического поведения для разных поколений и роли в этом выборе межпоколенных трансфертов;

- оценку эффективности межпоколенной коммуникации при выборе собственной модели демографического поведения;

- определение форм и результативности внешнего воздействия (со стороны государства и общества) на межпоколенные взаимоотношения в целях формирования желательной модели демографического поведения.

Список литературы

1. Мид М. Культура и мир детства. М.: «Наука», 1988. 429 с.
2. Кон И.С. Социология личности. М. 1967. 109 с.
3. См., например: Демографическая ситуации в России: новые вызовы и пути оптимизации / Национальный демографический доклад / Под ред. С.В. Рязанцева. М.: Изд-во «Экон-Информ». 2019; Синельников А.Б. Семья и брак: кризис или модернизация? // Социологический журнал, 2018. Т. 24. № 1. С. 95–113; Иванова Е.И. Социально-демографические поколения современной России: воспроизводство и взаимодействие / Диссертация на соискание ученой степени доктора социологических наук по специальности 22.00.04. Москва, 2013 // https://www.dissercat.com/content/sotsialno-demograficheskie-pokoleniya-sovremennoi-rossii; Пишняк А.И. Внутрисемейные конфликты: основания, концентрация, детерминанты // Родители и дети, мужчины и женщины в семье и обществе / Под науч. ред. С.В. Захарова, Т.М. Малевой, О.В. Синявской; Независимый институт социальной политики. М.: НИСП, 2009. С. 185–204.
4. Митрофанова Е.С. Демографическое поведение поколений россиян в сфере семьи и рождаемости // Экономический журнал ВШЭ, 2014. №4. С. 519–542.
5. См., например: Родители и дети, мужчины и женщины в семье и обществе / Под науч. ред. С.В. Захарова, Т.М. Малевой, О.В. Синявской; Независимый институт социальной политики. М.: НИСП, 2009.

ЗАБВЕНИЕ В ПАМЯТИ СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ СТУДЕНТОВ ИЛИ ОТСУТСТВИЕ ДИАЛОГА МЕЖДУ ПОКОЛЕНИЯМИ? (ПО ИТОГАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)

OBLIVION IN THE MEMORY OF CONTEMPORARY RUSSIAN STUDENTS OR LACK OF INTERGENERATIONAL DIALOGUE? (BASED ON SOCIOLOGICAL RESEARCH)

Н.В. Дулина
Волгоградский государственный университет, г. Волгоград
Е.В. Ануфриева
Волгоградский государственный технический университет, г. Волгоград
N.V. Dulina
Volgograd State University, Volgograd
E.V. Anufrieva
Volgograd State Technical University, Volgograd

Эмпирическую базу составляют данные, полученные Российским обществом социологов в ходе реализации масштабного проекта «Культурное наследие и связь поколений» (2022 г.). Показано, что при уважительном отношении к народной культуре наблюдаются тенденции угасания интереса современных российских студентов к народной культуре и формам ее проявления, что позволяет говорить о забвении памяти.

The empirical base of this article is the data obtained by the Russian Society of Sociologists during the implementation of the large-scale project «Cultural Heritage and the Connection of Generations» (2022). It is shown that with a respectful attitude to folk culture, there are tendencies of fading interest in folk culture and the forms of its manifestation among modern Russian students, which allows us to talk about forgetting memory.

Ключевые слова: поколение, российские студенты, молодежь, культура, память, межпоколенные связи

Keywords: generation, Russian students, youth, culture, memory, intergenerational ties

Память (историческая, культурная, социальная) в последнее время стала предметом пристального внимания не только в академических кругах, но и среди обычного населения, весьма далекого от научных дискуссий. Быть может, именно поэтому исследователи все чаще ищут ответы на свои вопросы, обращаясь непосредственно к носителям интересующей их информации, к памяти конкретных людей. Оставляя за рамками нашего анализа работы специалистов, работающих с историческими и архивными документами,

заметим, что довольно часто обращение исследователей к памяти / забвению современников своей преследует цель выявления:

– отношения какой-либо социальной группы к событиям и фактам Великой Отечественной войны (см., напр., [1; 2]);

– контекста исторических событий, содержащегося в устных историях, воспоминаниях, эгодокументах участников и свидетелей каких-либо событий (см., напр., [3]);

– общего и специфического, обнаруживаемого в сравнении эмпирических данных, полученных на разных социальных группах (см., напр., [4]);

Мы бы хотели показать эмпирические данные, полученные в ходе социологического исследования, инициированного РОС в 2022 году «Культурное наследие и связь поколений» и отражающие состояние памяти по культурному наследию. С техническими параметрами проведенного исследования (цель, задачи, предмет, выборка) можно познакомиться как в уже опубликованных материалах [5], так и на сайте РОС. Заметим лишь, что объектом исследования выступали студенты российских вузов – граждане России. Указанное исследование было проведено во всех федеральных округах страны, в том числе и в Южном федеральном округе (ЮФО), данные по которому и будут показаны ниже (N=2329).

В целом российские студенты согласны с тем, что современный человек должен хорошо знать культуру своего народа. Лишь 4,6% студентов, опрошенных в ЮФО, сошлись во мнении, что культуру своего народа знать вовсе не обязательно, что в современном мире это уже не важно, а культуры отдельных народов давно потеряли актуальность. Более четырех пятых (82,1%) респондентов убеждены, что необходимо прилагать все усилия, чтобы сохранить народную культуру и передать ее потомкам. Вопрос, сохраняют ли и готовы ли современные студенты передавать народную культуру последующим поколениям? Ответ на этот и ряд других вопросов не столь однозначен, как можно было бы предположить (см. табл. 1). Особо отметим, что в таблице представлены только оценки студентов, более старшие поколения в ходе исследования не опрашивались. Это они – студенты – так видят, понимают и оценивают свою собственную включенность в проявление народной культуры, а также их родители и бабушки/дедушки.

Таблица 1

Мнение студентов ЮФО о том, каким образом проявляется отношение их семей к народной культуре, %

Просим Вас указать, каким образом проявляется отношение Вашей семьи к народной культуре	*Поколения*		
	Студент (лично)	*Мама, папа*	*Бабушка, дедушка*
Уважают и соблюдают народные обычаи	56,0	66,9	84,7
Знают и поют народные песни	34,7	43,4	71,6
Играют на национальных музыкальных инструментах	11,6	13,0	29,1
Учат и пользуются родным языком в повседневности	74,9	76,3	80,3
Слушают национальную музыку	43,7	49,1	62,0
Читают литературу на родном языке	72,8	71,3	74,9
Собирают библиотеку на родном языке	37,7	40,5	56,2
Танцуют народные танцы	24,4	21,9	31,1
Используют в одежде элементы народного костюма	10,3	12,3	27,1
Имеют собственный национальный костюм	7,9	9,1	21,1
Исполняют религиозные обряды	22,7	35,6	49,9
Готовят блюда национальной кухни	57,8	80,2	82,1
Воспитывают детей в традициях своего народа	18,4	51,2	59,5
Вышивают, вяжут, лепят в народном стиле	13,7	23,1	44,9
Освоили народные промыслы	10,6	16,8	31,9
Используют народную медицину	17,9	32,2	53,5
Обращаются к священнослужителю (мулле, пресвитеру, ламе, шаману и т. д.) за советами	15,2	27,1	39,2

Общая тенденция, о которой свидетельствуют данные, приведенные в таблице, может быть сформулирована следующим образом: по мнению современных российских студентов ЮФО, носителями народной культуры являются старшие поколения, причем заметна тенденция угасания проявления интереса и поддержания элементов народной культуры от старших поколений к молодому поколению. Можно предположить, что забвение памяти у современных студентов является следствием, с одной стороны, процессов глобализации, присутствующих уже практически во всех сферах жизнедеятельности современного общества. С другой стороны, сказывается отсутствие диалога между поколениями по передаче накопленного опыта, утрата практики разговоров по душам. Люфт «потерь» от поколения бабушек / дедушек к молодежи впечатляет.

Данная тенденция подтверждается ответами респондентов и на другой вопрос анкеты (см. табл. 2). Сохранение семейной истории – это в большей степени забота старших поколений, чем молодежи?

Таблица 2

Мнение студентов ЮФО о том, насколько их семьи интересуются историей, %

Просим Вас указать, каким образом проявляется отношение Вашей семьи к народной культуре	*Поколения*		
	Студент (лично)	*Мама, папа*	*Бабушка, дедушка*
Знают историю города, села, где живут	74,9	83,1	88,8
Смотрят документальные исторические фильмы	59,2	74,6	74,0
Посещают музеи	65,7	46,5	37,7
Читают краеведческую литературу	25,2	27,4	36,9
Интересуются историей страны, в которой родились	73,7	75,0	71,7
Хранят фотографии прадедушек / прабабушек	69,1	88,2	88,9
Хранят письма родственников	35,6	54,1	69,3
Знают девичьи фамилии бабушек	65,9	85,0	84,3
Используют в своей речи народные пословицы, поговорки	55,6	66,0	78,6

Оставим пока за рамками рассмотрения вопросы, связанные с языком, поскольку подавляющая часть опрошенных в ЮФО представлена русскими – 81%, и для анализа данного круга вопросов требуются более тонкие процедуры. Обратим внимание, что достаточно плотно объединяет все поколения приготовление блюд национальной кухни (в таблице выделено рамкой). Общий стол, традиция которого со временем утрачивается, объединяет представителей всех поколений за одним столом. За таким столом ведутся неспешные разговоры, льются воспоминания, поются песни. Как свидетельствуют результаты опроса, чаще всего общий стол в настоящее время объединяет родственников на двух семейных мероприятиях: свадьбах и похоронах.

Не имея возможности представить все полученные результаты, констатируем, что забвение памяти, отмеченное студентами в ходе опроса, как представленное их ответами в таблицах, так и оставшееся за пределами рассмотрения в данном материале, – это свидетельство того, что героем нашего времени может стать Иван, не помнящих родства. Иван этот, как известно, «подобен срубленной березе: в ней завтра нет, есть только слезы и умиранье естества».

Список литературы

1. Спасибо прадеду за Победу…: монография по материалам мониторинга «Российское студенчество о Великой Отечественной войне» (2005–2010–2015–2020 гг.) / [под общ. ред. Ю. Р. Вишневского]; Мин-во науки и высшего образования РФ. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2020. 352 с.

2. Каргаполова Е.В., Давыдова Ю.А., Дулина, Н.В., Дьякова В.В. Современное российское студенчество сквозь призму представлений о патриотизме // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2020. № 5 (68). С. 65–75.

3. Дулина Н.В., Ануфриева Е.В. Пожилые женщины России – хранительницы памяти о Великой Отечественной войне (по материалам устных историй о повседневной жизни в тылу во время Великой Отечественной войны) // Старшее поколение современной России / Под общей редакцией проф. З.Х. Саралиевой. Н. Новгород: Нижегородский госуниверситет им. Н. И. Лобачевского, 2021. С. 29–33.

4. Дулина Н. В., Петрунева Р. М., Васильева В. Д., Любцов А. А., Петрунева Ю. В. Патриотом быть обязан? (об отношении к событиям и фактам истории Великой Отечественной войны современных российских студентов и соотечественников, проживающих за рубежом: сопоставительный анализ) // Alma Mater (Вестник высшей школы). 2022. № 3. С. 35 – 45.

5. Дулина Н.В., Мансуров В.А., Пронина Е.И., Широкалова Г.С., Шкурин Д.В., Юрьев П.С. Народная культура в оценках российской студенческой молодежи // Научный результат. Социология и управление. 2022. Т. 8. № 3. С. 61–78.

ФОРМА ОБРАЩЕНИЯ МЕНЕДЖЕРОВ К ПЕРСОНАЛУ КАК КЛЮЧЕВОЙ ЭЛЕМЕНТ СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В КОМПАНИЯХ С РАЗНОЙ ВОВЛЕЧЕННОСТЬЮ В ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ

THE FORM OF MANAGERS' APPEAL TO PERSONNEL AS A KEY ELEMENT OF SOCIAL MANAGEMENT IN COMPANIES WITH DIFFERENT INVOLVEMENT IN INNOVATION PROCESSES

Л.Н. Захарова, А.С. Заладина
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
L.N. Zakharova, A.S. Zaladina
Lobachevsky University

Показано, что более короткая дистанция власти, устанавливаемая менеджерами в инновационной компании, обладает выраженным регулирующим поведение эффектом и положительно воспринимается персоналом, не зависимо от хронологического возраста и гендерной принадлежности. В ординарных компаниях, сохраняющих традиционную иерархически-клановую культуру, дистанция власти более выражена, обладает меньшей регулирующей силой, и ее восприятие зависит от хронологического возраста сотрудников.

It is shown that a shorter power distance established by managers in an innovative company has a pronounced regulatory effect and is positively perceived by the staff regardless of chronological age and gender identity. In ordinary companies, preserving traditional hierarchical-clan culture, the power distance is longer, has less regulating power, and its perception depends on the chronological age of employees.

Ключевые слова: инновационное развитие, организационная культура, дистанция власти, хронологический возраст, форма обращения, эмоциональное восприятие, эффект воздействия

Keywords: innovative development, organizational culture, power distance, chronological age, form of address, emotional perception, impact effect

Введение. Коммуникативные практики, принятые в организациях, имеют большое значение в управлении персоналом, так как являются основным элементом стиля управленческого взаимодействия, от которого зависит мотивация, вовлеченность персонала, его доверие менеджменту, субъективное благополучие как важнейший эмоциональный регулятор трудовой деятельности и принятия инноваций [1]. Это объясняется тем, что современный хорошо образованный персонал ожидает от менеджеров соответствующих коммуникативных практик, дающих ему высокую самооценку и чувство выполняемого достойного труда. Необходимость уважения к персоналу подчеркивается в манифесте, принятом на Давосском форуме [2], понятие достойного труда закреплено в резолюции ООН [3]. Одним из ключевых измерений достойного труда является социально-коммуникативное [4]. Известно, что для деловых коммуникативных практик в Советском Союзе была характерна дистанция власти, существенно более выраженная, чем это имело место в развитых рыночных экономиках [5]. В современной России деловая культура существенно меняется, но практически не исследованным остается вопрос, какие коммуникативные практики являются более эффективными [6]. Ключевым элементом коммуникации является обращение к партнеру, поскольку обращение сразу задает дистанцию, общий тон взаимодействия.

Цель: выявить формы обращения к персоналу инженерного корпуса в компаниях с разной вовлеченностью в инновационные процессы, силу эффектов и особенности их эмоционального восприятия мужским и женским разновозрастным персоналом.

Респонденты и методы. В качестве баз эмпирического исследования выступили две крупные машиностроительные компании нижегородского, типичного для России, промышленного региона. Одна компания (далее инновационная) успешно входит в новый технологический уклад индустрии 4.0,

а вторая (далее ординарная) испытывает многолетние трудности перехода в инновационный формат развития, ее жизнеспособность поддерживается из федерального бюджета. Менеджмент сталкивается с сопротивлением персонала. Компании закономерно имеют разные модели организационной культуры (ОК). В инновационной ОК рыночно-иерархического типа с выраженным адхократическим компонентом, в ординарной – иерархически-клановая модель, типичная для административно-командной экономики.

В качестве респондентов от каждого предприятия в исследовании приняли участие по три группы инженеров мужчин и женщин: до 35 лет, 35–54 года и 55 лет и старше в группе женщин, до 35–60 и 60 лет и старше в группе мужчин, примерно в равных пропорциях (по 30–35 человек), общее количество – 415 человек. Стаж работы у каждого респондента не менее трех лет, что обеспечивает полную адаптацию к условиям конкретной ОК. Авторская анкета позволила оценить дистанцию власти по типам обращения руководителя к подчиненным (максимальное значение – 5 баллов – обращение по фамилии, минимальное значение – 1 балл – обращение по уменьшительному имени), когда он доволен или не доволен их работой, а также важность для сотрудников формы обращения, силу его влияния, насколько сотрудники довольны или недовольны принятыми формами обращения. Результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1

Формы обращения и их восприятие разновозрастным персоналом в инновационных и ординарных компаниях

Возраст	Предприятие / пол	Форма обращения	Отношение менеджера			Восприятие персоналом обращения менеджера			
			Доволен	Недоволен	W	Важность	Сила влияния	Довольны (%)	Недовольны (%)
До 35	ОП-Ж	2,9	3,3	4,5	*	3,3	3,4	78,6	21,4
	ИП-Ж	1,9	1,9	3,3	**	3,5	4,3	86,2	13,8
	U	**	*	**		-	*	*	*
	ОП-М	3,6	3,7	4,4	-	1,7	2,4	79,4	20,6
	ИП-М	2,2	2,0	3,3	**	2,9	3,2	83,3	16,7
	U	**	**	**		*	*	Т	Т
35-54(Ж), 60 (М)	ОП-Ж	4,1	3,7	4,3	-	1,5	1,7	65,5	34,5
	ИП-Ж	2,8	2,3	3,8	**	2,4	3,1	84,4	15,6
	U	**	**	-		*	**	**	**
	ОП-М	4,3	4,2	4,5	-	3,6	1,3	62,5	37,5
	ИП-М	2,4	2,1	3,7	*	3,8	2,8	78,6	21,4
	U	**	**	*		-	**	*	*

Окончание таблицы 1

55 (Ж), 60 (М) и старше	ОП-Ж	4,8	3,9	4,6	*	2,4	1,7	72	28,0
	ИП-Ж	3,8	1,8	3,5	*	3,5	2,1	80,8	19,2
	U	**	**	*		*	-	*	*
	ОП-М	4,0	3,8	4,8	*	3,2	1,8	70,8	29,2
	ИП-М	3,9	2,8	3,3	*	2,8	2,3	76,2	23,8
	U	-	Т	*		-	Т	Т	Т

*В таблице: М – мужчины, Ж –женщины, ОП – ординарное предприятие; ИП – инновационное предприятие. Статистическая значимость различий по критерию U – Манна-Уитни; W – Вилкоксона: * -p ≤ 0.05; ** -p ≤ 0.01, Т – тенденция; - – статистически значимые различия отсутствуют.*

Результаты и их анализ. 1. Данные таблицы свидетельствуют о том, что в инновационной компании дистанция власти, устанавливаемая менеджерами, существенно короче, чем в ординарных компаниях, и различия статистически высоко значимы (p ≤ 0.01). Единственное исключение – мужчины старшего возраста. По-видимому, менеджеры чувствуют, что это не понравится инженерам старшего возраста. Более короткая дистанция обеспечивает большее доверие менеджеру, возможность обратиться к нему за советом или с предложениями, обсудить насущную проблему. Женщины-инженеры старшего возраста тоже попадают в категорию персонала с большей дистанцией в коммуникативных практиках, но эта дистанция все равно существенно короче, чем между менеджерами и их сверстницами в ординарной компании.

2. И в инновационной, и в ординарной компаниях менеджеры увеличивают дистанцию в тех ситуациях, когда они недовольны работой сотрудников, но возможности таким образом сигнализировать сотрудникам о своем недовольстве у менеджеров ординарных компаний практически нет, поскольку дистанция и так велика. Более того, можно видеть, что в инновационной компании менеджеры увеличивают дистанцию, но она продолжает оставаться короче, чем в типичных условиях взаимодействия менеджеров и персонала в ординарной компании.

3. Важность формы обращения признается персоналом и ординарной, и инновационной компаний, за исключением женщин среднего возраста и молодых мужчин ординарной компании. Только у них средний показатель менее половины возможного: 1.5 и 1.7 балла из пяти соответственно. Обе категории персонала ординарной компании, где дистанция так выражена, что снижает возможности управления с помощью этого инструмента. У остальных категорий значимость высокая.

4. Важность формы обращения проявляется в силе регулирующего деятельность влияния. В большинстве сравнений она статистически значимо

выше в инновационной компании. Только женщины старшего возраста не признают ее в качестве эффективного регулятора и не обнаруживают различий в зависимости от уровня инновационности компании. Но женщины старшего возраста имеют специфику субъективного благополучия в зависимости не от уровня инновационности, а от тех возможностей чувствовать себя моложе своего хронологического возраста, которые им дает менеджмент компаний. Можно видеть, как много довольных формой обращения инженеров-женщин в инновационной компании (80.8%), хотя дистанция, устанавливаемая менеджментом такова (3.8), что далеко не ко всем женщинам старшего возраста менеджеры обращаются по именам, имен и отчеств тоже много. По-видимому, это те 19.2% недовольных. В ординарных компаниях сотрудники старшего возраста просто не догадываются, что можно осуществлять деловые коммуникации по именам, но выглядеть более молодыми все же очень хочется [7].

Вывод. Изменение ОК, проводимые менеджментом в связи с переводом экономики в инновационный формат развития, может поддерживаться соответствующим изменением коммуникативных управленческих практик в виде укорочения дистанции власти. Этот инструмент имеет сильное регулирующее воздействие и позитивно воспринимается персоналом, независимо от возраста и гендерной принадлежности.

Список литературы

1. Захарова Л.Н., Леонова И.С. Субъективное благополучие персонала предприятий с разной вовлеченностью в инновационные процессы: возрастной аспект // Вестник Университета. 2020. № 2. С. 186–193.

2. Davos Manifesto 2020: The Universal Purpose of a Company in the Fourth Industrial Revolution. URL: https://www.weforum.org/agenda/2019/12/davos-manifesto-2020-the-universal-purpose-of-a-company-in-the-fourth-industrial-revolution/

3. Decent work. Report of the Director-general // Proceedings of the International Labour Conference, 1999. 87 Session. International Labour Office. URL: https://www.ilo.org/public/english/standards/relm/ilc/ilc87/rep-i.htm

4. Seubert C., Hopfgartner L., Glaser J. Living wages, decent work, and need satisfaction: an integrated perspective // European Journal of Work and Organizational Psychology. 2021. Vol. 30. № 6. Pp. 808–823.

5. Hofstede G. Culture’s Consequences: International Differences in Work-Related Values. Calif.: Sage, Beverly Hills, 1984. 328 p.

6. Zakharova L., Leonova I. Power distance as personnel subjective well-being factor and transition to Industry 4.0 // Lecture Notes in Networks and Systems. 2022. Vol. 398. Pp. 322–329.

7. Захарова Л.Н., Леонова И.С., Мартьянова Т.В. Гендерные проявления социально-психологического возраста персонала предприятий с организационной культурой разного типа // Проблемы теории и практики управления. 2018. № 7. С. 107–117.

КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ ВО ВЗАИМОДЕЙСТВИИ С ЛИЦАМИ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ: ПОКОЛЕНЧЕСКИЙ АСПЕКТ

COMMUNICATIVE PRACTICES IN INTERACTIONS WITH WITH PERSONS WITH DISABILITIES: A GENERATIONAL ASPECT

А.В. Карпунина
Первый Московский государственный медицинский университет имени И.М. Сеченова (Сеченовский университет);
Российский государственный социальный университет, г. Москва
П.А. Гроза, А.Ю. Мягков
Российский государственный социальный университет, г. Москва
A.V. Karpunina
Sechenov First Moscow State Medical University (Sechenov University);
Russian State Social University, Moscow
P.A. Groza, A.Yu. Myagkov
Russian State Social University, Moscow

Содержатся результаты социологического исследования взаимодействия с лицами с инвалидностью. Авторы проводят сравнительный анализ мнений респондентов разных возрастных групп о специфике коммуникации с лицами с разными видами инвалидности. Исследование позволило выявить различия не только мнений, но и практик поведения лиц старшего возраста и молодежи.

The article contains the results of a sociological study of interaction with persons with disabilities. The authors conduct a comparative analysis of the opinions of respondents of different age groups on the specifics of communication with persons with different types of disabilities. The study identifies differences not only in opinions, but also in behavioral practices among older and young people.

Ключевые слова: коммуникация, инвалидность, лица с ОВЗ, поколения, молодежь

Keywords: communication, disability, people with disabilities, generations, youth

На 1 января 2022 г. в России насчитывается 11 331 000 человек с инвалидностью. Несмотря на снижение численности (в 2014 г. – 12 946 000 человек), доля лиц с инвалидностью в населении является значительной – 7,8% [1]. Это обусловливает важность и актуальность повышения информированности о жизни данной категории населения и особенностях коммуникации с людьми с инвалидностью.

Современное общество позиционирует инклюзивность как одну из приоритетных целей, в первую очередь – в образовании. По данным Росстат, в период 2008/2009 гг. количество выпускников ВУЗов, имеющих инвалидность, составляло 2463 чел., в 2017/2018 гг. – 3214, а в 2021/2022 гг. их количество выросло до 4222 человек. Такая же картина и в СПО – здесь соответствующие значения 2953 / 4791 / 6063 [2]. Таким образом, мы видим двукратный рост количества молодых инвалидов, получивших среднее профессиональное или высшее образование. Это говорит о том, что современные молодые люди должны быть более информированы и более толерантны в коммуникации с людьми с ОВЗ.

Что касается научного интереса к теме взаимодействия с людьми с инвалидностью, то он достаточно высок. Исследования ведутся уже более 10 лет, их направления очень разнообразны – использование технических средств в коммуникации, каналы коммуникации [3], коммуникация в образовательных системах [4; 5], обучение сотрудников социальных организаций этике общения [6], и мн.др.

Однако исследований специфики коммуникации явно недостаточно, в связи с чем в феврале-марте 2022 г. был проведен социологический опрос сотрудников и волонтеров СО НКО (N = 127), в возрасте от 25 до 45 лет (53,5%). До 18 лет – 2,4%, 18–25 лет – 9,4%, старше 45% – 34,6%. Среди опрошенных 72,4% женщин, 27,6% мужчин, что отражает общее гендерное соотношение, характерное для социальной сферы. Пространственная локализация исследования – г. Москва.

90,6% опрошенных имеют в своем близком социальном окружении лиц с инвалидностью. То есть уровень осведомленности о специфике взаимодействия в нашей выборке очень высокий.

Респонденты демонстрируют и высокий уровень комфорта во взаимодействии: 84,3% чувствуют себя комфортно, 96,9% выражают готовность помогать людям с инвалидностью, а 85% уже оказывали помощь.

При этом на вопрос, «Знаете ли вы правила этикета общения с людьми с инвалидностью?», только 51,2% ответили «да», 18,1% ответили «нет, и мне это

не нужно», 30,7% – «нет, но хотел бы узнать». Интересно, что среди женщин не только уровень информированности выше (52,2% против 48,6% у мужчин), но и доля тех, кто хотел бы ее повысить (33,7% против 22,9%).

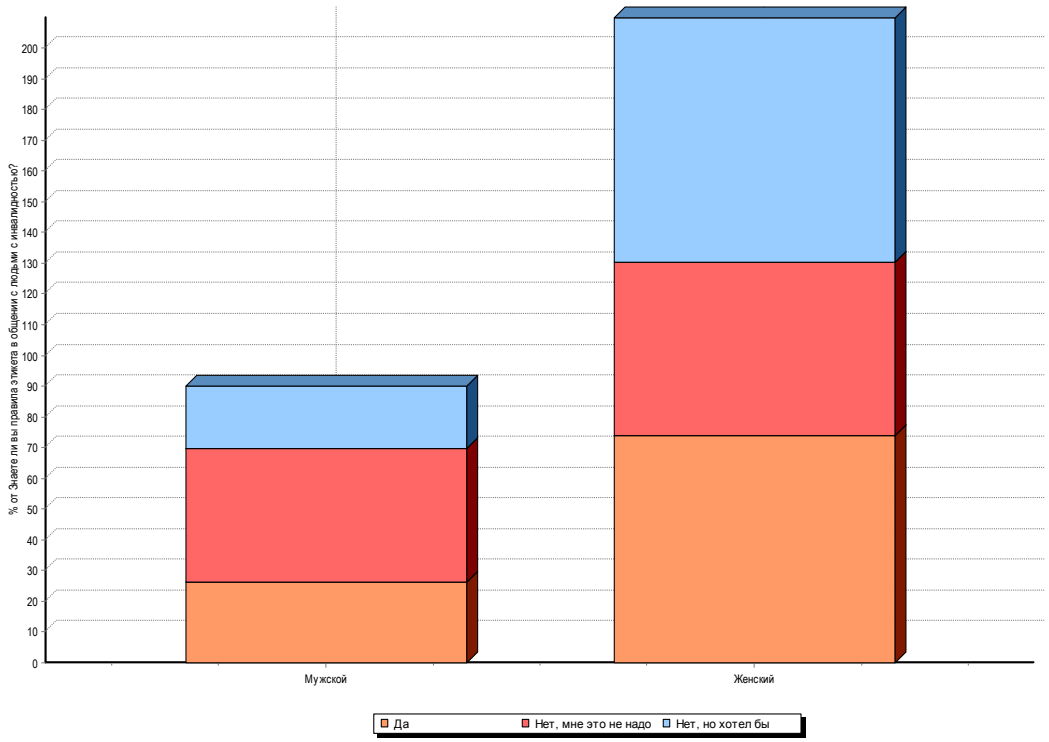


Рис. 1. Уровень информированности среди женщин и мужчин

Выраженную корреляцию имеет уровень информированности с возрастом.

Таблица 1

Распределение по переменным, «Знаете ли вы правила этикета в общении с людьми с инвалидностью?» и «Ваш возраст?», % от «Ваш возраст»

Ваш возраст?	*Знаете ли вы правила этикета в общении с людьми с инвалидностью?*			
	Да	Нет, мне это не надо	Нет, но хотел бы	ИТОГО:
До 18	33,3	33,3	33,3	100,0
18-24	50,0	41,7	8,3	100,0
25-44	51,5	13,2	35,3	100,0
Старше 45	52,3	18,2	29,5	100,0
ИТОГО:	51,2	18,1	30,7	100,0

Мы видим, что в возрастной группе 18-24 года самый низкий уровень востребованности знаний, а самый высокий – среди лиц 25-44 лет. Еще одним неожиданным результатом стали ответы на вопрос «Как вы относитесь к людям с инвалидностью?».

Таблица 2

«Как вы относитесь к людям с инвалидностью?» и «Ваш возраст?»
% от «Ваш возраст?»

Ваш возраст?	*Как вы относитесь к людям с инвалидностью?*			
	Нейтрально	Положительно	Негативно	ИТОГО:
До 18	0,0	100,0	0,0	100,0
18-24	41,7	58,3	0,0	100,0
25-44	36,8	61,8	1,5	100,0
Старше 45	22,7	75,0	2,3	100,0
ИТОГО:	31,5	66,9	1,6	100,0

Ответы респондентов говорят о связи возраста и положительного отношения (мнения лиц до 18 лет не учтены при анализе, N = 3).

В то же время именно молодежь демонстрирует бо́льшую этичность, толерантность: среди лиц до 45 лет больше всего тех, кто давал правильные ответы на вопросы о том, как нужно действовать в общении с колясочниками, с лицами с нарушениями слуха, речи. То есть, несмотря на то, что старшая возрастная группа считает себя более осведомленной в сфере коммуникации с лицами с инвалидностью, молодежь действует более корректно, возможно, на интуитивном уровне, исходя из общечеловеческих ценностей. Молодежь понимает, что не нужно играть и давать команды собаке-поводырю, не нужно перебивать и договаривать слова/фразы за человека с проблемами с речью, делать вид, что все понимают и не переспрашивать, облокачиваться и опираться на инвалидную коляску. Именно группа до 25 лет считает, что слово «инвалид» является обидным, в то время как респонденты 45+ рассматривают его как нейтральное и общеупотребимое.

Наше исследование показало, что даже среди лиц, имеющих непосредственное отношение к практике работы с лицами с ОВЗ, востребована информация о том, как правильно вести коммуникации. При этом лица старшей возрастной группы считают себя наиболее информированными, однако молодежь, хотя и не считает себя знающей правила, в реальной жизни выбирает более корректные практики коммуникации. Возможно, это связано с общей тактичностью более молодых поколений, их внимательностью и уважением к личным границам, эмпатичностью? Поиск ответов на эти вопросы станет хорошей основой для дальнейших исследований коммуникативных практик во взаимодействии с лицами с инвалидностью.

Список литературы

1. Уровень инвалидизации в РФ: Общая численность инвалидов по группам инвалидности // Росстат. URL: https://rosstat.gov.ru/folder/13964 (дата обращения: 01.07.2022).
2. Сведения об инвалидах – студентах, обучающихся по профессиональным образовательным программам // Росстат. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/5-1.xlsx (дата обращения: 01.07.2022).
3. Жигунова Г.В. Веб-сайты инвалидов как средство социальных взаимодействий // В мире научных открытий. 2011. № 7 (19). С. 262–268.
4. Кудрявцева М.Е. Образование людей с инвалидностью в контексте использования стратегических коммуникаций в условиях неопределенности / М.Е. Кудрявцева, С.С. Лебедева, Ю.Ю. Платонова // Человек и образование. 2022. № 1 (70). С. 81–90.
5. Аникеева О.А. Взаимодействие социальных субъектов в инклюзивном высшем образовании: этические риски и барьеры // Социальная политика и социология. 2020. Т. 19. № 2 (135). С. 48–55.
6. Ивенских И.В., Сорокоумова С.Н., Суворова О.В. Профессиональная готовность будущих педагогов к работе с обучающимися с ограниченными возможностями здоровья и инвалидностью в условиях инклюзивной практики // Вестник Мининского университета. 2018. Т. 6. № 1 (22).

«ЦИФРОВОЕ» ДЕТСТВО: СТРУКТУРА МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ И ГРАНИЦЫ РОДИТЕЛЬСКОГО КОНТРОЛЯ

A "DIGITAL" CHILDHOOD: THE STRUCTURE OF MEDIA CONSUMPTION AND LIMITS OF PARENTAL CONTROL

Н.П. Касаткина, М.В. Федосеева
Научный центр социально-экономического мониторинга, г. Саранск
N.P. Kasatkina, M.V. Fedoseeva
Scientific Centre for Socio-Economic Monitoring, Saransk

На основе данных социологического исследования «Социальное пространство детства», проведенного среди родителей детей в возрасте от 2 до 17 лет (Республика Мордовия, август-сентябрь 2021 г., n=507 чел.), описываются структура медиапотребления детей и особенности родительского контроля над онлайн-контентом. Данные показывают, что широкая вовлеченность детей в практики медиапотребления связана как с целью коммуникации, так и с досуговой и образовательной целями. При этом доля потребляемого развлекательного контента превалирует над обучающим. Выявлено, что интенсивность родительского контроля влияет на продолжительность ежедневного экранного времени детей и содержание потребляемого контента. В

качестве вывода подчеркивается важность обеспечения безопасности детей в виртуальном пространстве и принятия активной роли родителей в формировании их осознанной культуры медиапотребления.

Based on the data of the sociological study "The social space of childhood", conducted among parents of children aged 2 to 17 years (Republic of Mordovia, August-September 2021, n=507), the structure of children's media consumption and the features of parental control over online content. The data of the study show that the wide involvement of children in the practices of media consumption is associated with the goal of communication, with leisure and educational goals. At the same time, the share of entertainment content consumed prevails over educational content. Based on the data was revealed that the intensity of parental control affects the duration of children's daily screen time and the content of the content consumed. As a conclusion, emphasized the importance of ensuring the safety of children in the virtual space and taking the active role of parents in shaping their conscious culture of media consumption.

Ключевые слова: дети, цифровое пространство, коммуникационные практики, медиапотребление, родительский контроль

Keywords: children, digital space, communication practices, media consumption, parental control

Стремительное распространение информационно-коммуникационных технологий трансформирует не только медиапотребление, но и социальные практики. Возрастание роли медиа как фактора коммуникационных, досуговых практик и социализации в целом в первую очередь касается детей и подростков, которые с легкостью осваивают новые информационные технологии. В то же время традиционные игрушки, подвижные игры и «живое» общение со сверстниками все чаще уступают место ярким образам виртуальной реальности, онлайн-играм и социальным сетям.

Цифровые компетенции детей, то есть уровень осведомленности о различных электронных устройствах, а также степень владения ими зависят от возраста, наличия доступных устройств и воспроизводимых в семье повседневных практик взаимодействия с ними. По данным всероссийских исследований, самый высокий уровень цифровой грамотности демонстрируют дети в возрасте от 7 до 13 лет – средний результат в этой возрастной группе составил 7,40 балла из 10 возможных [1].

Специалисты не пришли к консенсусу относительно пользы или вреда использования детьми разного возраста медиа устройств. С одной стороны, ввиду разнообразия мультимедийных каналов получения информации, доступ ребенка к гаджетам способствует развитию познавательного потенциала, оптимальному сочетанию обучения и игры. С другой – выступает негативным

фактором развития детей, поскольку увеличение экранного времени обусловливает снижение их физической активности [2], доступ к электронным устройствам способствует виртуализации коммуникативных практик со сверстниками и сужению сценариев внецифрового общения, а сетевая активность увеличивает интернет-риски [3].

Особенности медиапотребления детей выявлены в исследовании «Социальное пространство детства», проведенном ГКУ Республики Мордовия «Научный центр социально-экономического мониторинга». Исследование проведено в форме онлайн-анкетирования среди родителей детей в возрасте от 2-х до 17 лет (Республика Мордовия, август-сентябрь 2021 г., n=507).

Практически каждый родитель указал, что его ребенок регулярно пользуется разными электронными устройствами (97%), большинство из которых имеют доступ к сети Интернет (88%). Чаще всего в образовательных и развлекательных целях дети используют смартфон (76%) и телевизор (68%). Доля пользователей другими устройствами значительно ниже: ноутбук или стационарный компьютер – по 33% соответственно (преимущественно дети школьного возраста), планшет – 21%. Каждый десятый (13%) носит умные наручные часы, 9% играют в приставку.

По оценкам родителей, ежедневное «экранное время» большинства детей не превышает 2 часов в день (65%), что соответствует существующим рекомендациям (согласно рекомендациям ВОЗ, норма экранного времени детей в возрасте 5–17 лет составляет 2 часа в день). В зоне риска физического и психологического благополучия находится почти каждый третий ребенок: продолжительность взаимодействия с электронной техникой у 29% составляет более 2 часов в день, что является негативным фактором для здоровья. В реальности период взаимодействия с цифровыми устройствами, работающими в фоновом режиме, может значительно превышать указанное время.

Активно использует медиа устройства, значительно превышая допустимые нормы (свыше 4 часов в день), каждый пятый школьник. Причем доля таких детей выше среди проживающих в сельской местности (18%, среди горожан – 10%). Б*о*льшая вовлеченность сельских школьников в цифровое пространство обусловлена сравнительно ограниченными возможностями для дополнительного образования и организации досуга.

Включенность в медиапространство дошкольников тоже связана с ограниченными сценариями досуговых и образовательных практик в сельской местности: 73% детей не посещают дополнительных занятий, более чем для половины семей не доступны детские игровые площадки на придомовой территории (51%).

Образовательный контент в структуре медиапотребления присутствует у большинства детей (86%). На развивающие игры, онлайн-занятия, подготовку домашнего задания, обучение на онлайн-платформах ежедневно приходится все «экранное время» у 2% детей, большая часть времени – у 41%. Однако для более многочисленной категории пользователей образовательная составляющая имеет второстепенное значение: 43% тратят меньшую часть «экранного» времени, 6% – нисколько. Таким образом, время, посвящаемое образовательному контенту, по длительности уступает развлекательному (43% и 48% соответственно).

Наиболее распространенным элементом медиасреды являются социальные сети. В пространство виртуальной коммуникации включены более 50% детей, большая часть из них проживает в сельской местности (59%). Зарегистрированы в социальных сетях преимущественно дети школьного возраста (60%). Наиболее популярной является сеть «ВКонтакте» (вовлеченность составила 88%). По оценкам специалистов, доминирующим мотивом интеграции детей в пространство виртуальной коммуникации выступает потребность в самоактуализации, стремление быть «включенными» в сообщество сверстников, их одобрение [4].

Активность ребенка в социальных сетях обусловливает обеспокоенность родителей его безопасностью (43% испытывают сильное беспокойство относительно безопасности ребенка в виртуальном пространстве), при этом более выраженная тревожность характерна для жителей городов (44% против 34% среди сельских жителей). В этой связи актуальна проблема *родительского посредничества* («parental mediation») – набора стратегий для минимизации рисков и негативных последствий взаимодействия ребенка с цифровыми устройствами. Исследователями современного детства выделены три основные категории родительского посредничества: *ограничительное* (запрет, контроль и жесткие правила), активное посредничество (обсуждение просмотренного ребенком онлайн-контента) и совместное использование (включение родителя в просмотр медиа контента совместно с ребенком, его обсуждение) [5].

Наиболее распространенной практикой родительского посредничества является контроль онлайн-контента, потребляемого ребенком в социальных сетях. По данным опроса, всегда отслеживают контент 38% родителей, часто это делают 23%. Не уделяют особого внимания контролю 38% родителей, в том числе 29% тех, кто следит за контентом лишь иногда, и 8% – вообще не следит. Важным фактором, влияющим на интенсивность родительского контроля и выбор стратегии медиации, является возраст ребенка. Родители дошкольников чаще уделяют внимание отслеживанию потребляемого онлайн-контента (43%

всегда отслеживают содержание материалов, которые просматривает ребенок), чем родители детей школьного возраста (38%).

Большинство родителей в той или иной степени регулируют цифровое поведение своих детей. Однако, те из них, кто осуществляет постоянное отслеживание контента, формируют существенно отличающуюся практику медиапотребления своих детей. Именно эта группа респондентов чаще всего указывает, что большую часть времени в интернете ребенок уделяет образовательной и познавательной деятельности (53%). При этом ежедневное экранное время их детей в большинстве случаев (45%) варьируется в пределах от одного до двух часов. У родителей, демонстрирующих сравнительно менее строгое отношение к онлайн-контенту, дети взаимодействуют с электронной техникой от двух до четырех часов в день (33% – у родителей, контролирующих контент не всегда, но часто, 32% – контролирующих не часто). Родители, не уделяющие внимания отслеживанию контента, чаще (43%) сообщают, что их дети находятся в контакте с электронной техникой более четырех часов.

Распространение информационных технологий разнообразило досуг ребенка и в то же время изменило его коммуникационные практики. Наравне со взрослыми происходит «переход» внецифрового общения детей в медиа пространство – практически каждый ребенок с раннего возраста активно использует цифровые устройства, имеющие доступ к Интернету. В этой связи все более актуальным становится фактор безопасности ребенка в цифровом пространстве. В качестве превентивных мер выступает реализация оптимальной стратегии родительского посредничества, принятие активной роли родителей в формировании осознанной культуры медиапотребления у детей.

Список литературы

1. Интернет в России / под ред. К.Р. Казаряна. М.: Типография «Форвард Принт», 2021. 144 с.
2. Смирнова Е.О., Смирнова С.Ю., Шеина Е.Г. Родительские стратегии в использовании детьми цифровых технологий // Современная зарубежная психология. 2019. Т. 8. № 4. С. 79–87.
3. Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю., Синяков А.В. «Цифровое детство»: риски интернет коммуникации школьников, их родителей и учителей (по материалам прикладного исследования в Ставропольском крае, 2020 г.) // Власть. 2020. № 5. С. 86–94.
4. Дунас Д.В. Мотивационные факторы медиапотребления «цифровой молодежи» в России: результаты пилотного исследования / С.А. Вартанов, Д.Ю. Кульчицкая, Е.А. Салихова, А.В. Толоконникова // Вестник Московского ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2020. № 2. С. 3–27.

5. Symons K. A qualitative study into parental mediation of adolescents' internet use [et al.] // Computers in Human Behavior. 2017. Vol. 73. P. 423–432.

ОПЫТ НАУЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ МОЛОДЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ С ВОЗРАСТНЫМИ АКТИВИСТАМИ ПРАКТИК СОЦИАЛЬНОГО УЧАСТИЯ: РОЛЬ КАЧЕСТВЕННОЙ МЕТОДОЛОГИИ В ТРАНСФОРМАЦИИ СТЕРЕОТИПОВ СТАРОСТИ*

THE EXPERIENCE OF SCIENTIFIC COMMUNICATION OF YOUNG RESEARCHERS WITH AGE ACTIVISTS OF SOCIAL PARTICIPATION PRACTICES: THE ROLE OF QUALITATIVE METHODOLOGY IN THE TRANSFORMATION OF STEREOTYPES OF OLD AGE

Т.С. Киенко
Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону
T.S. Kienko
Southern Federal University, Rostov-on-Don

В процессе научной коммуникации молодых исследователей с возрастными активистами практик социального участия на основе качественной методологии трансформируются представления о пожилых людях. Стереотипизированные образы слабых, инертных пожилых, реактивно участвующих в редких активностях, сменяются пониманием ценности вклада и уважением к личности и деятельности активных, независимых людей старшего возраста, обладающих потенциалом.

In the process of scientific communication of young researchers with age-related activists of social participation practices, ideas about older people are transformed on the basis of qualitative methodology. Stereotyped images of weak, inert elderly people reactively participating in rare activities are replaced by an understanding of the value of contribution and respect for the personality and activities of active, independent older people with potential.

Ключевые слова: люди старшего возраста, возрастные активисты, практики социального участия, качественная методология, научная коммуникация, стереотипы старости

Keywords: older people, age activists, social participation practices, qualitative methodology, scientific communication, stereotypes of old age

---

* Исследование проведено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 21-011-31683 «Новые практики самоорганизации и общественные инициативы расширения возможностей людей пожилого возраста в российских регионах» коллективом ученых трех российских вузов – Т.С. Киенко, Л.А. Кайгородова (ЮФУ), М.В. Певная, Д.Ф. Телепаева (УрФУ), при участии Н.А. Птицыной, Е.К. Марковой (ИвГУ), а также студентов и магистрантов ЮФУ, УрФУ и ИвГУ.

В 2021 г. под руководством автора проводилось исследование практик самоорганизации и активности людей старшего возраста в трех российских регионах (Ивановская, Ростовская, Свердловская область). Цель исследования заключалась в изучении практик самоорганизации и социальной активности людей старшего возраста, лидеров и активистов этих практик, а также концептуализации этих практик как технологий расширения возможностей и стимулирования социальной субъектности людей старшего возраста. В сборе и анализе данных принимали участие магистранты 1-го года обучения ЮФУ, осваивающие магистерскую программу «Управление и эмпауэрмент в социальной работе» по направлению подготовки 39.04.02. Магистранты выступали в роли интервьюеров, аналитиков, привлекались к оформлению социального портрета пожилого активиста, давали краткие описания практик по итогам аналитики, работали над текстом раздела научной монографии. Магистрантам было предложено оформить рассказ о личностях и деятельности активистов «65+» в научно-популярном жанре, постараться раскрыть особенности личности, мотиваций, смыслов социального участия, уникальность социальной деятельности и ценность ее результатов. В ходе реализации проекта систематически проводились обсуждения процесса и результатов, личных впечатлений магистрантов о деятельности и историях жизни возрастных активистов и изучаемых практик. В статье описаны трансформации образа пожилого человека, с которыми магистранты «вошли» в проект и «вышли» из него, демонстрируя потенциал качественного исследования как инструмента деконструкции негативных стереотипов старости в сторону их адекватности и реалистичности.

Методика и организация исследования.

Проведение эмпирического исследования предполагало применение метода полуформализованного интервью лидеров и участников различных практик самоорганизации и общественных инициатив расширения прав и возможностей людей старшего возраста в трех областях Российской Федерации (Ростовской, Ивановской и Свердловской). Объектами выступали люди от 65 до 90 лет, включенные в период 2020-2021 гг. в жилищные товарищества и органы территориального самоуправления, активисты сетевых и типовых практик активности, творчества, добровольчества, члены и лидеры самоорганизующихся групп и сообществ, практик участия, социально ориентированных общественных организаций всех уровней, учреждений социального обслуживания, культуры, спорта. Для поиска практик и информантов использовались личные контакты, партнерская база исследователей и их вузов, метод «снежного кома», открытые ресурсы Интернет, в том числе сайты, группы

сетевых сообществ, отчеты и релизы, содержащие информацию об активности пожилых людей в выбранных регионах.

В период с июня по декабрь 2021 г. были собраны 59 интервью на русском языке в режиме личных встреч по месту проживания и деятельности информантов, в офисах информантов и исследователей, в публичных пространствах (парках, кафе, торгово-развлекательных центрах и пр.) однократно и многократно (в отдельных случаях личные встречи дополнялись телефонными интервью, переговорами в Skype, обменом информации с помощью электронной почты). Время одного интервью варьировало от 30 до 220 минут (в среднем около 60 минут), кратность отдельных интервью составила до 4 встреч. Первый раздел интервью был направлен на описание практики, истории ее появления, методов работы, трансформаций в период пандемии; второй блок был направлен на описание лидеров и активистов, их целей, мотиваций, ролей и статусов, изменений в процессе вовлечения в практики. При планировании исследования были учтены требования и нормы исследовательской этики, российского и европейского законодательства в области защиты персональных данных [1; 2; 3], оформлялось информированное согласие; программа и инструментарий прошли экспертизу на кафедре социальных технологий ЮФУ. В случае привлечения к интервьюированию студентов и магистрантов проводились инструктажи и апробации. С согласия информантов велась аудиозапись.

Деконструкция стереотипизированных образов пожилого человека в процессе коммуникации молодых исследователей с возрастными активистами.

В ходе работы над проектом магистранты существенно пересмотрели свое отношение к людям старшего возраста. Изначально они «вощли» в проект с ожиданиями, что пожилые активисты будут являться участниками внешне организованных форм периодической активности, например, принимать участие в различных мероприятиях (походы в театры, на выставки и концерты, участие в работе клубов и кружков самодеятельности на базе ЦСО, ДК, СОНКО), преимущественно в целях организации досуга, саморазвития и самореализации. Однако в процессе личной коммуникации в роли интервьюера, а затем последующего анализа стенограмм интервью (в том числе собранных другими интервьюерами), работы над популярными описаниями и пр., магистранты стали отмечать, что большинство информантов оказались не просто привлеченными участниками, а лидерами, инициаторами и организаторами разных активностей. Вопреки ожиданиям, деятельность возрастных активистов оказалась связанной с широким кругом задач, функций и вопросов, выходящих за рамки не только их

личных интересов, но и интересов и потребностей локальных сообществ, круга ближних и дальних знакомых, развития территорий.

Примеры информантов демонстрировали активность на протяжении жизни, способность преодолевать критические трудности и «переходы», социально-ориентированную мотивацию и поразительный оптимизм. Магистрантам удалось увидеть, насколько разными бывают люди старшего возраста и какой вклад они вносят в жизнь своих сообществ, городов и регионов; как много вокруг активных людей старшего возраста, мотивированных желанием приносить пользу другим людям и своей стране (причем, не только на пенсии, в условиях вакуума свободного времени, но на протяжении всей жизни); как велик арсенал способов и направлений реализации потенциала людей старшего возраста и результатов их деятельности, которые, тем не менее, преимущественно реализуются в «невидимом» для молодежи пространстве активностей и отношений. Неожиданным оказалось и то, что возрастные активисты полны сил, идей, энергии, их коммуникации и результаты деятельности порой значительно превосходят результаты самих молодых исследователей.

Эти наблюдения привели магистрантов как к ценным замечаниям и научным выводам, так и к ряду проектных идей в интересах возрастных активистов и их сообществ. В процессе работы над научным проектом произошла существенная трансформация образа пожилого человека в сознании молодых исследователей, в том числе благодаря возможностям качественного исследования инициировать переход научных задач в пространство межличностных коммуникаций. Стереотипизированные образы пассивных, слабых, инертных и зависимых пожилых людей, реактивно принимающих участие в активностях, или людей, погруженных преимущественно в бытовые проблемы и личное жизненное пространство, реализующих инициативы в интересах собственного развития и досуга, были вытеснены конструктивными образами реальных активных, независимых людей старшего возраста, обладающих потенциалом, ежедневно создающих социально значимые ценности и вклад в социальное развитие. В результате у магистрантов изменилось отношение к собственным близким родственникам старшего возраста, некоторые привлекли к исследованию своих бабушек, пожилых соседей.

Благодаря возможностям качественного исследования произошел переход научных задач в пространство межличностных коммуникаций, молодые ученые погрузились в личностные и деятельностные аспекты жизни людей старшего возраста, получили информацию «из первых рук». Это послужило основанием

для деконструкции стереотипизированных представлений о старости и пожилых людях и оформлению конструктивного образа пожилого человека.

Список литературы

1. Этический кодекс Российского общества социологов (РОС). URL: https://www.ssa-rss.ru/index.php?page_id=84 (дата обращения: 12.12.2021).

2. О персональных данных. 152-ФЗ от 27.07.2006 (принят Государственной Думой 8 июля 2006, одобрен Советом Федерации 14 июля 2006). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/ (дата обращения: 01.06.2021).

3. Общий регламент защиты персональных данных (GDPR) Европейского союза (принят 27.04.2016, вступил в силу 25.05.2018). / Пер. на рус. яз.: С. Воронкевич, А. Богуславская, П. Лозовенко, И. Чернышева, С. Радыно, С. Головнева. Общ.ред. С. Воронкевич на основе публикации ICO. URL: https://ico.org.uk/media/about-the-ico/disclosure-log/2014536/irq0680151-disclosure.pdf (дата обращения: 01.07.2021).

СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ СИБЛИНГОВ ДЕТЕЙ-ИНВАЛИДОВ

SOCIAL COMMUNICATIONS OF SIBLINGS OF DISABLED CHILDREN

М.В. Курникова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», г. Нижний Новгород
M.V. Kurnikova
Lobachevsky University; Higher School of Economics, Nizhny Novgorod

Проведен сравнительный анализ структуры социальных коммуникаций сиблингов детей-инвалидов и сиблингов нормативных детей. Социальные контакты сиблингов ребенка-инвалида в большей степени ориентированы на получение качественного образования, культурный и профессиональный рост, чем у их сверстников в семье с ребенком без инвалидности.

A comparative analysis of the structure of social communications of siblings of children with disabilities and siblings of normative children was carried out. Social contacts of siblings of a disabled child are more focused on obtaining a quality education, cultural and professional growth than their peers in a family with a child without disabilities.

Ключевые слова: семья с ребенком-инвалидом, сиблинги, социальные коммуникации

Keywords: family with a disabled child, siblings, social communications

Исследования последствий совместного воспитания ребенка-инвалида и нормативных братьев и сестер фиксировали внимание на негативных аспектах данного опыта [1; 2]. Ученые отмечали неблагоприятные последствия вовлечения братьев и сестер в обязанности по уходу за ребенком [3; 4] или снижение родительского внимания к детям из-за необходимости уделять больше времени больному ребенку [5]. Со временем появились работы, отмечающие и положительные аспекты воспитания нормативных и особых детей как для нормативных сиблингов (снижение агрессии, гиперактивности, лучшее воспитание) [6], так и для социализации самих инвалидов. Наличие братьев и сестер при условии «нормальных взаимоотношений» можно считать мощнейшим ресурсом социальной адаптации и нормализации жизнедеятельности. Именно посредством братьев и сестер возможно преодоление коммуникативных барьеров для ребенка-инвалида, расширить социальные контакты и событийность повседневной жизни.

Цель исследования – сравнительная характеристика коммуникативных контактов сиблингов детей-инвалидов и сиблингов нормативных детей.

В анкетном опросе участвовали сиблинги ребенка-инвалида (N=69, группа 1) и сиблинги нормативного ребенка (N=52, группа 2). В выборку вошли подростки и молодые люди старше 14 лет, проживающие в семье с братом или сестрой (возраст не учитывался).

Для характеристики коммуникативных контактов выбраны маркеры: «наличие хобби и друзей», «интенсивность расширения коммуникативных контактов и их репертуар», «мотивация к самосовершенствованию через образование и культуру». Анкета содержала вопросы: «где и как часто заводите знакомства и приобретаете друзей», «откуда берете информацию о событиях», «появились ли новые друзья за последний год», «как часто Вы ходите в гости или принимаете гостей», «как участвуете в культурной жизни, посещаете театры, музеи, выставки». Сравнение данных проводилось с использованием критерия χ^2.

В целом ответы подростков и молодых людей показали, что, не зависимо от наличия брата или сестры с инвалидностью, основным полем социальных контактов является образование и интернет-пространство; в расширении дружеских связей они постоянно активны, регулярно ходят в гости без повода, имеют увлечения, которыми занимаются на досуге, и достаточное количество свободного времени. При этом подавляющее большинство респондентов лишь частично готовы проводить свое свободное время с братом (сестрой).

Братья и сестры детей-инвалидов активнее в коммуникациях с социумом, чем их сверстники в семьях с нормативным ребенком: постоянно заводят новые знакомства (51.3% – в группе № 1 и 19.2% – в группе 2), имеют больше контактов с ближайшим окружением в случае помощи поиска работы (17.2% – в группе 1, 5.8% – в группе 2), осваивают новые увлечения и хобби (52.4% – в группе 1 и 15.4% – в группе 2).

У сиблингов детей-инвалидов выявлена более выраженная приверженность к коммуникациям в сфере образования и профессиональной деятельности (58.7% ответов в группе 1 и 30,7% – в группе 2) и в сфере культурной жизни: посещают, «если пригласят за компанию», театральные постановки, концерты, художественные выставки 86.6% респондентов в группе 1 и 42.3% в группе 2.

Коммуникации сиблингов нормативных детей преимущественно представлены социальными сетями и образовательным полем (30.7% и 46.2% соответственно), общение в культурном поле совсем не поддерживают 53.8% респондентов, которые «не помнят, когда последний раз был в театре, в музее, на выставке».

Резюмируя, мы можем констатировать, что в сфере социальных коммуникаций сиблинги ребенка-инвалида более ориентированы на получение качественного образования, культурный и профессиональный рост, чем их сверстники в семье с нормативным ребенком.

Список литературы

1. Gath A. The impact of an abnormal child upon the parents // The Br J Psychiatry. 1977. Vol. 130. № 4. P. 405–410.
2. Судьин С.А. Факторы формирования межсиблингового взаимодействия в семьях с психически больным ребенком // Женщина в российском обществе. 2016. № 2 (79). С. 3–11.
3. Lobato D., Faust D., Spirito A. Examining the effects of chronic disease and disability on children’s sibling relationship // J Pediatr Psychol. 1988. Vol. 13. P. 389–407.
4. Nelson M., Ruch S., Jackson Z., Bloom L., Part R. Towards an understanding of families with physically disabled adolescents // Soc Work Health Care. 1992. Vol. 17. P. 1–25.
5. Neuer N., Strom G.A. Guidance and support for parents // Comprehensive management of cerebral palsy. New York: Grune & Stratton. 1983. P. 293–297.
6. Dyson L.L. Adjustment of siblings of handicapped children: a comparison // Pediatr Psychol. 1989. Vol. 25. P. 459 – 4 76.

КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ В МНОГОДЕТНЫХ СЕМЬЯХ
COMMUNICATIVE PRACTICES IN LARGE FAMILIES

Т.Ю. Петрова
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
T.Y. Petrova
Lobachevsky University

Рассматриваются основные параметры внутрисемейных коммуникаций в многодетной семье, подчеркивается значимость и малоизученность в социологии сиблинговой подсистемы взаимодействия, указывается на необходимость дальнейшего изучения данного вопроса в рамках социологи детства.

The paper examines the main parameters of intra-family communications in a large family, emphasizes the importance and little-studied in the sociology of the sibling subsystem of interaction, indicates the need for further study of this issue in the framework of the sociology of childhood.

Ключевые слова: многодетная семья, сиблинги, внутрисемейные коммуникации, сиблинговые коммуникации, социология детства

Keywords: large family, siblings, intra-family communications, sibling communications, sociology of childhood

Семья – уникальное явление человеческой культуры, которая одновременно является и важнейшей частью социальной системы общества, и малой группой, в которой реализуется повседневная жизнь человека. Значительный рост исследований, посвященных проблемам внутрисемейных коммуникаций, произошел во второй половине XX столетия.

Под коммуникацией обычно понимается обмен различного рода сообщениями (информацией, ценностями, чувствами, действиями) в процессе непосредственного взаимодействия людей. Она может осуществляться как с помощью письменной или устной речи, так и невербальными средствами.

Многодетная семья – явление достаточно редкое в современном мире, в России, несмотря на резкий рост численности таких семей, многодетные семьи составляют лишь около 10% от всего числа семей с несовершеннолетними детьми, а в общем числе семей и еще меньшую долю.

При анализе коммуникации в многодетной семье мы должны учитывать особенности конкретной семьи. С точки зрения большей части исследований (как и в общественном мнении), многодетные семьи очень часто предстают как некая единообразная социальная группа, с одним-единственным общим

показателем – количеством детей. Конечно, не так важно по какой причине семья оказалась с большим количеством детей, если ее члены сталкиваются с похожим комплексом проблем. Например, З.Е. Дорофеева не выявила статистически значимых различий ни по одному из ключевых показателей, традиционно используемых при сравнении домохозяйств, даже между многодетными семьями и многодетными хозяйствами [1]. Но при ближайшем рассмотрении мы увидим, что многодетные семьи – сложное гетерогенное образование, семьи отличаются друг от друга не только численностью детей и разницей в возрасте этих детей (а в России практически не разделяют при анализе семьи с 3 и с 10 и более детьми), не только кровно-родственными связями (семья повторного брака с отчимами и мачехами, приемные семьи или семьи с усыновленными детьми, «классические» монобрачные семьи с родными детьми), (меж)национальным составом, локацией и, наконец, элементарно, общим уровнем доходов в семье.

В семье, как и в любой другой социальной системе или малой группе, одним из важнейших элементов являются коммуникации, поэтому мы должны выделить основные направления взаимодействия внутри нее. Семья включает в себя две основные подсистемы коммуникаций: супружеских и детско-родительских отношений. В многодетной семье мы обязательно должны выделить и подсистему сиблинговых отношений. Си́блинги (от англ. *siblings*) — термин, используемый в социальных науках для обозначения детей одних родителей. Данный термин употребляется для того, чтобы избежать необходимости уточнять пол братьев и сестёр. Различаются сиблинги полнородные (имеющие общих мать и отца) и неполнородные, если они имеют общую мать (единоутробные) или общего отца (единокровные), но часто и это различение исключается при анализе как несущественное.

Анализ межпоколенных и межсемейных отношений, проведенный С.А. Судьиным, Е.Е. Кутявиной и А.В. Курамшевым [2], показал их сохраняющуюся важность для российской семьи. Таким образом, можно выделить следующие типы коммуникаций в многодетной семье.

1. Коммуникация супругов друг с другом.
2. Коммуникация родителей и детей.
3. Коммуникация между сиблингами многодетной семьи.
4. Коммуникация с родственниками, совместно или отдельно проживающими.

Е.Ф. Симакова предлагает рассматривать семью «как сложную трехмерную систему, представленную коммуникациями по поводу реализации репродуктивных установок родителей, коммуникациями внутри домохозяйства

по поводу экономического благосостояния, коммуникациями психологической самореализации личностей (членов семьи)» [3].

Список литературы

1. Дорофеева З.Е. Многодетные семьи, домохозяйства и семейные ячейки: социологический анализ понятий // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2020. № 2 (58). С. 109–114.
2. Судьин С.А., Кутявина Е.Е., Курамшев А.В. Межпоколенные отношения в современной Нижегородской семье // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2018. №3. С. 56–71.
3. Симакова Е.Ф. Коммуникации семейной системы // Sciences of Europe. 2020. № 47-3 (47). С. 59–69.

СПЕЦИФИКА КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК МОЛОДЕЖИ В МЕЖПОКОЛЕННОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ

THE SPECIFICITY OF YOUNG PEOPLE'S COMMUNICATIVE PRACTICES IN INTERGENERATIONAL INTERACTION

Г.П. Смирнова
Нижегородская областная общественная организация «Семейный центр «ЛАДА»; Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород
G.P. Smirnova
The Nizhny Novgorod Regional Non-Governmental Organization «LADA Family Center»; Lobachevsky University, Nizhny Novgorod

Анализируется специфика межпоколенного взаимодействия в зависимости от современных коммуникативных практик молодежи. Рассматриваются закономерности изменений процесса взаимодействия старшего и младшего поколений под влиянием коммуникационных барьеров. Делается вывод о влиянии качества межпоколенной коммуникации на формирование и трансляцию социально-культурных установок и ценностей.

The article analyses the specifics of intergenerational interaction depending on modern communication practices of young people. The author identifies patterns of change in the process of interaction between older and younger generations under the influence of communication barriers. The conclusion about the impact of the quality of

intergenerational communication on the formation and translation of socio-cultural attitudes and values is made.

Ключевые слова: коммуникативные практики, межпоколенное взаимодействие, семья, коммуникативные барьеры
Keywords: communication practices, intergenerational interaction, family, communication barriers

Тема межпоколенческого взаимодействия и сопровождающих его конфликтов между молодежью и пожилыми людьми является предметом изучения в различных дисциплинах и традиционно вызывает высокий интерес исследователей. В трудах ряда социологов и специалистов по конфликтологии и межпоколенческой коммуникации XX начала XXI века формулируется положение о «структурном насилии» как о системе дискриминации, легитимированной в наборе сложившихся норм. Старшее поколение находится в сложившейся социальной системе «институализированных нарушений» и «культурно обусловленной моральной слепоты», что определяет способы решения повседневных проблем и методы коммуникации, приводящие к возникновению и усилению конфликтов. Рассматриваемые конфликтные взаимодействия имеют ряд характерных особенностей: ситуативность (незначительность), мировоззренческая основа (противопоставление групповых ценностей через поколенческую идентичность, а не индивидуальных), быстрая децентрализация, вербальный характер [1]. Отметим особенность межпоколенческих конфликтов: инициатором завершения (выхода) является младшее поколение; представители старшего поколения придерживаются позднесоветской стилистики общения, близкой к воспитательному псевдопедагогическому давлению [2]. Многие исследователи рассматривают межпоколенческий конфликт и взаимодействие не только как закономерный, но и как необходимый механизм общественного и семейного развития, хотя и сочетающий в себе прогрессивную и регрессивную роль в процессе воспроизводства социального и культурного порядка [3-5].

Опыт старших поколений является значимым и ценным для младших. Однако в процессе социального и технологического прогресса данный опыт теряет свою актуальность и применимость. Чем скорее происходит трансформация общества, тем больше разрыв между старшим и младшим поколением во всех отношениях: ценностно-мировоззренческом, коммуникативном, социальном. В социальных отношениях процесс передачи, отбора и усваивания социокультурных образцов и ценностей в процессе межпоколенного взаимодействия происходит посредством наблюдения.

Взаимонаблюдение является одним из механизмов интеграции поколений, порождающим взаимную потребность друг в друге. В каждом элементе данной системы формируются собственные ценности, лексика, коммуникационные практики [6; 7]. Это определяет значимость коммуникативных стратегий и инструментов, используемых сторонами межпоколенного взаимодействия, а также коммуникационных барьеров, мешающих его выстраивать.

Определяющими барьерами межпоколенного взаимодействия являются социокультурные, вызванные различиями в системах норм и ценностей, уровне культурного развития, принятыми коммуникативными практиками. Количественный и качественный рост барьеров межпоколенной коммуникации приводит к обострению противоречий, конфликтам между поколениями, затрудняет процесс межпоколенной преемственности, сохранения культурной идентичности и целостности общества. Помимо технического процесса и связанных с ним изменений в коммуникативных стратегиях, в постиндустриальном обществе ярко проявляются отрицание доминирующей роли разума в культуре, социальная ориентация на «новый опыт», усиление индивидуализации, превращение информации в товар, увеличение дистанции между сторонами любой коммуникации. Ряд исследователей связывают это с потерей человечеством инстинкта самосохранения, который обеспечивал потребность в межпоколенческой коммуникации, передаче значимой для выживания информации последующим поколениям [5].

Коммуникационные практики, используемые современной молодёжью в повседневной жизни, в полной мере отражают специфику технического прогресса и развития современного постиндустриального (информационного) общества. Основным фактором развития новых коммуникативных практик является влияние и использование информационно-коммуникативной сети «Интернет». Функционал современных социальных сетей настолько широк, что они заменяют многие коммуникативные практики. А поскольку основным пользователем Интернета является молодёжь, именно она становится носителем новых коммуникативных стратегий и практик. Одной из характерных черт общения посредством социальных сетей и интернет-инструментов, по результатам ряда исследования, является фактическое увеличение (переизбыток) коммуникаций и информационного обмена. Молодое поколение, помимо обильного сетевого общения, сохраняет высокий уровень реального общения с друзьям, родственниками и знакомым [8]. Характеризуя межпоколенческое взаимодействие, можно констатировать обратное явление – сокращение и изменение формата коммуникации. В

значительной мере это связано с разницей в технических навыках пользования современными средствами и устройствами связи.

Немаловажным является различие в ценностной и результативной цели взаимодействия для разных поколений. Для старшего поколения, которое является носителем традиционных (и позднесоветских) коммуникативных подходов и семейных ценностей, взаимодействие с молодежью является формой воспитательного воздействия, транслирования культурных и социальных модели и опыта. Получаемая и передаваемая в процессе коммуникации информация имеет практическую ценность, а взаимодействие направлено на достижение конкретного результата. В традиционной для межпоколенческого взаимодействия сфере – семье старшие родственники (бабушки, дедушки) ориентированы на оказание натуральной помощи (взаимные или односторонние услуги, присмотр за детьми, помощь по хозяйству) и эмоциональной поддержки детей и внуков. Такой подход, по мнению современных антропологов, не только исторически и эволюционно обоснован, но и определил во многом путь развития современного человечества. Помощь бабушек в уходе за внуками помогла повысить выживаемость их потомства. Всё больше детей оказывались носителями генотипа женщин-долгожительниц. В конце концов он стал доминирующим и привёл к резкому скачку средней продолжительности жизни людей в целом [9]. В результате сформировался традиционный подход к вертикальной межпоколенческой коммуникации (от прародителей к внукам).

Современные молодежные (в первую очередь сетевая) коммуникационные практики характеризуются кардинально другими параметрами: глобальный характер информации и общения, расширение методов коммуникации (в том числе сложных для воспроизводства с позиции необходимости технических навыков или погружения в контекст, культурный код поколения), расширение сети контактов с одновременным «упрощением», поверхностностью общения. По данным профильных исследований, молодёжь является основным пользователем современных технических и сетевых средств коммуникации. Вовлеченность в данный процессы представителей старших поколений обратно пропорциональна возрасту. В результате формируется новый коммуникативный барьер между поколениями, который характеризуется не столько технической невовлеченностью пожилых людей в современные методы коммуникации, сколько изменением мировоззренческих, культурных особенностей и ценностного наполнения общения посредством новых технологий. В данном процессе формируется двойственное взаимное влияние коммуникативных практик взаимодействия между поколениями, потребностями (целями) и ценностями коммуникации. Современные ценности и инструменты общения,

принимаемые и транслируемые молодёжью, определяют формат и цели взаимодействия. И наоборот, преобладающее сетевое общение со своими особенностями и возможностями формирует мировоззренческие основы коммуникативных практик. Этот процесс в значительной мере усиливает существующие барьеры в коммуникации между поколениями.

Одним из значимых явлений в социокультурном поле, подвергшихся изменениям в результате описываемых процессов, является институт семьи. В условиях изменения социально-культурных, экономических основ современного общества наблюдается переход от традиционной расширенной семьи (совместное проживание и быт 3 и более поколений) к нуклеарной семье (родители и дети). Несмотря на преобладание и сохранение высокой степени взаимозависимости разных поколений семьи, исследователи отмечают повышение влияния западной модели с её характерными чертами (независимость членов семьи, слабые межпоколенные и родственные связи, прагматизм). Немалое влияние на эти процесс оказывают изменения в современных коммуникативных практиках. Происходит дистанцирование между старшим и младшим поколениями семьи, трансформируются методы взаимодействия и коммуникации, взаимное восприятие. Одновременно с этим можно констатировать, что смешение традиционных и современных коммуникативных практик во взаимодействии старшего поколения и молодежи не приводит к антагонизму основных ценностей (семья, любовь, гуманизм), а также способствует стремлению выстроить гармоничное бесконфликтное общение. Проблемы социальной жизнедеятельности воспринимаются разными поколениями практически идентично [10; 11]. У молодёжи сохраняются традиционные ожидания и представления о способах поддержки и помощи со стороны старшего поколения.

Резюмируя вышесказанное, можно отметить, что современные коммуникативные практики и технологии, используемые молодёжью, оказывают значительное влияние не только на сам процесс межпоколенческого взаимодействия, но и на его мировоззренческие основы. Данные процессы идут параллельно и взаимосвязанно с процессом трансформации института семьи, социально-культурных установок и ценностей общества. В рамках дальнейших исследований данной проблематики необходимы комплексные междисциплинарные исследования взаимозависимости и взаимовлияния коммуникативных практик, ценностных установок и поведенческих стратегий (в том числе в вопросах создания семьи, социализации и адаптации молодого поколения).

Список литературы

1. Смолькин А. Практики повседневных межпоколенческих взаимодействий глазами студентов провинциального вуза: этнографическое эссе // Антропологический форум. 2015. С. 91–117.

2. Гофман Э. Ритуал взаимодействия: Очерки поведения лицом к лицу / Пер. с англ.; под ред. Н.Н. Богомоловой, Д.А. Леонтьева. М.: Смысл, 2009. С. 18–63.

3. Вдовина М.В. Регулирование межпоколенческого конфликта в российской семье: монография. М.: МГУ, 2009. 243 с.

4. Запесоцкий А.С. Отцы и дети: конфликт поколений. Социализация. Молодежная субкультура. СПб.: СПбГУП, 2006. 64 с.

5. Чернецкая С.В. Межпоколенная коммуникация: Барьеры и конфликты; социально-антропологический аспект: дисс. … канд. философ. наук. Ростов-на-Дону, 2003. 162 с.

6. Луман Н. Введение в системную теорию / Под. Ред. Д. Беккера; пер. с нем. К. Тимофеева. М.: Логос, 2007. 360 с.

7. Шурбе В.З. Межпоколенные взаимодействия: конфликт или новая фигурация? / Идеи и идеалы. 2013. № 1 (15). Т. 2. С. 43–53.

8. Гришаева С.А., Клюваев К.В. Коммуникативные практики молодежи в социальных сетях / Цифровая социология. 2019. Т. 2. № 3. С. 4–9.

9. Coxworth J.E, Kim P.S., McQueen J.S., Hawkes K., 2015. Grandmothering life histories and human pair bonding / PNAS. 2015. № 112 (38). С. 11806–11811.

10. Ицкович Т.В. Ценность семьи у молодежи (на материале живой разговорной речи) / Litera. 2020. № 12. С. 110–117.

11. Садыкова Х.Н. Специфика межпоколенного взаимодействия в современной России (на примере Тюменской области) // Знание. Понимание. Умение. 2014. № 4. С. 117–124.

12. Прохоров Ю.Е. Русские: коммуникативное поведение. М., 2002.

13. Судьин С.А., Кутявина Е.Е., Курамшев А.В. Межпоколенные отношения в современной нижегородской семье / Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2018. № 3. С. 56–70.

АПРИОРНАЯ ПРЕДВЗЯТОСТЬ ИНФОРМАЦИИ
A PRIORI INFORMATION BIAS

А.Н. Фатенков
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
A.N. Fatenkov
Lobachevsky University

Проводится различение смысла и информации. Будучи деформированным смыслом, информация не столько фундирует, сколько каузально обусловливает сознание и поведение человека. В свою очередь и сама информация, даже объективная, определённым образом ориентирована, предвзята. Даётся объяснение указанным её особенностям.

Meaning and information are being distinguished. Being a deformed meaning itself, an information does not quite serve as the basis but rather causally conditions human consciousness and behavior. Information, in its turn, even an objective one, is oriented in a certain way, biased. Its specified peculiarities are being explained.

Ключевые слова: смысл, информация, априорная предвзятость информации

Keywords: meaning, information, a priori information bias

– …Не читайте до обеда советских газет!
– …Да ведь других же нет.
– Вот никаких и не читайте.
М.А. Булгаков

Совет профессора Преображенского понимаю и буквально, и сверх того: не доверяю ни средствам массовой информации, ни – за рамками элементарных нужд – информации как таковой. И если неприязнью к СМИ никого особо не удивишь, то негативное отношение к самой информации, скорее всего, вызовет недоумение. При том? что ни о каком тотальном скептицизме с моей стороны речь не идёт. Необходимо объясниться.

Человек погружён в пространство смыслов и информации. Ими же наполнена его психика и отчасти соматика. Представляется значимым, различив и проранжировав смысл и информацию, выявить особенности информационных структур в их влиянии на сознание и поведение человека.

Смысл есть идеальная ипостась сущего, определённым образом соотнесённого с субъектом и постигаемого им (подробнее см.: [1, с. 52]). Смысл континуален. Информация – его дискретная производная. Переход от смысла к информации можно проиллюстрировать, если представить, что с полотна

импрессиониста снимет копию гиперреалист. Смысл ощущается и продумывается. Информация просчитывается, причём и при атрофии чувств. В словосочетании «стройная женщина» превалирует вербально оформленный смысл. В записи «90–60–90» – калькулируемая информация. Низведение смысла к информации происходит вследствие жёсткой природной и социальной детерминации, когда живое существо чрезмерно подчинено своим инстинктам, внешним обстоятельствам и нормам совместного сосуществования. Для спешащего на работу дождь или его отсутствие находятся не в области смыслов, а в области информации. Иначе с победным футбольным матчем в ливень: там метеоусловия удерживаются в смысловой системе координат.

Смысл фундирует сознание и поведение человека – информация каузально обусловливает их. Возникающие под воздействием информации идеи и инициируемые практики человека структурно укладываются в бинарные схемы («да» – «нет») и характеризуются склонностью к механическому чередованию, сцепке и пересборке. Примитив… с вкраплениями абсурда. Репрезентативен тут прохожий, ждущий зелёный сигнал светофора на пустынном шоссе. А вместе с ним и исследователь, делающий ставку исключительно на метод проб и ошибок.

Информация есть одна из абсурдистских деконструкций смысловой композиции, именно та деконструкция, которая реабилитирована наукой и апологетически превозносится ею. Наука цепляется за информацию по двум главным причинам. Во-первых, информация для неё важнейший, по сути, негэнтропийный фактор, препятствующий смертельному уравниванию всего со всем в обозримой Вселенной. Во-вторых, передача и обмен информацией составляют существо коммуникации или, как минимум, являются её атрибутами – а без коммуникации проблематично существование социальности. Странно, однако, что именно в информационно-коммуникативную эпоху интеллектуалы заговорили о смерти социального. Заявление о его кончине – это, конечно, преувеличение. Как, впрочем, и тезис об исключительно положительной значимости коммуникации и информации для социальных структур и процессов. В IT-цивилизации социальное не ликвидируется, а трансформируется, перестраивается в социотехническое. Чем больше коммуникации в складывающемся кентавре, тем больше в нём технического и меньше социального. Такова ситуация относительно предмета общественных наук. Любопытной она окажется и в естествознании, если экстраполировать на его предмет трудно разграничиваемую оппозицию «информация – дезинформация». Проще говоря, какой-то вид информации (или даже какая-то её форма), не исключено, лишь имитирует упорядочивание фрагментов видимой Вселенной, работая по факту на рост энтропии.

Не премину отметить, что при всём сродстве науки и информации немало сложностей с научно удовлетворительной дефиницией понятия «информация». Оно, по справедливому замечанию Н.Н. Моисеева, слишком широко в своём использовании (и бытовом, и профессиональном). Отталкиваясь от данной констатации и пытаясь уйти от расширительных толкований, авторитетный отечественный исследователь определял информацию как то, что даёт возможность объекту с «целенаправленными действиями» выбрать для себя «желательное» состояние; или ещё конкретнее – как сведения, получаемые субъектом (живым существом) для выбора возможных вариантов своих действий (см.: [2, с. 99–100]).

Пусть так. Но возникает ряд вопросов. Основных – два. Во-первых, насколько свободен упомянутый выбор; иными словами, в каких пределах субъект волен распоряжаться по собственному усмотрению полученной информацией – или та сама без всякого выбора склоняет живое существо к предопределённым шагам? В другой формулировке: оправданно закавычивая «желание» и «целеполагание» (не «целенаправленность») применительно к объекту, не стоит ли закавычить и субъекта применительно к информационным потокам? Во-вторых, информация – единственный ли вид сведений, которые человек способен получить о себе, окружающих субъектах и объектах и о мире в целом, или же имеются и другие виды?

Ответ на второй вопрос (к первому, разумеется, ещё вернёмся), по существу, мной уже проанонсирован. Информация – не единственный и не самый содержательный вид сведений. Ей недостаёт глубоких смыслов и, наоборот, в ней переизбыток смыслов поверхностных, усечённых, деформированных. Подсказку, в частности, даёт выражение «информация к размышлению». Приобрести и накопить информацию можно, стало быть, не размышляя, бездумно. И только на стадии оперирования ею подключать ум. Но обязательно ли подключать именно его? Нет, необязательно. Достаточно воспользоваться аппаратом, имитирующим работу человеческого ума и заменяющим мышление комбинаторикой. Ум как таковой требуется тогда, когда мы имеем дело с полновесными смыслами. Их композиция и являет собой приоритетный вид сведений, в коих нуждается человек. В полноценном смысле его словарное значение легировано психическими (или даже психосоматическими) усилиями субъекта. В бессубъектной среде смыслы чахнут, превращаясь в информацию… принципиально неотличимую от дезинформации. Надёжная демаркация здесь – прерогатива субъекта, и только его... похоже, правда, отсутствующего.

Глубинная смысловая недостаточность информации сочетается в ней с определённым переизбытком в отношении самой себя. У Клода Шеннона читаем: для того чтобы шум не изменил информацию в передаваемом сигнале настолько, что сведения об оригинале уже невозможно было бы восстановить, должна иметь место определённая избыточность в кодировании. Она «должна быть введена способом, приспособленным для борьбы против действующих на канал шумов определенной структуры. Впрочем, обычно будет помогать любая избыточность источника, если она используется в точке приема» [3, с. 284].

Априорный излишек информации в любой её порции усиливает каузальный прессинг на воспринимающих. Человек всё больше склоняется к простейшим ответным реакциям и всё меньше способен к разграничению информации и дезинформации, не говоря уже о глубоком осмыслении информационных вбросов. Свобода в выборе информации – вопрос, как помним, номер один – оказывается фикцией. Конрад Беккер, представитель «информационного антиглобализма», отмечает: определённым образом организованная информация (а она, повторюсь, всегда такая) приводит к эффекту когнитивного рамирования, выстраивая заведомо далёкий от адекватности угол зрения наблюдателя в отношении воспринимаемого предмета и последующего суждения о нём. Данный эффект безусловно присущ медиа: «…новостные программы могут даже стремиться следовать правилам объективного репортажа, но неумышленно производят рамированный поворот в фокусе общепринятого – это не позволяет большей части аудитории сбалансированно оценить ситуацию» [4, с. 50].

Поглотившие информацию вполне могут прийти к однозначному её толкованию – однако, оно будет заведомо спекулятивным: предзаданным и не соответствующим никакой действительности. Оказываясь спекулятивно однозначной, информация удовлетворяет тривиальным идеологически-пропагандистским запросам. Одновременно, при выпячивании однозначности и вуалировании спекулятивности, информация удовлетворяет научно-технологическим стандартам. Эмпирически достижимая возможность варьирования спекулятивными однозначностями делает информацию привлекательной для изощрённого манипулирования людьми.

Любая манипуляция возможна в конце концов лишь потому, что информация изначально предрасположена к искажению смыслов и, в продолжение, вследствие того, что информационная среда способна подготовить для себя удобных реципиентов – тасующих колоду бит комбинаторов средней руки.

Список литературы

1. Фатенков А.Н. Языки философии, литературы и науки в аспекте смысла // Философские науки. 2003. № 9. С. 50–69.
2. Моисеев Н.Н. Расставание с простотой. М.: Аграф, 1998. 480 с.
3. Шеннон К.Э. Работы по теории информации и кибернетике / пер. с англ.; под ред. Р.Л. Добрушина и О.Б. Лупанова. М.: Иностранная литература, 1963. 829 с.
4. Беккер К. Словарь тактической реальности: Культурная интеллигенция и социальный контроль / пер. с англ. О. Киреева. М.: Ультра. Культура, 2004. 224 с.

ФОРМИРОВАНИЕ ГРАЖДАНСКОЙ КУЛЬТУРЫ МОЛОДЕЖИ: РОЛЬ КОММУНИКАТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СТУДЕНТОВ И ИХ РОДИТЕЛЕЙ

FORMATION OF CIVIC CULTURE OF YOUTH: THE ROLE OF COMMUNICATIVE INTERACTION BETWEEN STUDENTS AND THEIR PARENTS

Н.В. Шаброва
Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург
N.V. Shabrova
Ural Federal University, Yekaterinburg

Изучается коммуникативное взаимодействие студентов и их родителей в процессе формирования гражданской культуры молодежи. Эмпирическая база исследования – фокус-группы со студентами УрФУ (n=10). Выделены типы коммуникативных взаимодействий студентов и их родителей, определено их влияние на формирование гражданской культуры студентов. Отмечается синхронное существование постфигуративного, кофигуративного, префигуративного способов передачи гражданской культуры.

The article is devoted to the study of the communicative interaction of students and their parents in the process of forming the civic culture of youth. The empirical basis of the study was formed by focus groups with UrFU students (n=10). The types of communicative interactions between students and their parents are identified, their influence on the formation of students' civic culture is determined. The synchronous existence of postfigurative, cofigurative, prefigurative ways of transmitting civic culture is noted.

Ключевые слова: родители, студенты, коммуникативное взаимодействие студентов и их родителей, гражданская культура, гражданское общество

Keywords: parents, students, communicative interaction of students and their parents, civic culture, civil society

Важное место во взаимодействии студентов и их родителей занимает коммуникация – повседневное общение между ними, обмен в ходе этого общения информацией и мнениями о происходящих в жизни событиях. Общение – один из базовых механизмов социализации. Благодаря общению происходит формирование знаний и установок, ценностей и моделей поведения, в том числе гражданских [1; 2]. Вместе с тем, в современной зарубежной литературе доминирует контекстуальный подход к гражданской социализации молодежи [3; 4]. В соответствии с ним молодые люди являются независимыми субъектами гражданского общества, самостоятельно конструирующими свою гражданственность, а родителям отводится место лишь одного из контекстов данного процесса.

В нашем исследовании мы попытались выяснить, как в современных российских условиях коммуникативное взаимодействие студентов и их родителей влияет на формирование гражданской культуры молодежи.

Эмпирическая база – фокус-группы со студентами Уральского федерального университета, проведенные в ноябре-декабре 2021 г. (n=7) и марте 2022 г. (n=3). Гайд фокус-группы был нацелен на изучение содержания взаимодействия студентов с родителями. Отдельный блок вопросов был посвящен коммуникативному взаимодействию студентов и их родителей, его влиянию на формирование последними гражданской культуры молодежи.

В ходе фокус-групп студенты отмечали, что они активно обсуждают с родителями не только вопросы индивидуально-личностного плана (здоровье, учебу, досуг, бытовые дела, поступки членов семьи, друзей и знакомых). В повседневном общении родителей и детей значимое место занимают семейные дискуссии об актуальных общественных проблемах (местных, региональных, национальных и международных).

На основе высказываний студентов были выделены три типа коммуникативных взаимодействий студентов и родителей относительно обмена мнениями, позициями об общественных проблемах и роли гражданского общества в их решении. Первый тип характеризуется *полной согласованностью взглядов родителей и их детей-студентов*. При таком типе родители (реже дети) выступают источником авторитетного мнения. Они формулируют, аргументированно доказывают объективность своей позиции по тем или иным вопросам, поскольку имеют жизненный опыт, обладают эрудицией и

аналитическими способностями. Приведем высказывание участника фокус-группы, отнесенного нами к данному типу:

«У меня папа – дядька советской закалки. Несмотря на это, при анализе любых событий он смотрит разные источники информации, а не только телевизор. Помимо этого, у него кругозор шире, потому что с детства по сегодняшний день он много читает литературы по истории. Поэтому он имеет представление о том, что происходит. Он со мной делится, мы много дискутируем на эти темы. Его точка зрения, конечно, определяет и мои представления о текущих событиях, происходящих и в мире, и в стране…».

Диаметрально противоположен первому типу коммуникативных взаимодействий студентов и их родителей второй тип, для которого характерно *полное несогласие студентов с точкой зрения родителей*. Это несогласие возникает, прежде всего, в результате использования студентами и их родителями разных источников информации о событиях, происходящих в городе, регионе, стране, мире. Студенты с таким типом коммуникативного взаимодействия с родителями отмечали, что их родители черпают информацию из прогосударственных источников информации (телевидение, новостные сайты) и воспроизводят мнение, транслируемое ими. Для студентов данного типа в качестве основного источника информации выступает сеть Интернет. В ходе фоку-групп они подчеркивали, что читают новости не только на прогосударственных сайтах, но и знакомятся с информацией, публикуемой независимыми сетевыми изданиями. Более того, студенты данного типа не ограничиваются отечественными источниками информации, они читают зарубежные СМИ, несмотря на существующую сегодня частичную блокировку зарубежного контента.

Частичное совпадение взглядов родителей и студентов характерно для третьего типа коммуникативного взаимодействия студентов и их родителей. Студенты данного типа отмечали вариативность принятия ими и их родителями точек зрения на обсуждаемые проблемы. В одних ситуациях родители соглашаются со своими детьми-студентами, в других – студенты принимают позицию родителей. В ходе фокус-групп студенты чаще говорили именно о таком типе коммуникативного взаимодействия с родителями. Полагаем, данный тип является наиболее позитивным для формирования гражданской культуры молодежи, поскольку дает возможность студентам отрабатывать навыки формулировки, обоснования своей гражданской позиции, создает уверенность, что их мнение имеет значение и будет учтено [1, с. 365–371]. Высказывание участницы фокус-группы хорошо иллюстрирует этот тезис:

«Для меня мои родители были и остаются наставниками. Они помогают мне формировать критическое мышление. Я общаюсь с родителями, высказываю свою позицию, они свою позицию пытаются отстоять. Мы можем даже поспорить. В ходе этих разговоров анализ какой-то происходит, и в результате понимаешь, согласен ты с ними или не согласен. Если родители объективно доказывают свою точку зрения, то я с ними соглашаюсь. Иногда бывает, что я им привожу весомые аргументы, и они меняют свою позицию. То есть происходит такое взаимное обучение…».

Выделенные типы коммуникативных взаимодействий студентов и их родителей отражаются на особенностях отношения родителей к участию студентов в социальных и гражданских практиках. Были выделены две таких особенности. Первая из них –однозначная поддержка родителями социальной активности студентов: участия в экологической, культурной, волонтерской деятельности, благотворительных акциях, спортивных и досуговых мероприятиях. Участники фокус-групп говорили о материальной помощи родителей (денежных средствах на пожертвования, покупку требуемых в благотворительной акции вещей), о помощи в доставке до места проведения социального мероприятия и даже о присоединении родителей к участникам таких мероприятий. Важным является уверенность студентов в такой родительской поддержке и в будущем.

Вторая особенность состоит в негативном отношении родителей студентов к участию их детей в протестных акциях (митингах и пикетах), в особенности несанкционированных и связанных с политическими вопросами. Источником такого отношения родителей, как отмечали участники фокус-групп, выступает страх родителей за здоровье, безопасность и в целом будущее детей:

«Меня родители просто не пустят, потому что понимают, что это бессмысленно и просто небезопасно»; «Мои родители против моего участия в несанкционированных акциях, так как помимо моей безопасности, это может повлиять и на семейный бюджет. Выплачивать огромные штрафы им не очень хочется. Поэтому мне сказали, хочешь участвовать – участвуй, но только в санкционированных»; «Если я скажу родителям, что хочу поучаствовать в какой-нибудь социальной акции, то они поддержат. Если же после моей активности меня придется из автозака забирать, то скажут: «Сиди дома!»»; «Мои родители не одобрят мое желание поучаствовать в каком-нибудь митинге с аргументом «не надо портить себе дальнейшую жизнь»».

Студенты разделяют тревоги родителей, поскольку знают о негативных последствиях для участников таких акций. Высказывания участников фокус-групп доказательство этого:

«В нашей стране многое непредсказуемо. Я знаю, что даже санкционированный митинг «Яблока» был разогнан со всеми вытекающими последствиями»; *«Мы не готовы к участию в политических акциях, потому что знаем, что тех студентов, которые приняли участие в акции в защиту сквера*[*]*, потом отчислили… Поэтому если хочешь учиться – сиди дома»; «Участие в этих акциях фиксируется и в дальнейшем может отразиться на нашем будущем. Будет какая-нибудь запись в личном деле и потом будет трудно устроиться на хорошую работу»*.

Проведенное нами исследование позволяет говорить о том, что родители остаются значимыми агентами гражданской социализации студентов. В ходе коммуникативного взаимодействия со своими детьми-студентами они формируют у них гражданские знания и установки, ценности, а также *безопасную* для них модель гражданского поведения. Особенностью современного этапа взаимодействия студентов и их родителей является синхронное существование постфигуративного, кофигуративного, префигуративного способов передачи культуры [5].

Список литературы

1. Алмонд Г., Верба С. Гражданская культура: политические установки и демократия в пяти странах. М.: Мысль, 2014. 500 с.
2. Мертон Р. Социальная теория и социальная структура. М.: АСТ, 2006. 873 с.
3. Zaff J.F., Malanchuk O., Eccles J.S. Predicting positive citizenship from adolescence to young adulthood: “The effects of a civic context” // Applied development science. 2008. Vol. 12. Iss. 1. P. 38–53.
4. Lerner R., Johnson S.K., Wang J., Ferris K.A., Hershberg R.M. The study of the development of civic engagement within contemporary developmental science: theory, method, and application // Research in human development. 2015. Vol. 12. Iss. 1–2. P. 149–156.
5. Мид М. Культура и мир детства. Избранные произведения / Пер. с англ. Ю.А. Асеева. М.: Наука, 1988. 429 с.

[*] Имеется в виду акция протеста против строительства Храма на месте сквера около Драматического театра, прошедшая в Екатеринбурге в мае 2019 г.

ВЫСТУПЛЕНИЯ

СРЕДСТВА ПРОПАГАНДЫ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ

THE MEANS OF PROMOTING FAMILY VALUES AMONG YOUNG PEOPLE

Л.В. Вандышева
Самарский национальный исследовательский университет им. академика С.П. Королева, г. Самара
L.V. Vandysheva
Samara National Research University n.a. Academician S.P. Korolev, Samara

Посвящено теоретическому обоснованию средств пропаганды семейных ценностей среди молодежи. Представлена авторская классификация средств. На основе анализа сайта социальной службы выявлены средства пропаганды семейных ценностей среди молодежи. К средствам отнесены: праздники, тренинги, уличные акции. Конкретизирована суть праздника как основного средства пропаганды семейных ценностей среди молодежи.

The article is devoted to the theoretical substantiation of the means of promoting family values among young people. The author's classification of funds is presented. Analysis of the site of the social service revealed the following means: holidays, trainings, street actions. The holiday is defined as the main means of promoting family values among young people.

Ключевые слова: молодежь, семейные ценности, пропаганда семейных ценностей, средства пропаганды семейных ценностей

Keywords: youth, family values, promotion of family values, forms of promotion of family values

В настоящее время выработка эффективных информационно-просветительских мер по формированию семейных ценностей среди молодежи представляется актуальной социономической задачей. В связи с этим обращаемся к средствам пропаганды семейных ценностей среди молодежи, позволяющим демонстрировать позитивный опыт семейного воспитания и повышать престиж социально благополучной семьи среди молодежи.

В первую очередь конкретизируем суть термина «пропаганда». От латинского «propaganda» – подлежащее распространению, от «propago» – распространяю, пропаганда понимается как распространение политических, философских, научных, художественных и других взглядов, идей с целью их внедрения в общественное сознание и активизации массовой практической

деятельности. В узком смысле пропаганда трактуется как политическая (идеологическая) пропаганда – распространение взглядов, идей и теорий с целью формирования у масс определенного мировоззрения, представлений, отражающих интересы субъекта пропаганды, и стимулирования соответствующих им практических действий [1].

В новом толковом русском словаре дается следующее определение термина «пропаганда» – распространение в обществе каких-либо идей, воззрений, знаний путем постоянного глубокого и детального их разъяснения [2].

Итак, термин «пропаганда», введенный в XVII веке, к настоящему времени получил множество различных толкований: коммуникация людей; инструмент психологического внушения и влияния на процесс коммуникации; метод распространения идеологии в обществе и т.д. Цель пропаганды сводится к влиянию на систему идейных, общественных ценностей людей, которые изменяются путем создания новых установок или через усиление (ослабление) уже существующих. Так, социолог Л. Войтасик определяет установку как сформированную под влиянием пропаганды, воспитания и опыта относительно устойчивую организацию знаний, чувств и мотивов, вызывающих соответствующее отношение человека к идейным, политическим и общественным явлениям окружающей его действительности [3, с. 25].

Теоретический анализ научной литературы не позволил выделить обще-утвержденную классификацию семейных ценностей. Так, Л.И. Савинов выделяет ценности в сферах брачного поведения и выбора брачного партнёра; в сфере родительства; сфере отношений как семейной ценности и т.п. [4]. Исследователи М.В. Дмитриева и А.А. Яворская конкретизируют семейные ценности, исходя из функций семьи [5, с.23].

К средствам пропаганды семейных ценностей относим приемы, способы действия специалистов для распространения взглядов и идей, регулирующих поведение молодежи при создании собственной семьи и непосредственно в семье.

На основе теоретического анализа научной литературы разработана авторская классификация средств пропаганды семейных ценностей среди молодежи:

1) по результату воздействия:

- средства конструктивной пропаганды. Они служат общественным интересам, создают систему взглядов, отвечающих национальным интересам; передают конструктивную информацию о процессах и событиях, происходящих в обществе; не скрывают и не искажают факты и рассуждения. Конструктивная

пропаганда обеспечивает духовную безопасность общества, защищает от деструктивных идей;

- средства манипулятивной (деструктивной) пропаганды по своим характеристикам противоположны предыдущей.

2) по каналам воздействия:

- опосредованные средства. Пропаганда реализуется через телефонные, телевизионные носители;

- непосредственные средства предполагают коммуникацию напрямую с объектом пропаганды;

- одноканальные средства пропаганды предусматривают, что и информация передается по каналу влияния, но при этом отсутствует непосредственная обратная связь для контроля за восприятием. К данным средствам относим: брошюры, информационные листки, стенды, бюллетени, плакаты, выставки, лекции и доклады;

- двуканальные средства пропаганды в процессе передачи информации могут контролировать ее восприятие (беседы, дискуссии, коллективные обсуждения);

- смешанные средства пропаганды сочетают в себе свойства двух предыдущих.

3) по форме подачи информации:

- устные средства пропаганды (беседа, лекция, диспут, радио- и телевыступления, онлайн-дискуссии, видеочат, круглый стол, викторина, конкурс);

- письменные средства (листовки, плакаты, научные публикации, тексты, размещенные на официальных сайтах и страницах в социальных сетях).

Анализ сайта Государственного казенного учреждения Самарской области «Комплексный центр социального обслуживания населения Самарского округа» позволил выявить мероприятия по укреплению института семьи, популяризации семейных ценностей, ответственного родительства среди молодежи и уточнить, что пропаганда семейных ценностей среди молодежи осуществляется в рамках социально-психологических, социально-педагогических услуг, предоставляемых в данном учреждении.

Выявлены следующие средства пропаганды семейных ценностей среди молодежи: праздники, мастер-класс, уличные акции. По частоте упоминания на сайте праздники как средство пропаганды семейных ценностей преобладают. В данной статье конкретизируем суть этого средства.

Среди праздников выявлены следующие: «Аллея семейного единения», приурочено к Всероссийскому дню семьи, любви и верности; «Счастливы

вместе» для семей, воспитывающих детей-инвалидов, многодетных и приемных семей; «Наша дружная семья», приуроченный к Международному дню семьи.

Анализ информации о праздниках позволяет выделить в данном средстве определенный потенциал. Он сводится к тому, что к реализации этого средства подключают большое количество людей, праздники имеют массовый характер. Именно праздники характеризуем как средство конструктивной пропаганды, поскольку во время праздников, посвященных семьи, любви и верности, создается система взглядов, отвечающая национальным интересам, передается конструктивная информация. Праздники могут быть отнесены к средствам непосредственной пропаганды семейных ценностей среди молодежи: в процессе бесед и коллективных обсуждений контролируется восприятие информации. Кроме этого праздники относятся нами к двуканальной пропаганде семейных ценностей среди молодежи, потому что присутствует обратная связь, а использование брошюр, информационных листков, стендов, бюллетеней, позволяет осуществлять одноканальную пропаганду. По форме подачи информации праздники как средство пропаганды семейных ценностей относится к устной пропаганде и предполагает проведение викторин, конкурсов. При этом размещение информации о реализации праздников на сайте Учреждения является письменной пропагандой семейных ценностей среди молодежи.

Итак, решение задачи, связанной с пропагандой семейных ценностей среди молодежи, предполагает расширение спектра средств. Выделение специалистами социальных служб в качестве основного средства пропаганды семейных ценностей среди молодежи праздника представляется не случайным и обусловлено его социально-культурным значением, а также методическими особенностями организации.

Список литературы

1. Пропаганда // Большая советская энциклопедия: [в 30 т.] / гл. ред. А.М. Прохоров. 3-е изд. М.: Советская энциклопедия, 1969–1978.

2. Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. М.: Русский язык, 2001. 320 с.

3. Войтасик Л. Использование психологии в системе пропаганды // Реклама: внушение и манипуляция. Медиа-ориентированный подход / авт.-сост. Д.Я. Райгородский. Самара: ИД «БАХРАХ-М», 2001. 253 с.

4. Савинов Л.И. Семьеведение. Саранск: Изд-во Мордовского университета, 2000. 96 с.

5. Кулаженкова Л.В. К вопросу о трансформации семейных ценностей в современном российском обществе // Вестник государственного и муниципального управления. 2015. № 1 (16). С. 18–27.

КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ В КОНТЕКСТЕ КАПИТАЛИЗАЦИИ РОДИТЕЛЬСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ

COMMUNICATIVE PRACTICES IN THE CONTEXT OF PARENTAL COMPETENCE CAPITALIZATION

Т.Н. Захаркина
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
T.N. Zakharkina
Lobachevsky University

Представлен анализ феномена ответственного родительства как фактора капитализации родительских компетенций, формирующего новые коммуникативные практики. Дана категоризация спектра семейных услуг, выявлены основные субъекты их предоставления.

The article presents an analysis of the phenomenon of responsible parenthood as a factor in the capitalization of parental competencies that forms new communicative practices. The categorization of the range of family services is given, the main subjects of their provision are identified.

Ключевые слова: ответственное родительство; родительские компетенции; семейные услуги, субъекты, предоставляющие семейные услуги, детско-родительские взаимоотношения

Keywords: responsible parenting; parenting competencies; family services, entities providing family services, child-parent relationships

В современном мире все больше наблюдается стремление к ответственному родительству. С научной точки зрения, оно характеризуется через систему взаимодействия ценностных ориентаций, родительских установок, чувств, родительских позиций, родительских отношений и родительской ответственности, которые способствуют формированию гармоничного стиля семейного воспитания [1]. С точки зрения обыденного смысла, определение данного феномена представляется как подготовка семьи к выполнению родительских функций. Однако зачастую можно наблюдать, как потенциальные родители затрачивают много физических и экономических ресурсов в процессе планирования и подготовки к родам, но оказываются психологически и педагогически некомпетентными по мере роста и взросления

детей. В этом контексте можно говорить, что потенциальные родители не имеют четких представлений о различных формах и способах взаимодействия с ребенком, знаний и представлений о целевом аспекте этих взаимоотношений, убеждений в приоритетности направлений взаимодействия с ребенком, которые реализуют родители. Иллюстрацией данного тезиса служат результаты исследования, проведенного Ю.А. Федоровой и О.Н. Хохловой по методике Р.В. Овчаровой и Ю.А. Дягтеревой "Представления об идеальном родителе", согласно которым отмечается низкий уровень когнитивной составляющий в формировании родительства. Стоит отметить, что у мужчин в балльном соотношение показатель когнитивного аспекта родительства значительно ниже, чем у женщин [2].

Актуализируются потребности в расширении субъектов социализации, с одной стороны, и совершенствования родительских компетенций – с другой. Данный социальный запрос обусловливает пополнение спектра помогающих профессий и специализированных некоммерческих организаций, предлагающих новые типы и форматы оказания поддержки и социальных услуг родителям, что влечет за собой формирование целого кластера семейных услуг, направленных на обслуживание потребностей не просто быта и семьи, но и родительства. В этом контексте появляются новые коммуникативные практики взаимодействия родителей и социальных институтов, субъектов, предоставляющих семейные услуги, социально-педагогические и психологические услуги, повышающие компетентность родителей.

Важным представляется, что ответственное родительство становится нормативной моделью семейных и детско-родительских отношений, транслируемой официальными документами семейной политики, где семья представляется концептом "благополучная" массмедия, популярной психологической и педагогической литературой [3]. Для соответствия этой модели родитель становится на позицию ученика, которому необходимо осваивать и усваивать не только новые навыки и качества, применимые в семейных и детско-родительских взаимоотношениях, знания в области медицины, психологии, педагогики, но и быть компетентным потребителем на рынке развивающихся семейных услуг.

Сегодня кластер семейных услуг включает большой спектр направлений и наименований. Основываясь на факте появления ребенка в семье, семейные услуги условно можно категоризировать на перинатальные и постперинатальные. К первой категории можно отнести весь спектр семейных услуг, связанных с подготовкой семьи к родам и родовспоможению: психолого-педагогическое сопровождение беременности (осуществляется

некоммерческими, общественными организациями, деятельность которых направлена на поддержку и сопровождение разных типов семей); программы ведения беременности (осуществляются государственными и коммерческими учреждениями здравоохранения); услуги по реализации партнерских (совместных) родов; школа будущих родителей (как правило, реализуются на базе женских консультаций и родильных домов и направлена на подготовку к родам и первым дням жизни с ребенком); услуги доулы (частная практика подготовки и помощи женщине до и во время родов). Ко второй категории можно отнести услуги, предоставляющие помощь как на раннем этапе развития ребенка, так и по мере его взросления: патронаж новорожденных (осуществляется коммерческими учреждениями здравоохранения); услуги консультирования по детскому сну, грудному вскармливанию, прикорму ребенка (может быть реализовано как в формате частной практики, так и в рамках общественной организации); услуги няни, бебиситтеров, гувернеров (реализуется в формате частной практики или через коммерческие агенства); услуги общественного воспитания детей (реализуются через государственные и частные детские сады в формате полного дня и кратковременного пребывания); услуги раннего и дополнительного развития детей (как правило, реализуется частными и некоммерческими организациями); общеобразовательные услуги (реализуются посредством государственных учреждений и некоммерческих организаций); психолого-педагогические и нейро-диагностические услуги (реализуются в формате частной практики и в центрах разного юридического статуса).

В рамках парадигмы становления ответственного родительства нормативной моделью семейных и детско-родительских взаимоотношений и соответствия родителей этой модели возрастает спрос на перечиленные виды услуг. Необходимо отметить, что все больше семейных услуг предоставляется негосударственными организациями разного юридического статуса, что говорит о невозможности государственного сектора удовлетворить семейные потребности в повышении родительской компетентности в контексте популяризации "благополучной семьи". Развитие некоммерческих организаций в предоставлении семейных услуг обусловлено еще и тем, что родители все чаще предпочитают альтернативные по качеству и форме услуги имеющимся в государственных учреждениях. Родители все чаще делают выбор в пользу частных перинатальных центров, частных детских садов, частных общеобразовательных школ. Однако можно наблюдать коллаборацию государственных и некоммерческих организаций: реализация коммерческих услуг по родовспоможению на базе государственных родительных домов;

получение образовательных услуг с последующей сертификацией государственного образца.

Популяризация частных практик и некоммерческих организаций в предоставление семейных услуг целиком реализуется посредством различных платформ Интернет пространства. Родитель как потребитель может ознакомиться с широким спектром информации, набором товаров и услуг, выбрав то, что отвечает его интересам и позволит осуществить позиционирование в социальном пространстве. Значительная часть услуг, относящихся к постперинатальной категории, могут быть реализованы не только в очном формате, но и онлайн. С одной стороны, можно говорить о большей доступности в реализации разных видов услуг, с другой стороны, предоставление большинства услуг на коммерческой основе заставляет родителей тратить большее количество финансовых ресурсов. Остается открытым вопрос о качестве предоставления семейных услуг в формате онлайн.

Таким образом, можно говорить, что популяризация феномена ответственного родительства способствует формированию кластера семейных услуг. Развитие сферы семейных услуг сопровождается новыми коммуникативными практиками взаимодействия не только родителей и субъектов, предоставляющих семейные услуги, но и этих субъектов между собой на разных уровнях.

Список литературы

1. Смирнова Е.Г. Психолого-педагогическое сопровождение формирования осознанного родительства в молодой семье: автореф. ... канд. псих. наук. Курган, 2008. 22 с.
2. Федорова Ю.А., Хохлова О.Н. Осознанное родительство как психологе-педагогический феномен // Проблемы современной психологии и педагогики. 2017. № 6 (73). С. 21.
3. Чернова Ж.В. Шпаковская Л.Л. Детоцентризм как универсальный код российского гендерного порядка // Социодиггер. 2020. Т. 1. Вып. 2. С. 4–8.

МЕЖПОКОЛЕННОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ: АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ*

INTERGENERATIONAL INTERACTION: AN ANALYSIS OF FOREIGN STUDIES

Е.С. Рябинская
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
E.S. Ryabinskaya
Lobachevsky University

Проводится анализ зарубежных исследований, посвященных изучению прародительской роли, рассматриваются категория здорового прародительства и факторы, влияющие на степень вовлеченности бабушек и дедушек в жизнь внуков.

Foreign studies of the grandparental role are analysed, the category of healthy grandparenthood and factors influencing the degree of grandparents' involvement in their grandchildren's lives are considered.

Ключевые слова: прародители, бабушки, дедушки, здоровое прародительство, факторы вовлеченности

Keywords: grandparents, grandmothers, grandfathers, healthy grandparenthood, factors of involvement

Изменение возрастной структуры, вследствие низкой рождаемости и увеличения продолжительности жизни, рост числа разводов и неполных семей, глобализация труда и увеличение числа работающих матерей способствуют изменениям в семейной сфере, росту значимости межпоколенных отношений, и, как следствие, повышению исследовательского интереса к данной проблематике [1; 2].

В фокусе большинства зарубежных исследований, посвященных прародительству, находится роль бабушки, в частности бабушки по материнской линии, являющейся наиболее распространенным субъектом осуществления неформального ухода за ребенком. Однако распространение нового, вовлеченного отцовства стало катализатором интереса к *новому праотцовству*. Некоторые исследования показывают, что мужчины в западных обществах с возрастом становятся более заботливыми, формируется новая «ниша» западных дедушек. При этом отмечается различие между дедушками по материнской и

* Подготовлено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-311-90077 «Роль мужчины в современной российской семье».

отцовской линиям: первые, как правило, оказываются более вовлеченными в жизнь своих внуков [2-4].

Несмотря на это, бабушки по материнской линии все же принимают наибольшее участие в жизни своих внуков [2; 5], что соотносится с результатами отечественных исследований [см.: 6; 7]. Затем идут дедушки по материнской линии, бабушки по отцовской линии и дедушки по отцовской линии. Эта закономерность сохраняется и при наличии живых прародителей со стороны и матери, и отца, что подчеркивает важность бабушек по материнской линии, но не умаляет значимость других прародителей [2; 5].

Важной для анализа является категория *здорового прародительства* – периода совпадения в жизни прародителей и внуков, когда они могут строить отношения и участвовать в совместной деятельности, а старшее поколение может передавать важные трансферты младшему. *Нездоровое прародительство* – период, когда среднее поколение с бо́льшей долей вероятности будет обеспечивать уход за старшим поколением, а отношения между прародителями и внуками могут не быть такими активными [8].

Продолжительность здорового прародительства зависит от возраста рождения детей в двух поколениях, моделей заболеваемости и смертности. Бабушки, особенно по материнской линии, имеют более продолжительный период *здорового прародительства,* вследствие разницы в возрасте между супругами-прародителями, гендерных различий заболеваемости и смертности. Когортных исследований современного *здорового прародительства* не существует, для определения его продолжительности используются демографические методы. Так, в 2010 г. период *здорового прародительства*, начиная с 50 лет, составлял 15,8 и 18,9 лет для американских мужчин и женщин, соответственно, а в 2011 г. – 14,2 и 17,4 лет для канадских мужчин и женщин, соответственно [8].

Ценность бабушек и дедушек и степень их участия в межпоколенных семейных взаимоотношениях зависит от *культурных традиций и норм*. В западном мире процесс индивидуализации, как правило, отдаляет поколения друг от друга. Напротив, в незападном мире традиции гендерной иерархии, родства и владения собственностью способствуют сохранению авторитетной роли прародителей, особенно во многих азиатских, африканских и латиноамериканских обществах, повышению социального статуса бабушек и дедушек в семье и обществе [2]. Так, неиспаноязычные черные и испаноязычные прародители более склонны к обеспечению ухода за детьми и другой практической поддержке, чем неиспаноязычные белые бабушки и дедушки [8].

В США существуют значительные *расовые/ этнические* и *образовательные различия* в продолжительности *здорового прародительства*. Неиспаноязычные белые бабушки и дедушки имеют самый продолжительный период здорового прародительства, б*о*льшая часть их лет в качестве бабушек и дедушек проходит в здравии, по сравнению с неиспаноязычными чернокожими или латиноамериканцами. Неиспаноязычные белые дедушки здоровы 15,0 лет, а бабушки – 18,5 лет, по сравнению с 11,3 и 13,7 годами для неиспаноязычных чернокожих мужчин и женщин, соответственно, и 13,1 и 12,8 годами для испаноязычных мужчин и женщин, соответственно. Дедушки и бабушки с высшим уровнем образования имеют самый продолжительный период здорового прародительства: 16,8 лет у высокообразованных мужчин, 16,1 – со средним уровнем образования, 11,8 – у наименее образованных; 20,8 лет у высокообразованных женщин, 20,7 – со средним уровнем образования, 13,8 – у наименее образованных. Менее образованные испаноязычные и чернокожие американцы проводят меньше времени в качестве здоровых бабушек и дедушек и больше времени в качестве нездоровых. Скорее всего, они обладают меньшими ресурсами, которые могут стать еще более ограниченными в условиях ранней заболеваемости. Раннее ухудшение состояния здоровья может снизить их способность вносить вклад в развитие молодого поколения раньше, чем у белых и более высокообразованных бабушек и дедушек [8].

В целом, *здоровье* прародителей влияет на активность всех бабушек и дедушек. По данным исследования «Вовлеченные прародители и детское благополучие – 2007», в ходе которого были опрошены британские и валлийские подростки в возрасте 11-16 лет, у которых жив хотя бы один из прародителей (N=1 488), чем лучше внуки оценивают здоровье своих бабушек и дедушек, тем чаще они отмечают их участие в своей жизни [5].

Еще один фактор – *трудовая занятость*. Прародители, работающие неполный рабочий день, в б*о*льшей степени вовлечены в жизнь своих внуков, чем работающие полный рабочий день. При этом, неработающие бабушки и дедушки тоже вовлечены, но не так активно, как работающие неполный рабочий день. То есть, прародительская активность выше, когда бабушки и дедушки заняты частично, а не когда они вообще не работают. Это может быть связано с тем, что неработающие прародители старше и, возможно, имеют более слабое здоровье [5].

Играет роль и *возраст внуков:* чем они старше (диапазон – 11-16 лет), тем меньше вовлеченность их бабушек и дедушек. Уменьшение контактов между прародителями и внуками, вероятно, связано с течением жизни и с тем, что в

определенном возрасте подростки пытаются отстраниться от семьи и влиться в группу сверстников [5].

Структура малой семьи подчеркивает разницу между прародителями по материнской и отцовской линиям. Дети, проживающие только с матерью, сообщают о меньшем участии бабушки со стороны отца, чем дети из полной семьи. Аналогично, дети, проживающие только с отцом, отмечают меньшее участие бабушки и дедушки со стороны матери и значительно б*о*льшее участие бабушки со стороны отца, чем дети из полной семьи [5]. Поскольку родители являются «привратниками» детско-прародительских отношений, а, например, по законодательству Великобритании, бабушки и дедушки не имеют юридических прав на контакт со своими внуками, если родители этого не желают [2], это может разрушить межпоколенные связи. То есть, возможное снижение прародительской активности с *распадом малой семьи* зависит от того, *с кем* остается ребенок.

По данным исследования здоровья, старения и выхода на пенсию в Европе (2016 г.) и Европейского исследования ценностей (2017 г.), в среднем, у прародителей 1,86 внуков, самому младшему из которых 5,13 лет, а число собственных взрослых детей составляет 2,25 [9]. Это необходимо учитывать, потому что бабушкам и дедушкам труднее оказывать помощь, если внуки находятся в разных домохозяйствах. Авторы приходят к выводу, что наличие б*о*льшего числа взрослых детей с б*о*льшим *количеством внуков*, а также б*о*льшее *расстояние* между домами снижает прародительскую вовлеченность [5; 9].

Средний возраст прародителей составляет 63 года [9]. Межнациональные различия в среднем возрасте вступления в прародительство больше, чем в среднем возрасте рождения первого ребенка, выхода на пенсию и ожидаемой продолжительности жизни. По сравнению с США (49 лет у женщин и 52 года у мужчин), в Восточной Европе бабушками и дедушками становятся на три года раньше, а в Западной Европе – на восемь лет позже [10]. Отмечается, что помощь прародителей довольно постоянна в возрасте от 50 до 70 лет, а после этого снижается [9]. При этом, чем моложе бабушки и дедушки, тем б*о*льшее количество внуков сообщают об их участии в своей жизни [5], то есть еще одним определяющим факторов является *возраст прародителей*.

Наконец, на вовлеченность *прародителей* влияет их *семейное положение*. Исследование показывает, что развод и повторный брак бабушек и дедушек связаны с уменьшением помощи по уходу за детьми и сокращением контактов между прародителями и внуками. Вступившие в повторный брак и овдовевшие дедушки оказывают значительно меньшую практическую и финансовую

помощь, по сравнению с никогда не разводившимися. Повторный брак бабушек ведет к сокращению помощи по уходу за детьми и общению с ними, а развод – к уменьшению финансовой поддержки [2]. Согласно результатам другого исследования, семейное положение прародителей влияет только на активность дедушек: дедушки, не состоящие в браке с бабушкой своих внуков, менее вовлечены в их жизнь, а повторный брак отрицательно сказывается на участии только дедушек по материнской линии [5].

Полученные гендерные различия между бабушками и дедушками могут быть объяснены тем, что женщины более склонны к тесному контакту с родственниками и являются хранительницами рода [5].

Поскольку отечественных исследований, посвященных изучению прародительской роли, не так много, и, в первую очередь, они сфокусированы на институте бабушек, данные результаты могут быть использованы для изучения особенностей российских прародителей, в частности дедушек.

Список литературы

1. Glaser K., Hank K. Grandparenthood in Europe European // Journal of Ageing. 2018. No 15. Pp. 221–223.
2. Buchanan A., Rotkirch A. Twenty-first century grandparents: global perspectives on changing roles and consequences // Contemporary Social Science. 2018. No 13 (2). Pp. 131–144
3. Burn K., Szoeke C. Is grandparenting a form of social engagement that benefits cognition in ageing? // Maturitas. 2015. No 80. Pp. 122–125.
4. Shwalb D.W., Hossain Z., Eisberg G. The Roles of Grandparents in Child Development: A Cultural Approach // Children's Social Worlds in Cultural Context / T. Tulviste, D.L. Best, J.L. Gibbons Ed. Springer Cham, 2019. Pp. 161–172.
5. Danielsbacka M., Tanskanen A.O. Adolescent grandchildren's perceptions of grandparents' involvement in UK: an interpretation from life course and evolutionary theory perspective // Eur J Ageing. 2012. No 9. Pp. 329–341.
6. Егорова Н.Ю., Кутявина Е.Е. Ресурсный потенциал пожилого человека – реализация в семье // Старшее поколение современной России: Монография / З.Х. Саралиева, Н.Ю. Егорова, Е.Е. Кутявина, И.Е. Золин [и др.]. Н. Новгород: ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2022. С. 31–48.
7. Янак А.Л. «Могут, но не обязаны»: роли старшего поколения в семье в представлениях нижегородских студентов // Старшее поколение современной России: Монография / З.Х. Саралиева, Н.Ю. Егорова, Е.Е. Кутявина, И.Е. Золин [и др.]. Н. Новгород: ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2022. С. 148–158.
8. Margolis R., Wright L. Healthy Grandparenthood: How Long Is It, and How Has It Changed? // Demography. 2017. No 54. Pp. 2073–2099.

9. Popescu L., Pronzato Ch. Grandparents' Care and Mothers' Work in Europe. Taking Different Points of View // Mothers in the Labor Market / J.A. Molina Ed. Springer Cham, 2022. Pp. 123–136.
10. Leopold T., Skopek J. The Demography of Grandparenthood: An International Profile // Social Forces. 2015. No 94 (2). Pp. 801–832.

СПЕЦИФИКА МЕЖПОКОЛЕННЫХ КОММУНИКАЦИЙ ПОСЛЕ РАЗВОДА

THE SPECIFICS OF INTERGENERATIONAL COMMUNICATION AFTER DIVORCE

О.Г. Суворова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
O.G. Suvorova
Lobachevsky University

Анализируются особенности межпоколенных взаимодействий в современной российской семье после расторжения брака. В основу материала положено исследование судебной практики (судебных постановлений) по спорам, возникающим из семейных правоотношений, за период с 2011 по 2021 гг. Результаты исследования подтверждают, что после развода наиболее распространены два аспекта взаимодействия: решение жилищного вопроса и финансовая поддержка.

The features of intergenerational interactions in the modern Russian family after the dissolution of marriage are analyzed. The article is based on a study of judicial practice on disputes arising from family legal relations for the period from 2011 to 2021. The results of the study confirm that after a divorce, two aspects of interaction are most common: solving the housing issue and financial support.

Ключевые слова: межпоколенные отношения, семья, ресурсы
Keywords: intergenerational relations, family, resources

После прекращения отношений между супругами актуальными остаются вопросы: с кем из родителей будет жить ребенок и каким будет порядок общения ребенка не только с отдельно проживающим родителем, но и как повлияет развод на отношения с другими членами семьи?

В основу представленного материала положено исследование судебных актов за период с января 2011 г. по декабрь 2021 г., размещенных в сети Интернет на Интернет-ресурсе «Судебные и нормативные акты РФ (СудАкт)», являющемся крупнейшим в сети базой судебных актов, судебных решений и

нормативных документов, ресурсы некоммерческой интернет-версии системы «КонсультантПлюс» и ресурсы коммерческой версии справочной правовой системы «ГАРАНТ», а также судебные решения по семейным спорам, в которых автор принимал участие в качестве представителя, в общем количестве 1100.

Проанализировать весь массив судебных постановлений не представляется возможным по причине ограниченного количества опубликованных решений суда и в связи с тем, что в базах данных справочных правовых систем большая часть информации обезличена, поскольку содержит персональные данные, даты, адреса участников процесса.

Судебная практика по делам об определении места жительства ребенка свидетельствует, что в большинстве случаев место жительства детей после расторжения брака по-прежнему определяется с матерью.

Проживание на территории одного домохозяйства ясно отражает прочность межпоколенных связей. Как следует из текстов судебных постановлений, до развода значительная часть пар проживала отдельно от родителей одного из супругов; эта доля составила 70%, из них в собственных жилых помещениях (приобретенных в ипотеку в период брака, купленных до заключения брака, полученных по наследству/в дар) – 35%, в жилых помещениях, принадлежащих полностью родителям одного из супругов, – 25%, арендовали жилые помещения у третьих лиц – 10%.

В результате изучения судебной практики можно сделать вывод, что распространенной является ситуация, при которой после регистрации брака супруги переезжают жить в квартиру (дом) родителей одного из супругов, при этом для трудоустройства мужа/жены по новому месту жительства либо по иным причинам родители супруга(и) прописывают нового члена семьи в жилое помещение, затем у молодой семьи рождается ребенок, которого тоже регистрируют в жилом помещении старшего поколения, но в последующем брачные отношения прекращаются, сын переезжает жить в новый дом, а бывшая жена с ребенком остаются проживать в квартире свекров.

Далее анализ судебной практики показывает, что после расторжения брака старшее поколение перестает считать членом их семьи не только бывшую невестку, но и внуков (около 20% исследованных решений), и требует в судебном порядке выселить их из предоставленного ранее для проживания в период брака жилого помещения.

При этом с каждым годом увеличивается количество судебных споров, инициированных бабушками и дедушками, по защите их прав на воспитание внуков (из 100 анализируемых судебных постановлений за каждый год в 2011 г. было вынесено 5 судебных решений о рассмотрении требований об

установлении порядка общения с внуками, за 2012 и 2013 гг. по 6, в 2014 и 2015 – 7 и 9 соответственно, за период с 2016 г. по 2019 г. – 10 постановлений, с 2020 по 2021 гг. – 12). С исковыми заявлениями чаще обращаются бабушки. К сожалению, в рассмотренных судебных постановлениях отсутствует информация, по какой причине дедушки не принимают участия в судебном разбирательстве. Решение обратиться в суд является крайней мерой, к которой прибегает старшее поколение, поскольку судебному разбирательству предшествует обращение в органы опеки, кроме того, бабушки и дедушки считают, чтосудебная процедура является затратной по времени и финансам. В исковых заявлениях старшее поколение объясняет свои действия желанием передать жизненный опыт внукам, любовью и привязанностью к ним, желанием помогать в учебе, воспитании, финансово. По итогам рассмотрения дела суды удовлетворяют требования частично, и как правило, предоставляют только один день для общения с бабушкой или дедушкой, а иногда и всего несколько часов с учетом режима дня ребенка.

При личном обращении в режиме консультации бабушки (из 10 консультаций по вопросам порядка общения старшего поколения и внуков в 7-ми участвуют только бабушки, в 2-ух совместно и в 1-ой только дедушка) поясняют, что готовы поддержать ребенка после развода родителей не только морально, но и финансово, предоставляя им дополнительно денежные средства на мелкие расходы, покупая некоторые предметы гардероба, игрушки, питание, а также делают дорогие подарки: современные гаджеты, для подростков – велосипеды или мопеды. Кроме того, старшее поколение готово на время школьных каникул забирать к себе детей для отдыха в загородных домах. Как поясняют бабушки, внуки с удовольствием принимают их приглашение, однако по тем или иным причинам мать ребенка (поскольку после развода дети чаще остаются проживать с ними) препятствует общению внуков и прародителей.

Что касается финансовой поддержки старшего поколения своих детей, то анализ судебной практики показывает, что несмотря на вступление в брак и начало ведения отдельного самостоятельного хозяйства, родители дарят своим совершеннолетним детям дорогостоящее имущество: жилые помещения, автомобили, либо крупные денежные средства для приобретения такого имущества. После развода родители продолжают поддерживать своих детей финансово: частично или полностью покрывают расходы на оплату бытовой техники, коммунальные платежи или просто дарят денежные средства.

Подводя итоги, можно сказать, что и после развода межпоколенные отношения в семье остаются интенсивными, затрагивают несколько поколений и направлены на сохранение внутрисемейной преемственности.

ИНТЕРНЕТ – ЗОНА ПОВЫШЕННОГО РИСКА В КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИКАХ МОЛОДЕЖИ (НА МАТЕРИАЛАХ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ)

THE INTERNET IS A HIGH-RISK ZONE IN THE COMMUNICATIVE PRACTICES OF YOUNG PEOPLE (BASED ON THE MATERIALS OF THE REPUBLIC OF CRIMEA)

В.А. Чигрин
Крымский филиал Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН, г. Симферополь
V.A. Chigrin
Crimean Branch of The Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of The Russian Academy of Sciences, Simferopol

В современных условиях (постпандемическая ситуация, обострение информационной войны на фоне военной операции на Украине) зоной повышенного риска в коммуникативных практиках крымских подростков и молодежи становится интернет, являющийся одним из основных каналов и источников информации этой демографической группы населения. Особенно это касается Крыма, где эти оба фактора способствуют росту нестабильности в коммуникационной активности части молодых крымчан.

In modern conditions (the post-pandemic situation, the aggravation of the information war against the background of the military operation in Ukraine), the Internet, which is one of the main channels and sources of information for this demographic group of the population, becomes an area of increased risk in the communicative practices of Crimean teenagers and young people. This is especially true in Crimea, where these two factors contribute to the growth of instability in the communication activity of some young Crimeans.

Ключевые слова: информационная война, коммуникативные практики, информационное пространство, интернет-сообщества, социальные риски

Keywords: information warfare, communication practices, information space, Internet communities, social risks

В основу данной публикации положены результаты исследований, проведенных творческим коллективом Крымского филиала ФНИСЦ РАН в 2021 и 2022 гг. Выборочная совокупность составляла 2000 и 2520 респондентов. Использованы методы онлайн-опроса и анкетирование с помощью бумажных носителей.

Прежде чем приступить к анализу данных нашего исследования, приведем несколько примеров: «Двум подросткам, обвиняемым в подготовке террористического акта в учебных заведениях Керчи, продлена мера пресечения

– содержание под стражей – до 18 июня, решение вынес Киевский райсуд Симферополя по ходатайству следствия, пишет издание «Аргументы недели» со ссылкой на ТАСС. По данным ФСБ, подростки – сторонники экстремистской идеологии, последователи Владислава Рослякова, который убил людей в Керченском политехническом колледже в октябре 2018 года [1].

Для совершения преступлений они составили планы вооруженных нападений, нашли интернет-инструкции по изготовлению самодельных взрывных устройств и схемы зданий. Параллельно подростки администрировали в соцсетях и мессенджерах «группы смерти», в которых участников склоняли к совершению аналогичных преступлений. Дома у них изъяты самодельные взрывные устройства с поражающими элементами, приобретенные через интернет.

Если проанализировать каналы коммуникации подростков и молодежи Крыма в условиях самоизоляции в период пандемии коронавируса, несложно увидеть, что именно интернет-общение выходит у них на первое место (67% респондентов). Некоторые особенности этого общения (анонимность и относительная безнаказанность вследствие отсутствия социального контроля) стимулируют стремление части подростков и молодежи афишировать через интернет свое «нестандартное», а точнее, девиантное поведение.

Следует отметить, что некоторые формы девиантного поведения в интернете имеют продолжение в реальной жизни. Автор в своем интервью «Крымскому эху» приводил в пример интернет-сообщество «Арестантский уклад един» (АУЕ)[*], провозглашающее приоритет тюремных законов, существует и в реальности в виде молодежных группировок «АУЕ Шпана», «АУЕ Братва» и других. Их участники придерживаются так называемых «понятий», превозносят авторитетов преступного мира, насильственно навязывают сверстникам свое мнение и тюремные схемы поведения.

Социология подтверждает необходимость ограничения деятельности подобных сетей на территории Российской Федерации, механизмы которого прорабатываются сегодня на законодательном уровне.

Выделим следующие факторы, способствующие возникновению девиантных форм поведения в интернет-пространстве:

– отсутствие правовых норм поведения в интернет-среде;

– отсутствие программ контроля поведения несовершеннолетних в сети и квалифицированных специалистов, которые на профессиональном уровне

[*] Признана в России экстремистской организацией, ее деятельность запрещена на территории страны

осуществляют профилактику девиантного поведения в виртуальном пространстве;

– привлекательность в молодежной среде действий «хакеров»;

– невостребованность специальных знаний несовершеннолетних в области компьютерных технологий и, соответственно, невозможность самостоятельно самореализоваться каким-либо иным образом.

Итак, «Всемирная паутина» представляет собой идеальное место для реализации и «дозревания» девиантного поведения.

В условиях анонимности интернета связь с подростками-носителями форм девиантного поведения устанавливается легко. Это в дальнейшем может привести к преступным действиям – таким как киберпреследование, кибертравля, мошенничество и многое другое.

Расширению и углублению девиантного поведения молодежи в интернете способствуют анонимность, ощущение безнаказанности и зачастую – отсутствие контроля.

Результаты исследований свидетельствуют, что девиантные подростки в большей степени вовлечены в интернет-пространство, нежели подростки с нормативным поведением. В частности, их интересуют различные интернет-субкультуры и в какой из них они будут состоять, и в целом их роль в определенных интернет-сообществах. Для девиантных подростков более значимыми оказались потребность в самореализации, уважении и безопасности, в отличие от подростков с нормативным поведением. Значимость статуса и принадлежности к определенной группе в сети отличает девиантных подростков от их сверстников с нормативным поведением. Это указывает на отсутствие ощущения значимости среди сверстников или близкого окружения в реальном мире, что компенсируется за счет стремления к установлению контактов и набору лайков.

А как же ведут себя в интернете респонденты нашего исследования? Обратимся к данным следующих таблиц:

Таблица 1

В последние годы в Интернете активно продвигаются различные ресурсы экстремистских направлений. Каково твое отношение к ним?

Суждения респондентов исследования	Процент ответов
Меня такие Интернет-ресурсы и сообщества не интересуют	24,6
Смотрел вскользь, а ничего, "прикольно", хотя я этим не увлекаюсь	12,3
Я знаком с этими ресурсами и ничего плохого не увидел, захожу туда часто	5,6
затрудняюсь ответить	57,5

Хотя более половины респондентов не ответили на этот вопрос, мы можем абсолютно уверенно утверждать, что в данном случае присутствует так называемый эффект «спирали молчания», то есть боязнь возможных преследований со стороны государства. Другое объяснение может исходить из теории когнитивного диссонанса, согласно которой психология человека такова, что при принятии решения он стремится избежать психологического дискомфорта от диссонанса между информацией, полученной в пользу своего выбора, и аргументами, которые могут поставить его под сомнение. Примеров такого диссонанса интернет дает нам очень много, особенно в условиях информационной войны с Украиной и ее «кураторами».

Подтверждает наше утверждение следующая таблица.

Таблица 2

Сталкивался ли ты в Интернете с проявлениями национальной, религиозной или национальной нетерпимости?

Суждения респондентов исследования	Процент ответов
сталкивался, но особого интереса к ним не проявлял	40,1
не сталкивался, а даже если бы столкнулся, не отреагировал	32,1
не хотел бы отвечать на этот вопрос, это дело каждого	22,6
а что, они ведь высказывают свои точки зрения, с которыми трудно спорить	4,0
сталкивался, особенно на (*указаны источники, но статистически процент недостоверен*)	1,2

Итак, мы можем с полной уверенностью говорить о том, что 40 процентов наших молодых людей заходят на подобные источники, и, учитывая агрессивность последних, их могут поддержать 26,6% респондентов, которые либо подчеркивают приватность своих пристрастий к таким источникам, либо отмечают «справедливость» высказываемых там точек зрения.

В заключение отметим, что интернет в глазах части молодежи имеет ряд преимуществ.

Во-первых, информация, переданная через Интернет, исключает любую цензуру.

Во-вторых, интернет позволяет оставлять любые комментарии, которые, как показывают наши исследования, носят экстремистский характер.

В-третьих, часть интернет-сообществ специально ориентированна на дестабилизацию общественного мнения молодежи, внедрение в ее сознание экстремистской идеологии.

Список литературы

1. Керченских последователей Рослякова оставили в СИЗО до середины июня // Примечания.Ру. 18.04.2020. URL: https://primechaniya.ru/sevastopol/novosti/kerchenskih-posledovateley-roslyakova-ostavili-v-sizo-do-serediny-iyunya/ (дата обращения: 25.10.2022).
2. Чигрин В.А. Ковид не так прост, как может показаться. URL: https://c-eho.info/kovid-ne-tak-prost-kak-mozhet-pokazatsya/ (дата обращения: 25.10.2022).

СЕКЦИЯ 6

РИСКИ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК МОЛОДЕЖИ

ДОКЛАДЫ

ДЕТИ И МОЛОДЕЖЬ В СОВРЕМЕННОЙ ЕВРОПЕ
CHILDREN AND YOUTH IN MODERN EUROPE

С.А. Ананьин
Приволжский исследовательский медицинский университет, г. Нижний Новгород
S.A. Ananyin
Privolzhsky Research Medical University, Nizhny Novgorod

Представлены в динамике за последние годы данные статистики численности детского населения и молодежи в странах Европейского союза, как в целом, так и по отдельным государствам. Рассмотрены такие демографические события, как возраст ухода из родительской семьи и создания нового домохозяйства.

The statistics of the number of children and youth in the countries of the European Union, both as a whole and for individual states, are presented in dynamics in recent years. Demographic events such as the age of leaving the parental family and the creation of a new household are also considered.

Ключевые слова: Европейский союз, численность детей и молодежи, возраст ухода из родительской семьи

Keywords: The European Union, the number of children and youth, the age of leaving the parental family

Демографические исследования и прогнозы показывают, что население Европы в целом и Европейского союза, в частности, в ближайшие десятилетия с высокой вероятностью будет сокращаться в результате длительного сохранения низкой рождаемости, не обеспечивающей простого замещения поколений. В то же время перспективы изменения численности населения зависят от тенденций миграции, которая может компенсировать убыль населения и даже обеспечивать его рост, а также омолаживать его возрастную структуру. Однако складывающийся миграционный прирост не может противостоять устойчивой тенденции старения, в том числе в Европе. Сейчас пенсионного возраста достигают многочисленные поколения людей, родившихся в период послевоенного бэби-бума, продолжительность ожидаемой жизни растет, а

численность молодых поколений снижается [1]. Это создает определенные проблемы для устойчивого социально-экономического развития, связанные с сокращением числа потенциальной рабочей силы и растущими расходами на социальное обеспечение, в первую очередь пенсионное, и в сфере медицинского обслуживания и длительного ухода, поэтому проблемам детей и молодежи должно уделяться не меньше внимания, чем пожилым.

В Европейском союзе принята особая Стратегия в области молодежи [2]. Разработан набор индикаторов, позволяющих отслеживать демографические тенденции, условия жизни молодежи, ее здоровье, обучение и образование, положение на рынке труда [3]. Сборник, посвященный положению детей и молодежи [4], входит в число основных статистических изданий Статистической службы Европейского союза (Евростата).

По данным Евростата, совокупная численность детей в возрасте до 15 лет, постоянно проживающих в странах ЕС-27, составляла на начало 2020 г. 67,6 млн. человек, а молодежи 15–29 лет – 73,6 млн. человек [5]. В целом население моложе 30 лет насчитывало 141,3 млн. человек, что составляет около 32% от общей численности населения ЕС-27 (447,3 млн. человек на начало 2020 г.). В целом по ЕС-27 численность детей, по имеющимся оценкам за 2001–2020 гг., сократилась на 6,0%, молодежи 15–29 лет – на 16,1% (рис. 1).

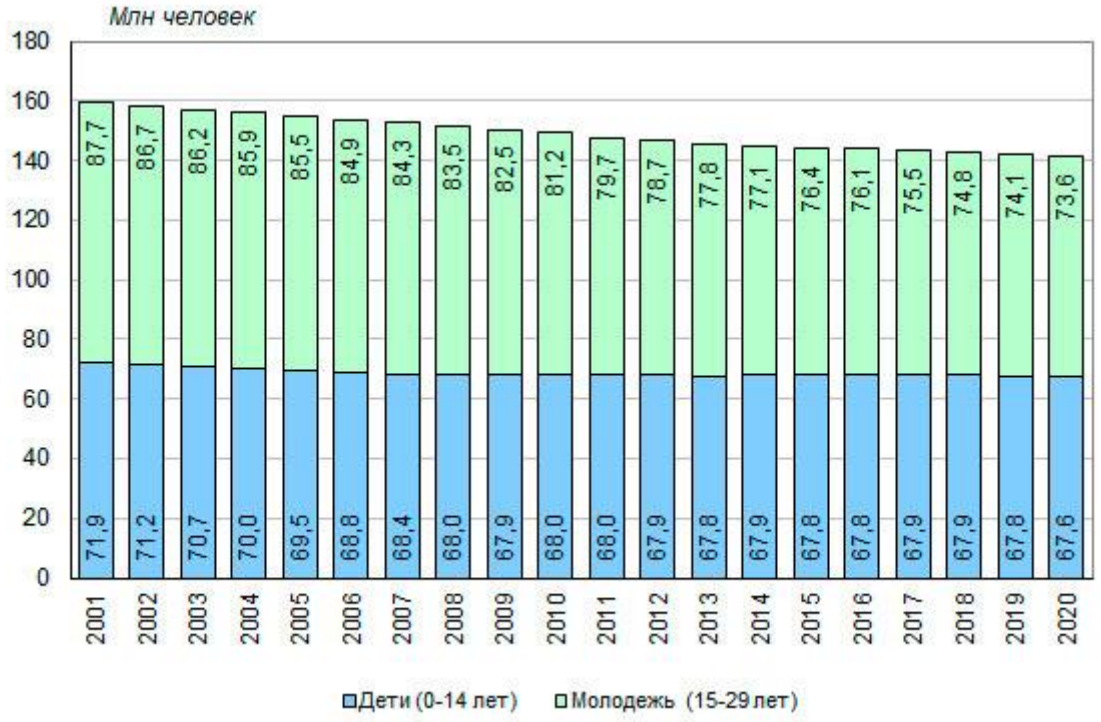


Рис. 1. Численность детей и молодежи в Европейском союзе, 2001-2020 гг., миллионов человек на начало года

Сокращение численности детей 0–14 лет в последние годы замедлилось, а численность молодежи 15–29 лет сокращалась более быстрыми темпами как результат снижения числа родившихся в 1980-е – начале 1990-х гг. Если сравнивать с динамикой численности других возрастных групп населения, стоит отметить, что начиная с 2010 г. снижается и численность населения 30–44 лет, причем быстрее, чем снижается численность детей моложе 15 лет.

Если говорить о более далекой ретроспективе, можно отметить, что доля детей моложе 15 лет снизилась с 19,6% от общей численности населения ЕС-27 в 1990 г. до 15,1% в 2020 г., а доля молодежи 15–29 лет – с 22,8% до 16,5% (рис. 2) [6]. По базовому варианту прогноза Евростата, выполненному в 2019 г., в ближайшие десятилетия возможна постепенная стабилизация этих показателей и даже некоторое повышение доли молодежи 15–29 лет в 2055–2070 гг.

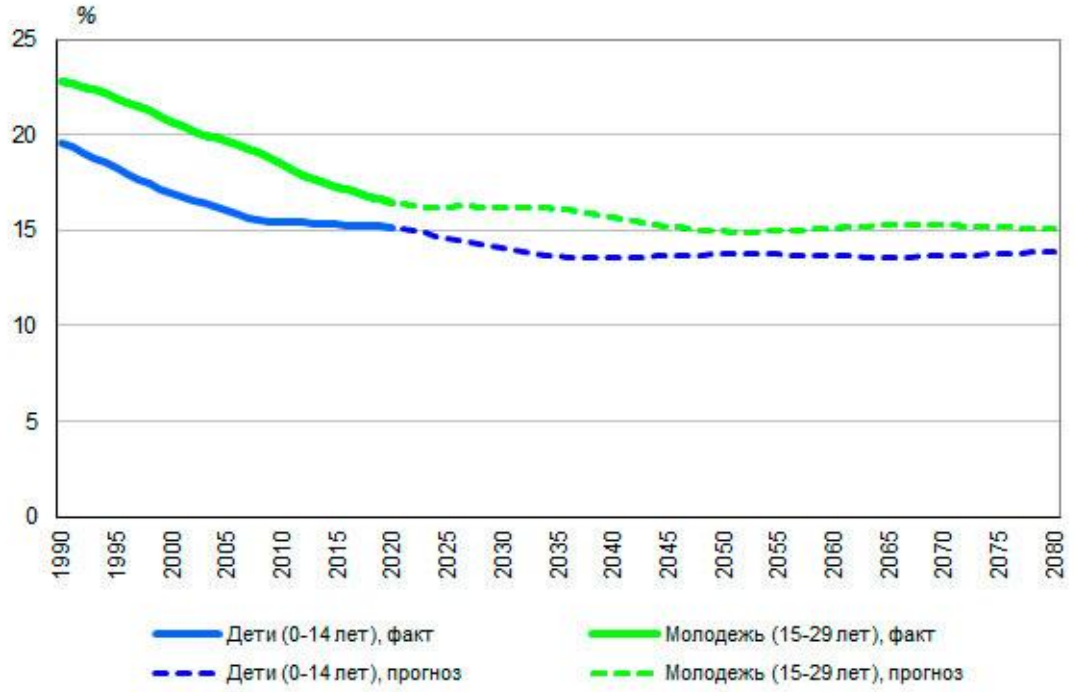


Рис. 2. Доля детей и молодежи в населении ЕС-27, 1990–2020 гг. - фактические данные, 2021–2080 гг. – оценки по базовому варианту прогноза Евростата 2019 г., %

Доля детей и молодежи различается по странам Евросоюза и Европейской ассоциации свободной торговли (ЕАСТ): Исландия, Лихтенштейн, Норвегия, Швейцария, по которым Евростат представляет, как правило, полные данные. По оценкам на начало 2020 года, доля детей 0–14 лет составляла от 13,0% населения Италии до 20,3% населения Ирландии, а доля молодежи 15–29 лет – от 14,5% в Болгарии до 21,2% на Кипре (рис. 3) [7].

Помимо стран ЕС, в Европе довольно высокой долей детей и молодежи отличается население Исландии (18,7 и 21,6% соответственно) и Норвегии

(17,3% и 19,2%). В целом население моложе 30 лет составляет от 28,0% в Италии до 38,8% в Ирландии. В Исландии его доля несколько превышает 40%. По сравнению с 2001 годом доля детей и молодежи снизилась во всех странах ЕС-27 и ЕАСТ, хотя и в разной степени.

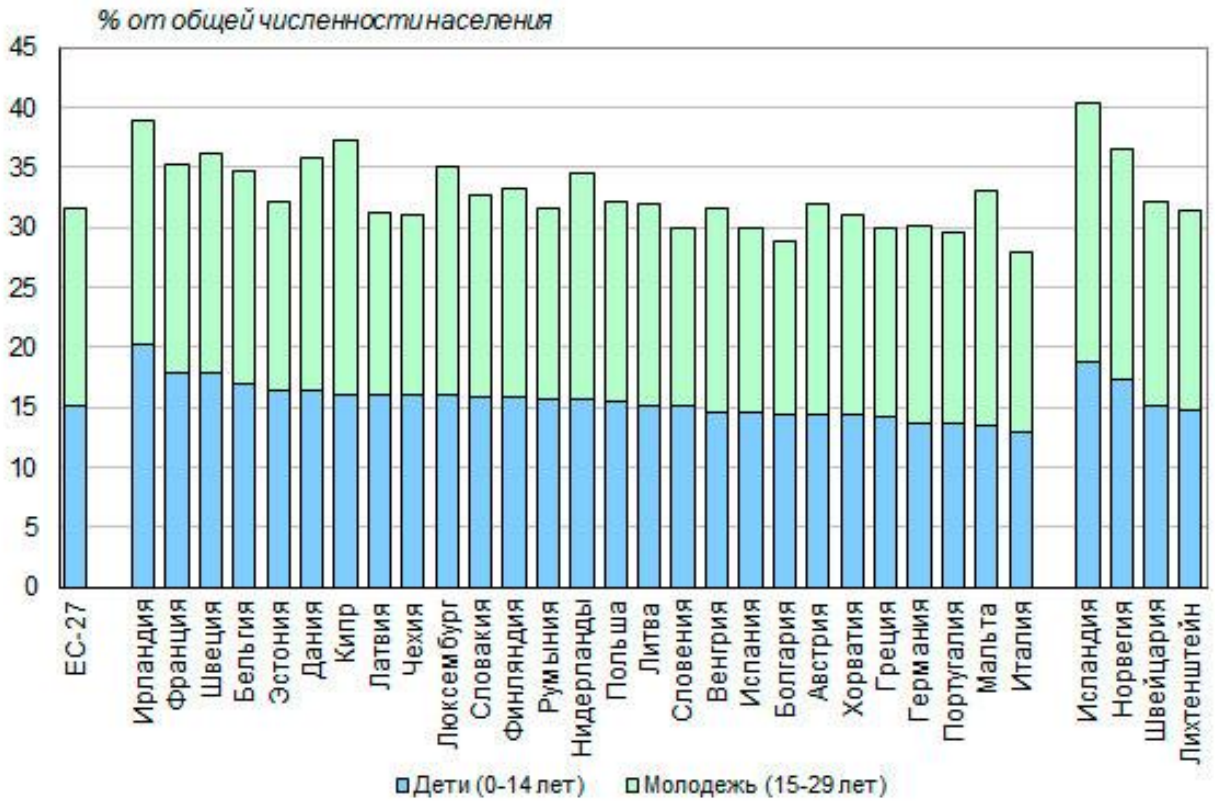


Рис. 3. Доля детей и молодежи в населении стран ЕС* и ЕАСТ на 1 января 2020 г., % от общей численности населения

Важнейшими вехами взросления и социализации подрастающих поколений являются такие демографические события, как уход из родительской семьи и создание нового домохозяйства, вступление в брак и рождение детей. В жизни отдельных индивидов такие события могут и не наступить, но для большинства они становятся основными этапами жизненного пути. Последовательность и время наступления этих событий (возраст) могут различаться в поколениях разных лет рождения и в разных странах в результате исторических изменений воспроизводства населения.

Остановимся на первом аспекте. На протяжении первых двух десятилетий XXI века средний возраст отделения от родителей и ухода из родительской семьи оставался относительно стабильным в целом по ЕС-27 – в пределах 26–27 лет, варьируясь от 26,2 до 26,8 года (рис. 4) [8].

Девушки в среднем раньше покидают родительскую семью – в возрасте около 25 лет (от 25,1 до 25,5 года в 2002–2020 гг.), юноши позже – в возрасте

старше 27 лет, хотя наблюдаются признаки его небольшого снижения (от 28,0 года в 2006 году до 27,1 года в 2019 г.).

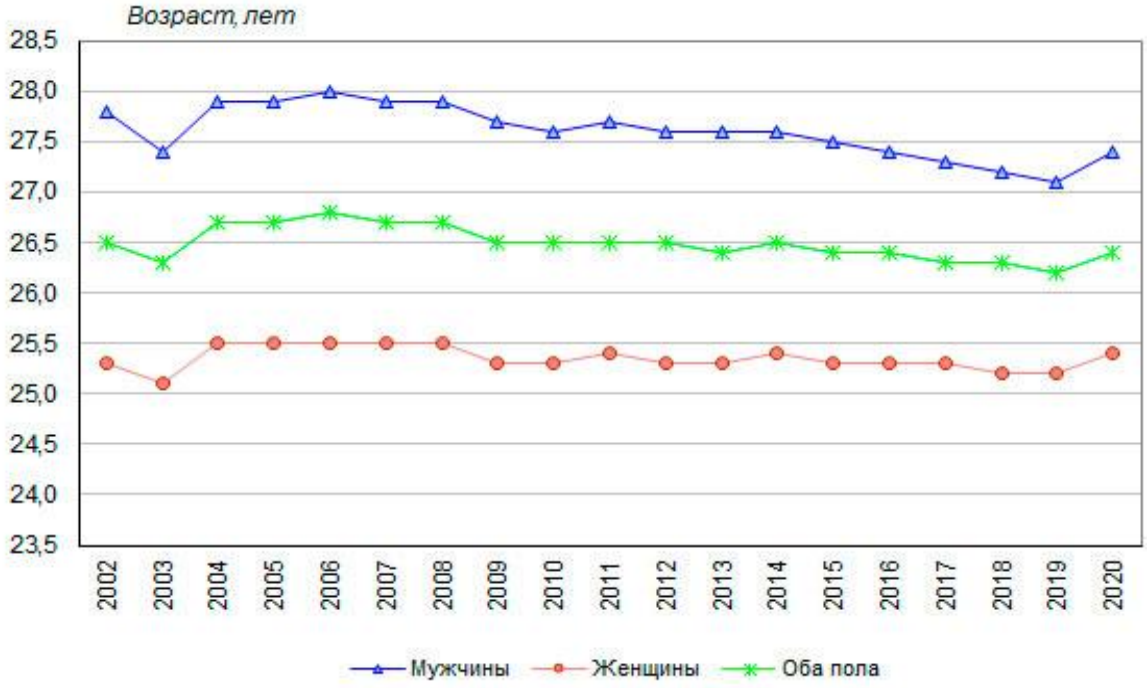


Рис. 4. Средний возраст ухода детей из родительской семьи в ЕС-27 по полу, 2002-2020 гг., лет

Однако различия между странами ЕС очень велики. По данным за 2020 г., средний возраст ухода от родителей составлял от 17,5 года в Швеции до 32,4 года в Хорватии. Ниже 23 лет он был в Люксембурге, Дании, Эстонии, Финляндии, но превышал 30 лет кроме Хорватии, в Словакии, Болгарии, Италии, Португалии, на Мальте, был близок к 30 годам в Испании и Греции.

Если в странах Северной Европы различия по среднему возрасту отделения от родительской семьи между юношами и девушками невелики, то в странах Южной и Восточной Европы более значительны, особенно в Румынии и Болгарии (более 4 лет). Средний возраст ухода из родительской семьи составил в 2020 г. для мужчин от 17,5 года в Швеции до 34,0 года в Хорватии, а для женщин – от 17,6 до 30,9 года в тех же странах.

Начало самостоятельной жизни зависит от многих обстоятельств, включая возможность оплачивать отдельное жилье (арендуемое или собственное) и вести свое домохозяйство. Предоставление молодым людям льготной ипотеки или аренды жилья на льготных условиях способствует раннему уходу из родительской семьи, высокая безработица среди молодежи и низкая оплата труда осложняют самостоятельную жизнь молодых людей, «притормаживая» их отделение от родителей.

По данным выборочных обследований условий проживания, подавляющая часть юношей 16-19 лет – около 97% в среднем по ЕС-27 – проживали в 2019 г. вместе со своими родителями. Только в Швеции эта доля заметно ниже – 85,3%, – а в остальных странах союза она составляла от 92,6% в Румынии до 99,4% в Чехии. В возрасте 20-24 лет вместе с родителями проживает в среднем по ЕС-27 81% юношей. Самыми низкими значениями показателя отличаются Дания, Финляндия, Швеция, где вместе с родителями проживает менее половины юношей 20-24 лет. Немногим более двух третей юношей 20–24 лет проживают совместно с родителями в Эстонии, Франции, Нидерландах. В остальных странах Союза эта доля превышала 75% в 2019 г. В 2020 г. доля юношей, проживающих с родителями, заметно сократилась в Германии (58,4% против 84,3% в 2019 г.), в остальных странах отклонения отмечались и в большую, и меньшую сторону, но были менее значительными.

В возрасте 25–29 лет с родителями проживает менее половины мужчин (49,6% в среднем по ЕС-27 в 2019 году). Эта доля варьируется от 6,1% в Дании до 86,9% в Хорватии. Помимо Дании она составляет менее четверти в Швеции, Финляндии, Норвегии, Нидерландах и Франции, а в Болгарии и Италии близка к 75%, в Словакии и Греции составляет около 80%.

В целом схожая картина наблюдается по доле девушек, проживающих с родителями, хотя она ниже, чем у их ровесников, особенно с увеличением возраста. По данным за 2019 г., в среднем по ЕС-27 среди девушек 16–19 лет проживали с родителями 96,8%, в возрасте 20–24 лет – 73,0%, в возрасте 25–29 лет – 34,8%. Среди девушек 16–19 лет самая низкая доля проживающих с родителями в ЕС-27 – 86,4% отмечалась в Болгарии, а в Скандинавии она была несколько выше (кроме Норвегии – 84,9%). По данным за 2020 г., доля девушек, проживающих с родителями, повысилась в Болгарии до 90,8%. Еще большее повышение отмечалось в Литве (с 90,2% до 97,6%) и, как у юношей, в Ирландии. В остальных странах отклонения были менее существенными.

Среди девушек 20–24 лет доля проживающих вместе с родителями составляла в 2019 г. от 13,2% в Дании до 93,3% в Италии. Менее половины она составляла, помимо Дании, в Финляндии, Швеции и Норвегии, а с другой стороны, более 90%, помимо Италии, в Испании и Хорватии. Среди девушек 25–29 лет доля проживающих с родителями существенно ниже, она варьируется от 3,2% в Финляндии до 68.1% в Хорватии.

Список литературы

1. Щербакова Е.М. Дети и молодежь в Европейском союзе – демографические штрихи к портрету // Демоскоп Weekly. 2022. № 929-930. URL: http://demoscope.ru/weekly/2022/0929/barom01.php// (дата обращения: 18.05.2022).
2. European Commission (2009). An EU Strategy for Youth – Investing and Empowering. URL: https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri =COM:2009: 0200:FIN:EN:PDF.
3. European Commission, Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture, Petkovic, S., Proposal for an updated dashboard of EU youth indicators: support services to Expert Groups and mutual learning activities in the field of youth policy (June 2020-December 2021): final report, Publications Office, 2021. https://data.europa.eu/doi/10.2766/549473 - Proposal for an updated dashboard of EU youth indicators - Publications Office of the EU (europa.eu).
4. Being young in Europe today – Statistics Explained (europa.eu).
5. Eurostat. Population on 1 January by age group and sex [demo_pjangroup] (Last update 05.07.21, Extracted on 18.01.22).
6. Eurostat. Population on 1 January by age and sex [demo_pjangroup] (Last update 05.07.21, Extracted on 22.01.22); Population on 1st January by age, sex and type of projection [proj_19np] (Last update 08.02.21, Extracted on 18.01.22); Being young in Europe today - demographic trends - Statistics Explained (europa.eu).
7. Eurostat. Population on 1 January by age group and sex [demo_pjangroup] (Last update 05.07.21, Extracted on 18.01.22).
8. Eurostat. Estimated average age of young people leaving the parental household by sex [yth_demo_030] (Last update 21.06.21, Extracted on 18.01.22).

ШКОЛА КАК ПРОСТРАНСТВО БЕЗОПАСНОСТИ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД

SCHOOL AS A SAFETY SPACE: A SOCIOLOGICAL APPROACH

Р.В. Голубин
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
R.V. Golubin
Lobachevsky University

В контексте участившихся случаев школьных расстрелов и ожесточения школьного насилия актуализируется понимание школы как пространства безопасности. В качестве теоретической основы социологического анализа школы как пространства безопасности предлагаются концепции У. Бронфенбреннера и А. Маслоу. Анализируется противоречие между индивидуальным подходом, обеспечивающим безопасность школьного

пространства, и структурными условиями, унифицирующими и обезличивающими образовательный процесс.

In the context of growing number of school shootings and school violence the understanding of school as a safety space is actualized. The concepts of W. Bronfenbrenner and A. Maslow are offered as a theoretical basis for the sociological analysis of the school as a safety space. We analyze the contradiction between the individual approach which guarantees the safety of the school space and the structural conditions which unify and depersonalize the educational process.

Ключевые слова: средняя школа, школьное насилие, пространство безопасности, социально-культурный контекст

Keywords: high school, school violence, safety space, socio-cultural context

Проблематика школьного насилия, распространение деструктивных течений, проникновение в российскую школу идеологии «Колумбайн», способной толкнуть своих адептов на совершение массовых убийств в образовательных организациях, приобрела в последние годы невероятную актуальность. Трагические случаи в Керчи, Казани, Перми и Ижевске, вызвавшие огромный резонанс в российском обществе, актуализируют, с одной стороны, вопрос об утрате современной школой воспитательной функции, а с другой – как сделать школу пространством безопасности и какие социальные и коммуникативные технологии могут быть при этом использованы.

Школа – это пространство социализирующей коммуникации. Учителя и другие школьные работники превращаются в посредников между учащимися и окружающим миром, вовлекающими их в диалог посредством бесед, построенных на эмпатии и взаимопонимании. Как и родители, работники образовательных организаций могут участвовать в развитии навыков здорового образа жизни и защищать молодежь от внутренних и внешних угроз, обеспечивая безопасные, стабильные, социализирующие отношения и среду. Пространство, которое поощряет свободный и открытый обмен идеями, мыслями и убеждениями, не подрывая индивидуальность и самобытность ребенка, мы можем назвать безопасным. Это особенно важно для учащихся из неблагополучных семей или с видимыми/невидимыми проблемами психического здоровья.

Очевидно, что школы в своей основе существуют как безопасные пространства для учащихся. Отметим, что пространство безопасности, в нашем понимании, несколько отличается от англоязычного контекста «safe space» как места для свободного самовыражения лиц, чьи права ущемляются по признаку пола, расы или гендерной идентичности. Однако, независимо от того, спасается

ли ученик от жестокого обращения дома, дискриминации по гендерному или расовому признаку, борется ли с последствиями психологической травмы, учителя и школа, как правило, готовы предоставить гораздо больше, чем просто обучение. Взгляд на школу как на безопасное инклюзивное пространство помогает подготовить молодых людей к жизни в сегодняшнем разнообразном мире, давая им чувство принадлежности и поддержки, чтобы они были способны противостоять жизненным трудностям здоровыми, конструктивными способами.

Важной задачей подросткового возраста является развитие идентичности. Исследования показывают, что стабильная идентичность делает детей более устойчивыми, сознательными и независимыми в их стремлении сделать жизненный выбор. Школа – это одна из основных сфер жизнедеятельности молодых людей и социальный институт, поддерживающий развитие их личности. С точки зрения психосоциальной перспективы, школы должны предоставлять ресурсы для образовательной деятельности и возможности, способствующие развитию анализа и критического мышления. Это позволит ученикам принимать взвешенные жизненные решения, особенно когда речь идет о дальнейшем образовании, профессии и мировоззрении. Обеспечение подобного «стимулирующего» обучения – это способ дать им возможность достичь целей своего развития таким образом, чтобы помочь им гармонизировать то, чему их учат в школе, с тем, кем они являются как личности и кем хотят стать.

С социокультурной точки зрения, можно сказать, что в формировании идентичности учащихся учителя играют не менее важную роль, чем родители. Когда учителя создают конструктивную образовательную учебную среду, дают четкие инструкции, стимулируют дискуссии в классе и проявляют эмпатию в общении с учениками, те демонстрируют более высокий уровень вовлеченности в учебный материал. Л.С. Выготский говорит об учителе как о человеке, который рассматривает подростков как взрослых людей, имеющих семьи, работу, обязанности, опыт обучения, мечты и сложную жизнь. Интерактивный характер обучения позволил бы ученикам легче интегрироваться в социально-культурные особенности окружающих людей, сделал бы их более культурно чувствительными.

Важность понимания социокультурного контекста для обеспечения оптимального образовательного пространства может заключаться и во влиянии окружающей среды на формирование их личных качеств. У. Бронфенбреннер [1] подчеркивает важность изучения человека в контексте нескольких сред, известных как «экологические системы»: микросистема, мезосистема,

экзосистема и макросистема. Сосредоточивая внимание на низшем уровне – микросистеме, подростки понимаются или изолированно, или в контексте их семьи, отношений со сверстниками и учителями. То, как эти группы или отдельные люди взаимодействуют с учеником, влияет на его развитие. Аналогичным образом, то, как подростки реагируют на людей в своей микросистеме, тоже повлияет на то, как другие относятся к ним в ответ. Более заботливое и поддерживающее взаимодействие и взаимоотношения, очевидно, будут способствовать улучшению развития подростков. В основе этого лежит принцип заботы и приоритета потребностей учащихся.

Аналогичным образом, иерархия потребностей А. Маслоу [2] предполагает внутреннюю мотивацию и поиск путей реализации своего потенциала в обучении. Чтобы достичь этого, ученикам необходимо обеспечить основные физиологические потребности, связанные с выживанием, такие как комфортная учебная среда, хорошие санитарные условия, хорошая инфраструктура. Как только они почувствуют, что их основные потребности удовлетворены, они должны ощутить физическую и эмоциональную безопасность в классе. Среда, которая позволяет им проводить исследования и делиться идеями, не подвергаясь осуждению, насмешкам или порицанию со стороны сверстников или учителей, позволяет им почувствовать свою принадлежность к учебному классу или группе. Именно это чувство является основой безопасного пространства. Более того, когда педагоги уважают мнение детей, воспитывают их с уважением и добротой, используют инклюзивные методики обучения, чтобы каждый ребенок чувствовал себя частью группы, самооценка начинает расти и ученики становятся более восприимчивыми к обучению и готовы взять на себя ответственность за собственное обучение. Иерархия потребностей А. Маслоу представляет собой и модель мотивации учащихся к обучению. Без удовлетворения требований самого нижнего уровня иерархии учащиеся не смогут перейти на следующий уровень. Каждый уровень позволяет учащимся повысить свою способность и мотивацию. Каждый ученик может продвигаться вверх по иерархической пирамиде при надлежащей поддержке педагогов, которые должны рассматривать иерархию потребностей А. Маслоу как актуальный инструмент для изменения процесса преподавания и обучения.

С другой стороны, структурно-функциональный анализ школы заставляет обратить внимание на ее роль не только в воспитании личности и индивидуальности, но и на ее задачу формирования социально одобряемых поведенческих паттернов, трансляции определенных взглядов и ценностей, что предполагает высокий уровень унификации образовательных процедур и

конкретные требования к их результатам. Вопрос о том, насколько стирание индивидуальных различий будет влиять на статус школы как безопасного пространства, остается открытым и представляет собой перспективное направление научных исследований.

Список литературы

1. Bronfenbrenner U. Ecological systems theory // Annals of Child Development. 1989. № 6.
2. Маслоу А. Мотивация и личность. СПБ: Питер, 2022. 400 с.

ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ МОЛОДЕЖИ В СФЕРЕ ЗДРОРОВЬЕСБЕРЕЖЕНИЯ

YOUTH DIGITAL COMMUNICATIVE PRACTICES IN THE FIELD OF HEALTH CARE

И.А. Исакова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
I.A. Isakova
Lobachevsky University

Представлена эволюция представлений о цифровом здравоохранении в ракурсе мировых достижений социальной науки: проведен систематический анализ статей по теме цифровое здравоохранение и здоровьесберегающие практики молодежи из единой библиографической и реферативной базы данных рецензируемой научной литературы Scopus. Охарактеризованы виды коммуникативных практик молодежи в сфере реализации цифрового здравоохранения.

The article is devoted to the evolution of ideas about digital health from the perspective of world achievements of social science: a systematic analysis of articles on the topic of digital health and collection-saving practices of young people from the unified bibliographic and abstracting database of refereed scientific literature Scopus. Types of communicative practices of young people in the implementation of digital health were characterized.

Ключевые слова: цифровая грамотность, цифровизация, коммуникативные практики, молодёжь, цифровое здравоохранение, цифровая медицина

Keywords: digital literacy, digitalization, communication practices, young people, digital health, digital medicine

Новые цифровые средства массовой информации, такие, как Интернет, кардинально изменили ландшафт коммуникации, особенно для молодежи. Молодые люди в меру своей компетентности в большей степени использовали цифровые практики для поддержания уровня своей физической активности и здоровья.

В ходе исследования нами был проведен систематический анализ статей по теме цифровое здравоохранение и здоровьесберегающие практики молодежи из единой библиографической и реферативной базы данных рецензируемой научной литературы Scopus, отобрано более 250 публикаций. Первые упоминания о системе цифрового здравоохранения встречаются в работах американских авторов в 1976 г. [1]. Однако в 70-е гг. XX в. только начали говорить о необходимости объединять национальные базы данных с медицинскими сведениями, и, например, связать их с географическими данными, а также рынка труда, что позволит планировать строительство больниц, прогнозировать эпидемии, предсказывать периоды дефицита рабочей силы.

Новый виток обсуждения значимости цифровизации системы здравоохранения связан с осознанием, что развитию этой системы должно предшествовать обучение работников медицинских учреждений пользованию данными ресурсами. Американскими исследователями стала обосновываться необходимость медицинской информатики [2].

В начале XXI века американские исследователи заговорили о том, что «в ближайшем будущем информационные технологии могут произвести революцию в том, как люди укрепляют и охраняют свое здоровье. Сегодняшние пользователи Интернета уже ищут информацию в сети, чтобы принимать более обоснованные решения о своем медицинском обслуживании. Один из недавних опросов взрослых пользователей Интернета в США показал, что 629 человек искали информацию о лечении какого-либо заболевания для себя или члена семьи, 579 – о лекарствах или рецептурных препаратах, 52 – искали способы профилактики заболеваний и 449 – информацию о своей диете, физических упражнениях или внешнем виде (National Public Radio, 2000)» [3]. Несмотря на то, что объем собранных данных соответствует пилотному исследованию, однако показывает скорость развития цифровых практик здоровьесберещения.

Значимость цифровых практик сохранения здоровья изучалась не только в США. Британские ученые составили классификацию пользователей, получающих информацию о здоровье в Интернете. Классы определялись исходя из читаемых тем: первый тип – адептов «народной» медицины, второй – любители здорового образа жизни и правильного питания, третий –

интересующиеся медицинскими достижениями (часто это люди, страдающие хроническими или требующими длительного лечения заболеваниями), четвертый – те, кто предпочитают читать о лекарствах прежде, чем их приобретать. Система цифрового здравоохранения перестает быть инновацией, а становится насущной необходимостью для систематизации информации о сбережении здоровья и возможностях медицины [4].

Всплеск интереса пользователей к медицинским сведениям поставил задачу отбора достоверной, проверенной медицинской информации. Американские исследователи уделяют внимание анализу роли медицинских работников с тем, чтобы направлять своих пациентов к лучшим ресурсам потребительской медицинской информации [5].

Популярность сферы цифровой медицины и охраны здоровья ставили новые задачи перед учеными. Британские исследования показали: «чуть меньше половины испытуемых считают, что найденная на сайте SurgeryDoor информация помогла им в общении с врачом, а чуть больше половины считают, что она изменила их отношение к своему заболеванию. Что еще более важно, более трети респондентов заявили, что их состояние улучшилось после посещения сайта, а более одного из четырех респондентов заявили, что информация из Интернета привела к отсрочке визита к врачу или фактически заменила его» [6]. Можно сказать, что уже в начале XXI века появилась тенденция к «замене» реальной медицинской помощи цифровой: когда вместо обследования у врача пациент сам себе ставит диагноз, находит лекарство и покупает его в сети.

В 2000-х гг. количество исследований цифровых практик здоровьесбережения и медицины достигло такого количества, что появился термин «электронное здравоохранение» – eHealth [7; 8]. Направления исследований в указанный период тоже приобретают новый характер. Проводятся отдельные социологические исследование роли «глобальной сети» в получении информации о собственных имеющихся заболеваниях пользователей. Например, западноевропейское исследование о роли Интернета в попытках людей информировать себя о менопаузе и заместительной гормональной терапии в случае женщин [9]. Или его значение для малообеспеченных женщин и их семей, справляющихся с раком молочной железы и нуждающихся в информации о нем [10].

2010-е гг. – период расцвета системы цифрового здравоохранения. Как отмечают американские исследователи, в мире прилагаются значительные усилия для перевода медицинской системы в цифровой формат, политики рассматривают информационные технологии как средство сделать

здравоохранение более доступными и недорогими, ученые переориентируются на разработку рекомендаций по ее совершенствованию [11]. В результате в 2019 г. на основе полученных данных разработана mHealth – мобильная система здравоохранения, объединяющая использование мобильных устройств и беспроводных технологий в целях получения медицинской помощи и поддержания здорового образа жизни. Однако несмотря на свой потенциал, быстро выявилась недостаточная совместимость eHealth и mHealth, ставящая под сомнение полезность этих систем [12].

Главному испытанию на жизнеспособность и полезность система цифрового здравоохранения и медицины подверглась в период пандемии Covid. Многочисленные зарубежные исследования показывали, что наибольшее число фейков о коронавирусе распространялись в социальных сетях [13-15].

Переход к дистанционному образу жизни способствовал расширению практик здоровьесбережения, особенно среди молодого поколения. Молодые люди пользовались такими электронными возможностями, как:

– онлайн-тренировки: проведение тренировок с помощью аудио инструкций или видеоконференций. Например, ivi.ru предлагает большой выбор курсов домашних упражнений как для начинающих, так и для людей с хорошей физической подготовкой в разделе «Фитнес»;

– онлайн-курсы по диетологии. На онлайн-лекциях рассказывается об обязательных составляющих правильного питания; сообщается об ошибках тех, кто только начинает его практиковать;

– тематические Интернет-сайты о лекарствах, болезнях и их симптомах. Например, ProTabletky.ru с отзывами врачей о лекарствах или Диагноз.ру – электронный медицинский помощник для онлайн-диагноза;

– группы поддержки больных, psyprosvet.ru – группа поддержки для людей с депрессией;

– сайты с отзывами о врачах и больницах, например, ProDoctorov.ru.

Таким образом, количество цифровых здоровьесберегающих практик молодёжи в период пандемии значительно выросло, поэтому постковидный период исследований здравоохранения связан с оценкой сформированности уровня цифровой медицинской грамотности. Например, исследования показали, что американские подростки знакомы с медицинскими сайтами, то есть могут легко найти разную информацию, но им не хватает навыков, необходимых для оценки, управления и использования полученной информацией [16].

В целом, современный этап исследований электронных коммуникативных практик в сфере здроровьесбережения связан с разработкой качественного инструментария оценки уровня цифровой медицинской грамотности.

Список литературы

1. Phillip Ross N., Katzper M. A framework for federal health data collection // AFIPS Conference Proceedings – 1976 National Computer Conference AFIPS. New York, Association for Computing Machinery, Inc, 1976. Pp. 803–810. DOI 10.1145/1499799.1499909.

2. Florance V., Braude R.M., Frisse M.E., Fuller S. Educating physicians to use the digital library // Academic Medicine. 1995. № 70 (7). Pp. 597–602. DOI 10.1097/00001888-199507000-00011.

3. Bernhardt J.M. Health education and the digital divide: Building bridges and filling chasms // Health Education Research. 2000. № 15 (5). Pp. 527–531. DOI 10.1093/her/15.5.527.

4. Nicholas D., Huntington P., Williams P. Searching intention and information outcome: A case study of digital health information // Libri. 2001. №51 (3). Pp. 157–166 DOI 10.1515/LIBR.2001.157.

5. Smith K.H. Health InfoNet of Jefferson County: Collaboration in consumer health information service // Medical Reference Services Quarterly. 2001. №20 (3). Pp. 13–21. DOI 10.1300/J115v20n03_02.

6. Nicholas D., Huntington P., Williams P., Blackburn P. Digital health information provision and health outcomes // Journal of Information Science. 2001. №27 (4). Pp. 265–276. DOI 10.1177/016555150102700409.

7. Gustafson D.H., McTavish F.M., Stengle W., Ballard D., Hawkins R., Shaw B.R., Jones E., Julèsberg K., McDowell H., Wei C.C., Volrathongchai K., Landucci G. Use and impact of eHealth system by low-income women with breast cancer // Journal of Health Communication. 2005. № 10. Pp. 195–218. DOI 10.1080/10810730500263257.

8. Norman C.D., Skinner H.A. eHealth literacy: Essential skills for consumer health in a networked world // Journal of Medical Internet Research. 2006. № 8 (2). Pp. 1–6. DOI 10.2196/jmir.8.2.e9.

9. Wyatt S., Henwood F., Hart A., Smith J. The digital divide, health information and everyday life // New Media and Society. 2005. № 7 (2). Pp. 199–218. DOI 10.1177/1461444805050747.

10. Gustafson D.H., McTavish F.M., Stengle W., Ballard D., Jones E., Julesberg K., McDowell H., Landucci G., Hawkins R. Reducing the digital divide for low-income women with breast cancer: A feasibility study of a population-based intervention // Journal of Health Communication. 2005. № 10. Pp. 173–193. DOI 10.1080/10810730500263281.

11. Agarwal R., Gao G.G., DesRoches C., Jha A.K. The digital transformation of healthcare: Current status and the road ahead // Information Systems Research. 2010. №21 (4). Pp. 796–809. DOI 10.1287/isre.1100.0327.

12. Borghi G., Luzzi L., Masella C. Mhealth services: Examples and future perspectives // EAI/Springer Innovations in Communication and Computing. 2019. №3. Pp. 115–125. DOI 10.1007/978-3-030-02182-5_8.

13. Salaverría R., Buslón N., López-Pan F., León B., López-Goñi I., Erviti M.-C. Disinformation in times of pandemic: Typology of hoaxes on Covid-19 // Profesional de la Informacion. 2020. № 29 (3). Pp. 1–15. DOI 10.3145/epi.2020.may.15.

14. Liu P.L. COVID-19 Information Seeking on Digital Media and Preventive Behaviors: The Mediation Role of Worry // Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking. 2020. №23 (10). Pp. 677–682. DOI 10.3145/epi.2020.may.15.

15. Soto-Acosta P. COVID-19 Pandemic: Shifting Digital Transformation to a High-Speed Gear // Information Systems Management. 2020. № 37 (4). Pp. 260–266. DOI 10.3145/epi.2020.may.15.

16. St. Jean B., Greene Taylor N., Kodama C., Subramaniam M. Assessing the Digital Health Literacy Skills of Tween Participants in a School-Library-Based After-School Program // Journal of Consumer Health on the Internet. 2017. № 21 (1). Pp. 40–61. DOI 10.1080/15398285.2017.1279894.

ОБРАЗОВАНИЕ В КОНТЕКСТЕ ФОРМИРОВАНИЯ ТОЛЕРАНТНОГО СОЗНАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ*

THE EDUCATION IN THE CONTEXT OF THE FORMATION OF TOLERANT CONSCIOUSNESS OF MODERN RUSSIAN YOUTH

В.А. Прохода
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва
V.A. Prokhoda
Lomonosov Moscow State University; Financial university under the Government of Russian Federation, Moscow

Анализируются результаты онлайн-опроса российской городской молодежи. Определены социальные группы, вызывающие у молодых россиян неприязнь и раздражение. К их числу относятся наркоманы, преступники, алкоголики, националисты. Выявлены распространенные в молодежном сознании модели толерантности/ интолерантности. Констатируется отсутствие статистически значимой корреляционной связи между большинством выявленных моделей и уровнем образования респондентов.

The results of an online survey of Russian urban youth are analyzed. Social groups that cause hostility and irritation among young Russians are identified. These include the drug addicts, the criminals, the alcoholics, the nationalists, etc. The models

* Публикация подготовлена в рамках проекта «Социальная стратификация и социализация российской молодежи в постсоветский период» при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований № 20–011–00285 А.

of tolerance/intolerance that are widespread in the minds of young people have been identified. It is stated that there is no statistically significant correlation between the majority of the identified models and the level of education of respondents.

Ключевые слова: толерантность, терпимость, толерантное сознание, образование, социальные установки, высшее образование, молодежь

Keywords: tolerance, forbearance, tolerant consciousness, education, social attitudes, higher education, youth

Общепризнано, что образование относится к числу базовых инструментов формирования толерантного сознания. Это находит отражение в официальных международных документах, декларирующих, что «воспитание является наиболее эффективным средством предупреждения нетерпимости», а «воспитание в духе терпимости начинается с обучения людей тому, в чем заключаются их общие права и свободы…» [1]. На национальном уровне ставится задача разработки и реализации системы мер, стимулирующих толерантное поведение, в частности учебных программ для всех ступеней и форм образования. В таком контексте представляется интересным применительно к российской молодежи рассмотреть взаимосвязь между толерантными установками и достигнутым уровнем формального образования.

Публикация базируется на результатах онлайн-опроса российской городской молодежи. Полевой этап исследования проведен летом 2020 г. Институтом сравнительных социальных исследований (ЦЕССИ) с использованием программного обеспечения Askia. Метод сбора первичной социологической информации – самозаполнение анкеты (CAWI – computerized web-assisted interview) участниками онлайн панели, отвечающими критериям отбора. Выборка репрезентирует российскую городскую молодежь в возрасте от 18 до 34 лет по основным социально-демографическим и географическим параметрам. Объем выборки – 1419 человек.

Для выявления уровня толерантности российской молодежи респондентам задавался вопрос с возможностью множественного выбора из обширного списка социальных общностей тех, которые вызывают у опрошенного неприязнь, раздражение. Такой подход, имея некоторые ограничения [2], находит широкое применение в практике социологических исследований как на национальном [3], так и на межстрановом уровне [4].

Наиболее часто неприязнь у молодых россиян вызывают наркоманы (66,1%), преступники (64,1%), алкоголики (57,6%), националисты (46,6%). Реже упоминаются нелегальные мигранты (34,9%), политики (31,9%), феминистки (31%), лица нетрадиционной сексуальной ориентации (30,1), занимающиеся

проституцией (29,7%), либералы, сторонники «западного» курса развития (17,1%), богатые (15,8%), бездомные (10,3%), легальные мигранты (9%), безработные (7,4%). Остальные социальные группы (пенсионеры – 2,8%, бедные – 2,4%, инвалиды – 1,5%) существенно реже вызывают негативные эмоции у респондентов.

Основной интерес представляют не столько абсолютные значения, характеризующие принятия молодежью той или иной социальной группы, сколько выявление скрытых переменных, характеризующих толерантное сознание молодежи, отчасти отражающие структуру многочисленных видов толерантности. Проведенный факторный анализ (анализ методом главных компонент; метод вращения – варимакс; объясненная дисперсия – 51%; КМО = 0,72) позволил выявить пять моделей толерантности/ интолерантности (укрупненные группы, вызывающие у российской молодежи неприязнь). Первая ассоциируется с маргинальной толерантностью и включает в себя наркоманов, алкоголиков, преступников, лиц, занимающихся проституцией. Иными словами, тех, кто демонстрирует девиантное поведение. Вторая модель объединяет в себя бедных, инвалидов, пенсионеров, безработных и бездомных. В большинстве своем ее наполняют категории населения, требующие социального обеспечения. Третья модель является неоднородной по составу и включает лиц нетрадиционной сексуальной ориентации, либералов, сторонников «западного» курса развития и феминисток. Четвертая модель характеризуется неприязнью к политикам и богатым. Наконец в последнюю модель оказались включены легальные и нелегальные мигранты. С учетом этнического состава мигрантов ее можно характеризовать как этническую толерантность/ интолерантность. Чем ярче выражена та или иная модель, тем выше уровень интолерантности респондента.

Далее проводился корреляционный анализ (ранговая корреляция по Спирмену) между достигнутым уровнем формального образования и выраженностью выявленных моделей. Статистически значимая корреляционная зависимость, характеризуемая как весьма слабая (r_s = -0,12; $p<0,01$), была выявлена только с третьей моделью. В целом, чем образованнее респондент, тем выше уровень толерантности применительно к наполняющим модель группам.

Можно констатировать наличие некоторого противоречия. С одной стороны, на государственном уровне постулируется, что образование должно способствовать формированию толерантного сознания и поведения в поликультурном мире, с другой – полученные результаты показывают отсутствие связи между большинством выявленных моделей с уровнем образования респондентов. Иными словами, высокообразованные респонденты

не отличаются от опрошенных с низким уровнем образования в своих толерантных установках применительно к большинству выявленных укрупненных групп.

Список литературы

1. Декларация принципов терпимости. Принята резолюцией 5.61 Генеральной конференции ЮНЕСКО от 16 ноября 1995 года // Организация Объединенных Наций. URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/toleranc.shtml (дата обращения: 30.06.2022).

2. Пашкевич А.В. Опыт совместного использования закрытых и открытых вопросов при изучении толерантности // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология:4М). 2010. № 30. С. 131–150.

3. Вендило И.А. [и др.] Социально-политические установки россиян в отношении интеграции и дифференциации России в европейском пространстве. 2013. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2353285 (дата обращения: 30.06.2022).

4. Уровень толерантности в России: растет или падает? // Аналитический обзор ВЦИОМ. 2014. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/uroven-tolerantnosti-v-rossii-rastet-ili-padaet (дата обращения: 30.06.2022).

УВЕЛИЧЕНИЕ ОБЪЁМА ДЕВИАНТНЫХ СОЦИОЛЕКТОВ КАК ФАКТОР ИНДИКАЦИИ РОСТА ДЕВИАЦИЙ В ОБЩЕСТВЕ

THE INCREASE IN THE VOLUME OF DEVIANT SOCIOLECTS AS AN INDICATION FACTOR OF THE GROWTH OF DEVIATIONS IN SOCIETY

С.М. Тихомиров
Экспертно-правовой центр «Куаттро», г. Санкт-Петербург
S.M. Tikhomirov
The legal center "Quattro", Saint Petersburg

Рост числа наркозависимых лиц в населении России продолжается. Необходимо активизировать меры выявления потребителей наркотиков для проведения с ними профилактической, лечебной и ресоциализационной работы для инклюзии их в общество. Индикатором масштаба распространения наркопотребления может служить увеличение объёма лексикона наркотизма. Сравнительный количественный анализ динамики объёма лексикона наркопотребителей и числа наркопреступлений выявляет параллелизм их увеличения.

The growth of the number of drug addicts in the Russian population continues. It is necessary to intensify measures to identify drug users in order to carry out preventive, curative and resocialization work with them to include them in society. An indicator of the scale of the spread of drug use can serve as an increase in the volume of the drug vocabulary. A comparative quantitative analysis of the dynamics of the volume of the lexicon of drug users and the number of drug crimes reveals the parallelism of their increase.

Ключевые слова: наркотизм, лексикон, девиация, анализ, индикация, инклюзия, ресоциализация

Keywords: narcotism, lexicon, deviation, analysis, indication, inclusion, resocialization

Преодоление наркотизма остаётся нерешённой задачей во всех странах мира, не исключая и Россию [1]. Расширяется ассортимент потребляемых наркотиков, растёт число несовершеннолетних, вовлекаемых в опасный и вредный для здоровья приём наркотических средств. Несовершенство, низкое качество и эффективность мероприятий по ресоциализации наркозависимых приводят к тому, что они возобновляют приём наркотиков, возвращаются к совершению преступлений; состояние здоровья часто осложняется гепатитами, ВИЧ-инфекцией, что дополнительно препятствует их инклюзии в общество.

Частота совершения наркопреступлений уже привела к тому, что среди лишенных свободы осужденных свыше 25% составляют наркопотребители. Уровень преступников-рецидивистов в связи с этим фактом превышает в колониях строгого режима 50%. Пандемия КОВИД-19 только увеличила латентность преступной деятельности в сфере наркотизма, привела к развитию торговли запрещенными в гражданском обороте психоактивными веществами в сети Интернет [2].

Приведённые характеристики наркоситуации в России актуализируют необходимость поиска новых способов ранней индикации локальных очагов потребления и потребителей наркотиков для реализации мер превентивного характера.

Развитие наркотизма постепенно превратило его в социальный институт для всех участников незаконного оборота наркотиков: торговцев наркотиками, наркопотребителей, изготовителей запрещённых в гражданском обороте психоактивных веществ, курьеров, перевозящих наркотики, прозелитов, рекламирующих потребление наркотиков и наркоманический образ жизни.

Появилось в контркультуре и своё средство коммуникации – жаргон, принципом образования которого является тайность, позволяющий участникам

наркотизма сохранять свою автономность, приватность. Слова языка – это средство организации и трансляции совместных действий людей. Язык помогает не только в передаче знаний, но и, что гораздо важнее, моделей поведения. Так происходит и социализация в контркультурах, включая освоение контркультурных норм, обычаев, традиций, антисоциальных установок и ролей, паттернов и моделей поведения. Слова (тексты) становятся средствами управления деятельностью контрсоциальных индивидов и общностей.

Язык контркультуры, как и язык носителей массовой культуры, является полифункциональной системой, основные функции которой – создание, хранение и трансляция информации. Коммуникативная функция жаргона девиантных контркультур, по своей сути – социолект преступности, наркотизма, проституции и других девиаций, обеспечивающий реализацию их деятельности.

Жаргон тоже служит поддержанию сплочённости девиантных групп, сообществ, в том числе вовлеченных в преступную деятельность. Использование для коммуникации жаргона конкретной девиации приводит к тому, что общество для девиантов постепенно становится сначала иноязычной средой, а затем и, иной, чужой и чуждой средой. Общие же знания контркультуры формируют чувство группового единства. Стремясь к привлечению неофитов, девиантные культуры прежде всего учат в контактах контркультурному социолекту с целью его возможно более быстрого распространения в среде не знакомых с этим средством коммуникации. Необходимо понимать, что общение на жаргоне является очень сильным фактором, способствующим сплочению девиантов.

Нельзя недооценивать, что коммуникация в любой контркультуре обладает следующими функциями:

- дисциплинарной, то есть увеличивает её автономность, тайность, противопоставление миру, живущему по законам общества;
- скрепляющую, способствующую единству девиантов, их самоутверждению;
- воспроизводящую, поддерживающую функционирование контркультуры;
- эйфорическую, подкрепляющую иллюзию благополучия в девиантной среде.

Сформировалась и контркультура наркотизма, представленная в настоящее время в России песенной поэзией, художественной литературой, статьями в периодических изданиях, рекламными объявлениями, в том числе в сети интернет, на стенах домов, приглашающими на работу по распространению наркотиков. Миллионы сайтов в сети интернет рассказывают, как изготовлять

наркотики, как их потреблять для получения «химического счастья». Изучение жаргона наркотизма, изначально использовавшегося преступниками, показало, что его увеличение параллельно развитию самого наркотизма, структурированию этой девиации. Первый словарь жаргона преступности, составленный правоохранителями послереволюционной России в первой четверти XX века, включал всего 14 жаргонизмов, обозначающих употреблявшиеся тогда наркотики и ощущения, характеризующие воздействие этих наркотиков на организм [3]. До конца 1986 г. в России официально отрицалось наличие проблемы наркотизма, что ограничивало научные исследования этого вида девиации. Словарь жаргона преступности, опубликованный в 1992 г. [4], содержит около 11 00 тайных слов и выражений, относимых к преступным деяниям, из которых свыше 1000 относились к наркотизму.

Последние исследования лексиконов преступников и потребителей наркотиков показывают, что объём жаргона преступности составляет свыше 25 000 лексем и фразеологизмов, а недоязык наркотизма в нашем продолжающемся исследовании содержит свыше 5500 лексических единиц.

Проведённый ещё в 1997 г. опрос студентов медицинского вуза в Санкт-Петербурге выявил, что 100% студентов знакомы с жаргонными названиями наиболее распространённых наркотических средств, а 5% употребляют их с различной степенью регулярности [5].

Социологические опросы выявляют быстрое усвоение слов из девиантных жаргонов, «заразительность», прилипчивость. Около 25% опрашиваемых сообщают о наличии в их окружении потребителей наркотиков, знакомых со значением «тайных» слов из жаргона наркотизма.

В России ежегодно проводятся масштабные социологические исследования наркоситуации двух видов: проведение ежегодного социологического мониторинга наркоситуации региональными антинаркотическими комиссиями под эгидой Государственного антинаркотического комитета и психологическое тестирование школьников. Вопросы об информированности респондентов о видах наркотиков, их свойствах, наличии в их окружении людей, употребляющих лексемы из жаргона наркотизма, явятся доказательствами и наличия напряжённости наркологической ситуации в локусе проведения опроса – учреждении(организации), учебном заведении, в регионе.

В настоящее время наркотизм в России давно вышел за рамки преступного сообщества и богемы, распространившись во всех слоях населения. Однако

профилактические мероприятия по превенции преступности и наркотизма явно отстают в социокультурной сфере.

Профилактика употребления девиантных социолектов проводится в учебных заведениях спорадически. Только в учреждениях среднего образования иногда выявляются и пресекаются попытки коммуницировать, задействую обсценную лексику, девиантные социолекты. В высшей школе контроль за средствами коммуникации в среде студентов отсутствует. Правила внутреннего распорядка исправительных колоний уже содержат запрет на употребление криминального жаргона. Правила поведения во многих реабилитационных центрах для лиц с химическими зависимостями от алкоголя и наркотических средств тоже содержат запрет на употребления жаргонизмов наркотизма и алкоголизма.

Специалистам, коммуницирующим с потребителями наркотиков, преступниками, другими девиантами, даже при знании соответствующего жаргона не следует употреблять жаргонизмы в беседе, стремясь представить себя «своим». Это притворство будет легко раскрыто противозаконной просьбой со стороны девианта, отказ в исполнении которой породит у него мнение, что его собеседник не психолог, врач, а сотрудник правоохранительных органов, и контакт, требующийся в целях реабилитации, не возникнет.

Представляется логичным, в связи с создавшейся ситуацией, ввести запрет на употребления девиантных жаргонов в учреждениях, прежде всего занимающихся воспитанием и образованием детей, подростков и молодёжи, на уровне законов, регламентирующих их деятельность. Такого рода ограничения имеются пока лишь в правилах внутреннего распорядка исправительных учреждений, подрастающее поколение наиболее восприимчиво к включению в коммуникации жаргонных слов и фразеологизмов.

Изучение динамики жаргонов девиаций может применяться и в экспертных целях, при анализе данных социологического мониторинга для разработки превентивных мер противодействия девиациям.

Список литературы

1. Доклад Международного комитета по контролю над наркотиками за 2021 год. Вена: Издание ООН. 2022. 192 с.

2. Доклад ООН «Пандемия COVID-19, наложенная на пандемию наркомании» // Новости ООН: сайт URL: https://news.un.org/ru/story/2020/06/1380872 (дата обращения: 01.06. 2022).

3. Потапов С.М. Словарь жаргона преступников (блатная музыка). М.: НКВД, 1927. 197 с.

4. Балдаев Д.С., Белко В.К., Исупова И.М. Словарь тюремно-лагерно-блатного жаргона (речевой и графический портрет советской тюрьмы). М.: Издательство «Края Москвы», 1992. 527 с.

5. Иванова Е.Б. Изучение информированности молодёжи о наркотиках // Эфедрон (Сборник научных работ) Под редакцией Э.Э. Звартау. СПб.: Издательство СпбГМУ, 1997. С. 121–130.

6. Тихомиров С.М. Возможности лингвистической экспертизы при расследовании преступлений в сфере незаконного оборота наркотиков // Материалы международной научно-практической конференции «Проблемы классификации судебных экспертиз, сертификации и валидации методического обеспечения, стандартизации судебно-экспертной деятельности» (Москва, 21 января 2016 г.). Москва: Проспект, 2016. С. 279–282.

ВЛИЯНИЕ FACEBOOK* НА РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА СТУДЕНТОВ**

THE IMPACT OF FACEBOOK ON THE DEVELOPMENT OF STUDENTS' SOCIAL CAPITAL

А.В. Щекотуров

Балтийский федеральный университет им. И. Канта, г. Калининград

A.V. Shchekoturov

Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad

Посредством онлайн опроса студентов БФУ им. И. Канта (n=196) установлена статистически достоверная связь между частотой использования студентами социальной сети Facebook и формированием социального капитала. Именно студенты, которые больше проводят времени в Facebook, стараются сформировать коммуникативную сеть из знакомых людей и пользователей, чей контент им кажется полезным и привлекательным.

Due to an online survey of students of IKBFU (n=196) there was revealed a relationship between the frequency of students using Facebook and the formation of their social capital. Having spent more time on Facebook, students are forming a communicative network of familiar people and users whose content they find useful and attractive.

Ключевые слова: Facebook, социальный капитал, студенты

Keywords: Facebook, social capital, students

---

* Суд признал «экстремистской» и запретил в России деятельность корпорации Мета, которой принадлежат платформы Instagram и Facebook.

** Исследование выполнено в рамках реализации проекта «Приоритет-2030»: «Моделирование социально-политических и социокультурных факторов геополитической безопасности эксклавного региона России».

Социальные сети стали неотъемлемой частью жизни для большинства молодежи. Разнообразие виртуальных платформ способствовало их «специализации». Так, Facebook* российскими студентами используется преимущественно для общения с иностранными друзьями, дальними родственниками, несколько реже – для общения с экспертами и самопрезентации перед потенциальными работодателями [1]. Однако, в какой степени эти вполне утилитарные цели способствуют формированию социального капитала как метакоммуникативного образования?

Цель данной работы – определить, как интенсивность использования Facebook влияет на развитие социального капитала российских студентов. Исследование методологически практически полностью идентично работе Н. Эллисон и ее коллег, которые изучали влияние Facebook на развитие социального капитала и психологического самочувствия американских студентов [2]. Вслед за этими авторами под социальным капиталом мы понимаем «сумму всех ресурсов, которыми обладает индивид или группа, благодаря сети более или менее институционализированных отношений взаимного знакомства и признания (recognition)» [3]. Применительно к данному исследованию, социальный капитал рассматривается как возможность поддерживать и устанавливать связи, формировать круг общения для обмена ресурсами в Facebook и благодаря Facebook.

Метод исследования – онлайн опрос студентов БФУ им. И. Канта (n=196, 59,2% девушек и 40,8% юношей), использовавших Facebook как минимум один раз в неделю. Возраст опрошенных от 18 до 28 лет (средний возраст – 21 год).

При анализе были использованы две основные переменные: интенсивность использования Facebook и социальный капитал. Первая переменная была представлена несколькими индикаторами: количество друзей, время использования в неделю и шестью другими индикаторами, характеризующими роль этой социальной сети в повседневной жизни (например, «Facebook – часть моей ежедневной активности» по шкале от 1 до 5, где 1 – абсолютно не согласен). Эти индикаторы были преобразованы в единую переменную, после чего был выполнен анализ надежности с помощью коэффициента альфа Кронбаха. Анализ показал высокую степень согласованности измерительной шкалы (alpha = 0,88), что позволило в дальнейшем использовать эту переменную. Социальный капитал был также определен через интегральную шкалу (alpha = 0,87), которая включала в себя оценку пяти утверждений об использовании Facebook для поддержания существующей сети общения или ее расширения (например, «Я использую

Facebook, чтобы познакомиться с новыми людьми» по шкале от 1 до 5, где 1 – абсолютно не согласен). Каждая из этих двух переменных была преобразована в порядковую шкалу для определения степени выраженности признака. Дополнительными индикаторами сформированности социального капитала стала оценка студентами собственной мотивации добавлять новых пользователей в список своих виртуальных друзей.

Результаты. Обнаружена статистически значимая связь между интенсивностью использования Facebook и уровнем социального капитала ($p < 0{,}001$): студенты с высокой интенсивностью использования социальной сети имеют наиболее сформированный социальный капитал (табл. 1). В частности, 70% студентов с крайне низкой интенсивностью использования Facebook имеют очень низкий уровень социального капитала. И наоборот: 77,8% студентов с самой высокой интенсивностью использования Facebook имеют высокий и очень высокий уровень социального капитала. На наш взгляд, это можно объяснить эффектом социальной сети: чем чаще студент использует сеть, тем быстрее формируется его круг общения и тем большим объемом ресурсов он начинает располагать. Как следствие, уже социальный капитал способствует более частому использованию социальной сети.

Таблица 1

Социальный капитал студентов в структуре интенсивности использования Facebook, %

ФБ-СК / *ФБ-И*	*Очень низкий*	*Низкий*	*Умеренный*	*Высокий*	*Очень высокий*
Крайне низкая	70	30	0	0	0
Низкая	14,3	32,1	40,5	10,7	2,4
Умеренная	3,9	9,8	47,1	33,3	5,9
Сильная	0	3,1	31,3	40,6	25
Очень сильная	0	0	22,2	22,2	55,6

Установлена связь между интенсивностью использования Facebook и намерением добавить пользователя в список друзей в случае личного знакомства ($p = 0{,}004$). У каждого второго студента (55,6%) с высокой частотой посещения этой социальной сети список друзей состоит преимущественно из знакомых ему людей, в то время как с крайне низкой интенсивностью посещения Facebook таких студентов только 35% (табл. 2).

Таблица 2

Личное знакомство с пользователем сети в структуре интенсивности использования Facebook, %

ФБ-И	*«Я решаю добавить пользователя в друзья, потому что знаю его»*				
	Абсолютно не согласен	*Не согласен*	*Отчасти согласен*	*Согласен*	*Полностью согласен*
Крайне низкая	30	5	10	20	35
Низкая	2,4	4,8	23,8	28,6	40,4
Умеренная	2	5,9	5,9	37,2	49
Сильная	15,6	6,3	12,5	28,1	37,5
Очень сильная	11,1	11,1	22,2	0	55,6

Та же тенденция замечена и с намерением продолжить общение онлайн, если профиль собеседника соответствует интересам студентов ($p = 0,008$). Так, лишь 15% студентов с крайне низкой частотой посещения Facebook готовы добавлять таких пользователей в друзья, студентов с высокой частотой посещения сети – уже 33,3%. С точки зрения социального капитала, такое распределение выглядит вполне логичным: сеть, состоящая из хорошо знакомых индивидов или пользователей с привлекательным профайлом, имеет больший потенциал в обмене полезными ресурсами.

Причем расширение социального капитала в офлайн тоже больше свойственно для студентов с высокой интенсивностью использования Facebook ($p < 0,05$). В частности, допускают возможность встретиться с виртуальным собеседником лично 33,4% студентов с высокой частотой посещения сети и лишь 10% – с низкой (табл. 3). Это может свидетельствовать о том, что для тех студентов, которые много времени проводят в Facebook, не существует различий между социальным капиталом, формируемым в сети и вне ее, как и не существует границы между онлайн и офлайн средами.

Таблица 3

Намерение встретиться с виртуальным собеседником офлайн в структуре интенсивности использования Facebook

ФБ-И	*«Я решаю добавить пользователя в друзья, потому что знаю его»*				
	Абсолютно не согласен	*Не согласен*	*Отчасти согласен*	*Согласен*	*Полностью согласен*
Крайне низкая	45	15	25	5	10
Низкая	22,6	26,2	31	16,7	3,5
Умеренная	15,7	21,6	39,2	11,7	11,8
Сильная	12,9	19,4	38,7	22,5	6,5
Очень сильная	11,1	0	33,3	22,2	33,4

Заключение. Данное исследование подтвердило предположение о влиянии частоты использования студентами социальной сети Facebook на формирование там социального капитала. Именно студенты, которые больше проводят времени в Facebook, стараются сформировать коммуникативную сеть из знакомых людей и пользователей, чей контент им кажется полезным и привлекательным. Они расширяют возможности социального капитала, в том числе и за счет перехода из онлайн общения в офлайн. Это наводит на мысль, что уже социальный капитал начинает определять виртуальные практики пользователя: интенсивность использования сети, мотивы самораскрытия и самопрезентации, формирование системы отношений для обмена ресурсами вне Facebook. Полученные результаты не противоречат выводам, к которым пришли американские коллеги в 2007 г. [1], однако характеризуют лишь опыт использования российскими студентами социальной сети Facebook. Для выявления специфики социального капитала в других социальных сетях и связи с частотой их использования требуется дополнительное исследование.

Список литературы

1. Кришталь М.И., Щекотуров А.В. Особенности поведения российских и американских студентов в социальной сети Facebook // Alma Mater (Вестник высшей школы). 2021. № 4. С. 119–123.
2. Ellison N., Steinfield C., Lampe C. The Benefit of Facebook Friends: Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites // Journal of computer-Mediated Communication. 2007. No. 12. 1143–1168 pp.
3. Bourdieu P., Wacquant L. An Invitation to Reflexive Sociology. Chicago: University of Chicago Press. 1992. 348 p.

ВЫСТУПЛЕНИЯ

ПРОФИЛАКТИКА КИБЕРБУЛЛИНГА В ПОДРОСТКОВОЙ СРЕДЕ
PREVENTION OF CYBERBULLYING IN THE ADOLESCENT ENVIRONMENT

Е.В. Волченкова, М.И. Лучинина, О.В. Бельтюкова
Вятский государственный университет, г. Киров
E.V. Volchenkova, M.I. Luchinina, O.V. Beltyukova
The Vyatka State University, Kirov

Раскрывается сущность кибербуллинга, проанализированы его признаки и причины возникновения. Подробно рассмотрена ролевая структура кибербуллинга. Раскрыты традиционные и цифровые средства и технологии

профилактики кибербуллинга в подростковой среде. Представлен опыт создания сайта по профилактике кибербуллинга.

The article reveals the essence of cyberbullying, analyzes its signs and causes. The role structure of cyberbullying is considered in detail. The authors have revealed traditional and digital means and technologies for the prevention of cyberbullying in the adolescent environment. The experience of creating a website for the prevention of cyberbullying is presented.

Ключевые слова: кибербуллинг, травля, профилактика, подростки, цифровые ресурсы профилактики

Keywords: cyberbullying, bullying, prevention, teenagers, digital prevention resources

Травля (буллинг) в подростковой среде – явление не новое. В связи с тем, что подростки являются активными пользователями сети Интернет, буллинг приобрел виртуальную форму и получил название «кибербуллинг». По данным исследования, проведенного в 2021 г. онлайн-школой «Фоксфорд», 55% подростков в России когда-либо сталкивались с кибербуллингом.

Кибербуллинг обозначает агрессивные, умышленные, продолжительные во времени действия, совершаемые группой лиц или одним лицом с использованием электронных форм контакта и повторяющееся неоднократно в отношении жертвы, которой трудно защитить себя [См.: 1].

К признакам кибербуллинга относятся:

– изменения в том, как подросток обращается с устройствами: например, резко прекращает их использование, начинает пользоваться ими исключительно втайне от всех или вовсе не может выйти из сети;

– изменения в поведении подростка: подавленное настроение, уход в себя, неоправданная агрессия, отсутствие желания заниматься тем, что обычно нравится делать;

– физические симптомы: начинают мучить головные боли, расстройства желудка, сопровождающиеся снижением аппетита;

– подросток отказывается говорить со взрослыми о том, чем занимается в сети, с кем общается.

Среди причин кибербуллинга ученые выделяют: зависть, месть, желание развлечься, конформизм, нарушения детско-родительских отношений, низкий уровень развития эмпатии, отсутствие умения разрешать конфликты, а также индивидуально-личностные характеристики индивида, в частности, комплекс неполноценности.

Ролевая структура кибербуллинга многообразна и включает следующие типы участников [2].

«Агрессоры» («преследователи») – являются инициаторами травли. Они достаточно общительны и коммуникабельны, у них много знакомых. Агрессоры более авторитетны, чем остальные участники.

«Жертвы» – участники кибербуллинга, которые подвергаются травле. «Жертвами» кибербуллинга часто становятся пугливые, тревожные и малообщительные члены коллектива, за которых некому заступиться.

«Помощники агрессоров» – участники кибербуллинга, которые помогают «агрессору» осуществить травлю по отношению к «жертве». Для помощников агрессоров характерна зависимость от других людей.

«Защитники» – стараются устранить напряжение между «агрессором» и «жертвой». Для «защитников» свойственны такие личностные особенности, как доброта и понимание, готовность прийти на помощь.

«Хамелеоны» – выступают как в роли «агрессора», так и «жертвы». Для них характерно применение агрессии в Интернете по отношению к себе или же использовать её как способ мести по отношению к тем, кто их обижал.

«Свидетели» («наблюдатели») – участники кибербуллинга, на чьих глазах он происходит.

Профилактика кибербуллинга, как и профилактика иных негативных проявлений в подростковой среде, должна строиться на основе системного подхода и включать мероприятия по первичной, вторичной и третичной профилактике [3]. Одну из ключевых позиций в первичной профилактике кибербуллинга занимает воспитание у учащихся культуры пользования интернет-ресурсами посредством формирования и закрепления норм этичного общения в социальных сетях. В работе по формированию основ этики общения в сети Интернет могут быть использованы разнообразные формы как индивидуальной, так и групповой работы, которые будут способствовать развитию сознательной саморегуляции взаимодействия подростков в сети.

Целесообразно использовать такие формы воспитательной работы, как интерактивные занятия, флэш-акции, психологические и правовые практикумы, направленные на профилактику виртуальной агрессии и формирование социально приемлемого поведения. В качестве превенции кибербуллинга могут быть полезны тренинги социальных навыков и группового сплочения и медиапсихологические занятия (просмотр, обсуждение, рефлексия тематических фильмов и разбор конкретных кейс-ситуаций) по развитию эмпатии и созданию дружеской атмосферы в классе и школе, работа социальных и волонтерских клубов.

Важной стратегией профилактики кибербуллинга является перенаправление избыточной активности в Интернете и компьютерной зависимости на формирование навыков цифровой социализации, обучение защиты в Интернете от продвинутых сверстников, продуктивной работе в социальных сетях.

Родительский контроль над технологиями – один из важнейших предикторов снижения последствий киберагрессии, приобретающий особое значение именно в ситуации киберсреды.

Немаловажны цифровые ресурсы профилактической работы, поскольку в современных условиях подросток постоянно находится в сети. Одним из таких цифровых ресурсов является разработанный нами интернет-сайт «Добро в сети», расположенный на платформе Tilda, популярном блочном конструкторе сайтов. Ресурс выполнен в типовом стиле лендинга. Содержание наполнено доступной достоверной информацией, с соблюдением лаконичности и оригинальности. Дизайн проработан с использованием сочетания желтого, белого и голубого цветов. Сайт включает в себя следующие разделы.

Обложка. Начальный экран – первое, что видит посетитель сайта, на этом этапе человек принимает решение остаться на странице и читать дальше или закрыть вкладку. Информация в центре страницы содержит хештег – добро в сети. Дано развернутое понятие кибербуллинга как намеренной формы запугивания или травли человека с помощью цифровых технологий. Ниже расположены кнопки переадресации для детей и их родителей.

Лид – представлен как вопрос-ответ в виде чата. Подросток задает вопрос о том, чем опасен кибербуллинг. Эксперт, в свою очередь, дает развернутый ответ.

Классификация. Включает самые распространенные виды интернет-травли (бойкот, домогательство, аутинг, троллинг), раскрывается суть каждого.

Ролевая структура. В этом разделе пользователь может узнать, в каких ролях происходит участие в кибербуллинге. Каждая роль имеет краткое описание. Внизу страницы расположена активная кнопка «Попробуй примерить на себя разные роли, чтобы научиться справляться с непростыми ситуациями». Эта кнопка является гиперссылкой, которая отправляет пользователя на официальный сайт компании МТС со статьей, посвященной профилактике кибербуллинга. На сайте как для взрослого, так и для подростка подготовлены тесты на разные роли. Суть тестов заключается в решении кейсов, в которых подросток может выступать в роли агрессора, жертвы или свидетеля интернет-травли.

Слайдер для жертвы. Информация на странице будет полезна жертве кибербуллинга. Здесь можно найти ответы на вопросы, что делать, если ты стал жертвой кибербуллинга; как защитить себя от кибербуллинга; чего точно не стоит делать. Даются полезные советы согласно поднятым вопросам. Данная рубрика поможет пользователю найти пути решения по проблеме, с которой он столкнулся.

Слайдер для агрессора. Страница направлена на агрессора; даются советы по типу: «признай свою ответственность», «разберись в причинах», «как избежать этого в будущем».

Слайдер для родителей. Данный раздел в большей степени будет полезен родителям, поскольку информация касается методов профилактики кибербуллинга со стороны взрослого. Страница разделена на информационные блоки по следующим вопросам: как выстроить план защиты; что делать, если мой ребенок – агрессор; защитит ли закон от кибербуллинга; что точно нельзя делать, если родитель заметил агрессивное поведение у своего ребенка.

Контакты. Информация, представленная на странице, будет полезна для детей, которые оказались подвержены кибербуллингу, поскольку здесь опубликованы телефоны доверия, советы о том, к кому можно обратиться за помощью.

Сайт «Добро в сети» был оценен экспертами и доработан в соответствии с их рекомендациями. В настоящее время решается вопрос о финансировании его содержания и запуска сайта на постоянной основе с регулярным обновлением информации.

Таким образом, профилактика кибербуллинга в подростковой среде может осуществляться с помощью традиционных и цифровых средств, которые необходимо использовать в совокупности.

Список литературы

1. Smith P., Mahdavy J., Carvalho M., Fisher S., Russell S., Tippett N. Cyberbullying: its nature and impact in secondary school pupils // Journal of Child Psychology and Psychiatry. 2008. Vol. 49. No. 4. Pp. 376–385.

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

3. Санина Е.И., Дегтярев Е.А. Профилактика кибербуллинга как цель социализации подростков в условиях цифровой среды // Проблемы современного педагогического образования. 2020. № 68 (4). С. 141–143.

ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОВ К ДИСТАНЦИОННЫМ ФОРМАМ ОБУЧЕНИЯ

STUDENT ATTITUDES TOWARDS DISTANCE LEARNING FORMS OF EDUCATION

Н.И. Дунаева, Ю.М. Баранова
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
N.I. Dunayeva, Y.M. Baranova
Lobachevsky University

Представлены результаты изучения отношения студентов к дистанционной форме обучения, а также исследование самооценки психологического самочувствия в период самоизоляции в формате онлайн-анкетирования. Всего в исследовании приняли участие 990 студентов ННГУ им. Н.И. Лобачевского в 2020 и 2021 гг.

The article presents the results of studying the attitude of students to distance learning, as well as a study of self-assessment of psychological well-being during self-isolation in the format of an online questionnaire. In total, 990 students of the N.I. Lobachevsky National Research University took part in the study during 2020 and 2021.

Ключевые слова: дистанционное обучение, преимущества и недостатки дистанционного обучения, студент

Keywords: distance learning, advantages and disadvantages of distance learning, student

Продолжаются дискуссии о возможностях и рисках дистанционного обучения. Отечественными авторами выявляются основные проблемы, связанные с внедрением дистанционных форм обучения. Так, методологами и дидактами не до конца разработаны концепции, модель и психолого-педагогическая теория цифрового обучения. Недостаточно проработана дифференциация понятий «цифровое обучение» и «цифровое образование». Пока недостаточно исследований, которые могли бы представить доказательную базу, что внедрение цифрового обучения значительно повышает качество образования [1-3].

Особую обеспокоенность исследователей и педагогов вызывают вопросы обеспечения качества дистанционного образования студентов, в том числе программно-технического оснащения учебного процесса, наличия устойчивой мотивации к самостоятельному обучению и повышения сопротивляемости личности трудностям в период обучения в дистанционном формате [3-5].

В 2020 и 2021 гг. психологами Центра социально-психологического сопровождения студентов ФСН ННГУ им. Лобачевского было проведено исследование отношения студентов к дистанционной форме обучения, а также исследование самооценки психологического самочувствия в период самоизоляции в формате онлайн-анкетирования.

Всего в исследовании приняли участие 990 студентов ННГУ (567 студентов в 2021 г. и 423 студента в 2020 г.). Из них 81% составляют девушки (792 студента) и 19% – юноши (198 студентов) в возрасте от 17 до 22 лет.

В отношении студентов к преимуществам дистанционного обучения не было выявлено существенных изменений в 2021 г. в сравнении с 2020 г. Однако, может быть выявлено некоторое повышение лояльности студентов к дистанционному обучению в 2021 г. на 6-10%, что отражается в увеличении количества выбора преимуществ и снижения выбора недостатков.

Основные преимущества, которые выделяют студенты, это экономия средств и времени на передвижение, возможность обучения из дома и самостоятельное распоряжение своим временем.

В 2021 г. добавилась дополнительная категория преимуществ дистанционного обучения, такая как «возможность использования новых технологий и средств обучения», более 25% студентов выделяют ее в качестве преимущества.

Изучение отношения студентов к недостаткам дистанционного обучения показало, что в 2021 г. студенты склонны отмечать и меньшее количество недостатков данного типа обучения. Вероятно, это тоже связано с проведенной работой по улучшению качества дистанционного обучения и выработкой навыков у студентов данного типа обучения.

Студенты отмечают, что недостатками дистанционного обучения являются: больший объем домашней работы (снижение на 6,3% по итогам 2021 г.), материал для самостоятельного изучения не систематизирован (снижение на 2,4%), лекции в онлайн-формате не удобны для меня (снижение на 2,2%), непонятны сроки выполнения заданий (увеличение на 2,2%). Анализ полученных результатов показал, что отклонения показателей отношения студентов в 2021 г. Не значительны по сравнению с 2020 г., однако в целом отмечается тенденция к улучшению качества и эффективности организации педагогического процесса.

Снизились и недостатки дистанционного обучения, связанные с организацией самостоятельного обучения. Так, на 3,7% меньше студентов отмечают, что больше времени проводят за компьютером, на 4,8% меньше студентов отмечают повышенную утомляемость, на 2,2% меньше студентов

отмечают снижение уровня производительности, на 3,6% – сложности в распределении времени.

Данные показатели могут в некоторой степени свидетельствовать об эффективности адаптации студентов к дистанционному формату обучения, выработке навыков организации самостоятельной работы и распределения времени. Именно в целях отработки данных навыков Центром социально-психологического сопровождения студентов ННГУ проводилась профилактическая и коррекционная работа в 2020–2021 гг.

Психологами Центра было проведено 22 вебинара на темы: «Ресурсы стрессоустойчивости», «Приемы психологической саморегуляции», «Методы психологической самопомощи: эмоции и искусство», «Стоп! Без паники», «Одиночество в толпе», «Думать по-другому и делать по-другому» как методы достижения эмоционального благополучия», «Сессия без стресса», «Техники самопомощи в стрессовых ситуациях», «Живут студенты весело от сессии до сессии: Техники самопомощи в стрессовых ситуациях», в том числе для иностранных студентов на английском языке: «Resources of stress resistance» (Ресурсы стрессоустойчивости) и «Emotional Well-Being and Coping Stress» (Эмоциональное благополучие и преодоление стресса).

Следует особенно выделить, что всё-таки такой показатель, как нехватка живого общения, стал чуть больше в 2021 г. (увеличение на 6,7%), что может свидетельствовать о важности живого общения для студенческого возраста не только с одногруппниками, но и с преподавателями. Увеличилось количество студентов (на 4,5%), отмечающих сложности во взаимодействии с преподавателями в дистанционном формате.

Результаты настоящего исследования свидетельствуют, что большинство студентов университета негативно относятся к дистанционной форме обучения. Учащиеся продолжают испытывать психологическое напряжение в связи с переходом на данную форму обучения (54% и 50% в 2020 и 2021 годах соответственно, отмечают усталость и раздражение при выполнении домашнего задания (74% и 71%), указывают, что их работоспособность снизилась (57% и 54%).

Несмотря на то, что основная часть опрошенных студентов оценивают себя как собранные и организованные (59% и 58%), им тяжело начать выполнять задания для самостоятельной работы (52% и 50%).

В целом студенты не испытывают дискомфорта при общении с преподавателями и одногруппниками во время занятий в режиме онлайн (63% и 66%). При этом, студентам стало еще сложнее контактировать с преподавателями при дистанционном обучении (37% и 39%). Следует обратить

внимание, что данный показатель усугубился, видимо вследствие того, что не были учтены ошибки и неудачи ситуация взаимодействия участников учебного процесса на первом этапе (весна 2020 года).

Хотелось бы обратить внимание на такой аспект, связанный с дистанционным обучением, как субъективное ощущение одиночества. Значительная часть респондентов, чувствуют себя более одиноким, нежели обычно (42%).

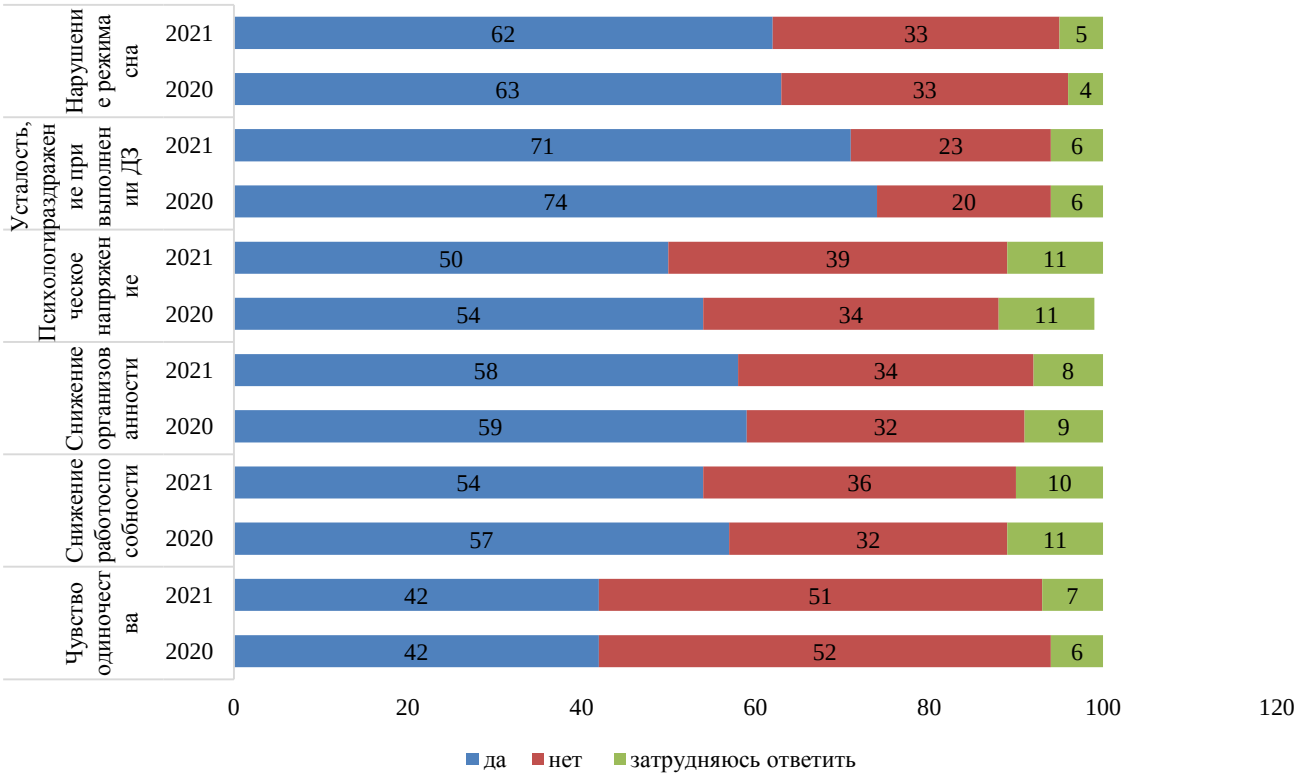


Рис. 1. Отношение студентов к дистанционной форме обучения

Новая форма обучения оказывает влияние не только на психологическое состояние обучающихся, но на физическое. Так, 62% опрошенных студентов отметили нарушение режима сна. Чтобы отдохнуть, восстановиться, отвлечься, студенты делают перерывы в выполнении домашнего задания (84% студентов). Большинство обучающихся (56%) знают о способах и техниках, помогающих расслабиться, отдохнуть от компьютера и различных гаджетов.

Результаты исследования свидетельствуют, что только 24% студентов (2020 – 23%) нуждаются в психологической помощи, при этом 41% опрошенных (2020 – 42%) указали, что сейчас в большей степени им необходима иная поддержка.

В целом участники тестирования считают, что справляются с выполнением поставленных перед ними задач. Необходимо отметить, что данный показатель выше в сравнении с аналогичным показателем предыдущего исследованием (2021 – 50%, 2020 – 46%).

На основании вышесказанного можно сделать вывод, что, несмотря на то, что дистанционное обучение имеет ряд преимуществ (экономия средств и времени на передвижение, возможность обучения из дома, самостоятельное распоряжение своим временем), общее психоэмоциональное состояние студентов ухудшается: возрастает психологическое напряжение, усталость, раздражение, нарушается режим сна, снижается их работоспособность, из-за недостатка живого общения повышается чувство одиночества. Студентам сложнее контактировать с преподавателями при дистанционном обучении.

Список литературы

1. Дунаева Н.И., Егорова П.А. Сопротивляемость личности трудностям в период обучения в дистанционном формате // Вестник Мининского университета. 2021. Т. 9. № 2. URL: https://vestnik.mininuniver.ru/jour/article/download/1232/835 (дата обращения: 18.06.2022).
2. Клягин А.В., Абалмасова Е.С., Гарев К.В. и др. Шторм первых недель: как высшее образование шагнуло к реальности пандемии. Серия: Современная аналитика образования. № 6 (36). М.: НИУ ВШЭ, 2020. 112 с.
3. Лапшова А.В., Сундеева М.О., Татаренко М.А. Дистанционные технологии обучения как ресурс повышения качества образования // Международный студенческий научный вестник. 2017. № 6. URL: http://eduherald.ru/ru/article/view?id=17821 (дата обращения: 18.06.2022).
4. Абрамов Р.Н., Груздев И.А., Терентьев Е.А., Захарова У.С., Григорьева А.В. Университетские преподаватели и цифровизация образования: накануне дистанционного форс-мажора // Университетское управление: практика и анализ. 2020. Т. 24. № 2. С. 59–74.
5. Алешковский И.А., Гаспаришвили А.Т., Крухмалева О.В., Нарбут Н.П., Савина Н.Е. Студенты вузов России о дистанционном обучении: оценка и возможности // Высшее образование в России. 2020. Т. 29. № 10. С. 86–100.

БЛОКИРОВКА FACEBOOK* И INSTAGRAM* ГЛАЗАМИ СТУДЕНТОВ КАЛИНИНГРАДА**

FACEBOOK AND INSTAGRAM BLOCKING THROUGH THE EYES OF KALININGRAD STUDENTS

М.И. Кришталь
Балтийский федеральный университет им. И. Канта, г. Калининград
M.I. Krishtal
Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad

Исследование посвящено изучению отношения студентов Балтийского федерального университета имени И. Канта к блокировке Facebook и Instagram. Выявлена высокая осведомленность студентов о запрете социальных сетей и ее причинах. Зафиксировано, что значительно большая доля учащихся выражает отрицательное отношение в связи с блокировкой Instagram, чем по случаю запрета Facebook. Это связано с более высокой вовлеченностью студентов в Instagram и, соответственно, более серьезными негативными последствиями после его блокировки. В результате около половины учащихся заявили, что продолжают активно пользоваться Instagram при помощи VPN.

The study is devoted to the study of the attitude of students of the Immanuel Kant Baltic Federal University to the blocking of Facebook and Instagram. The high awareness of students about the ban on social networks and its causes was revealed. It has been recorded that a significantly larger proportion of students express negative attitudes towards the blocking of Instagram than on the occasion of the Facebook ban. This is due to the higher engagement of students on Instagram and, accordingly, more serious negative consequences after blocking it. As a result, about half of the students said they continue to actively use Instagram using a VPN.

Ключевые слова: Facebook, Instagram, социальные сети, Интернет, блокировка, студенты

Keywords: Facebook, Instagram, social networks, Internet, blocking, students

Современную молодежь зачастую называют «цифровым поколением», которое погружено в виртуальную коммуникацию в различных социальных сетях. Столь широкая вовлеченность молодежи в соцсети обусловлена наличием значительного спектра мотиваций и видов деятельности, способствующих созданию пользователями личных аккаунтов [1, с. 120-121]. В этих условиях не могла остаться изолированной от воздействия социальных сетей и

---

* Принадлежит компании Meta (признана экстремистской и запрещена в РФ).

** Исследование выполнено в рамках реализации проекта «Приоритет-2030»: «Моделирование социально-политических и социокультурных факторов геополитической безопасности эксклавного региона России».

образовательная сфера. В частности, виртуальные соцсети стали популярными площадками для коммуникации между учащимися и преподавателями. В этой связи вызывает исследовательский интерес реакция российского студенчества на блокировку в марте 2022 г. Роскомнадзором соцсетей Facebook и Instagram. Исходя из этого, в данном исследовании изучаются осведомленность учащихся о блокировке, их отношение к ней, степень актуальности для них произошедшего события и практические действия студентов, вызванные запретом соцсетей.

Эмпирическая база исследования была сформирована в ходе онлайн-опроса, проведенного в период с 30 мая по 29 июня 2022 г. Объем выборочной совокупности составил 390 студентов (61,2% – женщины, 38,8% – мужчины), обучающихся на различных специальностях и курсах в Балтийском федеральном университете имени Иммануила Канта. Поскольку генеральная совокупность исследования (общая численность студентов университета) составила 7785 респондентов, его доверительная вероятность равна примерно 95%, а погрешность – приблизительно ± 4,8%

Результаты опроса продемонстрировали, что абсолютному большинству опрошенных респондентов (96,1%) известно о свершившемся факте блокировки двух социальных сетей. Преобладающее количество респондентов ответили, что им известно о причинах блокировки данных интернет-платформ (табл. 1). Причем, в случае с Instagram выявлена несколько более высокая степень информированности в сравнении с Facebook.

Таблица 1

Известны ли Вам причины блокировки? (%)

	Facebook	*Instagram*
Известны	74,5	82,7
Не известны	15,5	11
Затрудняюсь ответить	10	6,3

Отношение студентов БФУ им. И. Канта к блокировке существенно различается (табл. 2). В случае с Facebook примерно равные доли респондентов придерживаются противоположных точек зрения. 29,7% поддерживают решение Роскомнадзора, 37,5% выступают против, еще 32,8% затруднились ответить. В случае же с социальной сетью Instagram преобладают противники блокировки: 52,5% против 22% при 25,5% затруднившихся ответить.

Таблица 2

Поддерживаете ли Вы решение Роскомнадзора о блокировке? (%)

	Facebook	*Instagram*
Да	29,7	22
Нет	37,5	52,5
Затрудняюсь ответить	32,8	25,5

Выявленные различия в настроениях студентов связаны с тем, что блокировка Instagram оказала негативное влияние на значительно большее количество учащихся, чем запрет Facebook (табл. 3). Абсолютное большинство студентов (83,5%) заявили, что блокировка последнего не стала для них проблемой. На этом фоне только 40% респондентов придерживаются аналогичного мнения в отношении Instagram. Чаще всего опрошенные отмечали, что запрет данной социальной сети усложнил возможность делиться новостями из жизни (37,6%). Это во многом отражает специфику Instagram, самопрезентация в котором главным образом ориентирована на демонстрацию событий из жизни ее пользователей [2, с. 27]. Примерно треть от общего числа респондентов заявили, что блокировка Instagram сделала более сложным процесс общения с друзьями и родственниками (30,5%), а также оборвала связь с блогерами (30%). Наряду с этим примерно каждый десятый (9,5%) отметил, что в связи с запретом Instagram был утрачен один из источников финансирования.

Таблица 3

Стала ли для Вас проблемой блокировка, если да, то какой? (%)

	Facebook	*Instagram*
Нет, не стала	83,5	40
Да, стало сложнее делиться новостями из жизни	6,4	37,6
Да, стало сложнее общаться с друзьями или родственниками	6,9	30,5
Да, потеряна связь с блогерами	5,6	30
Да, потерян один из источников финансирования	6,1	9,5

Студенты не видят проблемы в блокировке Facebook. Это связано с тем, что около двух третьих их (67,9%) не пользовались данной соцсетью и до ее блокировки на территории России (табл. 4). Напротив, Instagram не пользовались только 9,8%. После блокировки рассматриваемых социальных сетей значительная часть студентов (43,2%) продолжила активно пользоваться Instagram с помощью VPN и только 12,4% полностью перестало им пользоваться. В случае с Facebook аналогичные показатели: 9,8% и 9,3% соответственно. В то же время более четверти опрошенных (29,6%) стали после блокировки Роскомнадзором реже использовать Instagram. В то же время только

примерно каждый десятый респондент (11,9%) сделал то же самое в отношении Facebook. Лишь незначительное количество студентов перешли после блокировки Роскомнадзора в другие соцсети. Это во многом демонстрирует уникальность функционала Instagram и невысокую вовлеченность студентов в Facebook.

Таблица 4

Как Вы отреагировали на блокировку? (%)

	Facebook	*Instagram*
Никак, так как не пользовался	67,9	9,8
Продолжаю активно пользоваться с помощью VPN	9,8	43,2
Перестал пользоваться	9,3	12,4
Стал реже пользоваться	11,9	29,6
Перешел в другую социальную сеть	1	5

По итогам проведенного исследования выявлено дифференцированное отношение студентов БФУ им. И. Канта к блокировке в России Facebook и Instagram. В случае с последним зафиксировано заметно более высокое неприятие данного решения. Эта особенность связана с тем, что до запрета существенно более значительная доля учащихся вуза пользовались возможностями именно Instagram. Основными негативными последствиями запрета этой соцсети для студентов стали: усложнение возможностей делиться новостями из жизни, общения с социальным окружением и потеря связи с блогерами. По этим причинам студенты зачастую пытались обойти запрет пользования Instagram с помощью VPN. Этот факт, а также то, что только примерно каждый десятый учащийся БФУ им. И. Канта прекратил пользоваться Facebook и Instagram, позволяет сделать общий вывод о невысокой эффективности и популярности решения об их блокировке в студенческой среде.

Список литературы

1. Кришталь М.И., Щекотуров А.В. Особенности поведения российских и американских студентов в социальной сети Facebook // Alma Mater (Вестник высшей школы). 2021. № 4. С. 119–123.

2. Кришталь М.И., Щекотуров А.В. Мотивы и особенности кросс-платформенной самопрезентации российских студентов // Цифровая социология. 2021. Т. 4. № 1. С. 24–30.

САБОТАЖ В КОНФЛИКТЕ И ОБУЧЕНИЕ ЛЖИ КАК ФОРМАТЫ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК СОВРЕМЕННЫХ ДЕТЕЙ

SABOTAGE IN CONFLICT AND TEACHING LIES AS FORMATS OF COMMUNICATIVE PRACTICES OF MODERN CHILDREN

С.Ю. Митрофанова
Самарский национальный исследовательский университет им. академика С.П. Королева, г. Самара
S.Y. Mitrofanova
Samara National Research University n.a. Academician S.P. Korolev, Samara

На основе работ зарубежных ученых рассматриваются практики саботажа в конфликте между детьми и обучении взрослыми детей лжи. На примере исследования по событийности детства (руководитель С.Н. Майорова-Щеглова) представлен отечественный опыт исследования данных практик.

The practices of sabotage in the conflicts between children and the teaching of lies by adults to children are considered on the works of foreign scientists in this article. The domestic experience of researching these practices is presented on the example of a studying on the eventfulness of childhood (head S.N. Mayorova-Shcheglova).

Ключевые слова: коммуникативные практики детей, саботаж в конфликте, практики лжи детей, событийность детства

Keywords: children's communicative practices, sabotage in conflict, children's lying practices, eventfulness of childhood

Актуальность исследования коммуникативных практик в детстве связана с тем, что благодаря последним самими детьми усваивается, сохраняется и воспроизводится социальный порядок.

В самом общем виде коммуникативные практики, вслед за В.А. Сергодеевым, рассматриваем как «вид социальных практик, связанных с получением и передачей информации, а также воспроизводством коммуникации. Это опривыченные социальные действия, основанные на коллективном опыте и нацеленные на поддержание и развитие коммуникации» [1].

Э. Зотевска, А. Чекайте, А.-К. Эвальдссон направляют свое внимание на социальную ситуацию конфликта, связанную с владением и использованием объектов детьми младшего возраста, на понимание того, как эти объекты приобретают значение в конфликте. Исследователи выяснили, что конфликты маленьких детей постоянно концентрировались вокруг владения объектами, особенно когда двое или более детей желают получить один и тот же предмет,

которым нельзя пользоваться одновременно. Авторы констатируют, что материальные свойства объектов важны для понимания того, как они могут быть использованы детьми для различных социальных целей, и какие действия могут быть предприняты ими в игровой ситуации. Анализ конфликтов братьев и сестер показывает, как объекты становятся центральными и эмоционально ценными для детей и по-разному включаются в их игру. Ученые также анализируют детские жесты, позы, взгляды в социально-материальном пространстве (по отношению друг к другу и к объектам), так называемые «позные конфигурации», которые указывают на социальную близость или дистанцию [2, с. 138–140, 149].

Конфликты могли стать физическими, когда предметы тянули, тащили, а также использовались физические и вербальные аффективные действия по отношению к брату или сестре, чтобы завладеть основным объектом. Такие конфликтные действия обычно оставляли объект во владении одного из братьев и сестер. В фокусе внимания находились такие случаи конфликтов, когда «проигравший» предпринимал ответные меры, хотя конфликт, казалось бы, сошел на нет, посредством диверсионных действий, направленных против объекта взаимного желания детей [2, с. 141].

Исследование Ж. Лавуа, К. Ледюк, Анджела М. Кроссман и В. Тальвар фокусируется на практиках лжи детей, однако, свои выводы ученые строят на основе перспективы родителей детей от 3 до 6 лет. Родители перечислили примеры ситуаций, в которых они просили своего ребенка солгать. Это ситуации, в которых родители поощряли своего ребенка лгать, например, для того, чтобы бесплатно попасть в парк развлечений. Родители даже упомянули, что их ребенок может научиться лгать, наблюдая за ними [3, с. 258]. Таким образом, родители осознают несоответствие между их обучением и их собственными действиями, но они предпочитают учить своего ребенка иначе, чем то, что они действительно думают о приемлемости лжи [3, с. 259].

Взрослые воспринимают ложь в интересах другого человека как приемлемую, а ложь для продвижения собственных интересов как менее приемлемую. И хотя большинство родителей учат своих детей тому, что ложь – не приемлема, более половины из них отмечают приемлемость лжи в некоторых ситуациях, особенно связанных с защитой другого [3, с. 260].

Авторы подчеркивают, что несмотря на разрыв между мыслями родителей и их обучением лжи детей, способы, которые родители использовали для информирования своих детей о лжи, были последовательными. Например, наиболее распространенной реакцией родителей на уличение ребенка во лжи было обсуждение того, почему ложь не приемлема в любой ситуации [3, с. 261].

Многие родители сообщили, что учат детей говорить неправду, вместо того, чтобы наказывать их за ложь, что обеспечивает поддержку понимания лжи, относящейся к области управляемого обучения в процессе социализации детей. Хотя большинству детей, участвовавших в исследовании авторов внушали, что ложь не допустима, все они солгали хотя бы один раз. Родители сообщали, что их дети рассказывают много корыстной лжи и очень мало о лжи, ориентированной на других [3, с. 261]. Вместе с тем, как констатировали авторы, дети способны различать антисоциальную ложь и «белую» ложь и оценивать антисоциальную ложь более негативно, чем просоциальную ложь, аналогично взрослым [3, с. 262]. Однако родители сообщили об очень небольшом количестве просоциальной лжи их детей. Одной из причин этого может быть то, что дети способны различать несоответствия между учением родителей о приемлемости лжи и фактическими убеждениями родителей о ее приемлемости. На основе этого исследователи делают вывод, что дети могут осознавать тот факт, что их родители лгут, и моделировать это поведение в своих интересах, сообщая корыстную ложь вместо того, чтобы рассказывать о просоциальной лжи [3, с. 262].

Что касается отечественного опыта исследования конфликта и лжи, выделим исследование под руководством С.Н. Майоровой-Щегловой, посвященное анализу событийности детства и проведенное коллективом авторов в 2018 г. [4]. Онлайн опрашивались в те, кому 18±2 года. По результатам данного исследования опрошенные отметили, что серьезные конфликты с родителями начались, когда им было в среднем 13,3 года, в драке впервые участвовали в – 10,2 года, а впервые обманули родителей в 9,7 лет. Отметим, что это исследование содержит выкладки о возрасте, когда впервые были апробированы различные коммуникативные практики современными юношами и девушками.

Выводы. Анализ конфликтных взаимодействий между детьми, в которых возмездие осуществлялось посредством саботажа, подчеркивает наличие у детей навыков ориентации на такие особенности организации социального порядка в игре, как движение тел, эмоциональные выражения, а также материальные свойства предметов (например, острые они или шаткие). Те случаи конфликтов между братьями и сестрами, которые включали в себя действия возмездия, были разработаны скрытым способом: один сиблинг приближается и уничтожает объект и игру [2, с. 141].

Отметим, что в принципе пока еще недостаточно изучено влияние социальных факторов на возможности детей говорить неправду. Исследование Ж. Лавуа, К. Ледюк, Анджела М. Кроссман и В. Тальвар отчасти восполняет

этот пробел, акцентируя внимание на роли родителей в обучении детей в процессе их социализации практикам лжи. Рассогласования в ответах родителей обнаруживаются и в том, что учеными были выявлены несколько случаев, когда родители поощряли своего ребенка лгать, ориентируясь на себя, например, лгать о возрасте, чтобы получить допуск в парк развлечений. Это говорит о том, что родители тоже могут иногда лгать, чтобы извлечь выгоду для себя, хотя лишь немногие родители (15%) сообщили, что это приемлемый вид лжи [3, с. 262]. Ученые констатируют, что социализация родителей и последующее поведение детей могут меняться в зависимости от возраста ребенка [3, с. 263]. Так, родители, участвовавшие в исследовании, упомянули в своих ответах на открытые вопросы, что, когда их ребенок был маленьким, они учили его/ее, что ложь никогда не была хорошей, потому что они думали, что их ребенок не сможет понять разницу между «хорошей» ложью и «плохой» ложью [3, с. 263].

Исследование практик саботажа в конфликте и лжи в пространстве детства требует необходимости продолжения их исследования в условиях российского общества с учетом пола, возраста, территории проживания, социально-экономического класса, этничности, религиозности детей и ряда других параметров.

Список литературы

1. Сергодеев В.А. Коммуникативная культура интернет-сообществ: специфика и возможности операционализации // Европейский журнал социальных наук. 2014. Т. 1. № 6. С. 382–388.

2. Zotevska E., Cekaite A., Evaldsson Ann C. Enacting sabotage in siblings' conflicts: Desired objects and deceptive bodies // Childhood. 2021. Vol. 28 (1). P. 137–153.

3. Lavoie J., Leduc K., Crossman Angela M., Talwar V. Do As I Say and Not As I Think: Parent Socialisation of Lie-Telling Behaviour // CHILDREN & SOCIETY. 2016. Vol. 30. P. 253–264.

4. Майорова-Щеглова С.Н., Колосова Е.А., Губанова А.Ю. Событийность детства: к вопросу об эмпирических доказательствах теории генераций // Социологические исследования. 2020. № 3. С. 3–15.

ПРОФИЛАКТИКА ДЕВИАНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДЁЖИ В ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

PREVENTION OF DEVIANT BEHAVIOR OF YOUNG PEOPLE IN THE VIRTUAL SPACE

Е.С. Плотникова, А.Д. Тимченко
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
E.S. Plotnikova, A.D. Timchenko
Lobachevsky University

Анализируются проблемы девиантного поведения современной молодёжи в виртуальном пространстве. Особое внимание уделяется мерам профилактики одного из видов девиаций в Сети – групп смерти в Интернете, пропагандирующие суицид среди молодёжи.

This article is devoted to the analysis of the problem of deviant behavior of modern youth in the virtual space. Particular attention is paid to prevention measures for one of the types of deviations on the Web - death groups on the Internet that promote suicide among young people.

Ключевые слова: коммуникация, девиантное поведение, молодёжь, группы смерти

Keywords: communication, deviant behavior, youth, death groups

Коммуникация – главная составляющая жизнедеятельности молодёжи, в ходе которой осуществляются взаимодействия между людьми данной социально-демографической группы (общение, передача информации при прямом контакте с людьми и при помощи технических средств (Интернет, сотовая связь)) [1]. Термин «коммуникация» ввёл в 1909 г. американский социолог Чарльз Хортон Кули, определяя данное понятие как «механизм, посредством которого становится возможным существование и развитие человеческих отношений – все символы разума вместе со способами их передачи в пространстве и сохранения во времени» [2, с. 379]. В двадцать первом веке коммуникация рассматривается как особая форма общения людей, в результате которой транслируются их ценности, знания, идеи, мнения [1; 3]. Так как современное общество характеризуется высокой степенью цифровизации, когда в различные сферы общественной жизни внедряются цифровые технологии, с возникновением Интернета появилась возможность онлайн-коммуникаций. Данный вид коммуникаций выражается в передаче или обмене информации при помощи Интернета, при которых собеседники могут обходиться без невербального общения (голос, жесты, мимика).

Однако с развитием информационных технологий различные формы девиантного или отклоняющегося поведения распространяются и в виртуальное пространство. Социологи, изучая различные аспекты коммуникации, уделяют внимание и проблеме девиации молодёжи в виртуальном пространстве. Я.И. Гилинский девиатное поведение рассматривает как «поступок, действие человека (группы лиц), не соответствующие официально установленным или же фактически сложившимся в данном обществе (культуре, субкультуре, группе) нормам и ожиданиям» [4, с. 6]. Самые известные формы девиантного поведения: алкоголизм, наркомания, суицид, различные правонарушения (кража, мелкое хулиганство, убийство и др.). Ученые выделяют следующие формы девиантного поведения в Интернет-пространстве: хакерство, кибербуллинг, Интернет-зависимость, группы смерти [3]. Подробнее рассмотрим тему вовлечения несовершеннолетних в «группы смерти».

Группы смерти представляют собой организации в социальных сетях, пропагандирующие среди молодёжи суицидальную тематику. Подобные сообщества принуждают детей и подростков наносить собственному телу увечья и призывают к совершению суицида. Впервые о сообществах-смерти стало известно в 2015 г., когда появилась группа «Синий кит», представляющаяся молодому поколению как «игра», в ходе которой участникам предлагалось проходить различные задания, связанные с мазохизмом и суицидальным поведением. Завершающим этапом данной «игры» должен был стать суицид участника, дошедшего до своего последнего задания. В результате за 2016 год только в Московской области было зафиксировано 150 суицидов детей и подростков [5, с. 74].

Вследствие детских и подростковых смертей в социальных сетях в России была разработана система мер по пресечению и блокировке суицидальных организаций в виртуальном пространстве. Президент РФ В.В. Путин в 2017 г. подписал закон «О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации и статью 151 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации в части установления дополнительных механизмов противодействия деятельности, направленной на побуждение детей к суицидальному поведению» [6], в котором лица, ответственные за доведение ребёнка до суицида, лишаются свободы сроком до пяти лет. Чтобы предотвратить существование групп смерти, с февраля 2017 г. федеральная служба по надзору в сфере информационных технологий и массовых коммуникаций начала мониторинг записей в социальных сетях [7].

В настоящее время идёт активная работа по реализации развития психологических служб в Российской федерации. В Концепции развития

психологической службы в системе образования в РФ отмечается, что «актуализируются различного рода риски, такие как рост игровой и интернет-зависимостей; десоциализация, виктимность, явления насилия, агрессии, противоправных действий и антисоциального поведения обучающихся; вовлечение в потребление психоактивных веществ; суицидальное поведение … и другие» [8]. Психологические службы призваны обеспечить доступ к профессиональной психологической помощи несовершеннолетних.

Нижегородским институтом развития образования (НИРО) были разработаны памятки родителям и педагогам по предотвращению попыток суицида среди современной молодёжи, в которых обозначались причины, способствующие появлению суицидального поведения у детей и подростков, и советы, как обращаться с несовершеннолетними при обнаружении у них суицидальных настроев. В 2022 г. открыт Центр психологической безопасности и профилактики деструктивных явлений среди детей и молодежи, одна из основных задач которого «реализация просветительских, информационно-аналитических и научных инициатив в области профилактики влияния деструктивных явлений на обучающихся в образовательных учреждениях» [9].

Интернет-коммуникации современной молодёжи могут нести угрозы девиантного поведения. Несовершеннолетний ребёнок, общаясь в социальных сетях, может столкнуться с хакерством, кибербуллингом и даже группами смерти, которые способствуют развитию суицидального поведения. Случаи подростковых суицидов продолжают фиксироваться как на уровне Российской федерации, так и на региональном. В связи с этим важна комплексная система мер, направленная на безопасные коммуникативные практики современной молодёжи и профилактику деструктивных явлений в сети Интернет.

Список литературы

1. Чанкова Е.В., Сорокин О.В. Традиционное и современное в коммуникативных практиках молодёжи // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика, 2021. Т. 14. № 1. С. 131–142.

2. Кули Ч. Общественная организация. Тексты по истории социологии XIX – XX веков. М.: Наука, 1994. 381 с.

3. Пеньков В.Д., Маркарян Т.А. Молодёжные коммуникации как феномен информационного общества // Вестник Томбовского университета. Серия: общественные науки. 2018. Т. 4. № 13. С. 39–46.

4. Гилинский Я.И. Девиантология: социология преступности, наркотизма, проституции, самоубийств и других «отклонении». СПб.: Издательство «Юридический центр Пресс», 2004. 520 с.

5. Евсикова Е.Е. «Зацепинг», «спайсы» и «Синий кит» – глобальные угрозы современной молодёжи в контексте усовершенствования административно-правовых и уголовно-правовых основ борьбы с ними // Учёные записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. 2017. Т. 3 (69). № 4. С. 72–87.

6. Распоряжение Правительства РФ от 23.01.2021 «Об утверждении плана основных мероприятий, проводимых в рамках Десятилетия детства, на период до 2027 года». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW _375249/.

7. Федеральный закон от 7 июня 2017 г. № 120-ФЗ “О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации и статью 151 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации в части установления дополнительных механизмов противодействия деятельности, направленной на побуждение детей к суицидальному поведению”. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_217848/.

8. Концепция развития психологической службы в системе образования в Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденная Министерством образования и науки Российской Федерации 19 декабря 2017 г. URL: <https://legalacts.ru/doc/kontseptsija-razvitija-psikhologicheskoi-sluzhby-v-sisteme-obrazovanija-v-rossiiskoi/>.

9. Нижегородский институт развития образования (НИРО). URL: <http://www.niro.nnov.ru/?id=59468>.

РИСКИ И БЛАГА ГИБРИДНОЙ КОММУНИКАЦИИ ТИПА «ВРАЧ–ПАЦИЕНТ» В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

RISKS AND BENEFITS OF HYBRID DOCTOR–PATIENT COMMUNICATION IN THE CONTEXT OF HEALTHCARE DIGITALIZATION

К.В. Ракова
Институт философии РАН,
Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД Российской Федерации, г. Москва
K.V. Rakova
Institute of Philosophy, Russian Academy of Sciences;
Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation, Moscow

Разработана и предложена авторская классификация рисков и благ гибридной коммуникации между врачом и пациентом, основной целью которой является осуществление самостоятельной онлайн-диагностики здоровья с использованием «умных устройств» и медицинских онлайн-сервисов.

Обозначена амбивалентная природа практики самостоятельного онлайн-лечения в контексте цифровизации современной системы здравоохранения и внедрения не-человеческих актантов в процесс врачевания.

The study develops and proposes the author's classification of risks and benefits of hybrid communication between a doctor and a patient, the main purpose of which is the implementation of online health self-diagnostics using smart devices and online medical services. The research indicates the ambivalent nature of online self-treatment in the context of healthcare system digitalization and the introduction of non-human actors in the healing process.

Ключевые слова: гибридная коммуникация, цифровизация, здравоохранение, «умные устройства», мониторинг здоровья, онлайн-диагностика здоровья, цифровая медицина

Keywords: hybrid communication, digitalization, health care, smart devices, health monitoring, online health diagnostics, digital medicine

В последние годы в обществе наблюдается рост обеспокоенности за состояние своего организма, что побуждает индивидов к практике самостоятельного мониторинга здоровья посредством «умных устройств». Высокотехнологические не-человеческие актанты [1] становятся новым агентом поля предоставления медицинских услуг и способствуют становлению гибридной коммуникации типа «врач–пациент». Отметим, под медицинскими не-человеческими актантами мы понимаем современные медицинские цифровые технологические устройства, которые включают: передовое медицинское программное обеспечение и стационарное оборудование, функционирующее на основе алгоритмов искусственного интеллекта; медицинские диагностические роботы, бионические имплантируемые устройства; цифровые «умные устройства»; медицинские приложения и программы для смартфонов. Практика самостоятельного мониторинга здоровья характеризуется амбивалентной природой [2]: с одной стороны, пациенты получают автономный доступ к ряду медицинских услуг и возможность аккумулировать медицинские данные о состоянии их организма в фоновом режиме без ограничений во времени; с другой – возникают риски самостоятельной диагностики здоровья принципиально нового толка. Учитывая неизбежность внедрения «умных устройств» и высокотехнологических систем, функционирующих с помощью алгоритмов искусственного интеллекта, в современную систему здравоохранения, необходимо определить и сформулировать риски и блага гибридной коммуникации типа «врач–пациент».

Риск в контексте онлайн-диагностики здоровья обладает характеристиками, описанными У. Беком в теории «мирового общества риска»,

согласно которой современные риски принципиально отличаются от прежних рисков «общества риска» [3]. Теперь их природа характеризуется *делокализацией* (неограниченностью в пространстве государственными или физическими границами), *неисчисляемостью* (последствия современных рисков невозможно предсказать и просчитать, проявляется феномен «знания незнания») и *некомпенсируемостью* (разрушительные последствия и опасности, вызванные рисками новейшего толка, не поддаются материальной компенсации, в системе здравоохранения в частности). Сформулированные У. Беком характеристики рисков «мирового общества риска» отражают комплексную природу рассматриваемого нами процесса – самостоятельной онлайн-диагностики здоровья, особенно в постпандемийный период. Опасности и последствия самостоятельного лечения посредством цифровых устройств не ограничиваются в пространстве, так как данная социальная практика реализуется посредством интернет-платформ и мобильных приложений, которые доступны для использования гражданами большинства стран и континентов.

В рамках данного исследования нами была разработана авторская классификация рисков и благ гибридной коммуникации «врач–пациент» в виде шести дихотомических пар:

1a. Биологические риски – потенциальные опасности, связанные с ненамеренным причинением вреда здоровью пациента, источником которого являются действия пациента или врача, ввиду доверия ложной медицинской информации, полученной из Интернета или с помощью «умных устройств»;

1b. Биологические блага – положительные эффекты для здоровья пациента, источником которых являются действия пациента или врача, ввиду рационального подхода к использованию цифровой медицины и/или доверия корректной медицинской информации, полученной из Интернета и/или с помощью «умных устройств» и медицинских приложений.

2a. Техногенные риски – опасность выхода из строя цифровых не-человеческих актантов, что может привести к наступлению «нормальных аварий» и появлению новых уязвимостей;

2b. Техногенные блага – эффективное функционирование цифровых не-человеческих актантов и устройств, характеризующийся высокой степенью сложности их функционирования, которое предоставило пациенту или врачу автономный доступ к медицинским услугам, программам-приложениям, информации без необходимости посещения медицинского учреждения.

3a. Технобиологические риски – наступление дисфункциональных последствий для организма человека, которые были вызваны нарушением

функционирования медицинской цифровой системы или системной неполадкой не-человеческого актанта;

3b. Технобиологические блага – наступление благоприятных последствий для организма человека, источником которого являются действия пациента или врача, ввиду рационального подхода к использованию цифровых медицинских не-человеческих актантов и эффективного функционирования медицинских цифровых устройств, приложений и информационных систем.

4a. Риски кибербезопасности – угроза «утечки» персональных данных пациента и нарушение политики конфиденциальности его медицинской информации как результат противозаконной деятельности злоумышленников с целью вымогательства денежных средств и/или передачи информации посторонним заинтересованным сторонам;

4b. Блага кибербезопасности – эффективное функционирование систем цифровой информационной защиты персональных данных пациента и соблюдение политики конфиденциальности обеспечивает безопасный удаленный доступ врача и пациента к персональным медицинским данным, что позволяет сократить временные издержки документооборота в поликлиниках, минимизировать риски, связанные с посещением общественных мест.

5a. Информационные риски – опасность неконтролируемого потока ложной информации о здоровье и способах лечения, намеренно или ненамеренно транслируемой как пользователями-обывателями, так и врачами с целью получения финансовой выгоды;

5b. Информационные блага – возможность получения достоверной корректной медицинской информации, транслируемой компетентными специалистами в области медицины и авторитетными экспертами в самостоятельной форме и удаленном формате с помощью интернет-порталов, медицинских приложений и информационных систем в открытом доступе.

6a. Риски человеческому капиталу медицинского работника и пациента – угроза профессиональному авторитету врача включает: а) подрыв экспертного мнения врача, вследствие замещения компетенций и обязанностей медицинского работника «цифровым» доктором; б) недостаток принципиально новых, междисциплинарных профессиональных навыков и компетенций для использования высокотехнологичных медицинских устройств и «умных» систем.

6b. Блага человеческому капиталу медицинского работника и пациента – возможность возрастания профессионального авторитета врача включает: а) укрепление и поддержание экспертного мнения врача на фоне проявления

дисфункциональных побочных эффектов использования цифровых медицинских устройств; б) развитие принципиально новых, междисциплинарных профессиональных навыков и компетенций для использования высокотехнологичных медицинских устройств «умных» систем.

Таким образом, становится очевидным, что современному обществу свойственна перманентно усложняющаяся динамика социальных процессов и их трансформаций, среди которых особое значение имеет повсеместная цифровизация основных сфер жизнедеятельности общества и системы здравоохранения, в частности. Распространение практики использования «умных устройств» с целью самостоятельного мониторинга состояния организма без очной коммуникации с медицинским работником приводит к возникновению амбивалентных уязвимостей и рисков, которые, с одной стороны, проявляются функционально, то есть открывают для пациента и медицинского работника новые возможности для обеспечения здоровья, а, с другой – влекут ненамеренные дисфункциональные последствия.

Список литературы

1. Латур Б. Дайте мне лабораторию, и я переверну мир. М.: Логос, 2002. 32 с.
2. Merton R.K. Sociological ambivalence and other essays. New York: The Free Press. 1976. 287 p.
3. Beck U. World at Risk. Cambridge: Polity Press, 2009. 269 p.

РАЗВИТИЕ ПАРТНЕРСТВА СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ДЛЯ АКТИВИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОГО УЧАСТИЯ МОЛОДЕЖИ: КОММУНИКАЦИОННЫЙ АСПЕКТ*

DEVELOPING PARTNERSHIPS BETWEEN SOCIALLY-ORIENTED NON-PROFIT ORGANISATIONS AND EDUCATIONAL ORGANIZATIONS TO PROMOTE YOUTH SOCIAL PARTICIPATION: THE COMMUNICATION ASPECT

А.Н. Тарасова
Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург
A.N. Tarasova
Ural Federal University, Yekaterinburg

Рассматриваются некоторые проблемы взаимодействия образовательных организаций и СОНКО с точки зрения информационного партнерства и коммуникации. Выделены противоречия коммуникационного взаимодействия, которые могут ограничивать включение молодежи в конструктивные практики социокультурного развития городов. Показано, что интегратором социального участия молодежи и образовательные организации, и некоммерческий сектор видят не себя, а муниципалитеты города.

The paper discusses some problems of interaction between educational organizations and SONPOs from the point of view of information partnership and communication. The contradictions of communication interaction that may limit the inclusion of young people in constructive practices of socio-cultural development of cities. It is shown that educational organizations and the non-profit sector do not see themselves as the integrator of social participation of youth, but the municipalities of the city.

Ключевые слова: социально ориентированные некоммерческие организации (СОНКО), образовательные организации, молодежь, социальное участие, информационное сотрудничество, коммуникационное взаимодействие

Keywords: socially oriented non-profit organizations (SONPOs), educational organizations, youth, social participation, information cooperation, communication interaction

Многие исследователи отмечают необходимость развития партнерских отношений некоммерческих организаций с различными субъектами, что позволит добиваться синергетического эффекта. Чаще акцент делается на

* Подготовлено при поддержке РФФИ, научный проект № 20-011-00471А (руководитель М.В. Певная).

взаимодействии некоммерческих организаций и органов власти. Авторы (как отечественные, так и зарубежные), рассматривая различные типы межсекторного взаимодействия, включают в социальное партнерство и такую сторону, как бизнес [1; 2]. Поставленная в Стратегии развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 г. цель – создание условий для консолидации усилий социальных институтов по воспитанию подрастающего поколения [3], актуализировала развитие социального партнерства некоммерческого сектора и образовательных организаций и интерес исследователей к данной теме [4; 5; 6]. Однако, пока это, скорее, изучение кейсов успешного взаимодействия, чем анализ закономерностей выстраивания такого взаимодействия. Отдельный блок исследований посвящен коммуникационным практикам некоммерческих организаций [7; 8], но они сфокусированы на используемых коммуникационных практиках и каналах коммуникации. Наше исследование направлено на изучение особенностей взаимодействия образовательных организаций и СОНКО, цель данной работы – обозначить проблемные места коммуникационного взаимодействия образовательных организаций и СОНКО для активизации социального участия молодежи. Рассматривается только среднее общее и среднее профессиональное звено, взаимодействие с организациями высшего образования не оценивается.

Эмпирической базой работы послужил формализованный экспертный опрос руководителей и непосредственно работающих с молодежью педагогов из трех типов организаций в Свердловской области: 1) общеобразовательных школ (357 человек), 2) организаций среднего профессионального образования (114 человек) и 3) социально ориентированных некоммерческих организаций (104 человека), проведенный в марте 2022 г. В разрезе каждой группы экспертов ошибка выборки менее 5%, что обеспечивает высокую репрезентативность полученных результатов. Использованы транскрипты глубинных интервью с организаторами проектов, реализуемых некоммерческими организациями в партнерстве с учебными заведениями (17 человек).

В результате анализа особенностей взаимодействия образовательных организаций и СОНКО выделены следующие проблемные зоны.

1. Взаимное информирование и информационное сотрудничество является наиболее распространенной формой взаимодействия учреждений сферы образования с региональными и местными СОНКО, данный вариант ответа занимает 1 место в рейтинге у экспертов всех типов организаций. Однако, отмечается неравновесность оценок между партнерами. Так, о наличии информационного сотрудничества со школами заявило 70% экспертов некоммерческого сектора, в то время как среди экспертов из школ только 19%

респондентов отметили данную форму сотрудничества. При этом примерно каждый восьмой эксперт заявили об отсутствии какого-либо взаимодействия с организациями другого типа. Таким образом, развитие коммуникационного сотрудничества между организациями осуществляется стихийно и неравномерно. Некоммерческие организации более заинтересованы и ориентированы на развитие коммуникационного взаимодействия с образовательными организациями, для которых развитие партнерства с НКО менее актуально (например, 68% экспертов от СОНКО отметили однозначную необходимость развивать партнерство образовательных организаций и СОНКО, и только 44% эксперта из школ с этим согласились).

2. Исследователями отмечается, что процесс формирования институциональной коммуникации между СОНКО и ВУЗами запущен, и в настоящее время социальное партнерство между ними активно развивается на основе механизма взаимодействия трех участников (вуз – студент – НКО) при государственной поддержке [4]. Однако, что касается школ и средне-профессиональных образовательных учреждений (колледжей, техникумов), то пока здесь отмечается скорее запрос на формирование организованной коммуникации, чем её реальное наличие. Даже те авторы, которые говорят об активном развитии партнерства СОНКО и школ, все же отмечают, что пока доля включенных в это сотрудничество организаций не высока, например, по Санкт-Петербургу, согласно данным С.Г. Тимченко, только 26% образовательных учреждений сотрудничают с некоммерческими организациями и благотворительными фондами [4, с. 37]. Результаты нашего исследования показывают, что сегодня коммуникации между СОНКО и образовательными организациями выстраиваются на личностном взаимодействии и персональных контактах, устойчивых форм институциональной коммуникации между некоммерческим сектором и школами, лицеями, колледжами пока не сложилось. (из интервью с руководителями НКО: *«лично я хожу по школам и предлагаю принять участие, конечно, на бесплатной основе, мне кажется, грех не воспользоваться возможностью»; «мы просто обратились с предложением <…> 3 школы согласились»*).

3. Хотя большинство экспертов и от образовательных организаций, и от СОНКО согласились с важностью и необходимостью развивать свое партнерство при реализации проектов с участием молодежи, интегратором этого участия друг друга они не воспринимают. Себя тоже не особо видят в этой роли (только половина экспертов некоммерческого сектора (51%) отметили, что СОНКО должен стать интегратором социального участия молодежи в социокультурном развитии города и 44% экспертов из школ, отметили такую

возможность образовательных организаций). Подавляющее же большинство экспертов (77% из СОНКО и 73% из образовательных организаций*) ожидают, что интегратором взаимодействия должен стать муниципалитет, т.е. ориентация не напрямую коммуникацию, а на иерархическую через органы власти. В этом есть свои плюсы и минусы. Данный факт необходимо учитывать при разработке мер развития партнерства образовательных организаций и СОНКО.

4. Коммуникационная система взаимодействия между СОНКО и образовательными организациями должна учитывать не только потребности и интересы этих организаций, но и потребности и интересы молодежи как целевой аудитории совместных проектов. Несмотря на прилагаемые усилия, уровень информирования молодежи о реализуемых городских социальных и культурных программах и проектах, по оценкам экспертов, остается достаточно низким (6-7 баллов из 10). Отмечается как низкая осведомлённость молодежи о проектах, так и несвоевременная. Как подчеркнул один из экспертов, *«низкая информированность о возможностях, которые есть для молодежи, информация не доходит должным образом до детей, подростков и молодежи»*. Одной из причин может быть односторонний характер коммуникации (информация размещается на сайте организации, ее социальных сетях, а далее по принципу «кому надо, увидит»), относительно слабое развитие систем обратной связи с молодежной аудиторией.

Имеются примеры успешного взаимодействия НКО и образовательных организаций, где коммуникация между партнёрами и с целевой аудиторией (молодежью) эффективна. Преодоление выделенных выше проблемных зон поможет активизировать социальное участие молодежи на системном уровне.

Список литературы

1. Косыгина К.Е. Межсекторное взаимодействие: типы отношений и тенденции развития в современном российском обществе // Проблемы развития территории. 2020. № 6(110). С. 50–66.

2. Van Hille I, de Bakker FGA, Ferguson JE, Groenewegen P. Cross-Sector Partnerships for Sustainability: How Mission-Driven Conveners Drive Change in National Coffee Platforms. Sustainability. 2020. 12(7):2846.

3. Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 мая 2015 г. № 996-р.

* Сумма ответов более 100%, так как допускался выбор нескольких вариантов ответа.

4. Тимченко С.Г. Социальное партнерство школы и некоммерческих организаций в сфере развития добровольчества // Непрерывное образование в Санкт-Петербурге. 2020. № 2 (12). С. 34–38.

5. Чащина А.А. Реализация модели социального партнерства (власть – вуз – НКО) через внедрение ресурсных центров социального добровольчества // Вестник Восточно-Сибирской Открытой Академии. 2019. № 35. URL: http://vsoa.esrae.ru/209-1201

6. Данилова Л.Ю. Социальное партнёрство в сфере культуры: библиотека и некоммерческая организация // Культура и наука Дальнего Востока. 2019. № 2 (27). С. 92–96.

7. Говорухина Г.В. Основные коммуникационные практики общественных организаций // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. 2020. № 22. С. 94–101.

8. Исаева Е.А., Соколов А.В. Каналы интернет-коммуникации НКО (на примере ресурсных центров Центрального федерального округа) // Российская школа связей с общественностью. 2021. № 23. С. 131–149.

КОММУНИКАТИВНЫЕ БАРЬЕРЫ В ПРОЦЕССЕ ПРЕПОДАВАНИЯ: СПЕЦИФИКА ОБУЧЕНИЯ НОВЫХ ПОКОЛЕНИЙ СТУДЕНТОВ

COMMUNICATION BARRIERS IN THE TEACHING PROCESS: THE SPECIFICS OF TEACHING NEW GENERATIONS OF STUDENTS

Н.В. Шангин

Нижегородский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации;

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

N.V. Shangin

Nizhny Novgorod Institute of Management – branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration;

Lobachevsky University

Рассматриваются коммуникативные барьеры в процессе преподавания, обусловленные сменой поколений. Предлагаются пути решения проблем, возникающих в связи с данными барьерами.

The paper focuses on examining barriers of communication in the process of teaching, due to the change of generations. Ways of solving problems arising due these barriers are proposed.

Ключевые слова: коммуникативные барьеры, поколения

Keywords: barriers of communication, generations

Смена поколений в российском обществе, которая фиксируется различными исследователями [1-5], является сложным и комплексным процессом. Преподавание как деятельность, которая изначально подразумевает поддержание преемственности поколений и постоянный межпоколенческий диалог, должно быть в наибольшей степени готово к такому процессу. Постоянное воспроизводство социального мира путем трансляции знания о нем, поддержание символического господства [6] путем объяснения существующего положения вещей предполагают работу с разными типами знания о социальной жизни, представителями разных социальных классов, что должно подготовить преподавателя к любым трансформациям, в том числе и поколенческим. Однако сегодня фиксируется кризис преподавания, который несмотря на признаваемую комплексность, в первую очередь связывается с поколенческими изменениями [7]. В рамках данной работы мы покажем, каким образом смена поколений отражается на коммуникации между преподавателем и студентами, какие возникают коммуникативные барьеры и какие способы могут способствовать минимизации влияния этих барьеров.

Исследователи выделяют следующие черты нового поколения студентов: высокая статусная самооценка, признание ценности образования для получения профессии, ориентированность на интернет как источник информации, требовательность к получению и использованию социального и культурного капитала, толерантность как способ мышления, ориентация на баланс труда и отдыха, широкое использование гаджетов (вплоть до зависимости), нежелание работать с длинными текстами, снижение концентрации внимания, большая готовность к мобильности, большая готовность отстаивать свои права и интересы. Создается ситуация, когда студент зачастую не готов прилагать дополнительные усилия к освоению предлагаемого материала, если не видит в нем ценности (ценности, связанной, в его представлении, с непосредственной подготовкой к профессии), готов вступать в конфронтацию с преподавателем, апеллируя при этом не только к аспектам ситуативным, но и к ценностным основаниям. При этом конкретная ситуация преподавания может сравниваться не только с другими ситуациями в данном вузе или других вузах региона или страны, но и с вузами других стран. Повышение требовательности к преподаванию, точнее к его соответствию представлениям студента, тоже может подпитываться определением ситуации студентом как “покупки услуги”. Сама по себе установка на то, что преподавание должно подстраиваться под студента, а не студент должен встраиваться в образовательный процесс для получения знаний, переворачивает видение ситуации и создает новый фрейм взаимодействия, который вступает в противоречие с предшествующим фреймом

взаимодействия в рамках получения образования. Все это создает ряд сложностей и коммуникативных барьеров в конкретной ситуации взаимодействия преподавателя и студенческой группы.

К проблеме ожиданий преподавателей от студентов, которая искажает коммуникацию между преподавателями и студентами, мы уже обращались ранее [8]. Помимо этого барьера можно выделить ещё два, связанных с культурным капиталом, который все больше связан с принадлежностью к поколению: отсылки к источникам, использование метафор. Любое поколение обладает своим культурным капиталом, конкретное содержание которого представляется ему более значимым, чем культурный капитал представителей других поколений [9]. В связи с этим возникает противоречие, и кто-то из участников коммуникации должен подстраиваться под другого. Раньше, когда власть была распределена между преподавателями и студентами в пользу преподавателей, и это положение признавалось всеми участниками, такой вопрос решался в пользу преподавателей. В изменившейся ситуации такое решение перестает работать. Каждый из участников коммуникации не видит необходимости подстраиваться под другого участника, в результате использование метафор и отсылок к культурному багажу студентов становится затруднен, что, с одной стороны, делает коммуникацию более формальной, а, с другой стороны, может негативно сказаться на понимании студентами излагаемого материала и вовлеченности их в процесс обучения. Кроме этих барьеров можно выделить барьер, связанный с определением ситуации взаимодействия, придания ей конкретного фрейма [10]: интерпретацию взаимодействия не как учебного, но как этического или политического. Обсуждение тех или иных тем, предусмотренных в рамках дисциплины, может трактоваться не как изучение научных высказываний, но как политические или этические заявления, с которыми можно лишь соглашаться или опровергать их, но не обсуждать как эмпирические факты, требующие интерпретации. И, наконец, еще одним важным барьером становится барьер ожиданий, связанных с преподавателем. В условиях цифровизации образования любого преподавателя будут сравнивать с гораздо большим количеством других преподавателей, и сравнение это будет идти по различным параметрам (актуальность предлагаемого материала, способ его подачи, этические воззрения, способы взаимодействия со студентами). Так как преподавателя будут сравнивать со всеми доступными лекторами, в том числе и с теми, кто занимается не столько учебной, сколько просветительской деятельностью, то выдержать эту конкуренцию по всем параметрам практически невозможно. Это способствует

снижению оценки преподавателя как участника коммуникации, что негативно сказывается на процессе преподавания.

Описанные выше барьеры коммуникации обладают ярко выраженной поколенческой спецификой. Тем не менее, они не являются неустранимыми. Одним из способов преодоления этих барьеров в целом является включение их рефлексии в процесс коммуникации. В рамках преподавания как коммуникации возможно изначальное обсуждение этих проблем между участниками и достижение определенного консенсуса, обусловленного ориентацией участников на успех коммуникации. Каждый из представленных барьеров тоже имеет специфический способ его преодоления. Проблемы, связанные с различием культурного капитала, частично решаются обращением к разнообразию содержания этого капитала внутри группы студентов и просьбой впоследствии разъяснить другим участникам группы не вполне понятные метафоры и примеры. Проблема взаимных ожиданий может решаться за счет большего времени, потраченного на прояснение этих ожиданий у студентов и преподавателя. Проблема фреймирования ситуаций является наиболее сложной. На наш взгляд, оптимальным решением будет введение на первом курсе обязательной дисциплины “Академическое письмо”, в которую необходимо в обязательном порядке включать раздел, посвященный специфичности научной и образовательной коммуникации.

Список литературы

1. Радаев В.В. Миллениалы: Как меняется российское общество. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. 224 с.
2. Забурдаева Е.В. 2020. Анализ социокультурных особенностей поколения миллениалов в России. // Концепт: философия, религия, культура. Т. 4. № 4. С. 122–134.
3. Соколов М.М. Поколения вместо классов? Возраст и потребительская революция в России // Социология власти. 2019. Т. 31. № 1. С. 71–91.
4. Водопьянова Е.В. Миллениалы: Российская и европейская версии // Научно-аналитический вестник Института Европы РАН. 2020. № 1. С. 129–133.
5. Авраамова Е.М. Социальное позиционирование и социальные практики российских миллениалов // Вестник Института социологии. 2019. № 3. С. 78–95.
6. Бурдье П. Социальное пространство и символическая власть / Социология социального пространства. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007. С. 64–86.
7. Радаев В. Преподавание в кризисе. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2022. 200 с.

8. Шангин Н.В. Представления преподавателей о студентах и их влияние на учебный процесс (на примере отношения к электронным учебникам) / Ученые записки. Т. 13. Н. Новгород: НИУ РАНХиГС, 2015. С. 543–547.

9. Eyerman R., Turner B.S. Outline of a Theory of Generations // European Journal of Social Theory. 1998. 1(1). Pp. 91–106.

10. Вахштайн В.С. Социология повседневности и теория фреймов. СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2011. 334 с.

СЕКЦИЯ 7

ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ КОММУНИКАЦИИ

ДОКЛАДЫ

АКТУАЛЬНЫЕ ВЫЗОВЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА (ПОЛИТОЛОГИЧЕСКИЙ, СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ И ПРАВОВОЙ РАКУРС)

CURRENT CHALLENGES OF LEGAL REGULATION OF THE SECURITY OF INFOSPHERE (POLITOLOGICAL, SOCIOLOGIC AND LEGAL PERSPECTIVE)

Е.В. Калинина
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского; Приволжский исследовательский медицинский университет, г. Нижний Новгород
Р.Р. Камалетдинов
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
E.V. Kalinina
Lobachevsky University; Privolzhsky Research Medical University, Nizhny Novgorod
R.R. Kamaletdinov
Lobachevsky University

Научно-технический прогресс, способствовавший формированию идеи информационного пространства и создавший возможности аккумулирования знаний и безграничного обмена информацией, имеет и негативную сторону, характеризующуюся динамично усложняющимися вызовами и угрозами.

Progress in science and technology, while providing the genesis of the idea of informational and cyberspace accompanied by aggregating of knowledge and unlimited informational exchange, reveals its own issues and challenges.

Ключевые слова: информационное пространство, вызовы, Интернет, управление Интернетом

Keywords: infosphere, challenges, Internet, Internet governance

Основным вызовом информационной безопасности можно считать *недостаточность нормативной базы*, регулирующей отношения в данной сфере как на национальном, так и международном (региональном и

универсальном) уровнях. Многоаспектность данной сферы требует наличия технических и правовых стандартов, определяющих пределы допустимого риска при использовании инновационных технических средств, открывающих широкий доступ к базам данных.

На международном уровне очевидным вызовом является *конфликт интересов ведущих акторов информационного пространства*, под которыми понимаются не только государства и иные субъекты международного публичного права, но и крупные корпорации, сосредоточившие в своих руках медийные средства управления массовым сознанием.

Столкновение политических амбиций государств не позволяет им прийти к согласию относительно *терминологического аппарата* искомой проблемы (информационная война, информационное оружие) и, как следствие, установить лимит произвола участников информационного обмена.

Проблемы *«цифрового неравенства», контроля* отдельных держав за *использованием инфраструктуры Интернета и управлением важнейшими интернет-ресурсами* [1] продолжают обсуждаться с конца XX века, однако идея создания специализированной международной организации, призванной контролировать *добросовестное использование информационного пространства* не получила развития из-за противодействия США, стремившихся удержать контролирующую позицию. В итоге, функционирование глобальной сети, представляющей собой наиболее масштабную и динамичную *коммуникативную конструкцию*, продолжает оставаться под контролем отдельно взятой державы (в первую очередь, речь идет об *адресном пространстве*).

Сам факт доминирования определенного государства в мировом информационном пространстве (абсолютный контроль GPS, влияние на ICANN со стороны правительства США) создает очевидные риски для других государств и иных участников отношений в цифровой среде – не только в бизнесе, но и с точки зрения национальной, региональной и глобальной безопасности в целом.

Новый вызов, проявившийся по мере «привыкания» массового потребителя к достижениям технического прогресса, – *использование социальных сетевых сервисов* [2] публичными акторами в процессе *недобросовестной конкуренции в борьбе за власть, для управления и манипулирования массовым сознанием*. Ситуация усложняется утратой государствами контроля над СМИ, трансграничным информационным рынком, что позволяет конкурирующим стратегиям ведущих держав деструктивно воздействовать на целостность и единство населения территории оппонента.

В конкретных национальных проектах формулируются киберстратегии, создающие потенциальные риски для безопасности других стран («теневые системы мобильной и интернет-связи» с использованием усовершенствованной скрытой Bluetooth сети «доверенных пользователей» для мобилизации оппозиции в странах с неугодным политическим курсом; создание автономных сетей мобильной связи, обеспечивающих покрытие неподконтрольной официальным властям территории). Указанные разработки направлены на создание инструмента управления массовым сознанием, провоцирующего события, подобные так называемым «цветным революциям», но в гораздо более управляемом формате.

Идентификация пользователей сети также представляет существенную проблему для государственной и мировой информационной безопасности [3]. Существующая активная анонимность, позволяющая пользователю действовать без связи с личностью или обходить средства идентификации, препятствует привлечению такого участника цифровых отношений к ответственности, что приводит к необходимости разработки глобального механизма цифровой идентификации или, как минимум, формулировки критериев признания национальных систем идентификации, требующих, в свою очередь, определения основных направлений их создания.

Информационная война, информационный терроризм, манипулирование общественным мнением и управлением массовым сознанием, используемые в политическом противоборстве, способствовали появлению нового концепта – *информационно-психологической безопасности* – и признанию необходимости контроля за содержанием информации и ее распространением. Инструментами такой деятельности выступают СМИ и онлайн-медиа, а также социальные сетевые сервисы. Последние могут использоваться как для защиты и укрепления государством собственных позиций, так и для доминирования и атак других государств в информационном пространстве.

В завершение можно предложить *критерии для классификации* имеющихся *вызовов* и сформулировать *дилеммы*, стоящие на пути их преодоления.

Многообразие и динамика социально-технических процессов делают очевидным «переплетение» различных сфер человеческой деятельности в информационном пространстве, размывание границ между, например, публичным и частным правом.

В зависимости от *происхождения и масштабов применения* вызовы можно условно разделить на (1) внешне- и внутриполитические вызовы (оказывающие воздействие на национальные и международную стратегии безопасности); (2)

вызовы, проистекающие из частноправовой сферы и используемые недобросовестными акторами публичных отношений (информационная война, кибертерроризм, киберпреступность). Исходя из *функционала объектов риска*: (1) оперативно-организационные; (2) социально-психологические; (3) нормативно-правовые, можно предложить и иные критерии, например, критерий явной/скрытой общественной опасности.

Дилеммы информационного пространства, препятствующие созданию полноценной и единообразной системы безопасности информационного пространства: (1) *столкновение идей свободы информации, права индивида на получение информации и потребности индивидов и общества*, в целом, *в конфиденциальности*, в том числе – информационной; (2) высокий *экономический* и *медийный потенциал* инструментов информационного пространства, способный ускорять позитивные процессы развития общества, государства и мирового сообщества, и в то же время содержащий мощный *деструктивный механизм* (технологии управления массовым сознанием, неоднократно использовавшиеся и используемые во внешней и внутренней политике); (3) *конфликт интересов ведущих акторов национального и внешнеполитического пространства*, использующих технологии управления массовым сознанием для удержания властных позиций в ущерб интересам целостности и безопасности сообщества; (4) идея *внешнего суверенитета*, являющаяся залогом независимости государств, не позволяющая установить единые стандарты добросовестного использования технических инноваций в информационном пространстве.

Список литературы

1. Ищенко А.Н., Прокопенко А.Н., Страхов А.А. Новая Доктрина информационной безопасности Российской Федерации как основа противодействия угрозам безопасности России в информационной сфере // ППД. 2017. №2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/novaya-doktrina-informatsionnoy-bezopasnosti-rossiyskoy-federatsii-kak-osnova-protivodeystviya-ugrozam-bezopasnosti-rossii-v (дата обращения: 27.03.2022).

2. Демидов О.В. Социальные сетевые сервисы в контексте международной и национальной безопасности // Индекс безопасности. 2013. Т. 19. № 1 (104). С. 65–86. URL: http://pircenter.org/media/content/files/10/13559133950.pdf (дата обращения: 15.04.2022).

3. Kashmar, Nadine & Adda, Mehdi & Ibrahim, H. & Atieh, Mirna. (2021). ACCESS CONTROL IN CYBERSECURITY AND SOCIAL MEDIA. Available at: https://www.researchgate.net/publication/349638545 (дата обращения: 16.03.2022)

ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С СИСТЕМАМИ, ИСПОЛЬЗУЮЩИМИ ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ

PECULIARITIES OF LEGAL INTERACTION WITH SYSTEMS THAT USE ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Ю.О. Плехова
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
А.А. Рябинина
Нижегородский научно-информационный центр, г. Нижний Новгород
Y.O. Plekhova
Lobachevsky University
A.A. Ryabinina
Nizhny Novgorod Scientific Information Centre, Nizhny Novgorod

Дан обзор определений, характеризующих технологии искусственного интеллекта. Отмечена основная особенность искусственного интеллекта – способность к самообучению, принятие решений без участия человека. Определены подходы к правовому взаимодействию с системами, использующими искусственный интеллект: искусственный интеллект рассматривается как источник повышенной опасности, как особый вид имущества, как юридическое лицо, как новый субъект права. Особое внимание уделено возможности наделения искусственного интеллекта правами человека.

The article provides an overview of the definitions that characterize artificial intelligence technologies. The main feature of artificial intelligence is noted - the ability to self-learn, decision-making without human participation. Approaches to legal interaction with systems using artificial intelligence are defined: artificial intelligence is considered as a source of increased danger, as a special type of property, as a legal entity, as a new subject of law. Particular attention is paid to the possibility of endowing artificial intelligence with human rights.

Ключевые слова: коммуникации, искусственный интеллект, правовые подходы

Keywords: communications, artificial intelligence, legal approaches

Искусственный интеллект является ключевой технологией новой цифровой экономики, которая основана на наделении машин человеческими способностями.

Экспертная группа по разработке Стратегии России определяет искусственный интеллект как комплекс технологических и программных решений, приводящих к результату, аналогичному интеллектуальной деятельности человека, и используемых для решения прикладных задач с

помощью систем компьютерного зрения, обработки естественного языка, распознавания и синтеза речи, рекомендательных систем и интеллектуальных систем поддержки принятия решений, а также систем, основанных на перспективных методах [1].

Основными признаками искусственного интеллекта являются: способность автономной работы и обмена данными с окружающей средой; способность обучаться на основе полученного опыта и в процессе взаимодействия с окружающей средой; способность адаптировать свои решения под изменяющиеся обстоятельства.

Подобно основным функциям человеческого мозга, выделяют три основные области применения ИИ: распознавание, под которым понимается процесс считывания графической, звуковой и прочей информации с сенсоров; осмысление, которое трактуется как обработка и построение выводов на основе полученных данных из внешних источников; действие – самостоятельная реализация различных сценариев [2].

Американские исследователи используют четырехтиповую классификацию искусственного интеллекта [3]:

1) реактивные машины (например, шахматный компьютер Deep Blue, созданный IBM и победивший Г. Каспарова в начале 1990-х гг.). Системы этого типа не умеют накапливать и анализировать данные по уже реализованным решениям;

2) системы с ограниченной памятью, использующие прошлый опыт для будущих решений (ряд функций беспилотных автомобилей реализован с использованием таких систем);

3) разумные машины – роботы, которые имеют свои собственные убеждения, желания и намерения, могут влиять на принимаемые решения;

4) системы с искусственным самосознанием, способные формировать представления о себе.

В настоящее время существует ряд подходов к правовому регулированию деятельности систем, использующих искусственный интеллект. Искусственный интеллект рассматривается в качестве источника повышенной опасности, как особый вид имущества, как юридическое лицо, как новый субъект права, и наконец, рассматривается возможность наделения искусственного интеллекта правами человека.

Применение того или иного подхода обусловливает особенности выстраивания коммуникации человека с такими системами.

Остановимся подробнее на последнем подходе. Ряд исследователей считают, что, если носитель искусственного интеллекта будет обладать волей и

сознанием, он может быть наделен всеми правами человека [4]. Согласно этой позиции, создание систем с искусственным интеллектом приравнивается к рождению людей в результате применения технологий экстракорпорального оплодотворения, когда появляются люди, у которых есть душа и которые не отличаются от людей, появившихся на свет «традиционным» способом. То есть, если человек научится кодировать человеческий мозг цифровым способом, то искусственный интеллект станет нашей цифровой версией, у которой должна быть душа. Если человекоподобные носители искусственного интеллекта будут наделены правосубъектностью (способностью обладать субъективными правами и нести обязанность, а также способностью самостоятельно осуществлять данные права и обязанности), то за причинение вреда таким субъектам гражданско-правовая и уголовная ответственность будет наступать по общим основаниям.

В этом случае само право собственности на такие субъекты незаконно и неэтично, приравнивается к рабовладению. В этом случае создатели человекоподобных носителей искусственного интеллекта – субъектов права должны будут заключать с «пользователями» договоры, построенные по типу договоров найма рабочей силы.

В настоящее время отсутствуют технические, юридические, этические и философские основания для наделения систем искусственного интеллекта правосубъектностью, которая трактуется как способность обладать субъективными правами и нести обязанность (правоспособность) и способность самостоятельно осуществлять данные права и обязанности (дееспособность).

Но в перспективе развитие систем искусственного интеллекта поставит вопрос о необходимости наделения его носителей статусом субъектов права с предоставлением им равных с людьми правомочий. Это потребует кардинального пересмотра многих правовых норм, действующих со времен римского права в области гражданского законодательства.

Таким образом, в ближайшей перспективе робот с искусственным интеллектом будет рассматриваться в качестве объекта права. Юридическую ответственность за работу искусственного интеллекта будет нести оператор либо иное лицо, задающее параметры его работы и управляющее его поведением. Ответственным лицом признается и создатель искусственного интеллекта.

В среднесрочной перспективе роботы с искусственным интеллектом приобретут правосубъектность и начнут выступать участниками социальных коммуникаций, нести юридическую ответственность. Ответственность создателя искусственного интеллекта приобретет в этом случае субсидиарный характер,

наряду с ответственностью робота. Правовое регулирование поведения робота будет основано на принципе автономии его воли, но в пределах основной цели его создания.

В долгосрочной перспективе правосубъектность будет существовать у искусственного интеллекта уже в цифровом пространстве в отрыве от материального мира. Потребуется принятие кодифицированного нормативного правового акта, определяющего правовое положение субъектов и содержание киберфизических отношений, юридические факты и механизмы привлечения к юридической ответственности. Этот подход является самым радикальным, трудным и наименее оправданным подходом в современных условиях.

Список литературы

1. Национальная стратегия развития искусственного интеллекта на период до 2030 г, утвержденная Указом Президента РФ от 10 октября 2019 г. № 490 "О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации".

2. Альманах Искусственный интеллект. Состояние отрасли в России и мире // Аналитический сборник. Москва. №1. Июнь 2019.

3. Hintze A. Understanding the Four Types of AI, from Reactive Robots to Self-aware Beings [Electronic Resource]. Mode of access: https://theconversation.com/understanding-the-four-types-of-ai-from-reactive-robots-to-self-awarebeings-67616 (дата обращения: 12.04.2022).

4. Deva, Surya. 2012. “Can Robots have Human Rights Obligations? A Futuristic Exploration”. The Law of the future and the future of Law 2, ed. by Sam Muller, 185–193. The Hague: Torkel Opsahl Academic EPublisher.

СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И ОБРАЗОВАНИЕ XXI В.: ПОТЕРИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

SOCIAL COMMUNICATION AND EDUCATION IN THE 21ST CENTURY: LOSSES AND PROSPECTS

В.Б. Романовская
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
V.B. Romanovskaya
Lobachevsky University

Рассматриваются особенности коммуникации студентов в современных условиях. Обращается внимание на снижение способности к концентрации, клиповое мышление, информационный шум в сознании студентов из-за постоянного пользования гаджетами. Указываются и положительные тенденции

современных способов коммуникации. Благодаря интернету появляются новые образовательные и досуговые практики, позитивные коллективные практики, происходит облегчение общения.

The article discusses the features of students' communication in modern conditions. Attention is drawn to the decrease in the ability to concentrate, clip thinking, information noise in the minds of students due to the constant use of device. Positive trends in modern methods of communication are also indicated. Thanks to the Internet, new educational and leisure practices, positive collective practices are emerging, and communication is facilitating.

Ключевые слова: сетевые коммуникации, он-лайн образование, коммуникативные практики

Keywords: network communications, online education, communication practices

«Сначала ничего не было, потом было слово, после появилась письменность, затем изобрели книгопечатание, и сейчас наступает кульминационный способ общения – Сеть».

(Артемий Лебедев. Предисловие к русскому изданию А. Бард и Я. Зондерквист «Новая правящая элита и жизнь после капитализма», 2004)

Мир стремительно меняется. Это признают практически все люди, даже самые далекие от политики, экономики и образования. Университеты находятся в гуще этих событии и перемен. Студенческая среда служит своего рода плавильным котлом, где перемешиваются интересы представителей разных групп населения – национальных, религиозных, политических, культурных и прочих, создается единая платформа для постановки и решения общих целей и задач, которые ожидают единую для всех страну. В молодом возрасте есть свои преимущества, активность, любознательность, энергия, но есть и слабости, особенности, которые позволяют взрослым технологам манипулировать молодежью.

Разрастание сетевых коммуникаций, он-лайн образования – не университетского, не государственного, а построенного по западным стандартам и реализуемого вне образовательных учреждений разного рода курсами, создают безграничные возможности влияния на своих слушателей. Исчезают границы для поиска информации, особенно для студентов, владеющих английским языком, бесчисленное множество он-лайн библиотек дают возможности получения различных навыков, компетенций. В легком доступе в сети находится множество образовательных платформ – российских и зарубежных, которые предоставляют услуги по получению образования и профессии. Среди них, в

частности, такие крупнейшие игроки в сфере он-лайн образования, как скилбокс, нетология, курсера, национальная платформа открытого образования. Тысячи различных курсов предлагает система он-лайн обучения, решая, таким образом, две ключевые задачи: образование для всех и образование через всю жизнь. На этом поле университеты вступают в конкуренцию с частными образовательными проектами. Не выходя из дома и за небольшие деньги можно получить современные востребованные профессии, например, копирайтера, веб-программиста, веб-дизайнера, интернет-маркетолога, системного администратора, таргетолога, веб-аналитика, аниматора и многие другие. У выпускника школы возникает вопрос, а зачем тогда учиться в университетах и тратить пять лет жизни, если за полгода и даже меньше можно освоить профессию, которая вполне сможет удовлетворить профессиональные запросы. Этот факт нельзя упускать из вида, когда мы задумываемся об образовании будущего и о том, какое место в нем будут занимать классические университеты.

Все эти новые тренды в образовании реализуются через новые коммуникативные каналы, расширяя и развивая новые виды коммуникаций, оценить которые однозначно невозможно в силу многообразия их достоинств и недостатков.

Двадцать лет назад была опубликована на английском и на шведском языках работа известных шведских авторов А. Барда и Я. Зондерквиста под названием «Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма» [1]. Она произвела фурор среди образованной части общества и вызвала крайне противоречивые отзывы. На русском языке книга появилась в 2004 г. и была воспринята, скорее, как антиутопия, чем серьезный прогноз на будущее мира. Нетократия – это власть сети, власть тех, кто владеет информационными технологиями и соответствующими сетевыми ресурсами. Авторы утверждали, что не финансисты, не банкиры, не политики, не промышленники, а именно сетевые магнаты будут определять все аспекты жизни каждого человека в каждом государстве. Они предрекали, что, собственно, суверенных в полном смысле слова, государств уже не останется. В книге рисуется ближайшее будущее человечества, исходя из тех тенденций, которые активно развертывались в западном мире в начале двадцать первого века. Во многом А. Бард и Я. Зондерквист оказались правы, современная западная жизнь полностью подтвердила практически все их прогнозы. К сожалению, многие из неприятных прогнозов уже находят подтверждение и в российском обществе. За двадцать лет, прошедших с момента выхода книги в Швеции, в российском образовании произошло много перемен. Началась активная коммерциализация

образования, которое было объявлено сферой услуг, что повлекло за собой исключение из приоритетов образования воспитательной компоненты, затем вступление в болонский процесс, многократные перемены всех программ и методического обеспечения, системы оценок, зачетные кредиты, забюрократизированность отчетности и прочее. Это привело к большим потерям в системе классического образования, снижению его качества и значительной потери того влияния, которое оказывало высшее образование на воспитание молодого поколения.

И, конечно, существенно изменились коммуникативные практики. Главным пространством коммуникации молодежи стал интернет и его многочисленные площадки. Н.Г. Асмус в своей работе отмечает, что «стремительно ворвавшись в нашу жизнь, компьютер кардинально изменил не только характер общения с информацией, но и наши представления о коммуникации» [2, с. 16].

Можно говорить о том, что за прошедшие годы возникла новая социальная реальность. И эта новая реальность породила новые коммуникативные практики. «Коммуникативная практика» – широкое понятие, включающее в себя опривыченные социальные действия, основанные на коллективном опыте и нацеленные на поддержание и развитие коммуникации [3].

Сейчас «баланс между реальной и виртуальной коммуникацией в молодежной среде постепенно смещается в сторону виртуального общения. А это значит, что в виртуальной среде складываются инновационные формы коммуникативных практик», – пишут Е.В. Чанкова и О.В. Сорокин [4, с. 132].

Происходит активная виртуализация повседневной деятельности человека. Исследователи фиксируют «появление целого ряда новых явлений и практик: от изменения в досуговых ориентациях и социокультурных предпочтениях населения, культурном пространстве, времени, языковых практиках, типах коммуникации, мышления и сознания» [5, с. 127].

Виртуальная среда сильно потеснила, а где-то и полностью заменила непосредственное общение между студентами и преподавателем, а также и между самими студентами. Ухудшилась способность воспринимать информацию на слух, сосредоточивать внимание в течение полуторачасовой лекции. Как показывают исследования, внимание студента держится максимум 12-15 минут. Сформировалось так называемое клиповое мышление. Информация, заложенная в небольшие видеоролики, воспринимается студентами лучше, чем классическая лекция. Для современных слушателей необходимы красочные презентации, яркий видеоряд, который облегчает понимание материала. Современные технологии позволяют это сделать, однако,

последствия постоянного использования таких «костылей», очевидны – когнитивные способности снижаются.

Надо признать, что любые социальные процессы проходят посредством коммуникации, проще говоря, через общение людей. Что происходит сегодня в этом глобальном пространстве, можно ли влиять на эти процессы, и кто и как в состоянии это делать – все эти вопросы должны встать на повестку дня и решаться коллективными усилиями российских социологов, психологов, педагогов, политологов и юристов.

Список литературы

1. Бард А., Зодерквист Я. Netократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма. СПб.: Стокгольм. шк. экономики в Санкт-Петербурге, 2004. 252 с.
2. Асмус Н.Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства: дис. … канд. филол. наук: 10.02.19. Челябинск, 2005. 266 с.
3. Кукуева Г.В. Интернет-жанр или коммуникативная практика? (к вопросу о терминологическом определении текстов, функционирующих в виртуальном пространстве) // Экология языка и коммуникативная практика. 2018. № 1 (12). С. 44–50.
4. Чанкова Е.В. Традиционное и современное в коммуникативных практиках молодежи // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. 2021. № 1. С. 131–142.
5. Голуб О.Ю. Коммуникативная компетентность в условиях сетевых взаимодействий // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2019. Т. 19. № 2. С. 126–130.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ПРОЦЕССЕ ВОСПИТАНИЯ СТУДЕНТА

PROFESSIONAL COMMUNICATIONS IN THE PROCESS OF EDUCATING THE STUDENT

Е.Е. Черных
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
E.E. Chernykh
Lobachevsky University

Раскрываются цели использования социальных сетей в процессе образовательной и воспитательной деятельности современного вуза.

Анализируются положительные и отрицательные стороны профессиональной Интернет-коммуникации между преподавателями и студентами. На примере юридического факультета ННГУ им. Н.И. Лобачевского поясняется, как руководство факультета и его педагогические работники на практике применяют возможности, предоставляемые современному преподавателю информационным обществом.

The aims of using social networks in the process of educational activity of a modern university are revealed. Positive and negative aspects of professional Internet-communication between teachers and students are analyzed. Using the example of N.I. Lobachevsky NNSU Faculty of Law, it is explained how the administration of the faculty and its teaching staff apply in practice the possibilities, provided by the information society to a modern teacher.

Ключевые слова: информационное общество, социальные сети, воспитательный процесс, образовательная деятельность, этикет участников сетевого взаимодействия

Keywords: information society, social networks, educational process, educational activities, networking etiquette

В систему обучения студента входит его воспитание. Воспитательному процессу уделяется не менее пристальное внимание, чем процессу передачи знаний, привитию практических навыков и компетенций. Воспитание студентов – это сложный процесс, который определен как целенаправленная деятельность преподавателей, ориентированная на разностороннее развитие личности будущего конкурентоспособного специалиста с высшим профессиональным образованием, обладающего высокой культурой, интеллигентностью, социальной активностью, качествами гражданина-патриота. Воспитание позволяет раскрыть и развить творческие способности, дает студенту шанс самоопределиться и самореализоваться.

Профессиональные коммуникации являются главным условием, которое позволяет педагогу и студенту эффективно взаимодействовать в рамках образовательного процесса и воспитания. Эффективность воспитательного процесса зависит от профессионализма педагога, комфортности среды общения и от источников передачи информации.

Современное информационное общество, в котором мы сейчас существуем, определяет средства и способы взаимодействия различных субъектов правоотношений. Процесс образования и воспитания не является исключением. Именно поэтому формы коммуникаций между студентами, а также студентами и преподавателем, студентами и органами управления образовательной организации определяется условиями цифровизации социума.

Период пандемии существенно расширил указанную сферу, открыл много возможностей не только в рамках образовательного, но и воспитательного процесса.

Стремительное развитие информационных технологий, появление Интернета способствовали возникновению социальных сетей. Первая социальная сеть – американский портал Classmates.com, являлась продуктом Рэнди Конрадса, создавшим ее в 1995 г. Но настоящий бум социальных сетей начался с 2003 г., когда появились такие сайты, как LinkedIn, MySpace, Hi5, Facebook. Российский рынок воспринял это очень активно, благодаря чему появились собственные социальные сети. В настоящий момент нет ни одного человека любого возраста, который бы так или иначе не использовал в своей жизни социальные сети.

Социальные сети реализуют целый ряд функций: информационная (общение, обмен информацией, обучение), коммуникационную (позволяют людям общаться друг с другом, находить новые контакты), развлекательную (просмотр фильмов, передач, прослушивание музыки), идентификационную (возможность анонимного участия в социальных сетях), самоактуализирующую (позволяет человеку попробовать себя в различных ролях, которые не характерны для него в «реальной» жизни), социализурующую (расширение круга знакомств и даже друзей).

Грамотное использование всех функций социальных сетей позволяет решать множество задач по воспитанию, а именно по разностороннему развитию личности будущего конкурентоспособного специалиста. В настоящий момент практически каждый ВУЗ, помимо официальной страницы в Интернете, использует социальные сети. Изучение официальных страниц кафедр и вузов в социальных сетях показало, что их можно условно разделить на две группы. Первая группа – это страницы, администраторы которых ведут ленту новостей, в том числе, создавая благоприятный имидж высшего учебного заведения, вторая группа – страницы, администраторы которых – молодые преподаватели, активно обсуждающие учебные вопросы, чаще всего с долей «студенческого» юмора.

В рамках деятельности юридического факультета ННГУ им. Н.И. Лобачевского я приведу примеры активного использования информационного пространства в целях воспитания студентов.

Первая, наиболее важная функция социальных сетей – это, несомненно, информационная. В рамках деятельности факультета задействованы такие социальные сети, как «В Контакте» и «Телеграмм», нами активно используется и официальный сайт факультета.

Администрация факультета ведет страничку «Юридический факультет», «Среднее профессиональное отделение Юрфак ННГУ», «Студенческий совет Юридического факультета», «Ашхабадка 4» (редакция студенческой газеты), «Карьерный офис/ЮФ ННГУ», «Правовая школа Университета Лобачевского».

Существующие сети позволяют максимально информировать студентов о жизни факультета. Ежедневно в рамках нашей образовательной площадки, а также нашими преподавателями осуществляется целый ряд научных, практикоориентированных, воспитательных и иных мероприятий. Социальные сети позволяют получить информацию обо всех мероприятиях и не упускать важные события в жизни факультета.

Анонсирование предстоящих мероприятий позволяет максимально вовлечь и студентов, и преподавателей в активность нашей организации.

Максимальная информированность о жизни факультета позволяет студенту чувствовать себя частью огромного коллектива. Это напрямую активизирует его на личное участие в мероприятиях факультета, или позволяет, хотя бы, выразить свое отношение к происходящим событиям.

Период пандемии негативно сказался на участии наших студентов в общественной жизни факультета, именно поэтому социальные сети сейчас позволяют нам решать указанную проблему и наверстывать упущенное.

Помимо этого, студент ЮФ в рамках интернет пространства получает информацию о преподавателях факультета. Это позволяет лучше узнать преподавателей, их научные интересы, увидеть их с неформальной стороны. Согласно исследованию Академии Касперского, 90% педагогов используют социальные сети в личных целях, 73% из них добавляют своих студентов в «друзья». Студентам приятно видеть педагога не только как человека с мелом у доски, но и личность с интересными, а порой и необычными увлечениями.

Сейчас более половины преподавателей факультета имеют страницы в различных социальных сетях и активно ими пользуются. Это позволяет формировать доверительные отношения со студентом, что несомненно положительно сказывается на качестве общения. Нередко официальное общение сковывает информативность и результативность. В рамках же социальных сетей общение между преподавателем и студентом может проходить в более свободной форме. Доверительные отношения в системе «учитель–ученик» – достаточно серьезная педагогическая проблема. Преподаватель должен строить свои отношения со студентами так, чтобы они были наиболее благоприятны для развития их личностных качеств. Чтобы воздействие педагога на студента было эффективным, необходимо обеспечить не только прямую связь, восприятие педагога воспитанником, но и обратную – восприятие воспитанника педагогом.

Социальные сети позволяют руководству факультета предупреждать целый ряд возможных негативных проявлений со стороны студентов и преподавателей, максимально быстро реагировать на опасные «звоночки», которые поступают из студенческой среды. Это, несомненно, положительно сказывается не только на воспитании, на образовательном процессе, но и социальном климате на факультете.

Однако есть и отрицательные моменты. Нередко при использовании социальных сетей руководство факультета, а также преподаватели сталкиваются с целым рядом трудностей. Коллеги-преподаватели нередко отмечают отсутствие сетевого этикета участников, невысокий уровень мотивации, высокую степень трудозатрат (особенно это характерно для более старшего поколения преподавателей) по организации и поддержанию воспитательного процесса, нередко отсутствие открытого доступа к социальным сетям. Однако данные проблемы нельзя охарактеризовать как неразрешимые.

Следует обратить внимание и на то, что активное внедрение информационных технологий в образовательный и воспитательный процесс размывает прежнюю образовательную парадигму и порождает потребность в формировании ИКТ-компетенции всех педагогических работников.

Тем не менее, утверждение профессора А.В. Могилева о том, что социальные сети делают бессмысленными традиционные формы обучения, такие как изложение, запоминание и воспроизведение готовых знаний, при этом любую информацию «легко и просто» найти в Интернете [1], представляется преждевременным.

Сегодняшний взгляд на воспитание студентов вуза – это не просто односторонняя передача опыта от старшего поколения младшему, а взаимодействие и сотрудничество обучающих и обучаемых в сфере учебной и внеучебной деятельности. Воспитательная система должна носить динамичный, постоянно развивающийся и совершенствующийся характер творческого поиска. Посредством такого взаимодействия можно достичь повышения уровня мотивации и эмоционального раскрытия обучаемых.

Список литературы

1. Могилев А.В. Социальные сети – школа будущего! // Народное образование. 2012. № 6. С. 170–175.

ВЫСТУПЛЕНИЯ

ПРАВО КАК ФОРМА КОММУНИКАЦИИ В КОНТЕКСТЕ КОММУНИКАТИВНОГО ПРАВОПОНИМАНИЯ А.В. ПОЛЯКОВА

LAW AS A FORM OF COMMUNICATION IN THE CONTEXT OF A.V. POLYAKOV'S COMMUNICATIVE LEGAL UNDERSTANDING

Я.В. Безносова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
Y.V. Beznosova
Lobachevsky University

Анализируется понятие правовой коммуникации в рамках коммуникативного подхода к праву, разработанного доктором юридических наук, профессором Санкт-Петербургского государственного университета А.В. Поляковым. Анализируются компоненты правовой коммуникации и формулируется определение права в контексте коммуникативного правопонимания.

The article analyzes the concept of legal communication within the framework of the communicative approach to law developed by Doctor of Law A.V. Polyakov. The components of legal communication are analyzed and the definition of law is formulated in the context of communicative legal understanding.

Ключевые слова: право, правовая коммуникация, коммуникативное правопонимание, правовые тексты, субъективные права, юридические обязанности

Keywords: law, legal communication, communicative legal understanding, legal texts, subjective rights, legal obligations

Интерпретация права как специфической формы коммуникации характерна для целого ряда различных по своему содержанию коммуникативных концепций правопонимания, осмысливающих правовую реальность в постклассическом контексте. По замечанию доктора юридических наук В.В. Лапаевой, указанные концепции «являются одним из заметных направлений правопонимания, конкурирующих сейчас в российской теории права за статус общедоктринального подхода» [1, с. 78].

Основоположником коммуникативного подхода к праву в отечественном правоведении является профессор Санкт-Петербургского государственного университета А.В. Поляков. Идеи А.В. Полякова базируются на феноменологическом подходе, а также отдельных положениях герменевтики,

синергетики, учитывают результаты исследований теоретиков коммуникации [2, с. 97].

С точки зрения А.В. Полякова, право является одной из важнейших форм социальной коммуникации. При этом под правовой коммуникацией А.В. Поляков понимает правовое взаимодействие субъектов, возникающее на основе интерпретации правовых текстов, предоставляющих им корреспондирующие субъективные права и юридические обязанности, реализуемые в правовом поведении [3, с. 9].

Таким образом, правовая коммуникация возможна при наличии трёх составляющих: субъекты права, правовые тексты и реальная деятельность субъектов права [4, с. 132].

Субъекты права осуществляют интерпретацию правовых текстов и совершают юридически значимые действия.

Правовой текст, который опосредует правовую коммуникацию, ученый рассматривает как «систему знаков, интерпретация которых создает определенный правовой смысл, направленный на регулирование поведения субъектов через установление их юридических прав и обязанностей» [5, с. 21].

«Правовой текст, – отмечает А.В. Поляков, – может быть интерпретирован как коммуникативно-познавательная единица, без которой право существовать не может. Право в этом аспекте предстает как порядок коммуникативных отношений, возникающих на основе нормативно-правовой интерпретации различных правовых текстов, имеющих как вербальный, так и невербальный характер» [3, с. 12].

При этом ученый выделяет две группы правовых текстов: первичные и вторичные правовые тексты. Первичные тексты устанавливают само субъективное право и его нормативное основание (законы, подзаконные акты, судебные решения, правовые обычаи и др.). Вторичные тексты, в свою очередь, подразделяются на два вида – вторичные вербальные правовые тексты (например, письменные или устные заявления, требования, предложения (оферта)) и вторичные невербальные правовые тексты (это правомерные действия, в частности, жест регулировщика, предписывающий направление движения, включение сигнала поворота перед выполнением соответствующего маневра водителем и пр.).

Правовой текст, согласно концепции А.В. Полякова, необходимо отличать от правовой нормы: «Правовая норма находится не в тексте, а в психосоциокультурной действительности, бытийствуя как идеально-материальный феномен» [3, с. 10], она «конституируется не одним правовым

текстом, а всей совокупностью текстов данной культуры (интертекстом)» [3, с. 10].

И, наконец, третий компонент правовой коммуникации – деятельность субъектов права – предполагает, что только после реального осуществления субъективных прав и юридических обязанностей участниками правовой коммуникации правило поведения, содержащееся в тексте нормативного акта, приобретает статус источника права.

Такова схема правовой коммуникации в представлении А.В. Полякова.

По мнению доцента В.И. Павлова, «А.В. Поляков пытался показать принципиальную интерсубъективность природы права, или, по-другому, ее принципиальный характер как образования, формируемого и существующего только за счет взаимодействия, взаимопонимания, согласия людей на основе общей смысловой понятности… Кроме того, смещение главного в праве (сознательно уходим здесь от использования термина «сущность») с эссенциальных, сущностных образований (воля государства, естественные права, социальные конвенции) на аспект коммуникации позволило А.В. Полякову обосновать надгосударственную природу права, при этом не перейдя на естественно-правовые позиции» [4, с. 127].

В контексте коммуникативного правопонимания А.В. Полякова основное содержание права как самоорганизующейся и саморазвивающейся психосоциокультурной системы составляют правовые коммуникации, то есть система отношений, субъекты которых реализуют свои субъективные права и юридические обязанности в процессе социального взаимодействия, опосредованного правовыми текстами.

Список литературы

1. Лапаева В.В. Коммуникативные концепции права в контексте актуальных задач российской правовой теории и практики (с позиций либертарного правопонимания) // Известия высших учебных заведений. Правоведение. 2014. № 6 (317). С. 77–100.

2. Евдеева Н.В. Интегративные теории правопонимания в современной России: дисс. … канд. юрид. наук. Н. Новгород, 2005. 187 с.

3. Поляков А.В. Коммуникативная концепция права (генезис и теоретико-правовое обоснование): дисс. … докт. юрид. наук в виде научного доклада. СПб., 2002. 94 с.

4. Павлов В.И. Идея правовой коммуникации и современная антропология права // Известия высших учебных заведений. Правоведение. 2014. № 5 (316). С. 127–135.

5. Архипов С.И. Коммуникативная теория права А.В. Полякова // Электронное приложение к «Российскому юридическому журналу». 2016. № 4. С. 20–27.

К ИСТОРИИ ВОПРОСА О КОММУНИКАТИВНЫХ (ЯЗЫКОВЫХ) ОСНОВАНИЯХ ПРАВА

TO THE BACKGROUND OF THE ISSUE OF COMMUNICATIVE (LINGUISTIC) LAW BASICS

М.Д. Горбунов
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского
M.D. Gorbunov
Lobachevsky University

Характеризуется процесс формирования предпосылок коммуникативных (аналитических) подходов в праве в аналитической философии середины XX века.

The article characterizes the formation process of communicative (analytical) approaches prerequisites in law in the analytical philosophy of the middle of the 20th century.

Ключевые слова: философия права, лингвистическая философия, право, язык, правопонимание

Keywords: philosophy of law, linguistic philosophy, law, language, legal thinking

В условиях социологизации подходов к понимаю права вопрос о коммуникативных, конвенциональных основаниях правовой системы приобретает особое значение. Все больший интерес вызывает тезис о глубокой социальной обусловленности права, его понимания в контексте социально согласованной конвенциональной нормативной системы. В данной связи история вопроса о коммуникативных и лингвистических основаниях в праве вызывает особый интерес, тем более что отечественная юридическая наука не осмысляла его достаточно подробно, что является значительным упущением методологически.

Становление новых лингвоориентированных подходов к понимаю права связано с кризисом классической методологии в философии. К середине XX века стало понятно, что существовавшая доктрина логико-философского анализа недостаточно эффективна для объяснения социальных процессов. Используемая формальная логика исходила из базовой установки, что каждому понятию

соответствует фактический референт [1]. И если данный подход кажется достаточным для определения и объяснения феноменов природы, то при объяснении явлений человеческой культуры возникают значительные сложности. Примечательно, что самое пристальное внимание новых философских подходов было обращено к юридическому языку, поскольку правовая система предлагает огромное количество понятий и категорий, смыслов и интерпретаций. Понятие «правило» как образующее в юридическом языке стало предметом глубокого изучения ведущими философами с позиции определения способов его выражения и восприятия со стороны субъектов, его особой перформативной природы, необходимости толкования и определения соответствия регулируемым ситуациям общественной жизни. Именно обращение к практике словоупотребления в правовой системе максимально поспособствовало отказу от понимания универсальности формальной логики рассуждения, познания и аргументации [2, p. 364].

В полной мере на эти сложности обратила внимание целая плеяда философов нового аналитического направления [3, p. 4]. В их числе: Дж. Л. Остин, Л. Витгенштейн, Г. Райл, Ф. Вайсман и ряд других. В результате обращения философов к праву на слиянии вопросов юриспруденции и лингвистики возникли взаимосвязанные темы аналитической философии и новых коммуникативных подходов в праве. Первый, базовый вопрос связан с теорией речевых актов и перформативных высказываний, широко представленный в философских взглядах Дж. Л. Остина и Г. Райла. Второй касается проблемы следования правилу, выявленной Л. Витгенштейном и развивающим ее утверждением Ф. Вайсмана об открытой текстуре языка [4; 5].

К 1940-м годам, благодаря аналитической философии, произошел перелом в понимании роли языка в жизни человека, в результате пристальное внимание было обращено на его коммуникативные свойства. Это стало возможным благодаря пониманию активной природы языка и особенностей его употребления не как совокупности обозначений фактов, а как совокупности действий. Язык в данном контексте понимается как система, способная формировать социальное поведение через особые речевые акты, совершая которые человек не просто описывает факты, но порождает некоторые последствия.

Активной критике простое понимание языка как описательного в лингвистической философии подверг Дж. Л. Остин [6, с. 153]. Он указал, что все многообразие действия языка и употребления речевых понятий не может характеризоваться лишь одной его возможностью описывать факты, поскольку не все речевые ситуации являются фактологическими. Признание особых

контекстов и неоднозначности ситуаций словоупотребления обусловливает, по утверждению Остина, необходимость перейти от анализа языка как описывающего мир, скорее, как к побуждающему совершить действие. Для этого Остин формирует необходимые методологические средства, вводя понятие «перформативного акта». Главная функция акта определяется достижением результата некоторых намерений субъекта, которые выражаются через речевой акт. Здесь Остин сделал крайне важный вывод, что коммуникация может быть направлена не на передачу информации, а на совершение действия. Таким образом, речевой акт может иметь перформативный характер и отражать действенную природу языка [7, с. 23; 8, с. 19]. Такие акты осуществляются с помощью перформативных глаголов в позиции 1-го лица единственного числа, посредством чего они утрачивают фактический референт и, соответственно, описательное значение, но при этом сами совершают действия по типу «приказать», «запретить», «разрешить».

Теория перфоматив Остина вместе с концепцией «логического бихевиоризма» Г. Райла, указывающая на то, что рассмотрение психологического состояния человека возможно через его внешнее поведение [9, с. 13; 10], стали основой для объяснения связи юридического языка и правовой реальности. Юридические понятия являются, по своей сути, перформативными, поскольку реализуют юридические акты, порождающие последствия в виде юридически значимых действий.

Теория речевых актов нашла свое отражение и в поздних работах Л. Витгенштейна в рамках понятия «языковых игр». По утверждению Витгенштейна, «языковые игры» представляют собой специфические формы словоупотребления. Предложения перформативного характера типа молитвы, заклинания, команды не описывают мир, а напрямую на него воздействуют. Для философа «языковые игры» являются вопросом конвенции, исходя из интерпретации в контексте их жизненного употребления. Здесь Витгенштейн выявляет проблему следования правилу, породившую крайне широкую дискуссию в рамках лингвистической философии [11; 12], создав тем самым основу для «лингвистического поворота в философии». В соответствии с данной проблемой ни один образ действий не мог бы определиться каким-то правилом, поскольку любой образ действий можно привести в соответствие с этим правилом [13, с. 163]. Витгенштейн подчеркнул, что в рамках языковых практик могут существовать правила, являющиеся критерием соответствия той или иной ситуации «языковой игры», однако интерпретация правила может быть лишь вопросом его формулировки, но не соответствия ситуации правилу [14, с. 145-

149; 15, с. 131]. Сама конвенция относительно правила не является правилом, поскольку является лишь «формой жизни» и институционально не закреплена.

Подобная постановка вопроса оказалась актуальной для проблемы употребления понятий юридического языка и подчинения праву. Юридический язык имеет специфическое употребление, поскольку критерии действия правила институционально выражены в правовой системе. Вместе с тем в случаях неопределенности формулировки правила, его толкования и практики употребления могут возникать проблемы следования ему. В данном контексте аргументы Витгенштейна поспособствовали лучшему пониманию проблемы и разработке более эффективной модели ее разрешения.

Проблема следования правилу Витгенштейна применительно к вопросу словоупотребления юридических понятий была значительно более глубоко рассмотрена в рамках тезиса Ф. Вайсмана об «открытой текстуре» языка. Данный тезис базируется на позиции, что всегда будет оставаться возможность, что учтены не все факторы, обстоятельства и ситуации, относящиеся к употреблению понятия, поэтому невозможно определить все случаи действия данного понятия или ситуации не относящиеся к нему. В свою очередь полное определение понятия дать невозможно, поскольку никогда нельзя исключить возникновения непредвиденных факторов [16, p. 125]. Свойства юридического языка и практика употребления его понятий свидетельствует об объективно возникающих ситуациях неопределенности в правовой системе.

Формулирование данных методологических установок ознаменовали «лингвистический поворот» в философии права и во многом заложили фундамент в современный философско-правовой дискурс. В совокупности эти предпосылки сделали возможной формирование полноценной теории юридического языка, впервые представленной в работах Герберта Харта. В совокупности они ознаменовали уже «лингвистический поворот» в правоведении. Затронул этот «поворот» прежде всего Британскую правовую традицию и позволил в результате выдвинуть тезис, что право является результатом социальной конвенции как сформированное в рамках человеческой культуры контекстуальное понятие, зависящее от сложившейся практики его употребления, выполняющее определенные общественные потребности.

Список литературы

1. Оглезнев В.В. Теория юридического языка в философии права Г. Харта: дисс. ... докт. философ. наук: 09.00.03. Томск: Нац. исслед. Том.гос. ун-т., 2012. 257 с.

2. Hart H.L.A. Philosophy of Law and Jurisprudence in Britain // The American Journal of Comparative Law. 1945-1952. Vol. 2.
3. Martinich A.P. Introduction in "A Companion to Analytic Philosophy" /MartinichA.P. SosaD. Oxford: Blackwell Publishers. 2001. P. 1-5.
4. См.: Дидикин А.Б. Аналитическая философия права: истоки, генезис и структура. Томск : Томск. гос. Ун-т, 2016. 244 с.
5. Оглезнев В.В. Г.Л.А. Харт и формирование аналитической философии права. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2012. 216 с.
6. Остин Дж. Л. Три способа пролить чернила: Философские работы. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2006. 335 с.
7. Остин Дж. Л. Перформативы – констативы // Философия языка. Изд. 2-е. М.: Едиториал УРСС, 2010. С. 23–34.
8. Остин Дж. Л. Как совершать действия при помощи слов? Избранное. М.,1999. 332 с.
9. Райл Г. Понятие сознания. М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги, 1999. 408 с.
10. Пассмор Дж. Сто лет философии. М.: Прогресс-Традиция, 1998. 496 с.
11. Ладов В.А. Иллюзия значения: проблема следования правилу в аналитической философии. Томск: Изд-во Том.ун-та, 2008. 326 с.
12. Суровцев В.А., Ладов В.А. Витгенштейн и Крипке: следование правилу, скептический аргумент и точка зрения сообщества. Томск: Изд-во Том.ун-та, 2008. 136 с.
13. Витгенштейн Л. Философские работы. Ч. I. М.: Гнозис, 1994. 612 с.
14. Грязнов А.Ф. «Скептический парадокс» и пути его преодоления // Вопросы философии. 1989. № 12. С. 140–151.
15. Сокулер З.А. Проблема «следования правилу» в творчестве Л. Витгенштейна и ее интерпретации // Современная аналитическая философия. М., 1988. Вып.1. 198 с.
16. Waismann F. Verifiability // Proceedings of the Aristotelian Society, Suppl. 1945. Vol. 19. P. 119–150.

ПРАВОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ И ЯЗЫК ПРАВА
LEGAL COMMUNICATION AND THE LANGUAGE OF LAW

П.С. Жданов
Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
P.S. Zhdanov
Lobachevsky University

Рассматриваются проблемы коммуникативного подхода к праву. С позиций языковой интерпретации права указывается на перспективы

применения семиотической методологии для исследования правовых явлений в контексте культуры. В качестве примера приводится концепция семиосферы Ю.М. Лотмана, позволяющая анализировать язык права в его взаимодействии с другими языками культуры.

The article deals with the problems of the communicative concept of law. From the standpoint of the interpretation of law as a language the prospects of using the methodology of semiotics in the study of legal phenomena in the context of culture are noted. As an example J. Lotman's "semiosphere" concept is given, which allows analyzing the legal language in its interaction with other cultural languages.

Ключевые слова: правовая коммуникация, интерпретация, юридические тексты, язык права, семиосфера, культурный контекст

Keywords: legal communication, interpretation, legal texts, legal language, semiosphere, cultural context

Для социологических концепций второй половины XX века характерен пристальный интерес к проблемам общественной коммуникации. Коммуникация представляется как процесс, конституирующий и непрерывно воспроизводящий общество. Такой видный социолог, как Н. Луман отождествлял понятия общества и коммуникации [1, с. 13]. Будучи системным образованием, общество включает большое число взаимодействующих между собой сфер коммуникации. Одной из таких сфер является право. Не пытаясь отстаивать тот или иной подход к пониманию права, в настоящем сообщении мы бы хотели обратить внимание на ряд перспективных в эвристическом и методологическом смысле аспектов коммуникативного понимания правовых явлений.

Прежде всего, коммуникативное понимание права позволяет задействовать для его исследования широкий междисциплинарный инструментарий (социологический, лингвистический, семиотический) и тем самым взглянуть на правовые явления под новым углом, преодолевая догматизм юридических школ. С одной стороны, право предстает важнейшим средством для создания условий социальной коммуникации – состояния согласованности и предсказуемости поведения взаимодействующих субъектов, достигаемого путем подчинения их действий определенным правилам. С другой стороны, право само может трактоваться в качестве разновидности коммуникации, которая осуществляется, прежде всего, путем передачи и восприятия информации, касающейся предписанного поведения, а также в иных формах – например, при рассмотрении дела в суде, или при заключении договора [2, с. 20]. Таким образом, нормативный аспект права при коммуникативном подходе не замыкается в «сфере должного», но рассматривается в единстве с фактической стороной – действиями субъектов, которые воспринимают нормативное

содержание правовых текстов или взаимодействуют в ходе выработки новых правил поведения.

Очевидно, что коммуникативный подход принципиально ориентирован на исследование права в социальном измерении как неотъемлемой части социокультурной системы, а также во времени, то есть в связи с историческим процессом, в рамках которого реализуются акты субъектов. Нужно отметить, что Н. Луман характеризовал коммуникацию как «некое исторически-конкретно протекающее, зависящее от контекста событие» [1, с. 85].

Сам процесс коммуникации может трактоваться по-разному, но всегда его элементами выступают определенные сообщения, несущие в себе информацию, которая должна быть усвоена субъектами. Информация кодируется языковыми средствами и передается посредством текстов (устных и письменных). Полученная информация должна быть интерпретирована и понята субъектом. Восприятие и усвоение содержания правовых текстов предполагает активное участие индивидуального сознания и выступает предпосылкой принятия предписанных форм поведения в качестве обязательных. Как пишет А.В. Поляков, «вне интерпретации (не преломляясь сквозь структурированное языком человеческое сознание) право вообще не существует [3, с. 232]. Соответственно, право он определяет как «порядок коммуникативных отношений, возникающих на основе нормативно-правовой интерпретации различных правовых текстов, имеющих как вербальный, так и невербальный характер» [3, с. 235].

Из вышесказанного следует, во-первых, что норма – центральное понятие классической теории права – предстает как то, что формируется в сознании субъекта в процессе интерпретации текста. По словам А.В. Полякова, «в законе, как правовом тексте, может содержаться лишь правовая информация (нормативная информация), а норма права возникает через интерпретационную и поведенческую деятельность субъектов (как реализуемое должное) [3, с. 293]. Это в некотором смысле отсылает нас к концепции права Л.И. Петражицкого, который видел в нормах продукты эмоциональной проекции, возникающие в результате действия в психике индивида императивно-атрибутивных эмоций, по отношению к которым все традиционные источники права выступают лишь как «нормативные факты» [4, с. 42]. Безусловно, коммуникативная теория права должна исключать субъективистский перекос в понимании природы норм. В конце концов, схожесть культурно-психологических установок и общность языковых кодов у авторов правовых текстов и получателей нормативной информации должны обеспечить унифицированность интерпретации. По этому поводу А.В. Поляков отмечает, что субъекты правовой коммуникации «должны

быть «погружены» в социальное; необходим общий жизненный мир: общие социальные институты, общие ценности и нормы; короче, необходимо общее пространство коммуникации» [3, с. 228].

Коммуникативная трактовка права акцентирует языковую форму его бытия. Следует отметить, что указание на непосредственную связь языка и права не является чем-то принципиально новым. Достаточно вспомнить, что для сторонников Ф.К. фон Савиньи право и язык в равной мере были непосредственным выражением народного духа. Савиньи (как до него Джамбаттиста Вико) связывал изменение способов знакового выражения права со сменой эпох в жизни народов. Так, символические действия, в виде которых право существовало в древнейший период, сменяет вербализованная форма права юристов в пору высокоразвитой культуры, когда право «формируется и развивается в языке» [5, с. 133]. В данном случае мы видим нечто большее, чем просто описание эволюции форм выражения правового содержания. Речь идет о разных языках права, отражающих разные способы миропонимания.

Если взять за основу наиболее широкое понятие языка как системы, служащей целям коммуникации [6, с. 54], то вполне возможно рассматривать само право как своеобразный язык – знаковую систему, формирующуюся на основе естественного языка и функционирующую во взаимодействии с иными языками данной культуры. А.В. Поляков обозначает право как «специфический социальный язык», «универсальный способ социального взаимодействия», отмечая, что в этом качестве оно представляет собой «процесс непрерывного воспроизводства правовых коммуникаций» [3, с. 238]. Осмысление права в качестве знаковой системы, то есть языка, на новом уровне ставит вопрос о лингвистических и логических требованиях, предъявляемых к юридическим текстам. Отметим, что именно в этом ключе формулировал свое научное кредо основоположник аналитической юриспруденции – Дж. Остин, высказывание которого «Поистине важно <…>, чтобы люди мыслили отчетливо и говорили со смыслом» (пер. наш – П.Ж.) [7, с. 55] звучит вполне в духе Л. Витгенштейна [8, с. 32].

Наконец, рассматривая право под углом его коммуникативной природы в качестве языка, то есть знаковой системы, мы получаем возможность задействовать широкий арсенал методологических средств, предоставляемых такими дисциплинами, как семиотика и культурологическая лингвистика, для исследования его в контексте культуры. Речь может идти о сравнительно-правовых исследованиях, или об истории правового дискурса. В частности, весьма плодотворным может быть анализ языка права, отраженного в юридических текстах, действиях субъектов правовых отношений, в

метаправовом дискурсе теоретиков, во взаимодействии с семиотическим пространством культуры (семиосферой). Последняя характеризуется Ю.М. Лотманом как то, что представляет собой условие для существования и работы отдельных языков, которые могут функционировать только во взаимодействии с определенным семиотическим пространством [9, с. 250]. Культура содержит набор кодов, которые являются ключом правильного понимания языков, существующих в данном семиотическом пространстве. Следовательно, интерпретация содержания юридических текстов (в особенности, если речь идет о текстах, относящихся к другим культурам) требует не просто знания соответствующей терминологии, но и учета специфики культурной среды, в которой могли появиться эти тексты, равно как и когнитивных препятствий, которые может ставить пониманию исследователя совокупность его собственных культурных установок.

В заключение подчеркнем, что проблема языка (в том числе и языка права) наиболее остро встает в переходные периоды, во время фундаментальной перестройки самих оснований культуры, когда меняются критерии, которыми определяется рациональность действий людей, социальных институтов, правил поведения. В таких ситуациях диссонанс между устоявшимся языком права и меняющимися культурными реалиями затрудняет процесс легитимации и принятия правовых предписаний и соответственно самоё правовую коммуникацию. Все это говорит о том, что «исправление имен» периодически становится насущной задачей любой культурной системы.

Список литературы

1. Назарчук А.В. Учение Никласа Лумана о коммуникации. М.: Издательство «Весь Мир», 2012. 248 с.
2. Хук М. ван. Право как коммуникация. СПб.: Издательский дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2012. 288 с.
3. Поляков А.В. Общая теория права: Проблемы интерпретации в контексте коммуникативного похода: Курс лекций. СПб.: Издательский дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2004. 868 с.
4. Петражицкий Л.И. Теория права и государства в связи с теорией нравственности. В 2 ч. Часть 1. М.: Издательство Юрайт, 2017. 295 с.
5. Савиньи Ф.К. фон. О призвании нашего времени к законодательству и юриспруденции // Савиньи Ф.К. фон. Система современного римского права. Т. I. М.: Статут, 2011. 510 с.
6. Куссе Х. Культуроведческая лингвистика. М.: Гносис, 2022. 536 с.
7. Austin J. The province of jurisprudence determined. New York: Cambridge University Press, 1995. 340 p.

8. Витгенштейн Л. Логико-философский трактат. М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2011. 288 с.
9. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров // Лотман Ю.М. Семиосфера. СПб.: «Искусство-СПБ», 2010. 704 с.

КОММУНИКАТИВНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧАСТНИКОВ УГОЛОВНОГО СУДОПРОИЗВОДСТВА

COMMUNICATIVE COMPETENCIES IN THE ACTIVITIES OF PARTICIPANTS IN CRIMINAL PROCEEDINGS

Н.Л. Назарова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
N.L. Nazarova
Lobachevsky University

Рассматривается реализация коммуникативной компетенция участниками уголовного судопроизводства. Подчеркивается, что она является многофункциональной, поскольку коммуникативный контакт и речевое поведение определяются ролями, функциями участников судебного процесса, эффектом воздействия оратора, установленным регламентом. Подчеркивается важность освоения обучающимися юридического факультета универсальной компетенции УК-4 на различных уровнях подготовки юристов, необходимость реализации данной компетенции через модуль «деловая коммуникация», дисциплин юридическая риторика и ораторское искусство.

The article discusses the implementation of communicative competence by participants in criminal proceedings. It is emphasized that it is multifunctional, since communicative contact and speech behavior are determined by the roles, functions of participants in the trial, the effect of the speaker's influence, defined by the regulations. The importance of mastering the universal competence of the CC-4 by students of the Faculty of Law at various levels of training of lawyers is emphasized. The need to implement this competence through the module "business communication", the disciplines of legal rhetoric and public speaking.

Ключевые слова: коммуникация, компетенция, риторика, юрист, участник судебного процесса, профессиональная деятельность

Keywords: communication, competence, rhetoric, lawyer, participant in the trial, professional activity

В современных условиях в информационном обществе работодатели требуют от выпускника юридического факультета высокого уровня развития продуктивных навыков и умений для решения задач в профессиональной

деятельности. Особое внимание следует обратить на сформированность коммуникативной компетенции, которая предопределяет успех в деятельности участников уголовного судопроизводства.

Юридический факультет ННГУ им.Н.Лобачевского реализует несколько основных образовательных программ по подготовке юристов разных уровней: бакалавров, магистров, специалистов. В новых Федеральных государственных образовательных стандартах высшего образования (3++) по направлению подготовки 40.03.01,40.04.01 «Юриспруденция», 40.05.01«Правовое обеспечение национальной безопасности», 40.05.04 «Судебная и прокурорская деятельность» предусмотрено освоение универсальных компетенций, и в частности УК-4- Коммуникация (способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке). В настоящее время формирование коммуникативной компетенции предполагает широкое использование различных средств и форм обучения, предусмотренных указанными образовательными программами.

Общеизвестно, что термин «коммуникация» первоначально в англоязычной литературе понимается как обмен мыслями и информацией в форме речевых или письменных сигналов, что само по себе является синонимом термина «общение» [1]. Деятельность коммуниканта в уголовном судопроизводстве отличается особыми маркерами. Уголовному процессу присуще сочетание начал устности и письменности. Составление уголовно-процессуальных документов требует особой внимательности, грамотности и полноты установления фактических обстоятельств уголовного дела. Речевая же деятельность, контекст должны быть понятными для других участников процесса. При этом должны соблюдаться некоторые условия: соблюдение регламента, знание языка, чистота речи. Освоение выпускниками компетенции УК-4 свидетельствует об умении употреблять языковые средства (устно и письменно) в соответствии с поставленными целями.

Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации (далее УПК РФ) в главах 5-7 выделяет следующие группы участников уголовного судопроизводства:

1. суд
2. участники уголовного судопроизводства со стороны обвинения;
3. участники уголовного судопроизводства со стороны защиты;
4. иные участники уголовного судопроизводства [2].

Каждый из участников уголовного судопроизводства приводит в действие определенную способность или умение общения в соответствии с целями или

условиями своей коммуникативной деятельности. Коммуникативная деятельность – это сложный процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека [3]. Судья обязан разобраться во всех обстоятельствах дела, признать лицо виновным в совершении преступления и назначить ему наказание или применить к нему иные меры уголовно-правового характера либо вынести оправдательный приговор. Исходя из этого, можно сделать вывод, что судебная речевая коммуникация обладает рядом взаимозависимых функций: перцептивная, информирующая и разъяснительная [4].

Обязательным компонентом следственной деятельности является в основном общение, то есть организация и тактические приемы взаимодействия следователя с участниками процесса на основе складывающихся правоотношений в рамках уголовного судопроизводства.

Если обратиться к судебной речи адвоката и прокурора, то представители сторон имеют две разные коммуникативные цели: защита и обвинение. Их взаимодействие строится на принципе состязательности и равноправия сторон (ст. 15 УПК РФ). Их участие в уголовном судопроизводстве требует словесного мастерства, ораторского искусства, что находит отражение в выборе стратегии речевого поведения. А.Э. Жалинский выделял некоторые инструменты межличностных коммуникаций, которые играют важную роль в профессиональной деятельности прокурора. В-первую очередь, язык и использование понятийного аппарата, которые, в свою очередь, должны восприниматься всеми оппонентами. Важную роль в коммуникативной деятельности играет подбор аргументов, применение убеждения и стратегии в общении, а также выбор подходящих условий взаимодействия, которые заключаются в правильно подобранной атмосфере [5].

Следует отметить, что речевая коммуникация представителей всех сторон отличается регламентированностью и строится в основном на использовании коммуникативных стратегий конфронтационного типа.

В проводимых научных исследованиях отмечается, что современные юристы - выпускники имеют слабую коммуникативную подготовку, в частности судебных ораторов.

Следует отметить, что в учебных планах основных образовательных программ по подготовке юристов любого уровня сформированность универсальной компетенции УК-4 происходит через такие дисциплины, как иностранный язык, юридическая риторика (бакалавриат), философия права и

педагогическая практика (магистратура), юридическая риторика и ораторское искусство (судебная и прокурорская деятельность), юридическая конфликтология (правовое обеспечение национальной безопасности).

Считаем, что дисциплина юридическая риторика и ораторское искусство должна реализовываться на всех направлениях подготовки юристов. Риторика – есть воздействие, а применение риторических знаний в современных условиях («неориторика») представляет собой не столько искусство воздействия, сколько взаимодействия, коммуникации людей [6]. Овладение коммуникативной компетентностью должно отвечать уровню сформированности соответствующих компетенций, которое осуществляется в процессе обучения при реализации модуля «деловая коммуникация» и проектно-ориентированной практики.

Список литературы

1. Устинова К.А. Институциональные признаки судебного дискурса // Вестник Челябинского государственного университета. Челябинск. 2016. № 3. С. 125–127.
2. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 18.12.2001 N 174-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации от 2001 г., N52, ст. 4921.
3. Дуда И.В., Измайлова Е.В. Коммуникативные универсальные учебные действия: понятие и уровни сформированности // Молодой ученый. 2020. № 19. С. 458–462.
4. Голубева Е.А., Меликян В.Ю. Речевая коммуникация в уголовном судопроизводстве // Сборник материалов конференции «Язык и право: актуальные проблемы взаимодействия». 2015. URL: http://www.ling-expert.ru/conference/langlaw5/golubova.html
5. Жалинский А.Э. Введение в специальность "Юриспруденция". Профессиональная деятельность юриста: учебник. М.: Проспект, 2018. 362 с.
6. Безменова Н.А. Очерки по теории и истории риторики. М., 1991. 215 с.

ЮРИДИЧЕСКИЙ ЯЗЫК КАК ОСНОВА ЮРИДИЧЕСКОГО ДИСКУРСА
LEGAL LANGUAGE AS THE BASIS OF LEGAL DISCOURSE

Л.Р. Романовская
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
L.R. Romanovskaya
Lobachevsky University

Дана краткая характеристика юридического языка в контексте анализа юридического дискурса, определены особенности юридического языка и перечислены требования, предъявляемые к юридическим терминам как основным элементам данной языковой подсистемы и важнейшему средству юридической техники.

The article is devoted to a brief description of the legal language in the context of the analysis of legal discourse. The author defines the features of the legal language and lists the requirements for legal terms as the main elements of this language subsystem.

Ключевые слова: дискурс, юридический дискурс, юридический язык, юридическая терминология

Keywords: discourse, legal discourse, legal language, legal terminology

Юридический дискурс – это многогранное, многоуровневое явление правовой жизни общества, выступающее интереснейшим и актуальным объектом междисциплинарных исследований для философов, социологов, лингвистов и правоведов.

Термин «дискурс» не имеет однозначного определения, однако его трактовка чаще всего осуществляется в контексте коммуникативной деятельности, в основе которой лежат языковые конструкции (текст, речь, диалог и др.).

Признанный специалист по вопросам дискурса и дискурс-анализа проф. Т.А. Ван Дейк, рассматривая дискурс как социолингвистическое явление, определяет его в широком смысле как «коммуникативное событие, происходящее между говорящим, слушающим (наблюдателем и др.) в процессе коммуникативного действия в определенном временном, пространственном и прочем контексте» [1].

Российские исследователи М.А. Можейко, Г.Б. Гутнер, А.П. Огурцов, Т.Х. Керимов обращают внимание на то, что дискурс «создаётся в определённом

смысловом поле и призван передавать определённые смыслы, нацелен на коммуникационное действие со своей прагматикой» [2].

Эти смыслы передаются специфической лексикой, особыми языковыми конструкциями, которые формируются в специфической языковой среде. Поэтому, сам термин «дискурс» требует соответствующего определения – «юридический дискурс», «религиозный дискурс», «PR-дискурс» и т.д. В соответствии с этим пониманием, продолжают указанные авторы, дискурс – «это «язык в языке», то есть определённая лексика, семантика, прагматика и синтаксис, являющие себя в актуальных коммуникационных актах, речи и текстах».

Юридический дискурс (далее – ЮД) осуществляется в правовой реальности, он опосредует эту реальность, отражая ее и в то же время формируя в каждый момент времени. Исходя из общего понимания дискурса, ЮД можно определить как *осуществляемую в правовой сфере коммуникативную деятельность, в основе которой лежит юридический язык*.

Юридический язык является одной из подсистем литературного языка, обладающей своей спецификой.

В.Ю. Туранин на основе обобщения свойств юридического языка предлагает следующее его определение: «это логичная система словесного выражения мыслей, с помощью которой описывается право и его проявления, характеризующаяся наличием специфической терминологии, особенных объектов фиксации и определенным кругом постоянных пользователей, служащая средством интеллектуально-правовой коммуникации» [3]. Автор также указывает на то, что юридический язык, созданный прежде всего для общения посредством официальных актов, не терпит словесной энтропии, ему свойственна семантическая определенность и точность выражения понятий.

Специфика юридического дискурса и сферы его существования и развития предопределяет особенности юридического языка:

1) Официальный характер.
2) Формализм.
3) Экономичность и рациональность.
4) Точность (недвусмысленность, четкость формулировок).
5) Логичность.
6) Наличие богатой специфической терминологии.
7) Использование особого логико-лексического строя речи.

Важнейшей составляющей юридического языка является его досконально проработанный уникальный терминологический фонд. Как верно отмечает М.Е. Воробьева, «юридические термины, языковые по сути, являются опорными

точками в процессе познания правовых явлений, они непосредственно связаны с регулятивной функцией права, залогом реализации которой является эффективное действие и применение правовых норм» [4].

Юридические термины (наряду с юридическими конструкциями и правовыми символами) в правоведении рассматриваются как одно из средств юридической техники, используемой в целях обеспечения совершенства правовых актов. Согласно Н.Н. Ивакиной, юридический термин – это: «слово или словосочетание, имеющее юридическое значение, выражающее правовое понятие, применяемое в процессе познания и освоения явлений действительности с точки зрения права» [5].

Чтобы цели юридической техники были достигнуты, к юридическим терминам предъявляется ряд требований: однозначность (он должен обозначать только одно понятие); устойчивость (стабильность); точность; полнозначность (он должен отражать важнейшие признаки, необходимые для идентификации обозначаемого понятия); системность (внутреннее единство); актуальность (современность); лингвистическая правильность.

Тезисно изложенные здесь положения будут представлены более развернуто в докладе и последующих публикациях по тематике юридического дискурса.

Список литературы

1. Ван Дейк Т.А. К определению дискурса (отрывок из книги Ideology: A Multidisciplinary Approach. London: Sage, 1998.). URL: http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm
2. Можейко М.А., Гутнер Г.Б., Огурцов А.П., Керимов Т.Х. Дискурс // Гуманитарный портал: Концепты // Центр гуманитарных технологий, 2002–2022 (последняя редакция: 17.07.2022). URL: https://gtmarket.ru/concepts/6987
3. Туранин В.Ю. К вопросу о феномене юридического языка // Современное право. М.: Новый Индекс, 2010. № 7. С. 7–10.
4. Воробьева М.Е. Юридическая терминология: системоцентрический и антропоцентрический подходы. // Вестник Кемеровского государственного университета. 2013. № 2. С. 183–186.
5. Ивакина Н.Н. Профессиональная речь юриста. М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2008. С. 139.

МЕДИАЦИЯ В КОММУНИКАТИВНОЙ ПРАКТИКЕ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ ДЕВИАНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДЕЖИ

MEDIATION IN THE COMMUNICATIVE PRACTICE OF PREVENTING DEVIANT BEHAVIOR OF YOUNG PEOPLE

Е.Р. Смирнов
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского
E.R. Smirnov
Lobachevsky University

Освещаются причины и виды девиантного поведения подростков и молодежи. На основании данных социологических исследований определяется возрастающая тенденция проявления некоторых современных форм делинквентного поведения. Анализируется роль служб медиации в урегулировании конфликтов и профилактике делинквентного поведения несовершеннолетних.

The causes and types of deviant behavior of adolescents and youth are highlighted. On the basis of sociological research data, an increasing trend in the manifestation of some modern forms of delinquent behavior is determined. The role of mediation services in conflict resolution and prevention of delinquent behavior of minors is analyzed.

Ключевые слова: делинквентное поведение несовершеннолетних, моббинг, буллинг, служба медиация, урегулирование конфликтов

Keywords: delinquent behavior of minors, mobbing, bullying, mediation service, conflict resolution

Значительное отличие в качестве жизни разных социальных групп, усиление миграционных процессов, обострение межнациональных и межконфессиональные проблем, утрата межпоколенческих связей и ослабление роли семьи в процессе социализации детей и подростков – эти и другие факторы обусловливают возрастание уровня конфликтности в обществе и стабильно сохраняющуюся проблему девиантного поведения части современной молодежи. Понятие «девиантное поведение» (от лат. deviatio – отклонение) имеет многоаспектный, дискуссионный и межпредметный характер. В широком смысле данного определения, под этим понимается совершение индивидом или группой лиц действий и поступков, несоответствующих общепринятым ценностям, традициям, моральным, а также правовым нормам. В последнем случае такое поведение характеризуется уже как делинквентное, то есть антиобщественное и противоправное [1].

В детском и подростковом возрасте, в процессе формирование личности, как правило, именно внешние негативные факторы провоцируют проявления делинквентного поведения. К числу таких факторов следует отнести: неблагоприятные отношения в семье; конфликтные отношения со сверстниками, подчас влекущие изолированное положение в коллективе (классе, учебной группе); негативное влияние на поведение подростков и молодежи доступного интернет-контента, пропагандирующего культ агрессии и насилия, националистические и ксенофобные идеи; низкий уровень организации общественной и воспитательной работы в образовательных учреждениях. По данным социологических и криминологических исследований, риск противоправного поведения несовершеннолетних, воспитывающихся в обстановке постоянных семейных конфликтов, возрастает в 4–5 раз по сравнению с семьями с позитивными межличностными психолого-педагогическими отношениями.

Примером значительного по масштабу негативного влияния на подростковую и молодежную аудитории посредством деструктивного интернет-контента может служить деятельность неформального сообщества «Арестантский уклад един» или «Арестантское уголовное единство» (АУЕ). Объединения и группы АУЕ активно пропагандировали криминальную субкультуру в социальных сетях в 40 регионах России. В 2019–2020 гг. правоохранительными органами была выявлена 4231 группа сообщества в социальной сети «ВКонтакте», его численность достигала более 30 тыс. человек, обратим внимание на то, что около 40% из них были подростки 13–17 лет. В 2020 г. Верховный Суд Российской Федерации признал АУЕ экстремистским сообществом и его деятельность была запрещена [2].

Рассматривая делинквентное поведение как общественно опасный вид девиации, отметим возрастающую тенденцию его группового проявления в среде учащейся молодежи. В работах российских исследователей и официальной статистике, посвященных девиантному поведению учащихся и насилию в образовательных учреждениях, можно увидеть англоязычные понятия: «моббинг», «буллинг», «шутинг», отсутствующие в российском законодательстве. Понятия «моббинг» и «буллинг» по сути схожи. Они являются определениями перманентного намеренного психологического и/или физического насилия, травли одного человека группой лиц. Понятием «буллинг» (от английского bullying – «издевательство», «травля») чаще всего характеризуют отношения в подростковой и молодежной среде учащихся-сверстников (одноклассников, одногруппников), то есть равных в своем социальном статусе, поэтому буллинг определяют еще как вид

«горизонтального» моббинга. Ситуации, так называемого, «вертикального» моббинга встречаются в иерархически структурированных организациях и трудовых коллективах. Цель агрессоров (мобберов) – препятствовать возможному карьерному росту «жертвы» или привести ее к увольнению, уходу из организации. В группах агрессоров (мобберов, буллеров), как правило, есть лидер – инициатор травли.

Возрастающее влияние на поведение подростков и молодежи доступного деструктивного интернет-контента проявилось в распространении кибербуллинга и кибермоббинга [3]. Это могут быть смс-сообщения с оскорблениями и угрозами, распространение в социальных сетях ложной, порочащей личность информации, размещение на видеопорталах и сайтах в интернете видеоматериалов, в которых жертву морально унижают и избивают.

Проблема роста распространенности буллинга в российских образовательных учреждениях в последние годы приобретает все более острый социальный характер [4]. В 2018 г. при участии Министерства образования и науки Российской Федерации была проведена международная конференции «Насилие в образовательной среде». В опубликованных материалах конференции отмечалось, что травля и насилие в образовательной среде, как правило, являются проявлением конфликтов между учащимися, но, подчас, субъектами таких конфликтов становятся родители и педагоги. По данным онлайн-опроса, в котором участвовало 2,8 тыс. педагогов, 70% опрошенных заявили, что сталкивались с разными формами буллинга, для 50% из них это было два-три раза, а 6% учителей заявили, что регулярно подвергались травле со стороны учащихся [5].

По результатам опроса, проведенного в 2021 г. Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ), наибольшее количество респондентов – 38% сталкивались с буллингом во время учебы в школе, в семье при общении с родственниками – 15%, во время учебы в вузе или колледже – 13%, в интернете – 7%. В ситуациях буллинга оказывались преимущественно несовершеннолетние, в возрасте 11–14 лет (26%, каждый четвертый), в 15–17 лет (20%, каждый пятый) [6]. Жертвами «школьного» или «вузовского» буллинга могут стать учащиеся другой национальности, вероисповедания, так называемые «ботаники», «белые вороны», но чаще всего это следствие конфликтных межличностных отношений.

Буллинг порождает крайне негативные последствия для психологического здоровья не только жертвы, но и других вовлеченных в него лиц, он может являться одной из причин подростковых суицидов и скулшутинга. Скулшутинг (колумбайн) – это вооруженное нападение на учащихся и/или педагогов в

образовательном учреждении, совершаемое, как правило, нынешним или бывшим учащимся (учащимися) этого учреждения [7]. Информация о таких случаях в российских учреждениях образования с печальной регулярностью появляется в средствах массовой информации.

От единичной ситуации насилия буллинг отличается тем, что это всегда систематические, продолжительные агрессивные действия, в разных проявлениях. В связи с этим, некоторыми авторами высказываются предложения о необходимости юридического закреплении понятий «моббинг», «буллинг», «кибермоббинг», «кибербуллинг» в российском законодательстве и установление санкций за данные деяния. Отметим, что и действующим законодательством, в зависимости от конкретных обстоятельств, степени общественной опасности и нанесенного вреда, установлены дисциплинарная, административная или уголовная ответственность за деяния характерные для указанных понятия. Например, статья 43 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации" предусматривает применение к обучающимся мер дисциплинарного взыскания – замечание, выговор, отчисление из организации, осуществляющей образовательную деятельность (последняя мера применима только к обучающимся, достигшим 15-летнего возраста) [8].

К административной или уголовной ответственности может быть привлечено лицо, достигшее к моменту совершения правонарушения 16-летнего возраста (в некоторых составах преступлений он снижен до 14 лет), следовательно, правонарушители (участники буллинга) младше указанного возраста не привлекаются к данным видам юридической ответственности, что может порождать ощущение вседозволенности и безнаказанности. В связи с этим в юридическом сообществе и научных публикациях вполне обоснованно высказываются предложения о необходимости усилить административную ответственность родителей или иных законных представителей несовершеннолетних за неисполнение или ненадлежащее исполнение ими обязанностей по воспитанию несовершеннолетних.

Однако, только карательными мерами решить проблему противоправного поведения подростков и молодежи нельзя. Первоочередное значение имеют меры профилактические, среди которых достаточно эффективной может быть коммуникативная практика медиации. В настоящее время в российских учебных учреждениях (по их выбору) для урегулирования конфликтов между различными участниками образовательно-воспитательного процесса и предупреждения возможных правонарушений применяются две организационно-методические модели: медиативная и восстановительная. Первая реализуется службами школьной медиации (СШМ), вторая – школьными

службами примирения (ШСП). Медиативная модель ориентирована на разрешение конфликтных ситуаций ненасильственным средствами путем выработки сторонами конфликта взаимоприемлемого добровольного решения при содействии нейтрального и независимого медиатора (посредника). Восстановительная модель реализует концепцию восстановительного правосудия, направленную не на изоляцию правонарушителя от общества, а на достижение осознания им своей вины, возмещение потерпевшему морального и (или) материального ущерба, восстановление отношений и недопущение новых правонарушений.

За период с 2017 по 2021 гг. число служб медиации в образовательных организациях России возросло с 11492 до 18266, а число служб примирения – с 9045 до 11509, они действуют во всех федеральных округах. В Приволжском федеральном округе за данный период общее количество указанных служб возросло с 3679 до 6291. С 2016 г. федеральными учреждениями в субъектах федерации ежегодно проводятся мониторинги деятельности данных служб.

В 2021 г. в Нижегородской области действовала 851 служба медиации (примирения), в том числе, в общеобразовательных организациях 675 служб медиации и 168 служб примирения, в которых работало более 2800 специалистов В 2020–2021 гг. специалистами служб медиации было рассмотрено 939 конфликтных ситуаций, из которых 119 связаны с правонарушениями несовершеннолетних, урегулированы соответственно 912 и 110. За этот же период в службах примирения образовательных организаций было рассмотрено 233 конфликта, из которых 49 связаны с правонарушениями несовершеннолетних, урегулированы соответственно 232 и 44.

По Приволжскому федеральному округу эффективность урегулирования конфликтов, связанных с правонарушениями несовершеннолетних, с применением медиативного и (или) восстановительный подхода в службах медиации и примирения составляла 72%, а эффективность урегулирования всех рассмотренных случаев – 85% [9]. Это свидетельствуют о достаточно высокой эффективности медиативных практик.

Но, несмотря на стабильное увеличение числа служб, сегодня медиация все еще не является в должной мере распространённой коммуникативной практикой, что обусловлено рядом факторов.

Во-первых, указанные службы создаются преимущественно в общеобразовательных школах и лицеях и реже – в учреждениях среднего и высшего профессионального образования, следовательно, отсутствует преемственность в функционировании института медиации на разных уровнях системы образования.

Во-вторых, недостаточно профессионально подготовленных медиаторов, владеющих методиками урегулирования конфликтов с учетом психоэмоциональных состояний и возрастных особенностей участников медиативной процедуры. В связи с этим отметим, что для решения «кадровой» проблемы в 2015 г. на юридическом факультете Нижегородского государственного университете им. Н.И. Лобачевского был создан «Центр медиации и права», одним из основных направлений деятельности которого является интеграция медиативного метода в деятельность образовательных организаций разного уровня и подготовка специалистов-медиаторов.

В-третьих, на федеральном и региональном уровнях пока нет скоординированной, системной просветительской работы по популяризации медиации с учетом различных целевых аудиторий, с широким использованием средств массовой информации, включая интернет-ресурсы. Необходимо активизировать юридическое просвещение подростков и молодежи о медиации и ответственности за различные проявления делинквентного поведения, используя для этого и формат юридических клиник университетов.

Список литературы

1. Чунусов М.А. Теоретический анализ категории «делинквентное поведение» // Вестник Академии знаний. 2013. № 4 (7). С. 154–158.

2. Костенко Я., Сидоренко Е. АУЕкнулось: почему приверженцев воровской идеологии признали экстремистами // Известия. 17.08.2020. URL: https://iz.ru/1048836/iaroslava-kostenko-elena-sidorenko/aueknulos-pochemu-priverzhentcev-vorovskoi-ideologii-priznali-ekstremistami (дата обращения: 16.08.2022).

3. Рогава И.Г., Мамедов Н.А. Буллинг, кибербуллинг и другие формы насилия в российских школах. // Научный электронный журнал «Меридиан». 2020. № 15 (49). С. 108–110.

4. Новикова М.А., Реан А.А., Коновалов И.А. Буллинг в российских школах: опыт диагностики распространенности, половозрастных особенностей и связи со школьным климатом // Вопросы образования. 2021. № 3. С. 62–90.

5. Васильева А. Российские школьники стали чаще проявлять агрессию // Коммерсант. № 58. 05.04.2018. URL: https://www.kommersant.ru/doc/3593471?from=four_strana (дата обращения: 14.07.2022).

6. Буллинг, он же травля: масштаб проблемы и пути решения. Аналитический обзор ВЦИОМ. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/bulling-on-zhe-travlja-masshtab-problemy-i-puti-reshenija (дата обращения: 24.08.2022).

7. Лукашкова И. Л., Ященко А. А. Феномен скулшутинга: причины и профилактика // Ученые записки Казанского юридического института МВД России. 2021. № 2 (12). С. 337–341.

8. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 14.07.2022) «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 25.07.2022). // СПС «Консультант Плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc _LAW_140174/03ed3d9a84d233e0791495bf8600996efca437fa/ (дата обращения: 25.08.2022).

9. Аналитический доклад «Мониторинг деятельности служб медиации в субъектах Российской Федерации». Федеральное государственное бюджетное учреждение «Центр защиты прав и интересов детей». URL: https://fcprc.ru/wp-content/uploads/2021/06/Monitoring-2020-21.pdf (дата обращения: 26.08.2022).

ПРОФЕССИОНАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНАЯ ФУНКЦИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ЮРИДИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ (НА ПРИМЕРЕ ДОСОВЕТСКИХ ЮРИДИЧЕСКИХ НАУЧНЫХ ОБЩЕСТВ)

PROFESSIONAL AND COMMUNICATIVE FUNCTION OF PUBLIC LEGAL ORGANISATIONS (ON THE EXAMPLE OF PRE-SOVIET LEGAL SCIENTIFIC SOCIETIES)

В.С. Сэруа
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
V.S. Serua
Lobachevsky University

Рассматривается профессионально-коммуникативная функция юридических научных обществ как условие становления юридического профессионального сообщества. Автор приходит к выводу об особом месте профессионально-коммуникативной функции в системе реализуемых юридическими научными обществами направлений деятельности, обусловленном ее интегральным и комплексным характером.

The article considers the formation of the legal professional community as a result of the implementation of the professional and communicative function of legal scientific societies. The author comes to the conclusion about the special place of the professional and communicative function in the system of activities implemented by legal scientific societies, due to its integral and complex nature.

Ключевые слова: юридические научные общества, профессионально-коммуникативная функция, профессиональное юридическое сообщество, женщины-юристы

Keywords: legal scientific societies, professional and communicative function, professional legal community, women lawyers

Одним из маркеров зрелости гражданского общества следует считать не только осознание субъектами общественной жизни потребности в образовании неких объединений по интересам, но и реальное их создание и функционирование. В данном ракурсе открытие во второй половине XIX века юридических научных обществ представляет собой наглядный пример демократизации постреформенного российского общества, трансформации внутренней государственной политики и результативности гражданской инициативы. Юридические общества смогли возникнуть вследствие соединения энтузиазма юридической общественности и нового для российского государства настроя на взаимодействие с социумом. Достаточно быстро они заявили о себе как о значимых участниках общественной жизни, а их количество выросло до 30 организаций [1, с. 394]. Проводимые обществами научные исследования свидетельствовали о становлении и развитии отечественной правовой науки, их результаты были востребованы практикой и с очевидностью способствовали формированию буржуазной государственно-правовой действительности. Издаваемые обществами журналы – «Журнал гражданского и уголовного права», «Вестник права», «Юридический вестник» заняли лидирующие позиции в юридической периодической печати. Благодаря усилиям обществ были достигнуты серьезные успехи в области правового просвещения населения: открыты библиотеки, проведены открытые лекции и иные общедоступные мероприятия. С учетом близости права к проблемам власти юридические общества были обречены на вовлечение в общественно-политическую деятельность, а создание сети юридических обществ предопределило их активность в направлении консолидации общественных организаций юридического и смежных направлений. Соответственно, есть веские основания рассматривать юридические общества как организации, имеющие новаторский и многофункциональный характер. Однако, значимость юридических обществ как мест сосредоточения и взаимодействия лиц, принадлежащих к одной профессиональной группе, что способствовало формированию профессионального сообщества, существенно недооценена. В связи с этим представляет несомненный исследовательский интерес вопрос о реализации юридическими обществами профессионально-коммуникативной функции.

Первым и главным каналом коммуникации следует считать основную форму работы юридических обществ – периодические заседания, где в большинстве случаев обсуждались подготовленные членами общества доклады по определенным правовым вопросам. Именно во время таких традиционных встреч происходило живое общение членов общества друг с другом, потенциальными участниками обществ и приглашенными специалистами. Уставные документы обществ свидетельствуют о сложном характере понятия «член общества», внутри которого существовали категории «почетных членов, действительных членов, членов-сотрудников (корреспондентов) и членов–соревнователей». Разнообразие принимаемых статусов указывает на возможность для любого заинтересованного лица войти в состав общества и быть включенным в систему профессиональных коммуникаций.

Так, среди самой многочисленной категории действительных членов можно было встретить и представителей профессиональной элиты и рядовых юрисконсультов. Начинающим юристам научные общества предоставляли уникальную возможность услышать, увидеть, поучиться и пообщаться с мэтрами юриспруденции, многие из которых вошли в категорию почетных членов как лица, «оказавшие особые заслуги юридической науке или значительное содействие обществу». Почётными членами юридических обществ были звезды отечественной юриспруденции А.Ф. Кони, С.А. Муромцев, Б.Н. Чичерин, Г.Ф. Шершеневич, а также зарубежные знатоки права Франц фон Лист, Габриэль Тард, Рене Беранже [2, с. 225].

Включиться в орбиту профессиональных коммуникаций благодаря обществам смогли не только столичные юристы, но и правоведы из провинциальных российских городов, где местные юридические общества отсутствовали. Сформированная категория «членов-сотрудников (членов-корреспондентов)» предполагала, что основным их занятием станет исследование обычного права, сбор местного материала и активное участие в научно-просветительской работе обществ.

Наконец, в истории юридических обществ обнаруживаются факты членства лиц, получивших статус членов-соревнователей, напрямую не принадлежавших к юридической профессии, но «интересовавшихся делом отечественной юриспруденции и желавших содействовать достижению целей общества своими материальными средствами». Наличие данной категории дает право утверждать, что посредством юридических обществ создавалась уникальная ситуация для объединения интеллектуальных, материальных и иных ресурсов, направляемых на совершенствование российского права, что, в свою

очередь, являлось необходимой предпосылкой и базой для развития профессиональных коммуникаций.

Для эффективности и глубины формировавшейся в обществах системы профессиональных контактов, безусловно, была важна широта спектра профессионального принадлежности членов юридических обществ. Членами юридических обществ становились работники судебных учреждений всех уровней (прокуроры, товарищи прокуроров судебных палат и окружных судов, председатели, члены и секретари окружных судов; мировые судьи и их помощники, а кроме того, нотариусы и их помощники, юрисконсульты, лица военного ведомства); высокопоставленные чиновники (члены Государственного Совета, министры юстиции и товарищи министров, сенаторы и губернаторы) и, конечно, профессора и доценты университетов.

Для полноты характеристики юридических обществ как профессионально-коммуникационных центров, открытых для любого юриста, необходимо осветить участие в работе юридических обществ женщин-юристов и студентов юридических факультетов. Свою профессиональную реализацию именно в рамках Санкт-Петербургского общества осуществила А.М Евреинова, первая женщина-юрист в России [3, с. 187]. В состав обществ входили А.В. Лучинская, г. Дегтерева, г. Овчинникова. Кроме того, в научных заседаниях юридических обществ выступали студенты в качестве авторов докладов и участников дискуссий (например, студент Санкт-Петербургского университета П.Г. Тимофеев) [1, с. 400]. Таким образом, юридические общества реализовывали профессионально-коммуникационную функцию, обучая будущих юристов и обеспечивая преемственность в профессиональном юридическом сообществе.

Особой гранью проблематики становления системы профессиональной коммуникации через юридические общества выступает организация взаимодействия обществ с целью объединения усилий в деле практической и теоретической разработки российского права. Более двадцати лет понадобились для установления определенного порядка во взаимоотношениях российских юридических обществ, и к началу XX века завязались реальные контакты между столичными и провинциальными обществами (Санкт-Петербурга, Москвы, Курска). Системный характер межорганизационное общение приобрело только в 1912 г., когда члены одних организаций с докладами стали постоянно выступать в заседаниях других, тем самым расширяя пространство дискуссий и обмена мнениями на юридические темы, выходя за пределы одного юридического общества. Только к этому времени профессиональная коммуникация

окончательно преодолела территориальный барьер, общение между обществами стало не исключительным, а обычным явлением.

Таким образом, функциональное наполнение деятельности юридических научных обществ включает как исследованные ранее научно-исследовательскую, издательскую, просветительскую, общественно-политическую функцию, так и профессионально-коммуникационную. Причем, в профессионально-коммуникационной функции, пронизывающей все виды активности юридических обществ, усматривается комплексный интегративный характер, что позволило юридическим обществам успешно выполнить метамиссию по формированию юридического профессионального сообщества.

Список литературы

1. Сэруа В.С. Научные юридические общества в досоветской России: новаторская форма организации отечественной юридической науки // Московский юридический форум онлайн 2020. Сборник тезисов докладов: в 4 частях. 2020. С. 394–402.

2. Сэруа В.С. Юрист с активной гражданской позицией в досоветской России: штрихи к портрету // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2014. № 3-2. С. 225–228.

3. Сэруа В.С. Первая женщина в российской юридической науке: обычное право русского народа в исследованиях Анны Михайловны Евреиновой // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2020. № 2. С. 187–192.

ВИЗУАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА КОММУНИКАЦИИ В СРЕДНЕВЕКОВЫХ ПРАВОВЫХ ПАМЯТНИКАХ

VISUAL MEANS OF COMMUNICATION IN MEDIEVAL LEGAL MONUMENTS

А.И. Федюшкина
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
A.I. Fediushkina
Lobachevsky University

Рассмотрены способы визуального представления содержания норм обычного права в западноевропейских иллюминированных рукописях периода высокого Средневековья. В зависимости от соотношения текста и рисунка выделены две группы источников: во-первых, содержание текста полностью

дублируется в миниатюре, во-вторых, миниатюра не соответствует тексту и является отдельным способом представления содержания правовой нормы.

The article discusses the ways of visual representation of the customary law in Western European illuminated manuscripts of the High Middle Ages. The author differs two groups of sources depending on the ratio of text and images. In the first group the content of the text is completely duplicated in the miniature, but in the second, the miniature does not correspond to the text and is a separate way of presenting the content of the legal norm.

Ключевые слова: обычное право, Саксонское зерцало, Кутюм Тулузы, иллюминированные рукописи, Средние века, право Западной Европы

Keywords: customary law, Sachsenspiegel (Saxon Mirror), Coutumes de Toulouse, illuminated manuscripts, Middle Ages, Western European law

Ученые, занимающиеся изучением истории формирования отечественного и зарубежного права, традиционно сосредоточивают свое внимание на анализе текстов правовых памятников. Изучение различных письменных документов составляет основу исследовательской работы историков права. Однако, кроме этого ученым, изучающим европейское право периода высокого Средневековья, доступны и источники, полностью или частично передающие нормативное содержание с помощью изображения, иллюминированные манускрипты правовых памятников, содержащие, помимо текста, красочные миниатюры и другие декоративные элементы. В зависимости от соотношения текста и миниатюры можно выделить несколько групп таких иллюстрированных источников.

К первой группе относятся рукописи, в которых миниатюра дублирует текст, полностью повторяя содержание правовой нормы в виде изображения. В этом случае визуальный образ не представляет читателю нового правила поведения, он полностью производен от текста. К числу таких манускриптов относятся, например, иллюминированные рукописи Саксонского зерцала. Самая хорошо сохранившаяся из них – Вольфенбюттельская рукопись (1348, 1361/1371) [1], на каждой из страниц которой представлены группы миниатюр. Изображения здесь располагаются в левой части и занимают половину площади пергамена. По своей компоновке на листе они абсолютно равнозначны тексту и воспринимаются читателем как важная содержательная часть рукописи. При этом они выполняют множество разнообразных функций: украшают рукопись, помогают читателю текста запоминать его содержание, объясняют смысл приведенной в тексте правовой нормы, представляют в особой символической форме юридическую терминологию и даже служат дополнительным способом навигации по тексту манускрипта [2, s. 237-247].

Изображения при этом являются неотъемлемой частью рукописи, они нанесены на пергамен вместе с текстом, то есть, по задумке заказчика и изготовителей рукописи, изначально должны передавать нормативное содержание наравне с текстом. Каждая из миниатюр при этом связана с текстовым отрывком повторяющимся красочным инициалом, что позволяет быстро и безошибочно соотнести картинку и текст. При этом характерной особенностью миниатюр, отмечаемой многими исследователями [3, p. 276-277], является их нарративный характер. Последовательно переходя от рисунка к рисунку, читатель рукописи следит за единым повествованием, в котором присутствуют повторяющиеся фигуры. Символически обозначенные действия изображенных лиц раскрывают содержание их должного поведения, конкретизируют запрет, указывают на условия применения той или иной нормы. Таким образом, на страницах манускрипта мы видим символическое изображение норм обычного германского права периода высокого Средневековья.

Вторая группа источников включает рукописи, в которых основной целью миниатюры является дополнение текста. К таким правовым памятникам относится, в частности, рукопись Кутюма Тулузы с глоссой [4], составленная между 1295 и 1297 гг. В сравнении с иллюминированными рукописями Саксонского зерцала Кутюм Тулузы выглядит намного скромнее: декоративные элементы (красочные инициалы, орнаменты, рамки и т.д.) встречаются реже и выполнены менее помпезно, 17 рисунков, имеющих правовое содержание, расположены в нижней свободной части отдельных страниц рукописи и в сравнении с текстом занимают лишь малую часть пергамена. Но помимо этих внешних различий, иллюстрации в рукописи Кутюма Тулузы отличает от Саксонского зерцало тот факт, что они не просто не дублируют текста, но изображают сцены, вовсе не встречающиеся ни в записях норм обычного права Тулузы, ни в комментирующей их глоссе. Из 17 рисунков большая часть сюжетов посвящены нормам уголовного права и представляют различные виды наказаний, в основном членовредительские наказания и квалифицированные виды смертной казни, часть рисунков иллюстрирует процессуальные нормы.

Как отмечают исследователи рукописи [5], общий стиль иллюстраций, характер их расположения на странице, отличия в манере исполнения от других декоративных элементов рукописи (в частности, от шести миниатюр, представляющих неюридические сюжеты) позволяет сделать вывод о более позднем происхождении рисунков. Вероятно, они были выполнены в дополнение к существующему тексту Кутюма и являются своеобразными «визуальными глоссами». Таким образом, на примере Кутюма Тулузы мы видим

нестандартный способ представления нормативного материала, когда основное содержание правовой нормы раскрывается не в тексте, а в визуальном образе.

Список литературы

1. Eike <von Repgow>. Der Sachsenspiegel und das sächsische Lehnrecht. Wolfenbüttel. Herzog August Bibliothek Wolfenbüttel. URL: https://www.sachsenspiegel-online.de/cms/ (дата обращения: 20.06.2022).

2. Hüpper D. Funktionstypen der Bilder in den Codices picturati des Sachsenspiegels // Pragmatische Schriftlichkeit im Mittelalter. Erscheinungsformen und Entwicklungsstufen, hg. von Hagen Keller, Klaus Grubmüller und Nikolaus Staubach. Akten des Internationalen Kolloquiums 17.-19. Mai 1989 (Münstersche Mittelalter-Schriften 65) München: 1992.

3. Manuwald H. Pictorial narrative in legal manuscripts? The Sachenspiegel manuscript in Wolfenbuttel // Word & Image. Vol. 23. № 3. 2007.

4. Coutumes de Toulouse. 1295-1297 // Bibliothèque Nationale de France. Département des Manuscrits. Latin 9187. URL: https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b105090434?rk=42918;4 (дата обращения: 01.09.2022).

5. Тогоева О.И. Между текстом и миниатюрой: наказание фальшивомонетчиков в «Кутюмах Тулузы» (BNF. Ms. lat. 9187) // Электронный научно-образовательный журнал «История». 2017. Т. 8. Вып. 6 (60). URL: https://history.jes.su/s207987840001890-8-1/ (дата обращения: 01.09.2022).

ЮРИДИЧЕСКАЯ ПЕРИОДИКА КАК СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СРЕДЕ ВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЕ XIX В.

LEGAL PERIODICALS AS A MEANS OF COMMUNICATION IN A PROFESSIONAL ENVIRONMENT IN THE SECOND HALF OF THE 19TH CENTURY

Н.С. Щерова
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
N.S. Scherova
Lobachevsky University

Рассматриваются средства массовой информации как способ коммуникации между представителями научного сообщества на примере отечественных юридических изданий второй половины XIX в. В рамках данной темы изучаются особенности содержания юридических журналов, связанные с осуществлением задачи по организации научных дискуссий, обсуждений.

The article considers the mass media as a way of communication between representatives of the scientific community on the example of domestic legal publications of the second half of the 19th century. The features of the content of legal journals related to the implementation of the task of organizing scientific discussions are studied in this topic.

Ключевые слова: право, коммуникация, юридические журналы, отраслевая периодика XIX в., юридические сообщества, Первый съезд русских юристов

Keywords: law, communication, legal journals, industry periodicals of the 19th century, legal communities, the First Congress of Russian lawyers

Юридическая наука находится в постоянном движении, развитии, в связи с чем возникает потребность в различных средствах коммуникации между представителями научного сообщества с целью организации обсуждений, обмена опытом. В настоящее время самым распространенным способом являются научные мероприятия в форматах конференций, форумов, круглых столов. Однако не менее важной площадкой для дискуссий по правовым вопросам теории и практики являются средства массовой информации, в большинстве случаев специализированного характера.

По мнению исследователей, «научный журнал занимает важное место в системе научной коммуникации юридического сообщества, под которой понимается механизм взаимодействия между учеными и иными агентами производства нового научного знания, которое становится самостоятельным товаром» [1, с. 68].

Одной из функций средств массовой информации является коммуникативная, содержание которой раскрывается по-разному: организация общественного диалога и/или обращения государственной власти к народу [2, с. 467], функция общения, налаживания контакта [3, с. 59]. В качестве самостоятельной функции называют способность «служить «форумом для обмена мнениями и критическими высказываниями», то есть быть «коллективным проводником» общественного диалога» [4].

Первые юридические периодические издания в России появились в начале XIX в., а во второй половине столетия стали активно развиваться: их количество увеличилось, изменились задачи, которые ставили перед собой редакции журналов. В частности, в их числе можно назвать оказание содействия в проведении научных дискуссий.

Содержание юридических журналов было представлено, в первую очередь, материалами по различным правовым вопросам: исследование аспектов, относящихся к разным отраслям права, обзоры судебной практики,

юридическая библиография. Поскольку в рассматриваемый период периодическая печать была основной площадкой для высказывания учеными-юристами своих мнений, взглядов, теорий, закономерным представляются примеры того, как в отношении конкретной публикации в последующих номерах того или иного издания другой автор выражал иную точку зрения. Например, в «Юридическом вестнике» (книга 2, 1869 г.) был напечатан «Ответ П. Тиханову» [5] на его рецензию на книгу И. Романова «О порядке ведения уголовных дел у мировых судей». Это позволяет нам говорить о научной полемике на страницах периодики.

Отдельное место в структуре отраслевых журналов отводилось освещению деятельности профессиональных юридических сообществ. Их создание было обусловлено, в том числе, необходимостью консолидации ученых для решения теоретических и практических проблем, стоявших перед юридической наукой. Кроме того, они являлись площадкой для обсуждения правовых вопросов, способствовали установлению коммуникации внутри научного сообщества.

Существуют примеры периодики, которые издавались подобными объединениями. Например, «Юридический вестник» выходил от имени Московского юридического общества, «Журнал гражданского и уголовного права» – Санкт-Петербургского юридического общества. В этих изданиях печатались материалы о работе организаций: протоколы собраний, доклады участников обществ. В «Журнале Министерства юстиции» был раздел под названием «Из деятельности юридических обществ», посвященный функционированию объединений юристов: Московского, Санкт-Петербургского, Харьковского, Ярославского, Киевского. Подобные публикации позволяют получить информацию о деятельности профессиональных юридических учреждений.

Периодическая печать тоже принимала участие в проведении общероссийских научных и практических мероприятий в среде юридического сообщества. В 1875 г. состоялся Первый съезд русских юристов, целью которого, в частности, был обмен мнениями по вопросам развития различных государственно-правовых явлений. Активная роль в организации этого собрания принадлежала Московскому юридическому обществу, члены которого в рамках журнала «Юридический вестник» подробно рассказывали о ходе проведения съезда. До и после проведения данного мероприятия, в 1874-1876 гг., практически в каждом номере издания были опубликованы материалы, касающиеся Первого съезда русских юристов: информация о подготовительной работе, разработка предварительной программы, отчеты о проведенных заседаниях.

Коммуникативные связи в профессиональной среде юристов налаживались и благодаря специализированной периодике. Перед юридическими журналами стояла задача не только развития и совершенствования правовой науки, но и организации коммуникации между представителями юридического сообщества. В периодической печати проходили обсуждения различных вопросов, посредством изданий освещались крупные мероприятия, например, Первый съезд русских юристов, а также деятельность профессиональных юридических объединений. Это способствовало установлению и укреплению взаимоотношений и взаимодействия между юристами.

Список литературы

1. Чупракова И. Научно-практический журнал «Право.бу» в системе научной коммуникации юридического сообщества Беларуси // Юстиция Беларуси. 2013. № 5 (134). С. 68–69.
2. Анхимова Р.В. Средства массовой информации как часть коммуникативной системы: понятие, функции и роль в обществе // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № -3. С. 464–468.
3. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: Учебник для студентов вузов. 8-е изд., испр. М.: Аспект Пресс, 2011. 351 с.
4. Андреев Д.В. Роль массовых коммуникаций в формировании правового пространства: философско-правовой аспект // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2013. № 3 (27). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rol-massovyh-kommunikatsiy-v-formirovanii-pravovogo-prostranstva-filosofsko-pravovoy-aspekt (дата обращения: 28.06.2022).
5. Романов И. Ответ П. Тиханову // Юридический вестник. 1869. кн. 2. С. 63–66.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ

Амбарова Полина Анатольевна – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры социологии и технологий государственного и муниципального управления Института экономики и управления Уральского федерального университета им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Россия

Баранова Марина Владимировна – доктор юридических наук, кандидат культурологии, профессор, Почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации, профессор кафедры теории и истории государства и права юридического факультета Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Беликова Екатерина Олеговна – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социологии и политологии Волгоградского государственного университета, г. Волгоград, Россия

Беляева Людмила Александровна – доктор социологических наук, руководитель Центра изучения социокультурных изменений Института философии РАН, г. Москва, Россия

Бикметов Евгений Юрьевич – доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры цифровых технологий в экономике и управлении Уфимского государственного авиационного технического университета, г. Уфа, Россия

Бочаров Владислав Юрьевич – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и культурологии Самарского национального исследовательского университета им. академика С.П. Королева (Самарский университет), г. Самара; ассоциированный научный сотрудник Социологического института – филиала Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН, г. Санкт-Петербург; научный сотрудник Центра перспективных исследований и инновационных разработок Тюменского индустриального университета, г. Тюмень, Россия

Васильева Екатерина Николаевна – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры педагогики, психологии и социальной работы Волгоградского государственного университета, г. Волгоград; главный научный сотрудник Института демографических исследований Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН, г. Москва, Россия

Винокурова Ульяна Алексеевна – доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры народной художественной культуры Арктического государственного института культуры и искусств; профессор кафедры социологии и управления персоналом Финансово-экономического института Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова, г. Якутск, Республика Саха (Якутия), Россия

Градусова Валентина Николаевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента Северо-Западного института управления – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Санкт-Петербург, Россия

Дулина Надежда Васильевна – доктор социологических наук, профессор, заведующая кафедрой социологии и политологии Волгоградского государственного университета, г. Волгоград, Россия

Карасев Павел Константинович – министр внутренней муниципальной и региональной политики Нижегородской области, г. Нижний Новгород, Россия

Москалевич Галина Николаевна – кандидат юридических наук, доцент, доцент Минского инновационного университета, г. Минск, Беларусь

Петрова Татьяна Эдуардовна – доктор социологических наук, профессор, профессор Российского государственного гуманитарного университета, г. Москва, Россия

Пруель Николай Александрович – доктор социологических наук, доцент, заведующий кафедрой социального управления и планирования Санкт-Петербургского государственного университета, г. Санкт-Петербург, Россия

Ростовская Тамара Керимовна – доктор социологических наук, профессор, заместитель директора по научной работе Института демографических исследований Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН, г. Москва, Россия

Саралиева Зарэтхан Хаджи-Мурзаевна – доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия; ассоциированный сотрудник Социологического института РАН – филиала Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН, г. Санкт-Петербург, Россия

Судьин Сергей Александрович – доктор социологических наук, доцент, заведующий кафедрой общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Ушакова Маргарита Валерьевна – уполномоченный по правам ребёнка в Нижегородской области, г. Нижний Новгород, Россия

Фадеева Ирина Михайловна – доктор социологических наук, заведующая центром анализа и прогноза развития научно-технологического комплекса Российского научно-исследовательского института экономики, политики и права в научно-технической сфере, г. Москва, Россия

Федюшкина Арина Игоревна – кандидат юридических наук, доцент кафедры теории и истории государства и права юридического факультета Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Хаджаев Хабибулла Сагдуллаевич – доцент Ташкентского финансового института, г. Ташкент, Республика Узбекистан

Ясин Чэнь – кандидат филологических наук, преподаватель института языков и культуры Шанхайского политико-юридического университета, г. Шанхай, Китайская Народная Республика

СЕКЦИЯ 1
ПАРАДИГМЫ И ФУНКЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Безрукова Наталия Алексеевна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики предприятий и организаций института экономики и предпринимательства Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Заляев Артур Рустемович – кандидат социологических наук, проректор по молодежной политике, доцент кафедры истории, философии и социологии Казанского государственного медицинского университета Министерства здравоохранения Российской Федерации, г. Казань, Россия

Кутявина Елена Евгеньевна – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Леонова Ирина Сергеевна – доктор социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук Национального

исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Николаенко Анастасия Максимовна – студентка Балтийского федерального университета им. И. Канта, г. Калининград, Россия

Проданцов Константин Сергеевич – инженер социологической лаборатории Балтийского федерального университета им. И. Канта, г. Калининград, Россия

Ситникова Ирина Викторовна – старший преподаватель кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Цапина Татьяна Николаевна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики предприятий и организаций института экономики и предпринимательства Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Шетулова Елена Дмитриевна – доктор философских наук, доцент, профессор кафедры методологии, истории и философии науки Института экономики и управления Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева, г. Нижний Новгород, Россия

Шпилев Дмитрий Анатольевич – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; профессор кафедры криминологии Нижегородской академии МВД России, г. Нижний Новгород, Россия

СЕКЦИЯ 2
КОММУНИКАТИВНАЯ ЛИЧНОСТЬ

Абржина Екатерина Александровна – магистрант института истории и политики Московского педагогического государственного университета, г. Москва, Россия

Алонци Роберта – Российский университет дружбы народов, г. Москва, Россия; Флорентийская Высшая школа переводчиков, г. Сиена, Италия

Башук Елена Николаевна – старший преподаватель кафедры психологии управления факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Безрукова Наталия Алексеевна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики предприятий и организаций института экономики и предпринимательства Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Блохина Алина Евгеньевна – кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры истории и теории международных отношений института международных отношений и мировой истории Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Боченков Дмитрий Александрович – генеральный директор общества с ограниченной ответственностью «Системы развития процессов и персонала», г. Нижний Новгород, Россия

Видманова Юлия Вячеславовна – начальник управления по работе с персоналом Нижегородского завода 70-летия Победы, г. Нижний Новгород, Россия

Воронин Геннадий Леонидович – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород; ведущий научный сотрудник отдела

исследований динамики социальной адаптации Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН, г. Москва, Россия

Вяхирева Валерия Валерьевна – преподаватель кафедры социальной безопасности и гуманитарных технологий, младший научный сотрудник лаборатории киберпсихологии факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Гладина Татьяна Даниловна – кандидат социологических наук, доцент кафедры психологии управления факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; председатель Комитета по трудовым ресурсам Торгово-промышленной палаты Нижегородской области, г. Нижний Новгород, Россия

Гочхайт Сайкат – PhD, доцент Международного университета Симбиоза, г. Пуна, Индия

Дегтярева Ирина Анатольевна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры инженерной педагогики Сибирского государственного автомобильно-дорожного университета, г. Омск, Россия

Демарева Валерия Алексеевна – кандидат психологических наук, доцент кафедры социальной безопасности и гуманитарных технологий, заведующая лабораторией киберпсихологии факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Дуванская Мария Константиновна – кандидат психологических наук, доцент кафедры социологии и политологии гуманитарного факультета Пермского национального исследовательского политехнического университета, г. Пермь, Россия

Евстропова Светлана Валериановна – аспирант кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Зеленев Илья Александрович – научный сотрудник факультета психологии Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия

Зимовина Елена Павловна – кандидат исторических наук, научный сотрудник социологической лаборатории Балтийского федерального университета им. И. Канта, г. Калининград, Россия

Зотьева Анна Александровна – студентка механико-технологического факультета Пермского национального исследовательского политехнического университета, г. Пермь, Россия

Изидори Эмануэле – PhD, профессор, проректор по международным отношениям и сотрудничеству Римского университета Форо Италико, г. Рим, Италия

Исакова Инна Александровна – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Казаков Максим Павлович – психолог, тренер Нижегородской областной общественной организации «Семейный центр “ЛАДА”»; магистрант кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Карташова Анна Григорьевна – руководитель направления мотивации Уральского банка реконструкции и развития, г. Нижний Новгород, Россия

Каспаров Игорь Викторович – кандидат технических наук, профессор, заведующий кафедрой общеобразовательных и профессиональных дисциплин Самарского государственного университета путей сообщения, г. Нижний Новгород, Россия

Кобзарева Светлана Евгеньевна – преподаватель духовых инструментов Муниципального бюджетного учреждения дополнительного образования городского округа Самара «Детская музыкальная школа № 1», Самарской областной благотворительной общественной организации Ассоциации «Социальная защита детей-инвалидов», г. Самара, Россия

Козлова Лия Александровна – студентка кафедры психологии управления факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Козырьков Владимир Павлович – доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Кондратьева Елизавета Валентиновна – магистрант факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Кузнецова Наталия Михайловна – старший преподаватель кафедры социальной безопасности и гуманитарных технологий факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Лакомова Анастасия Александровна – ассистент кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Леонова Ирина Сергеевна – доктор социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Марухин Евгений Евгеньевич – преподаватель кафедры социальной безопасности и гуманитарных технологий факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Маслова Ольга Александровна – кандидат социологических наук, заведующая лабораторией нейросоциологии Научно-исследовательского института нейронаук Самарского государственного медицинского университета, г. Самара, Россия

Митягина Екатерина Владимировна – доктор социологических наук, доцент, проректор по развитию на основе анализа данных, профессор кафедры социальной работы и молодежной политики факультета истории, политических наук и культурологии Вятского государственного университета, г. Киров, Россия

Овчаров Антон Олегович – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры бухгалтерского учета института экономики и предпринимательства Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Овчарова Татьяна Николаевна – кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры культуры и психологии предпринимательства института экономики и предпринимательства Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Орлов Александр Владимирович – кандидат биологических наук, доцент кафедры психофизиологии факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Орлова Ольга Михайловна – старший преподаватель кафедры психологии управления факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Осокина Татьяна Владимировна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры педагогики и гуманитарных дисциплин Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева, г. Чебоксары, Россия

Панкратова Екатерина Владимировна – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социологии, социальной работы и управления персоналом института социально-экономических наук Ивановского государственного университета, г. Иваново, Россия

Патокина Наталья Николаевна – кандидат социологических наук, преподаватель кафедры социологии проектной деятельности и проконкурентного регулирования факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Плотникова Екатерина Сергеевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Погоришная Лилия Евгеньевна – магистрант кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Попель Александр Александрович – кандидат психологических наук, доцент, доцент Самарского государственного университета путей сообщения; доцент кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Привалов Игорь Васильевич – старший преподаватель кафедры общего и стратегического менеджмента факультета менеджмента Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»; преподаватель кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Прохорова Мария Вячеславовна – кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры психологии управления факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Пятин Василий Федорович – доктор медицинских наук, профессор, заслуженный деятель науки Самарской области, директор Научно-исследовательского института нейронаук Самарского государственного медицинского университета, г. Самара, Россия

Савичева Анастасия Вячеславовна – аспирантка кафедры психологии управления факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Сайфуллин Григорий Петрович – руководитель Агентства социально-демографического развития, г. Нижний Новгород, Россия

Сайфуллина Анастасия Владимировна – заместитель руководителя Агентства социально-демографического развития, г. Нижний Новгород, Россия

Семенов Олег Юрьевич – кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры социальной безопасности и гуманитарных технологий факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Сымова Юлия Александровна – студентка факультета иностранных языков Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева, г. Чебоксары, Россия

Теодорович Михаил Леонидович – доктор социологических наук, доцент, заведующий кафедрой социологии проектной деятельности и проконкурентного регулирования факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Трошина Мария Александровна – магистрант кафедры социологии, социальной работы и управления персоналом института социально-экономических наук Ивановского государственного университета, г. Иваново, Россия

Ушакова Яна Владимировна – кандидат социологических наук, заведующая учебно-исследовательской лабораторией социологических исследований кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Францева Юлия Евгеньевна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры социальной безопасности и гуманитарных технологий факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Хазан Мария Юрьевна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры мировой экономики и таможенного дела института экономики и предпринимательства Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Христофорова Карина Анатольевна – магистрант строительного факультета Пермского национального исследовательского политехнического университета, г. Пермь, Россия

Цапина Татьяна Николаевна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики предприятий и организаций института экономики и предпринимательства Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Цветкова Елена Александровна – кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры связей с общественностью, маркетинга и коммуникаций Института экономики и управления Нижегородского государственного технического университета им Р.Е. Алексеева, г. Нижний Новгород, Россия

Чигрина Наталья Викторовна – кандидат социологических наук, доцент, научный сотрудник Крымского филиала Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН, г. Симферополь, Россия

Шангин Никита Владимирович – кандидат социологических наук, исполняющий обязанности заведующего кафедрой философии, социологии и психологии управления Нижегородского института управления – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации; доцент кафедры социологии проектной деятельности и проконкурентного регулирования факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Шарапова Анастасия Алексеевна – студентка Сибирского государственного автомобильно-дорожного университета, г. Омск, Россия

Шарунова Екатерина Викторовна – преподаватель кафедра уголовного права и процесса юридического факультета Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Ярыгина Наталья Юрьевна – кандидат психологических наук, доцент кафедры социальной безопасности и гуманитарных технологий факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

СЕКЦИЯ 3
ВИДЫ, СФЕРЫ И КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ

Артамонова Виктория Владимировна – старший преподаватель кафедры социологии и психологии института культуры, социальных коммуникаций и информационных технологий Байкальского государственного университета, г. Иркутск, Россия

Бекарев Адриан Михайлович – доктор философских наук, профессор, профессор кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Белова Татьяна Павловна – кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры социологии, социальной работы и управления персоналом института социально-экономических наук Ивановского государственного университета, г. Иваново, Россия

Вишневский Юрий Рудольфович – доктор философских наук, профессор, профессор кафедры социологии и технологий государственного и муниципального управления Уральского федерального университета им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Россия

Гасумова Светлана Евгеньевна – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социальной работы и конфликтологии юридического факультета, доцент кафедры информационных технологий механико-математического факультета Пермского государственного национального исследовательского университета, г. Пермь, Россия

Горюнова Анна Андреевна – аспирант, лаборант-исследователь международной междисциплинарной научно-исследовательской лаборатории «Изучение мировых и региональных социально-политических процессов» Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова, г. Нижний Новгород, Россия

Грошев Андрей Михайлович – соискатель кафедры политологии института международных отношений и мировой истории Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Егорова Надежда Юрьевна – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Ермилова Анна Вячеславовна – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Заводнова Полина Олеговна – студентка Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток, Россия

Заводцева Валерия Викторовна – студентка факультета менеджмента Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», г. Нижний Новгород, Россия

Загребин Владимир Владимирович – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии факультета социально-политических наук Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова, г. Ярославль, Россия

Зернов Дмитрий Васильевич – кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук Национального

исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Зилинская Диана Евгеньевна – студентка Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток, Россия

Зинчак Елена Владимировна – старший преподаватель кафедры общего и стратегического менеджмента факультета менеджмента Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», г. Нижний Новгород, Россия

Ивашечкина Дарья Евгеньевна – социолог кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Исакова Инна Александровна – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Казакова Анна Владимировна – бакалавр социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Каримова Людмила Федоровна – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и экономической безопасности института экономики и управления Пензенского государственного университета, г. Пенза, Россия

Карпикова Ирина Серафимовна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры социологии и психологии института культуры, социальных коммуникаций и информационных технологий Байкальского государственного университета, г. Иркутск, Россия

Каширова Дарья Владимировна – бакалавр Нижегородского института управления – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Нижний Новгород, Россия

Киселев Игорь Юрьевич – доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой социологии факультета социально-политических наук Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова, г. Ярославль, Россия

Коровина Евгения Владимировна – кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры связей с общественностью, маркетинга и коммуникаций Института экономики и управления Нижегородского государственного технического университета им Р.Е. Алексеева, г. Нижний Новгород, Россия

Костина Ольга Алексеевна – кандидат психологических наук, доцент кафедры философии социологии и психологии управления Нижегородского института управления – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Нижний Новгород, Россия

Курносова Лариса Станиславовна – старший преподаватель кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Лангман Инна Александровна – специалист Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; руководитель направления по работе с персоналом информационных технологий компании «Аскона», г. Нижний Новгород, Россия

Лапина Анна Алексеевна – бакалавр Нижегородского института управления – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Нижний Новгород, Россия

Липатова Людмила Николаевна – доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры экономики Северо-Западного института управления – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Санкт-Петербург, Россия

Лобанов Валерий Васильевич – магистрант факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Малинин Михаил Владимирович – аспирант кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; преподаватель социально-гуманитарных дисциплин Нижегородского автомеханического техникума, г. Нижний Новгород, Россия

Маркова Елена Константиновна – кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры непрерывного психолого-педагогического образования института гуманитарных наук Ивановского государственного университета, г. Иваново, Россия

Маскаева Елена Николаевна – старший научный сотрудник государственного казенного учреждения Республики Мордовия «Научный центр социально экономического мониторинга», г. Саранск, Россия

Мигунова Арина Владимировна – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Минченко Дарья Вячеславовна – студентка кафедры социологии и технологий государственного и муниципального управления Уральского федерального университета им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Россия

Новикова Ангелина Николаевна – студентка Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток, Россия

Осокин Артем Алексеевич – соискатель кафедры массовых коммуникаций филологического факультета Российского университета дружбы народов, г. Москва, Россия

Пак Галина Станиславовна – доктор философских наук, профессор, профессор кафедры философии физического факультета Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Певная Мария Владимировна – доктор социологических наук, доцент, заведующая кафедрой социологии и технологий государственного и муниципального управления Уральского федерального университета им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Россия

Петрова Ирина Эдуардовна – доктор социологических наук, доцент, заведующая кафедрой отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Птицына Наталья Алексеевна – кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры социологии, социальной работы и управления персоналом института социально-экономических наук Ивановского государственного университета, г. Иваново, Россия

Рак Вадим Евгеньевич – аспирант кафедры философии, социологии и психологии управления Нижегородского института управления – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации; консультант отдела аналитической и лицензионной работы министерства энергетики и жилищно-коммунального хозяйства Нижегородской области, г. Нижний Новгород, Россия

Рак Евгения Алексеевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления Западного филиала Российской академии

народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Калининград, Россия

Рожкова Лилия Валерьевна – доктор социологических наук, доцент, заведующая кафедрой экономической теории и международных отношений института экономики и управления Пензенского государственного университета, г. Пенза, Россия

Ромашова Ирина Борисовна – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры психологии управления факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Русинова Елена Евгеньевна – магистрант факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Сайгина Елена Владимировна – кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии управления факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Свешникова Полина Сергеевна – студентка Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова, г. Ярославль, Россия

Скачкова Александра Сергеевна – студентка Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток, Россия

Спирина Елена Андреевна – кандидат экономических наук, компания «Ориннокс», г. Нижний Новгород, Россия

Старшинова Алевтина Викторовна – доктор социологических наук, профессор, Почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации, профессор кафедры социальной работы Департамента социологии и политологии Уральского федерального университета им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Россия

Тарандо Елена Евгеньевна – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры экономической социологии Санкт-Петербургского государственного университета, г. Санкт-Петербург, Россия

Трофимова Юлия Владимировна – кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры связей с общественностью, маркетинга и коммуникаций Института экономики и управления Нижегородского государственного технического университета им Р.Е. Алексеева, г. Нижний Новгород, Россия

Тюлюнова Валерия Владимировна – аспирантка кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Уваров Игорь Алексеевич – кандидат юридических наук, доцент, доцент кафедры уголовного права и криминологии Ставропольского филиала Краснодарского университета МВД России, г. Ставрополь, Россия

Устинкин Сергей Васильевич – доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры международных отношений и мировых политических процессов, научный руководитель высшей школы международных отношений и мировой политики Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова; директор Приволжского филиала Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН, г. Нижний Новгород, Россия

Хитрюк Олег Алексеевич – аспирант кафедры теоретической и прикладной лингвистики института филологии и журналистики Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Чукрина Анастасия Анатольевна – студентка кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Шлягина Евгения Николаевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры гражданского права и гражданского процесса факультета права Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», г. Нижний Новгород, Россия

Яковлева Ирина Игоревна – старший преподаватель кафедры социологии, социальной работы и управления персоналом института социально-экономических наук Ивановского государственного университета, г. Иваново, Россия

Янак Алина Леонидовна – кандидат социологических наук, доцент кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

СЕКЦИЯ 4
ТРАНСФОРМАЦИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК

Бородатая Марина Николаевна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры социальной работы и молодежной политики факультета истории, политических наук и культурологии Вятского государственного университета, г. Киров, Россия

Ершова Нина Николаевна – кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры социальной работы и молодежной политики факультета истории, политических наук и культурологии Вятского государственного университета, г. Киров, Россия

Карманов Анатолий Алексеевич – старший преподаватель Уральского федерального университета им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Россия

Карцева Аза Константиновна – начальник учебного отдела факультета экономики и финансов Северо-Западного института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Санкт-Петербург, Россия

Корж Наталья Владимировна – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и управления персоналом института экономики и управления Пензенского государственного университета, г. Пенза, Россия

Корнева Ольга Анатольевна – аспирантка кафедры экономики и управления социально-экономическими системами института экономики, менеджмента и информационных технологий Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики, г. Санкт-Петербург, Россия

Коротышев Александр Павлович – кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры социальной безопасности и гуманитарных технологий факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Лазарева Елена Николаевна – заместитель начальника учебного отдела факультета экономики и финансов Северо-Западного института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Санкт-Петербург, Россия

Малинин Михаил Владимирович – аспирант кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, преподаватель социально-гуманитарных дисциплин Нижегородского автомеханического техникума, г. Нижний Новгород, Россия

Музыка Дарья Витальевна – преподаватель социальных дисциплин Колледжа по подготовке социальных работников Департамента труда и социальной защиты населения города Москвы, г. Москва, Россия

Новожилова Ольга Алексеевна – аспирантка Санкт-Петербургского государственного университета, г. Санкт-Петербург, Россия

Овчинникова Наталья Владимировна – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии факультета социально-политических наук Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова, г. Ярославль, Россия

Охримчук Яна Андреевна – магистрант факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Пакшина Ираида Адольфовна – кандидат культурологии, ведущий научный сотрудник редакционно-издательского отдела Государственного казенного учреждения Республики Мордовия «Научный центр социально-экономического мониторинга», г. Саранск, Россия

Романова Оксана Дмитриевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и управления персоналом Финансово-экономического института Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова, г. Якутск, Республика Саха (Якутия), Россия

Рушева Анна Витальевна – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Тютюнникова Ксения Николаевна – студентка кафедры социологии факультета социально-политических наук Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова, г. Ярославль, Россия

Хитрюк Олег Алексеевич – аспирант кафедры теоретической и прикладной лингвистики института филологии и журналистики Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Шалютина Надежда Владимировна – кандидат социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Шинкаренко Елена Александровна – кандидат социологических наук, доцент кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

СЕКЦИЯ 5
КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ МОЛОДЕЖИ В МЕЖПОКОЛЕННОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ

Алексеева Галина Гаврильевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин Чурапчинского государственного института физической культуры и спорта, с. Чурапча, Республика Саха (Якутия), Россия

Андреева Юлия Витальевна – кандидат психологических наук, доцент кафедры связей с общественностью, рекламы и культурологии факультета культуры и искусств Ульяновского государственного университета, г. Ульяновск, Россия

Ануфриева Евгения Владимировна – кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры истории, культуры и социологии факультета экономики и управления Волгоградского государственного университета, г. Волгоград, Россия

Барашкова Клавдия Дмитриевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и управления персоналом финансово-экономического института Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова, г. Якутск, Республика Саха (Якутия), Россия

Блонин Владимир Александрович – кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры социальной безопасности и гуманитарных технологий факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Вандышева Людмила Владимировна – кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры теории и технологии социальной работы социологического факультета Самарского национального исследовательского университета им. академика С.П. Королева, г. Самара, Россия

Гроза Полина Андреевна – студентка факультета социальной работы Российского государственного социального университета, г. Москва, Россия

Дулина Надежда Васильевна – доктор социологических наук, профессор, заведующая кафедрой социологии и политологии института истории, международных отношений и социальных технологий Волгоградского государственного университета, г. Волгоград, Россия

Заладина Анна Сергеевна – старший преподаватель кафедры психологии управления факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Захаркина Татьяна Николаевна – кандидат социологических наук, старший преподаватель кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Захарова Людмила Николаевна – доктор психологических наук, профессор, заведующая кафедрой психологии управления факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Карпунина Анастасия Владимировна – кандидат социологических наук, доцент кафедры управления сестринской деятельностью и социальной работы Первого Московского государственного медицинского университета им. И.М. Сеченова Минздрава РФ (Сеченовского Университета), доцент факультета социальной работы Российского государственного социального университета, г. Москва, Россия

Касаткина Наталья Петровна – ведущий научный сотрудник Научного центра социально-экономического мониторинга, г. Саранск, Россия

Киенко Татьяна Сергеевна – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социальных технологий института философии и социально-политических наук Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону, Россия

Курникова Мария Владимировна – кандидат медицинских наук, доцент, заведующая кафедрой адаптивной физической культуры Института реабилитации и здоровья человека Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Лукьянова Евгения Львовна – старший преподаватель кафедры психологии и педагогики факультета гуманитарных наук и социальных технологий Ульяновского государственного университета, г. Ульяновск, Россия

Мягков Александр Юрьевич – студент факультета социальной работы Российского государственного социального университета, г. Москва, Россия

Петрова Татьяна Юрьевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Рябинская Елена Сергеевна – социолог кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Смирнова Галина Петровна – председатель Нижегородской областной общественной организации «Семейный центр “ЛАДА”», магистрант кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Суворова Оксана Геннадьевна – аспирантка кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Фатенков Алексей Николаевич – доктор философских наук, доцент, профессор кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Федосеева Марина Витальевна – научный сотрудник Научного центра социально-экономического мониторинга, г. Саранск, Россия

Чигрин Виктор Александрович – доктор социологических наук, профессор, научный руководитель и главный научый сотрудник Крымского филиала Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН, г. Симферополь

Шаброва Нина Васильевна – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социологии и технологий государственного и муниципального управления Уральского федерального университета им. первого Президента Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Россия

СЕКЦИЯ 6
РИСКИ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК МОЛОДЕЖИ

Ананьин Сергей Александрович – доктор медицинских наук, профессор, профессор кафедры социальной медицины и организации здравоохранения Приволжского исследовательского медицинского университета Минздрава России, г. Нижний Новгород, Россия

Баранова Юлия Михайловна – психолог Центра социально-психологического сопровождения студентов факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Бельтюкова Оксана Витальевна – кандидат педагогических наук, доцент, исполняющая обязанности заведующей кафедрой психологии Факультета педагогики и психологии Вятского государственного университета, г. Киров, Россия

Волченкова Елена Валерьевна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры социальной работы и молодежной политики факультета истории, политических наук и культурологии Вятского государственного университета, г. Киров, Россия

Голубин Роман Викторович – кандидат исторических наук, доцент, декан факультета социальных наук, заведующий кафедрой социальной безопасности и гуманитарных технологий факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Дунаева Наталья Ивановна – кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры социальной безопасности и гуманитарных технологий факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Исакова Инна Александровна – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры общей социологии и социальной работы факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Кришталь Михаил Игоревич – кандидат географических наук, научный сотрудник социологической лаборатории Балтийского федерального университета им. И. Канта, г. Калининград, Россия

Лучинина Марина Ивановна – кандидат педагогических наук, доцент, заведующая кафедрой социальной работы и молодежной политики факультета истории, политических наук и культурологии Вятского государственного университета, г. Киров, Россия

Митрофанова Светлана Юрьевна – кандидат социологических наук, доцент, доценты кафедры социологии и культурологии социологического факультета социально-гуманитарного института Самарского национального исследовательского университета им. академика С.П. Королева, г. Самара, Россия

Плотникова Екатерина Сергеевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Прохода Владимир Анатольевич – кандидат социологических наук, старший научный сотрудник кафедры философии образования философского факультета Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова; доцент департамента социологии Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Россия

Ракова Кристина Викторовна – младший научный сотрудник Института философии РАН, аспирант кафедры социологии факультета международной журналистики Московского государственного института международных отношений, г. Москва, Россия

Тарасова Анна Николаевна – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социологии и технологий государственного и муниципального управления Уральского федерального университета им. первого Президента Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Россия

Тимченко Ангелина Дмитриевна – студентка факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Тихомиров Сергей Михайлович – эксперт экспертно-правового центра «Куаттро», г. Санкт-Петербург, Россия

Шангин Никита Владимирович – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии проектной деятельности и проконкурентного регулирования факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Щекотуров Александр Вячеславович – кандидат социологических наук, старший научный сотрудник социологической лаборатории Балтийского федерального университета, г. Калининград

СЕКЦИЯ 7
РИСКИ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК МОЛОДЕЖИ

Безносова Яна Викторовна – кандидат юридических наук, доцент кафедры теории и истории государства и права юридического факультета Национального исследовательского

Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Горбунов Максим Дмитриевич – кандидат юридических наук, преподаватель кафедры теории и истории государства и права юридического факультета Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Жданов Павел Сергеевич – кандидат юридических наук, доцент, доцент кафедры теории и истории государства и права юридического факультета Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Калинина Евгения Валерьевна – доктор юридических наук, доцент, профессор кафедры теории и истории государства и права юридического факультета Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, профессор кафедры социальной медицины и организации здравоохранения Приволжского исследовательского медицинского университета, г. Нижний Новгород, Россия

Камалетдинов Рафаэль Рашидович – ассистент кафедры судебной и прокурорской деятельности юридического факультета Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Назарова Надежда Леонтьевна – кандидат юридических наук, доцент, доцент кафедры уголовного права и процесса юридического факультета Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Плехова Юлия Олеговна – доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой правового обеспечения экономической и инновационной деятельности института экономики и предпринимательства Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Романовская Вера Борисовна – доктор юридических наук, профессор, заведующая кафедрой теории и истории государства и права юридического факультета Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Романовская Любава Ростиславовна – кандидат юридических наук, доцент, доцент кафедры конституционного и муниципального права юридического факультета Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Рябинина Алена Александровна – заместитель директора государственного бюджетного учреждения дополнительного профессионального образования «Нижегородский научно-информационный центр», г. Нижний Новгород, Россия

Смирнов Евгений Рафаилович – кандидат юридических наук, доцент, доцент кафедры теории и истории государства и права юридического факультета Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Сэруа Валентина Сауловна – кандидат юридических наук, доцент, доцент кафедры теории и истории государства и права юридического факультета Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Федюшкина Арина Игоревна – кандидат юридических наук, доцент кафедры теории и истории государства и права юридического факультета Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Черных Евгения Евгеньевна – кандидат юридических наук, доцент, исполняющая обязанности декана юридического факультета Национального исследовательского

Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

Щерова Наталья Сергеевна – ассистент кафедры теории и истории государства и права юридического факультета Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

«КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ: ПЕРСПЕКТИВЫ И ВЫЗОВЫ»

Материалы международной
научно-практической конференции

г. Нижний Новгород, 15–16 сентября 2022 г.

Составитель и научный редактор: З.Х. Саралиева

Компьютерная верстка: Д.Е. Ивашечкина, Е.С. Рябинская

Подписано в печать
Формат 60×84/16. Усл. печ. л. 42,2. Зак. № 985. Тираж 500 экз.

Издательство Нижегородского госуниверситета им. Н.И. Лобачевского
г. Н. Новгород, пр. Гагарина, д. 23

Отпечатано в типографии
Нижегородского госуниверситета им. Н.И. Лобачевского
г. Н. Новгород, ул. Б. Покровская, д. 37