

**ГЛОБАЛЬНЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ
ПРОЦЕССЫ 5.0:
ОБЩЕСТВО, ЭКОНОМИКА,
ИСТОРИЯ**



Сборник статей

Группа программ магистратуры СПбГУ 39.04.01:
«Социология» и «Социология в России и Китае»

Российско-Китайский Центр сравнительных социальных,
экономических и политических исследований
направления «Социология» СПбГУ

Российско-китайское социологическое
студенческое научное общество СПбГУ

ГЛОБАЛЬНЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЦЕССЫ 5.0: ОБЩЕСТВО, ЭКОНОМИКА, ИСТОРИЯ

Сборник статей

Санкт-Петербург
Астерион
2024

ББК 60.5
Г54

Редактор-составитель: доктор социологических наук,
профессор А.В. Петров
(Санкт-Петербургский государственный
университет)

Рецензенты: доктор социологических наук,
профессор С.А. Давыдов
(Санкт-Петербургский государственный
экономический университет);
доктор политических наук,
профессор В.П. Милецкий
(Санкт-Петербургский государственный
университет)

Г54 Глобальные социальные процессы 5.0: общество, экономика, история : Сборник статей / Под ред. А.В. Петрова, А.В. Каплиной, С.С. Козловской, А.В. Повидыш, А.А. Хюнинен, Ма Вэньда. – СПб.: Астерион, 2024. – 437 с. – Системные требования: Windows 7/8/10/11; Adobe Reader. – https://asterion.ru/db/temp/Globalnye_sotsialnye_protssesy_5_0.pdf. – Текст : электронный.

ISBN 978-5-00188-454-5

В сборнике представлены материалы пятой социологической конференции молодых ученых на тему: «Глобальные социальные процессы 5.0: общество, экономика, история», которая состоялась 23 декабря 2023 г. в Санкт-Петербурге, Санкт-Петербургском государственном университете, а также материалы других социологических исследований и мероприятий молодых ученых-социологов. Сборник включает статьи на темы, связанные с изучением особенностей различных социально-экономических, социально-политических, социокультурных и социально-исторических аспектов глобальных социальных процессов.

ББК 60.5

ISBN 978-5-00188-454-5

© Коллектив авторов, 2024

СОДЕРЖАНИЕ

Петров А. В. Современные социологические исследования молодых ученых	8
Агаммедов Р. М. Социальные сети и сетевые структуры в экономике	12
Марченко Д. Д. Социологическое исследование факторов, влияющих на конкурентоспособность выпускников ВУЗов	19
Ван Вэньфэй, Ван Сяюань, Лю Цзясяюй. Китайско-российское торгово-экономическое сотрудничество: история, современное состояние и перспективы.....	31
Лимасова С. П. Интернет-мемы как источник формирования исторической памяти молодёжи	35
Лю Сыцзя. Социологический анализ китайской финансовой культуры в Интернете.....	44
Уличева Е. А. Нерелигиозная вера как альтернативный метод прогнозирования	50
Ли Цзунфан. Влияние культурных факторов на формирование и реализацию систем комплаенс-контроля в Китае	55
Плетнев А. В. Специфика аномии поколения Z на примере практик потребления элитных брендов молодежью в США и Китае.....	59
Шегурова Я. Е. Влияние сферы образования на развитие экологической культуры в Китае.....	62
Александров М. А., Шевченко А. С. Репрезентация региональных культур России и Казахстана в современной хип-хоп культуре: социально-философский анализ	65
Дремнина Я. А., Русанов Б. А. Тональность освещения СМИ как фактор влияния на общественное мнение об искусственном интеллекте	70
Базык Е. Д. Инструменты удержания персонала в условиях дефицита рынка труда	74
Пращенко К. А. Роль мониторинга общественного мнения в период глобальных трансформаций	80
Хуан Хайпэн. Анализ культурных различий между Китаем и Россией и их влияния на управление предприятием: культурные различия между Китаем и Россией на основе культурной модели Хофстеде	84
Пономарева В. А. Предпринимательство в условиях формирования новых паттернов потребительского поведения (на примере рынка доставки продуктов).....	92
Цуй Янань. Влияние IT-индустрии на экономическое развитие сельских районов в Китае.....	100

Титаренко Л. Г. Социально-антропологические аспекты глобальных и локальных проблем студенческой молодежи в условиях цифровизации	104
Моисеева С. В. Искусственный интеллект как инновация в социальных сетях	112
Набиев Ильхам Фариз оглы. Стратегическое управление в современных компаниях (на примере компании «Whoosh»).....	117
Несов А. И. Современные стратегии в разных сферах деятельности человека (на примере команды «Madpanda Motorsport»)	124
Трофимова А. А. Предпочтения молодежи: анализ целевой аудитории Государственной Третьяковской галереи	129
Фасхутдинов А. Р. Стратегия развития компаний (на примере компании «Xiaomi»)	138
Фролова К. С., Осипова А. М., Бодрова П. И. Творческий кризис и его влияние на инновационную деятельность: возможности преодоления	144
Кузьмин С. В. Цифровая трансформация высшего образования на примере белорусских студентов	149
Блинков И. А. Роль творческого меньшинства в современном мире	157
Чернухин Р. Н., Оганян К. К. Социологический анализ представлений работодателей о потребностях в молодых специалистах и проблемах с их трудоустройством.....	161
Рубцов Ф. С. Социальный престиж педагогической профессии в СССР и современной России.....	169
Кадомская А. А. Трудности социализации детей из неполных семей.....	175
Чепурная В. Е. Цифровизация: определение, нормативно-правовая база, достижения России	178
Чжан Чэжици. Анализ текущей ситуации с управлением человеческими ресурсами на китайских и российских предприятиях	188
Лобан И. Н. Социальные и институциональные факторы экономического развития	194
Янечко А. О. Роль социального капитала и доступа к Интернету в определении паттернов использования медицинских услуг пожилыми людьми в городе и сельской местности на основе РМЭЗ	197
Заморина Ю. И., Покровская Н. Н. Традиционные и новые методы измерения запоминаемости и узнаваемости образовательных учреждений на рынке услуг: сравнительный анализ	205
Карпова У. Д. Образ современной женщины в рекламе: от стереотипизации до фемвертайзинга	213
Баженова Л. С. Изучение иностранного языка как фактор формирования профессиональной карьеры выпускников.....	216

<i>Лыкова Л. И.</i> Влияние спорта и здорового образа жизни на феномен «здорового» тела (от античности до наших дней).....	218
<i>Брудик И. Г.</i> Анализ эффективности промышленной политики в Республике Крым	222
<i>Аширбекова К. С.</i> Социально-правовые аспекты трудоустройства людей с инвалидностью в Казахстане	227
<i>Щеглаков И. В.</i> Приграничные районы России и Китая: миграция культур и сохранение идентичности	237
<i>Коротков К. К.</i> Анализ капиталовложений в отечественные решения в сфере информационных технологий.....	241
<i>Дугарова С. Б.</i> Человеческий потенциал в концепции «Сообщества единой судьбы человечества» КНР.....	251
<i>Петрова А. А.</i> Испанские путешественники и ученые о России эпохи «великих реформ» Александра II.....	253
<i>Головачева С. П., Ильина И. А.</i> Роль визуальной составляющей в образовательных технологиях.....	255
<i>Агеева А. И., Васильева Д. И.</i> Социально-экономические последствия процесса уберизации.....	261
<i>Синюкович И. Д.</i> О наступлении новых средних веков.....	263
<i>Морозова А. П., Ильина И. А.</i> Диджитал сторителлинг в структуре образовательных технологий гуманитарной кинологии	267
<i>Михайлова Т. А.</i> Значимость массового спорта в повседневной жизни людей	273
<i>Гао Цин.</i> Современная трансформация китайской традиционной культуры в процессе глобализации	275
<i>Борисенко Т. Е.</i> Атеизм в современном Китае: научные позиции западных и китайских исследователей.....	279
<i>Кобылкина А. В.</i> Формирование бикультурной личности иностранных студентов в процессе ресоциализации.....	284
<i>Чжао Хун.</i> Теория культурной глобализации в работах китайских философов	287
<i>Луань Вэй.</i> О наследовании и защите традиционной культуры Китая	291
<i>Лю Сюаньцзы.</i> Герменевтика духовного сохранения традиционной китайской культуры	295
<i>Лян Чуньюй.</i> Китайско-российское сотрудничество в области языкового образования в новую эпоху: проблемы и возможности.....	300
<i>Сунь Мэйцзы.</i> Ценностные ориентиры китайских студентов в условиях культурной модернизации	305

Лю Жуйвэй. «Настаивать на культурном “Я”, не исключая “Другого”» как основа сохранения традиционных культур	308
Байнова М. С., Голуб К. А. Обеспечение современной политики в сфере здравоохранения в России	311
Амитов С. А., Артыкбаева Г. Т. Теоретические основы изучения феномена «уят»	317
Касаткин Д. М. Применение инструментов социологии для управления инновационно-инвестиционными проектами	324
Веснина Т. А. Активное долголетие в России: трансформация представлений о старении	328
Юй Ян, Цзоу Яньчжоу. Сравнительный анализ потребительских ценностей китайских студентов в цифровом обществе России и Китая (пилотажное исследование)	331
Юй Ян, Лю Тяньси, Го Юньхан. Социологическая методика контент- анализа и её применение в изучении ценности в цифровом обществе	334
Багаутдинова Ю. В. Инновационные подходы к управлению персоналом: разработка и применение модели командообразующих игр для повышения мотивации сотрудников.....	336
Сойко А. Д. Социологическое изучение профессиональной самореализации педагогических работников в современных социально-экономических условиях	340
Ли Синьюй. Анализ потенциала китайско-российского экономического и торгового развития в постэпидемическую эпоху	343
Рокина А. С., Онипко А. А. Социальное самочувствие женщин на этапе освоения роли матери	354
Беседина К. Ю. Категория самовыражения как фактор творчества	358
Калинина Н. В. Повышение «родительской грамотности» как мера поддержки семей с детьми.....	364
Петров А. В. Молодежь и современные профсоюзы.....	371
Чжао Цзе. Сравнительный анализ механизмов государственной поддержки развития бизнеса в Китае и России	373
Богодухова Е. Е. Интеграция ментальности в пространстве диалога культур России и Китая.....	387
Кучерова Т. А. Профессиональные ожидания студентов-переводчиков в контексте новаций в сфере искусственного интеллекта.....	390
Чачхиани М. И. Трансформация института медицины на примере стоматологии в современном российском обществе	393
Лю Тяньси, Чжоу Цзиньтан. Текущая ситуация и развитие китайско-российской торговли в рамках инициативы «Пояс и путь»	399

<i>Лю Тяньси, Юй Ян.</i> Теоретические направления социологии рынка в Китае	402
<i>Камате Баба.</i> Причины возникновения девиантного поведения в виртуальной среде	405
<i>Конон М. В.</i> Манипулятивный потенциал СМИ.....	410
<i>Виватенко С. В., Сиволап Т. Е.</i> Военные суды в Вишиской Франции	413
<i>Виватенко С. В., Сиволап Т. Е.</i> Процесс-бумеранг. Суд в Риоме: История попытки маршала Петэна осудить Третью республику	417
<i>Близицкова О. Ю.</i> Планетарный рынок труда: проблемы и особенности функционирования	422
<i>Погорелая С. С.</i> Роль образования в развитии государства и общества.....	428

А. В. Петров,
профессор кафедры экономической социологии
Санкт-Петербургского государственного университета,
доктор социологических наук

Современные социологические исследования молодых ученых

Современные социологические исследования молодых ученых включают широкий спектр направлений и тем. Об этом говорят доклады пяти социологических конференций молодых ученых, которые были организованы на базе СПбГУ с 2019 г. [3; 4; 5; 6]. Эти конференции, организованные по инициативе обучающихся по двум программам магистратуры [«Социология»](#) и [«Социология в России и Китае»](#) СПбГУ, изначально были задуманы как очередной университетский и городской социологический семинар. Однако, довольно быстро эти научные мероприятия приобрели значительную популярность среди молодых ученых не только Санкт-Петербурга, но и других городов и ВУЗов России. Кроме того, почти сразу к их проведению присоединились молодые ученые из Республики Беларусь, Республики Казахстан, Китайской Народной Республики. Что превратило данные конференции в международные мероприятия.

Тематика этих конференций весьма обширна и в целом отражает весь спектр интересов молодых ученых-социологов России и других стран-участниц данных мероприятий. Анализируя содержание докладов и опубликованных материалов конференций, можно получить представления о содержании научных исследований молодых социологов и основных направлениях развития их научных интересов во второй половине 2010-х – начале 2020-х гг. Эти исследования включают весьма широкий спектр научных тем: от теории и методологии современной социологии до историко-социологических исследований глобальных и локальных социальных процессов.

В частности, обращая внимание на необходимость дальнейших исследований трудов классиков социологии, молодые ученые подчеркивают, что «такие классики социологии, как Маркс, Вебер, Дюркгейм, Зомбарт, Зиммель оказывают влияние не только на социологию в целом...». Их «классические теории представляют собой массивные труды, затрагивающие многие страны и всеобъемлющие социальные процессы и явления. Таким образом, классические работы мало того, что не теряют актуальности, но и получают новые трактовки, продолжения и адаптации под существующие реалии при взятии их в качестве теоретических моделей в исследовании глобальных социальных процессов» [2, с. 29].

Не могли молодые социологи обойти вниманием вопросы общественного здравоохранения, в связи с пандемией COVID-19 и необходимостью исследования её влияние на общество и экономику. В частности, молодые исследователи обратили внимание на важность изучения тех трансформаций в экономике и бизнесе, к которым привела пандемия. Например, это существенный

рост IT-сектора и Интернет-индустрии, как реакция общества на изменения в образе жизни сотен миллионов людей в разных странах в период пандемии и борьбы с её последствиями. Например, Цуй Янань подчеркнула в своем исследовании, что «в сложной эпидемической ситуации Интернет-индустрия Китая продемонстрировала огромную жизнеспособность и гибкость, сыграла ключевую роль в эффективной борьбе по предотвращению и контролю эпидемии...», а «дистанционное образование, онлайн-лечение, удалённая работа и целый ряд сетевых сервисов сыграли важную роль в обеспечении нормального социального и экономического развития и стабилизации основных потребностей, возвращении жизни в привычное русло» [10, с. 85]. В полной мере эту характеристику можно отнести и к реакции бизнеса, общества и государства на пандемию и в России.

Обратили внимание молодые социологи и на новые виды бизнеса, которыми характеризуется развитие экономик разных стран, в том числе, России. Например, отмечается, что «развитие музейного дела в России идет по пути цифровизации. И это особенно важно для дальнейшего развития индустрии гостеприимства, важной составной частью которой являются музеи России...» А «цифровизация является также основой для развития самых современных форм организации PR-деятельности в музейном бизнесе» [9, с. 144-145]. Следует отметить, что цифровизация различных аспектов и сторон общественной жизни становится лейтмотивом для многих молодых ученых-социологов и темой №1 для их исследований и в России, и в других странах. В частности, молодые исследователи подчеркивают, что «очередная смена технологического уклада и цифровая трансформация промышленности... существенно влияет на структуру глобальной экономики. Это влияние настолько фундаментально, что может кардинально изменить позиции отдельных стран и организаций региональной экономической интеграции в глобальной системе хозяйствования. Для части интеграционных объединений, стран, субъектов хозяйствования смена технологического уклада создаст конкурентные преимущества на долгие годы вперед» [8, с. 127].

Не меньший интерес у молодых ученых вызывают и вопросы исследования развития социального управления, разных его аспектов в разных странах. Например, молодые ученые-социологи считают важным предметом исследований особенности процесса цифровизации государственных услуг, как важной части модернизации системы государственного менеджмента в разных странах. В частности, подчеркивается, что «три характеристики модернизации государственных услуг в Китае тесно связаны с экономическим и социальным развитием. Экономическое и социальное развитие обеспечивает достаточные условия для цифровизации государственных услуг, а цифровизация государственных услуг, в свою очередь, обеспечивает импульс для экономического развития. Такие проблемы в процессе цифровизации государственных услуг, как защита частной информации и влияние цифровизации на жизнь пожилых граждан, заслуживают обсуждения правительством, предприятиями и дальнейших исследований социологами» [12, с. 14-15]. Российские исследователи

также обращают внимание на то, что «государство и общество в цифровую эпоху получают новые направления взаимодействия, в том числе новые каналы взаимодействия... развитие социальных сетей, развитие традиционных сообществ в цифровом пространстве, деятельность государственных органов в цифровой среде, подготовка кадров для работы в новых условиях» [1, с. 149]. И эти направления взаимодействия представляются молодым ученым крайне перспективными, в том числе, и в качестве предмета современных социологических исследований.

Не забывают молодые ученые-социологи и о необходимости изучения социокультурных трансформаций в различных обществах и в глобальном масштабе. В частности, важной темой современных исследований молодых социологов становится анализ процесса становления экологической культуры. Подчеркивается, что «в последние годы намечается тенденция распространения экологической повестки среди разных социальных групп, в особенности среди молодежи. Поэтому, в данный момент приобретает особую значимость выявление экологических ценностей в потреблении молодежи... Для актуализации выбранной тематики в условиях функционирования современного мира, стоит обратить внимание на правовое регулирование экологических отношений в Российской Федерации» [11, с. 63]. Впрочем, не остается без внимания и такая традиционная тема экономико-социологических исследований, как изучение экономической культуры. Молодые исследователи социальных отношений обращают внимание на то, что «в целом, экономическая и культурная интеграция относится к новому культурному и экономическому феномену современного общества, в котором культура и экономика взаимопроникают, взаимодействуют и продвигают друг друга, проявляясь как экономическая культурализация, культурная экономизация и культурно-экономическое соединение. Гармоничное развитие экономической и культурной интеграции стало неоспоримой тенденцией» [7, с. 172].

В декабре 2023 г. в СПбГУ состоялась уже пятая социологическая конференция молодых ученых «Глобальные социальные процессы». Тема конференции 2023 года: «Общество, экономика, история». Конференция была также организована по инициативе магистрантов, обучающихся на факультете социологии СПбГУ. Важно отметить, что конференция прошла при участии [российско-китайского студенческого социологического научного общества СПбГУ](#). В организации и проведении конференции также активное участие приняли студенты программ магистратуры [«Социология»](#) и [«Социология в России и Китае»](#) СПбГУ. В ходе пленарного заседания и заседаний двух секций молодые ученые из СПбГУ и ещё 21 ВУЗа представили доклады на различные темы, связанные с изучением современных глобальных трансформаций в сфере социальных коммуникаций, экономики, культуры. Особое внимание в этом году участники конференции уделили вопросам изучения истории и традиционных цивилизационных основ социального развития. Популярными темами также стали исследования социальных аспектов цифровизации и развития IT-технологий, сохранения традиционных культур и семейных

ценностей, спорта и здорового образа жизни, молодежного предпринимательства, развития образования.

Молодые ученые-социологи из СПбГУ, разных ВУЗов России и других стран выразили надежду на то, что данный форум продолжит свою работу как важная международная площадка для обмена мнениями и результатами современных социологических исследований в будущем.

Список литературы:

1. Байнова М. С., Фрейман Д. Д. Цифровизация общества и современное антикризисное управление / Глобальные социальные процессы 3.0: социальное управление и экономическое развитие в цифровом обществе (Сборник статей) / Под ред. А. В. Петрова (отв. ред.), К. Ю. Бесединой, К. И. Гавриловой, Е. М. Лукиной, С. С. Погорелой, Ян Юнькэ. СПб.: Астерион, 2022. С. 148-153.

2. Горьковая О. П., Матвеев М. С. Роль классиков в развитии социологии и изучении глобальных социальных процессов: теоретический анализ / Глобальные социальные процессы: опыт социологического исследования (Сборник статей) [Электронное издание] / Под ред. А. В. Петрова (отв. ред.), А. А. Брагиной, М. В. Борискиной, О. П. Горьковой, А. В. Доброницкой, М. Л. Расиной, М. А. Румянцевой. СПб.: Астерион, 2019. С. 25-30.

3. Глобальные социальные процессы: опыт социологического исследования (Сборник статей) [Электронное издание] / Под ред. А. В. Петрова (отв. ред.), А. А. Брагиной, М. В. Борискиной, О. П. Горьковой, А. В. Доброницкой, М. Л. Расиной, М. А. Румянцевой. СПб.: Астерион, 2019. - 254 с.

4. Глобальные социальные процессы 2.0: трансформация социальной реальности в условиях цифровизации и пандемии: сборник статей / Под ред. А. В. Петрова (отв. ред.), К. И. Гавриловой, О. П. Горьковой, А. П. Кочетковой, А. И. Кухто, Е. М. Лукиной, Е. Д. Стальмаковой. СПб.: Астерион, 2020. – 210 с.

5. Глобальные социальные процессы 3.0: социальное управление и экономическое развитие в цифровом обществе (Сборник статей) / Под ред. А. В. Петрова (отв. ред.), К. Ю. Бесединой, К. И. Гавриловой, Е. М. Лукиной, С. С. Погорелой, Ян Юнькэ. СПб.: Астерион, 2022. – 292 с.

6. Глобальные социальные процессы 4.0: социокультурные трансформации в системе современных обществ (Сборник статей) / Под ред. А. В. Петрова (отв. ред.), О. П. Горьковой, К. Ю. Бесединой, С. С. Козловской, А. В. Повидыш, С. С. Погорелой. СПб.: Астерион, 2023. – 466 с.

7. Лю Сыцзя. Особенности развития экономической культуры в условиях цифровизации / Глобальные социальные процессы 4.0: социокультурные трансформации в системе современных обществ (Сборник статей) / Под ред. А. В. Петрова (отв. ред.), О. П. Горьковой, К. Ю. Бесединой, С. С. Козловской, А. В. Повидыш, С. С. Погорелой. СПб.: Астерион, 2023. С. 169-173.

8. Стальмакова Е. Д. Цифровая экономика и возможности ее развития в России / Глобальные социальные процессы 2.0: трансформация социальной реальности в условиях цифровизации и пандемии: сборник статей / Под ред.

А. В. Петрова (отв. ред.), К. И. Гавриловой, О. П. Горьковой, А. П. Кочетковой, А. И. Кухто, Е. М. Лукиной, Е. Д. Стальмаковой. СПб.: Астерион, 2020. С. 127-143.

9. Федорова Ю. Б. Современные модели PR в музейном бизнесе и развитие музейного дела в России / Глобальные социальные процессы 2.0: трансформация социальной реальности в условиях цифровизации и пандемии: сборник статей / Под ред. А. В. Петрова (отв. ред.), К. И. Гавриловой, О. П. Горьковой, А. П. Кочетковой, А. И. Кухто, Е. М. Лукиной, Е. Д. Стальмаковой. СПб.: Астерион, 2020. С. 144-146.

10. Цуй Янань. Возможности развития электронного бизнеса в условиях пандемии COVID-19 / Глобальные социальные процессы 2.0: трансформация социальной реальности в условиях цифровизации и пандемии: сборник статей / Под ред. А. В. Петрова (отв. ред.), К. И. Гавриловой, О. П. Горьковой, А. П. Кочетковой, А. И. Кухто, Е. М. Лукиной, Е. Д. Стальмаковой. СПб.: Астерион, 2020. С. 85-88.

11. Шегурова Я. Е. Экологическая культура и ценности современной молодежи в сфере потребления / Глобальные социальные процессы 4.0: социокультурные трансформации в системе современных обществ (Сборник статей) / Под ред. А. В. Петрова (отв. ред.), О. П. Горьковой, К. Ю. Бесединой, С. С. Козловской, А. В. Повидыш, С. С. Погорелой. СПб.: Астерион, 2023. С. 63-67.

12. Ян Юнькэ. Особенности цифровизации государственных услуг в Китае / Глобальные социальные процессы 3.0: социальное управление и экономическое развитие в цифровом обществе (Сборник статей) / Под ред. А. В. Петрова (отв. ред.), К. Ю. Бесединой, К. И. Гавриловой, Е. М. Лукиной, С. С. Погорелой, Ян Юнькэ. СПб.: Астерион, 2022. С. 12-15.

Р. М. Агаммедов,

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
г. Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д. 30-32, литер А.

Социальные сети и сетевые структуры в экономике

Аннотация. Сетевая теория активно распространяется в академической среде, поскольку разработанные в её рамках аналитические инструменты позволяют социологам подключать к исследованиям широкий математический аппарат. Своё применение теория «социальных сетей» находит при проведении экономического анализа, наполняя содержанием деятельность экономических агентов. Междисциплинарность подхода позволяет проводить анализ социальных структур и визуализировать результаты при помощи графов.

Методологически теория базируется на постулатах классической социологии с использованием результатов макро- и микросоциологических исследований. Её формирование началось на классическом этапе социологии, и с того времени теория усложнялась. При этом на сегодняшний день социологами не выработано универсального толкования «социальной сети», как и не

сформирован понятийный аппарат сетевого взаимодействия, что ставит перед учёными задачу окончательной формализации обозначенных дефиниций.

Ключевые слова: социальная сеть, актор, сетевая теория, позиции, связи, социальное поле, социальный капитал.

Abstract. Network theory is actively spreading in the academic environment, as the analytical tools developed within its framework allow sociologists to use a broad mathematical apparatus in their research. The theory of "social networks" finds its application in economic analysis, giving content to the activities of economic agents. The interdisciplinarity of the approach makes it possible to analyse social structures and visualise the results with the help of graphs.

Methodologically, the theory is based on the postulates of classical sociology using the results of macro- and microsociological research. Its formation began at the classical stage of sociology, and since then the theory has become more complex. At the same time, to date, sociologists have not developed a universal interpretation of "social network", nor have they formed a conceptual apparatus of network interaction, which puts scientists to the task of final formalisation of these definitions.

Key words: social network, actor, network theory, positions, ties, social field, social capital.

Сетевой подход в XXI веке применяется для изучения социальных структур учёными по всему миру. Основу для возникновения сетевого подхода заложили работы социологов классической школы. Так, в исследовании моделей социальных отношений немецкий учёный Г. Зиммель определил их формы, которые влияют на поведение индивидов в зависимости от принадлежности к социальной группе. [19] Другой социолог классического направления Э. Дюркгейм в своём морфологическом анализе предвосхитил принципы будущей сетевой теории, такие как «плотность общества» (интенсивность общественных отношений), его социальная дифференциация, разделение труда. [6] Последователь Дюркгейма А. Рэдклифф-Браун занимался междисциплинарным (на стыке социологии, психологии и антропологии) изучением родства, которое предопределило развитие социальных сетей в сторону терминологического определения прав и обязанностей индивидов. [9]

Знаменитый российский и американский социолог П. Сорокин развивал идеи предшественников и одним из первых в теоретической социологии охарактеризовал «социальную сеть» как набор координат, определяющих положение индивидов в обществе. [13] В данном контексте предметом его изучения были социальные связи между акторами, порядок их возникновения и взаимодействия внутри социальной системы и другие концепции, которые он развивал в работах по социокультурной динамике. [14]

Социологи «неклассической» школы XX века работали над формализацией межличностного взаимодействия в рамках сетевого подхода и её практическим внедрением. Для этого в середине XX века социологами разрабатывалась социометрическая техника, с помощью которой рассматривались

межличностные отношения внутри малых, а позднее и более сложных групп. Основной вклад в её разработку внесли Дж. Морено, А. Бейвлас, Ф. Хейдер, Т. Ньюкомб.

Дж. Морено рассматривал социальную сеть как персонифицированную совокупность индивидов, имеющих при взаимодействии друг с другом эмоциональный контакт. [8] Социолог составлял визуализированные карты (графы) отношений акторов в социальных группах, основываясь на ответах об их личностных и рабочих предпочтениях. На графах всем членам группы отводились свои позиции (вершины графов), от которых в зависимости от ответов шли стрелки притяжения или отталкивания.

А. Бейвлас изучал коммуникации в экспериментально созданных группах людей. Особенность их исследования заключалась в том, что ученые сместили акцент с самих членов группы на их позиции и межпозиционные отношения. Социолог был убежден, что совокупность позиций является результирующей моделью отношений социальной сети, а межпозиционные отношения (связи) – потоками информации. [17] Методологические принципы Бейвласа актуальны и по сей день, как и созданные учёными модели коммуникаций: колесо, цепь, штурвал, игрек.

Ф. Хейдер, а позднее и Т. Ньюкомб исследовали межличностное взаимодействие, в результате чего ими был разработан математический инструментарий сетевого анализа. [19] Он базировался на прогностических и статистическо-вероятностных методах, что дало возможность исследователям не только описательно визуализировать социальные сети, но и предсказывать результаты внутрисетевых взаимодействий. [21]

В научный оборот термин «социальная сеть» ввёл социолог Д. Барнс. Он называл её социальной структурой, характеризующейся односторонними или двухсторонними связями между людьми. Социолог рассматривал их как совокупность взаимодействий людей из дружеского круга общения, которые имеют общие точки пересечения, тем самым расширяя цепочку взаимодействия индивидов. [16]. С появлением интернета в 1969 года концепция Барнса начала обретать популярность и десятилетия спустя нашла отражение в феномене социальных сетей во всемирной сети.

С развитием сетевой теории происходила не только методологическая, но и концептуальная разработка понятия «социальная сеть». Во второй половине XX века Г. Файн и Ш. Клейнман охарактеризовали социальную сеть как «набор социальных отношений, которые люди наделяют значением и используют для личных и/или коллективных целей». В их работах социальная сеть приобретает характер социального действия, что подводит к пониманию сетевого взаимодействия как одной из форм социального взаимодействия. [12]

Данная идея была развита У. Пауэллом и Л. Смит-Дор, которые разграничили понятия «сети» и «структуры». В их понимании структура является предписанной формой взаимодействия, тогда как сеть формируется в процессе социальных отношений между акторами. Эти отношения характеризуются

содержанием (типом) и формой (силой), причем социальной сетью может быть любой вид социальных отношений. [9]

Р. Эмерсон и К. Кук при разработке теории социальной сети выделили принципы, которые характеризуют сетевое взаимодействие. Одним из принципов является факт, что внутри сетей существуют особые властные отношения, которые не совпадают с общественными. Внутрисетевые властные отношения являются неопределёнными, то есть результат взаимодействия отстает от момента непосредственного действия и, чем больше сетевых взаимодействий затрагивает действие, тем выше вероятность, что результат окажется дисфункциональным. [18]

Реализация обозначенных принципов приводит к динамичному неравенству в сетях, что обуславливает потенциальную конфликтность между акторами. Для понижения конфликтности ключевым фактором сетевого взаимодействия становится доверие как неотъемлемая составляющая любой социальной сети. Установив это, Эмерсон обогатил сетевую теорию разработкой вопросов сетевого доверия и анализом динамики рисков.

По мнению социолога, для снижения рисков невыполнения обязательств любые переговорные процессы должны быть подкреплены письменными соглашениями. Взаимодействие акторов не должно ставить одну из сторон в дискриминирующее положение, поскольку это приводит к повышению вероятности использования нелегитимных средств и снижает сетевое доверие. Напротив, именно укрепление доверия служит фактором уменьшения рисков сетевого взаимодействия.

Проблемой доверия в социальных сетях занимался и Д. Коулман, который отводил ему сдерживающую роль для негативных тенденций сетевого взаимодействия. Социолог связал понятия «социальная сеть» и «социальный капитал», приписав сетевым взаимодействиям свойства социального капитала. [7] Так, социальный капитал является специфическим ресурсом структуры сети, способным к накоплению и комбинированию. Особенностью социального капитала в структуре связей, возникающих между акторами (индивидами или организациями), является его независимость от акторов и используемых ими средств производства. Примером корпоративного социального капитала является межфирменный обмен информацией внутри отрасли, позволяющий организациям устанавливать фиксированные цены, что может приводить к диспропорциям в деятельности акторов.

А. Портер определил социальный капитал как способность акторов распоряжаться ресурсами внутри социальных структур, в частности, социальных сетях. От «включённости» индивида в социальную сеть зависит величина его социального капитала, при этом данная характеристика является не индивидуальной, а социальной. Социальные сети через сильные, слабые и отсутствующие связи распределяет социальный капитал между участниками сети с учётом ограничений распределения внутрисетевых ресурсов. [23] Дополнил теорию социального капитала М. Палдам, связав с ним способность людей мобилизовать новые ресурсы на основе доверия. Исходя из данной особенности,

учёный определил социальный капитал как «социальный клей», связывающий акторов. [22]

А. Бард и Я. Зодерквист трактовали сеть как совершенную систему с открытым доступом к информации. Её преимуществами исследователи считали демократичность и прозрачность, которые позволяли социальным агентам без затруднений формировать партнерские отношения, решать «оптимизационные задачи» внутрисетевого взаимодействия. [1] При этом акторы имеют возможность самостоятельно влиять на сеть, управлять ею для удовлетворения хозяйственных нужд.

В конце XX века М. Грановеттер при изучении доверия в социальных сетях ввёл в научный оборот понятие обусловленности экономического действия, то есть её укоренённости и, как следствие, реципрокности. [4] Делая акцент на вопросах лидерства, социолог предположил, что доверие отдельных индивидов к лидеру «целиком зависит» от способности индивидов предсказывать поведение лидера и иметь рычаги влияния на него. При этом лидеры в меньшей степени заинтересованы в поисках доверия к своим последователям, с которыми не связаны ни прямо, ни косвенно. [3] Следовательно, фрагментированная сеть, отчасти иррационально, затрудняет формирование доверия между лидерами и ведомыми. При этом Грановеттер подмечал, что общая фрагментация и кластеризация в сети не противоречит сплочённости отдельных социальных групп в её составе.

Другой современный американский социолог Б. Уцци рассмотрел зависимость функционирования социальной сети от её типа. Автор считал, что тип сети предопределяет потенциал уникальных возможностей экономических действий актора, а его внутрисетевая позиция и связи предопределяют саму возможность для доступа к ним. [5] Учёный выявил, что в межфирменных отношениях акторы используют как укоренённые, так и случайные рыночные связи, что доказывает отсутствие доминирования укоренённости или атомистичности в сетевом взаимодействии. Уцци подтвердил выводы Грановеттера о положительном влиянии социальных бизнес-связей при межфирменном взаимодействии при отсутствии материальных транзакций или административных распоряжений между ними. Собственным выводом социолога служит положение о том, что координированные действия акторов являются не способом добиться максимизации экономических выгод, а спонтанно возникающими свойствами конкретных сетевых отношений. [15]

Современными представителями экономической социологии были предложены две концепции сети, получившие широкое распространение в исследовательской деятельности – концепцию структурной эквивалентности и концепцию сплочённости. [5]

В рамках структурной эквивалентности сеть включает совокупность акторов (субъектов действия) с определёнными в социальном пространстве позициями и связями. При этом субъекты группируются по структурному компоненту на основе конфигураций акторов и связей между ними и по

ресурсному компоненту, который определяет структурные позиции акторов на основе ресурсного потенциала.

В рамках концепции сплочённости социальная сеть является совокупностью отношений, принципов их функционирования и создаваемых ими практик социального действия. Действия участников социальной сети базируются исключительно на внутрисетевом доверии без учёта потенциальных санкций. В этом подходе социальный агент уже не рассматривается как системообразующий элемент социальной сети, его место занимает позиционная структура системы. [5]

Очевидно, что неполнота концептуализации понятия «социальная сеть» компенсируется обилием теоретических конструкций, которые были разработаны социологами за более чем 100 лет изучения сетевой теории. Даже сегодня методологический плюрализм не позволяет исследователям выработать единых формулировок для столь многомерных конструктов.

При этом большинство ученых сходятся на том, что в качестве неотъемлемых признаков социальных сетей можно считать размытость их границ, персонифицированность внутрисетевых отношений, децентрализованность, экономическую обусловленность структуры и характера социальных связей, значимость доверия, взаимобмена, социального капитала и выгоды в сетевых взаимодействиях.

Актуальность сетевой теории в XXI веке подтверждается все более широким применением аналитических инструментов как в зарубежной, так и в отечественной социологии. В описаниях любых социальных структур используется методологический аппарат сетевой теории, используются понятия «социальной сети», «социального поля», «сетевой структуры», «сетевой организации» и других. Подобная формализация позволяет добиться более точного описания социальных процессов, тем самым приблизив исследователей к пониманию бесконечно сложного общественного устройства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бард А., Зодерквист Я. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма. СПб.: Стокгольмская школа экономики, 2005. 222 с.
2. Бурдьё П. Социальное пространство: поля и практики. СПб: Алетейя, 2005. 576 с.
3. Грановеттер М. Сила слабых связей // Экономическая социология. 2009. Т. 10. № 4. С. 31-50.
4. Давыдов С.А., Панфилов А.С. Социальные сети в хозяйственной деятельности: методологические подходы к анализу // Журнал правовых и экономических исследований. 2019. № 3. С. 228–232.
5. Давыдов С.А., Юдина А.А. Социальные сети и сетевой подход к анализу социальной структуры // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2014. № 4 (22). С. 37–41.
6. Дюркгейм Э. Социология, ее предмет, метод, предназначение. М., 2005. 210 с.

7. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // *Общественные науки и современность*. 2001. № 3. С. 122–139.
8. Морено Дж. Социометрия: Экспериментальный метод и наука об обществе // *Наука и общество*. 2001. Т. 2. С. 17.
9. Пауэлл У., Смит-Дор Л. Сети и хозяйственная жизнь // *Экономическая социология*. 2003. Т. 4. № 3. С. 62–77.
10. Радаев В. В. Рынок как переплетение социальных сетей // *Российский журнал менеджмента*. Т. 6. № 2. 2008. 47 с.
11. Редклифф-Браун А. О социальной структуре // *Вопросы социальной теории*. 2018. Т. 2. С. 17.
12. Ритцер Дж. *Современные социологические теории*. 5-е изд. СПб.: Питер, 2002. 264 с.
13. Сорокин П.А. Система социологии. Т. 2. Социальная аналитика: Учение о строении сложных социальных агрегатов. М.: Наука, 1993. 31 с.
14. Сорокин П.А. Социальная и культурная динамика. М.: Астрель, 2006. 1176 с.
15. Уцци Б. Источники и последствия укорененности для экономической эффективности организаций: влияние сетей // *Экономическая социология*. 2007. Т. 8. № 4. С. 43–59.
16. Barnes J.A. Class and Committees in a Norwegian Parish Islands // *Human relations*. 1954. Vol. 7. P. 39–58.
17. Bavelas A.A mathematical model for group structures // *Applied Anthropology*. 1948. № 7 (3). P. 16–30.
18. Cook K., Emerson R.M. Exchange networks and the analysis of complex organizations // *Research in the Sociology of Organizations*. 1984. № 3. P. 1–30.
19. Heider F. Attitudes and cognitive organization // *Journal of Psychology*. 1946. Vol. 21. P. 107–112.
20. Kleinman S., Fine G.A. Network and Meaning: An Interactionist approach to Structure // *Symbolic Interaction*. 1983. Vol. 6. P. 97–110.
21. Newcomb T.M. // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1981. Vol. 40. P. 862–867.
22. Paldam M. Social capital: One or Many? Definition and Measurement // *Journal of economic Surveys*. 2000. № 15 (5). P. 629–653.
23. Portes A. Social capital: Its origins and application in modern sociology // *Annual Review of Sociology*. 1998. Vol. 24. P. 1–24.
24. Simmel G. *Conflict and the Web of Group Affiliations*. New York: Free Press, 1964. 164 p.

Д. Д. Марченко,
студент, Национальный государственный Университет физической культуры,
спорта и здоровья имени П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург
Научный руководитель: К. К. Оганян,
доктор философских наук, профессор кафедры социально-гуманитарных
дисциплин имени В.У.Агеевца, Национальный государственный
Университет физической культуры, спорта и здоровья имени П.Ф. Лесгафта,
Санкт-Петербург

Социологическое исследование факторов, влияющих на конкурентоспособность выпускников ВУЗов

Ключевые слова: конкурентоспособность, выпускники, специальность, факторы.

Актуальность – сфера физической культуры и спорта является одной из главных сфер жизни общества, так как напрямую связана с физическим развитием и здоровьем человека. Спорт в настоящее время обретает все большую популярность среди молодого поколения. Желая получить высшее спортивное образование становится все больше. В условиях переизбытка специалистов в области ФКиС и возрастающей конкуренции возникает необходимость исследования факторов, влияющих на конкурентоспособность выпускников ВУЗов и путей ее повышения. Просматривается противоречие между запросами рынка труда, состоянием теоретического знания и структурой практики в ВУЗе, что делает наше исследование актуальным.

Цель исследования – определить факторы, влияющие на конкурентоспособность выпускников НГУ им. П.Ф.Лесгафта.

Задачи исследования :

- 1) Дать определение конкурентоспособности выпускников в ходе анализа литературных источников и раскрыть ее сущность.
- 2) Методом анкетирования проанализировать пути формирования конкурентоспособности выпускников НГУ им. Лесгафта.
- 3) Выявить факторы, влияющие на конкурентоспособность выпускников, дать практические рекомендации по ее улучшению.

Методы исследования – анализ литературных источников; анкетирование.

Критерий конкурентоспособности специалиста представляет собой признак, согласно которому можно оценить и установить отличительные особенности специалиста на рынке труда. [3, с. 6-8]

Н.И.Пашенко определяет конкурентоспособность вуза как «его настоящие и потенциальные способности (возможности) по оказанию соответствующего уровня образовательных услуг, удовлетворяющих потребности общества по подготовке высококвалифицированных специалистов, а также потребности по разработке, созданию и реализации научно-методической и научно-технической продукции как в настоящее время, так и в будущем. [5, с. 182-183]

В современное время профессиональная квалификация и практический опыт выпускника вуза важный, но не единственный фактор, принимаемый во

внимание работодателем при приеме на работу. В последнее время работодатель учитывает образование, навыки молодого специалиста, особенные таланты и способности, достижения, индивидуальные качества, презентабельный внешний вид. [1, с. 145-146]

Один из главных признаков конкурентоспособности молодого специалиста – соответствие требованиям предприятий-работодателей. Оценка профессиональной подготовленности и конкурентоспособности выпускников могут осуществляться непосредственно как субъекты рынка труда (предприятия - работодатели), так и сами молодые специалисты. [2, с. 3-4]

Шишкина Е.С. и Аветисян В.П. в своей работе разделили факторы, влияющие на конкурентоспособность вуза на внешние и внутренние. К внешним он отнесли: институциональные (правовые, политические, экономические), уровень качества школьной подготовки, уровень конкуренции в экономике страны, соотношение между спросом и предложением на рынке труда, социальные и политические факторы, особенности формирования стоимости образовательных услуг, формы и методы государственного регулирования.

Эффективность использования трудовых, материальных, информационных и финансовых ресурсов; уровень развития менеджмента и маркетинга в вузе; информационные технологии, которые применяются в учебном процессе; степень престижности вуза авторы отнесли к внутренним факторам. [4, с. 57-58]

Для определения оценки собственной конкурентоспособности студентов, мы провели опрос 41 потенциальных выпускников НГУ им. П.Ф. Лесгафта. Среди опрошенных 43% молодых людей и 57% девушек. Преобладающее большинство студентов (60%) в возрасте 20 лет, остальные (40%) – в возрасте 22 лет. Все студенты в следующем году получают диплом специалиста (бакалавра).

Студентам были предоставлены как *общие*, так и *специальные* вопросы. Начнем с анализа общих вопросов.

Для студентов приоритетными целями получения высшего образования стало стремление стать высококвалифицированным специалистом, а также стать материально обеспеченными (56,4%). 23,1% опрошенных стремятся добиться успеха в жизни, остальные студенты заинтересованы в развитии себя как культурного, образованного человека (20,5%).

Преобладающим фактором, повлиявшим на выбор специальности, стало желание изучать предметы, предлагаемые по данной специальности. (37,5%). Не менее важным фактором оказалось мнение родственников и друзей (21,9). Учили престижность специальности на рынке труда 15,6% опрошенных. Низкий проходной балл, возможность поступить по целевому направлению и другие причины, в общем, занимают 25,1%.

Большее количество студентов надеялись на трудоустройство по специальности при поступлении в НГУ им. П.Ф.Лесгафта (68,4%). Желанием остальных студентов (31,6%) было получить высшее образование.

Более половины опрошенных студентов отметили, что у них не было возможности закрепиться на рабочем месте после прохождения практики (57,9%). Всего 5,3% респондентов именно так и трудоустроились. Затруднились обозначить такую возможность 26,3% студентов. У 10,5% опрошенных респондентов была возможность трудоустроиться после прохождения практики, но они не воспользовались данной возможностью по причине низкой заработной платы и отсутствия карьерного роста.

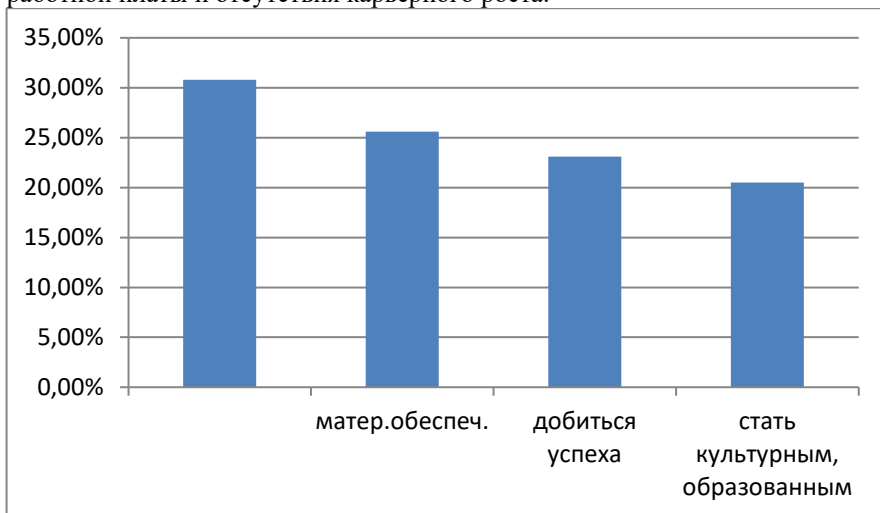


Рисунок 1 – Цели получения высшего образования (в % к числу ответивших)

Была выявлена весьма высокая удовлетворенность студентов выбором вуза. 21,1% полностью удовлетворены, 63,2% - скорее удовлетворены. Не удовлетворены выбором вуза в той или иной степени, в общем, 15,8% студентов.

Таблица 1. Удовлетворенность выбором ВУЗа (в % к числу опрошенных)

Удовлетворенность	Выпускники
Полностью удовлетворен	21,1%
Скорее удовлетворен	63,2%
Скорее не удовлетворен	10,5%
Полностью не удовлетворен	5,3%

Желание продолжить обучение в НГУ им. Лесгафта характерно для большинства выпускников, 52,6% планируют продолжить обучение в данном вузе, 26,3% - планируют продолжать обучение, но в другом вузе. Выпускники, прежде всего, нацелены на продолжение обучения в магистратуре (42,1%), а также на краткосрочные курсы повышения квалификации (26,3%). Примерно равное количество тех, кто планирует получать второе высшее образование, а также обучение в аспирантуре.

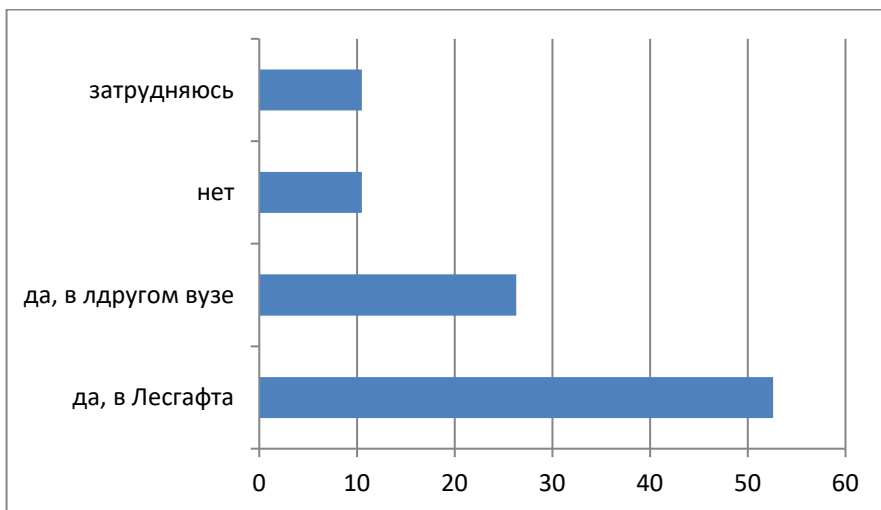


Рисунок 2 - Желание продолжить обучение (в % к числу опрошенных)

Большее половины студентов отметили, если бы вновь пришлось выбирать, они снова поступили бы в НГУ им. Лесгафта. Из них 36,8% поступили бы на тот же факультет, а 31,6% - на другой факультет. В общем, 21,1% тех, кто поступал бы в другой вуз, как по той же специальности, так и по другой.

Таблица 2. Актуальность выбора НГУ им.Лесгафта для повторного обучения по той же специальности (в % к числу опрошенных)

Выбор	Выпускники
Поступление в тот же вуз, на тот же факультет	36,8%
Поступление в тот же вуз, но на другой факультет	31,6%
Поступление в другой вуз по этой специальности	15,8%
Поступление в другой вуз и на другой факультет	10,5%
Затрудняюсь ответить	5,3%

Большинство выпускников отметили, что уровень подготовки специалистов в вузе в той или иной степени (полностью или почти) соответствует требованиям, предъявляемым рынком труда (31,6% и 42,1%).

Половина опрошенных студентов считают, что вуз дал им хороший комплекс знаний и навыков, в полной мере отражающий суть и содержание моей специальности. Вторая половина студентов в свою очередь, убеждены, что образовательная программа и методика обучения недостаточно отразили суть и содержание специальности.

Таблица 3. Оценка полученных знаний для эффективной профессиональной деятельности (в % к числу опрошенных)

Оценка	Выпускники
Вуз дал хороший комплекс знаний и навыков, в полной мере отражающий суть и содержание специальности	47,4%
Образовательная программа и методика обучения недостаточно отразили суть и содержание специальности	36,8%
Методика представления знаний не способствует эффективному освоению профессиональной деятельности	10,5%
Затрудняюсь ответить	5,3%

При этом, преобладающее количество респондентов отметили, что мероприятия, содействующие трудоустройству вуз не предлагал (63,2%). Затруднились обозначить данный вопрос 15,8% респондентов и 21,1% указали, что проводились консультации по прохождению собеседования при трудоустройстве на работу.

Таблица 4. Способности и качества, которые прежде всего помогли развить обучение в НГУ им. Лесгафта (в % к числу опрошенных).

Способности и качества	Выпускники
Способность грамотно организовывать тренировочный процесс	12,8%
Способность к работе с информацией	11,6%
Ответственность за качество результатов своей работы.	9,3%
Способность к обобщению, синтезу (информации, моделей, логических выводов, проектных решений).	8,1%
Способность осознания, рефлексии своей деятельности, действий.	8,1%
Способность доказательства, аргументации, обоснования своей позиции, решений.	7,0%
Способность разбираться в социальных и экономических проблемах сферы ФКиС.	7,0%
Способность к творчеству.	5,8%
Аналитические способности.	5,8%
Прогноз последствий своих решений, вариантов этих решений, действий.	5,8%
Деловитость, умение работать оперативность.	5,8%
Способность устанавливать контакты, идти на компромисс, находить совместные решения.	4,7%
Организаторские качества.	4,7%
Способность к запоминанию, память.	3,5%

В представлениях выпускников доминирующими способностями и качествами, которые прежде всего помогло развить обучение в НГУ им.Лесгафта, стала способность грамотно организовывать тренировочный процесс (12,8%) и способность к работе с информацией (11,6%).

Также немаловажными способностями выпускники отметили ответственность за качество результатов своей работы (9,3%), способность к общению, синтезу (8,1%), а также способность осознания, рефлексии своей деятельности, действий.

Таблица 5. Мероприятия, содействующие трудоустройству, которые предлагал НГУ им.Лесгафта (в % к числу ответивших)

Мероприятия	Выпускники
Мероприятия не предлагались	63,2%
Консультации по прохождению собеседования при приеме на работу	21,1%
Мастер-классы работодателей	15,8%
Консультации по написанию резюме	0%
Ярмарки вакансий	0%
Дни карьеры	0%
Затрудняюсь ответить	0%

Среди опрошенных выпускников 36,8% студентов уже работают по своей специальности и ровно столько же являются безработными. 26,3% студентов работают по другой специальности.

Основной причиной отказа от работы по специальности является низкая заработная плата (для 26,9% опрошенных студентов). Также немаловажной причиной является смена интересов (для 23,1% выпускников), равное количество (15,4%) тех, кто не смог найти работу по специальности, кого не устроил маленький карьерный рост, ровно столько же выпускников затруднились обозначить ответ на данный вопрос. Лишь 3,8% студентов указали на отсутствие престижности профессии.

Главными по важности барьерами при трудоустройстве для студентов стали отсутствие подходящих вакансий, а также отсутствие опыта работы. Не менее важным барьером стало отсутствие нужных деловых связей.

Таблица 6. Барьеры для трудоустройства (в % к числу ответивших)

Барьеры	Выпускники
Отсутствие подходящих вакансий	22,2%
Отсутствие опыта работы	22,2%
Отсутствие нужных деловых связей	18,5%
Затрудняюсь ответить	14,8%
Трудности в профессиональном самоопределении	7,4%
Отсутствие навыков поиска работы	3,7%
Стереотипное мнение окружающих	3,7%
Конкуренция	3,7%
Ошибка в выборе профессии	3,7%

По представлениям большинства выпускников, прежде всего современный работодатель обращает внимание на опыт работы в данной области, профессиональные навыки, а также мотивация и интерес к работе. Менее важными составляющими выпускники считают личные качества и рекомендации с места учебы, работы.

Таблица 7. Представление о том, на что обращает внимание современный работодатель при приеме на работу молодого специалиста (в % к числу ответивших)

Фокус внимания	Выпускники
Опыт работы в данной области	26,2%
Профессиональные навыки	23,1%
Мотивация, интерес к работе	18,5%
Личные качества	12,3%
Рекомендации с места учебы, работы	7,7%
Вуз, в котором получено образование	4,6%
Средний балл диплома	3,1%
Наличие нужных связей у соискателя	3,1%
Затрудняюсь ответить	1,5%

Практически все выпускники рассматривают возможность организовать собственное дело (73,7%). Главными препятствиями для занятий бизнесом у выпускников стали материальные трудности, отсутствие нужных деловых связей (в равной степени 30,4%), а так же трудность в раскрытии предпринимательского потенциала (21,7%).

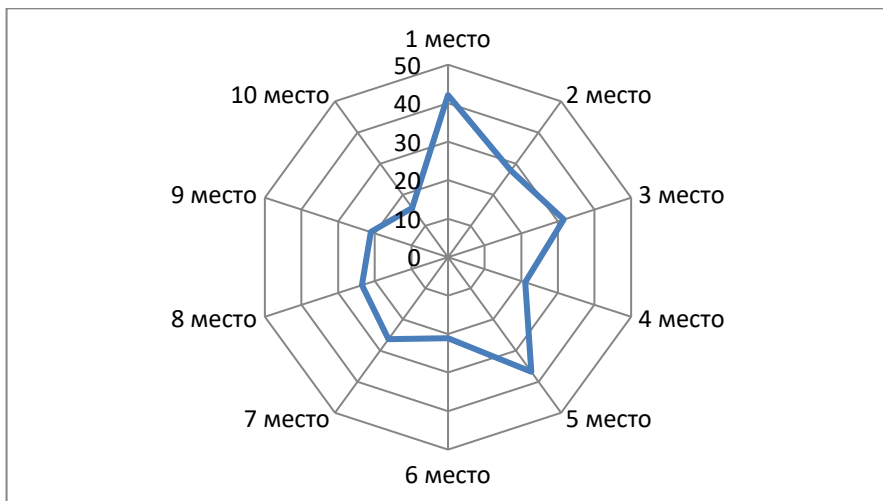


Рисунок 3 – Иерархия профессиональных ценностей.

Мы проанализировали иерархию профессиональных ценностей выпускников. Начинают данную иерархию ценностей важность перспективы личного роста, содержательная и интересная работа и хорошие условия труда: транспортная доступность, организованное рабочее место (1-3 место).

Следующую ступень иерархии занимают высокая заработная плата, принадлежность к престижной, известной компании, а также возможность самому определять методы и способы решения рабочих заданий (4-6 место).

И нижнюю ступень образуют гарантия стабильности и постоянной занятости, хорошие отношения с начальством и коллегами, признание успехов в работе со стороны коллег и руководства и развитая система социальных льгот (7-10 место).

Более половины выпускников (52,6%) сомневаются, что могут стать безработными. 21,1% уверены, что смогут быстро найти работу, 10,5% выпускников считают для себя реальную вероятность стать безработным, ровно столько же выпускников уже работают, поэтому не видят для себя проблем с трудоустройством.

Также выпускникам были заданы *специальные* вопросы. Перейдем к их анализу.

Главной причиной, которая повлияла на выбор получаемой специальности, стало желание изучать предметы, предлагаемые на данной специальности (37,5%). Не менее важным фактором стало мнение родственников и друзей (21,9%). Для 15,6% важна престижность специальности на рынке труда. Менее всего выпускники опирались на низкий проходной балл, возможность поступить по целевому направлению, а также советы приемной комиссии.

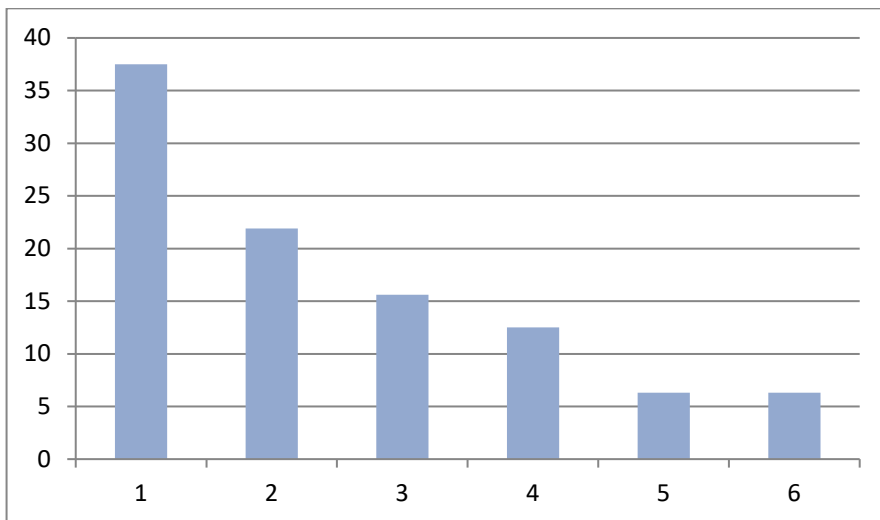


Рисунок 4 – факторы выбора специальности (в % к числу ответивших)

Выпускники отметили, что в предлагаемых вакансиях их не устывает, прежде всего, неудобный график работы (32,4%), а также низкий уровень заработной платы (29,4%). Также выпускники отметили отсутствие социальных гарантий, высокие требования работодателей и содержание работы, несоответствующее полученному образованию.

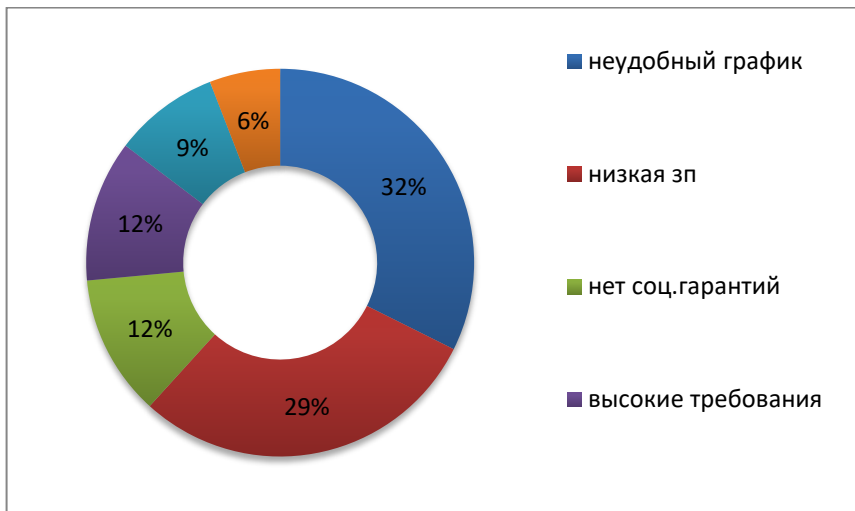


Рисунок 5 – Недостатки предлагаемых вакансий (в % к числу ответивших)

Большинство выпускников планируют обратиться к поиску вакансий в сети Интернет (38,6%) и через друзей и родственников (25%). Также выпускники планируют размещать свои резюме на Интернет-сайтах(22,7%) и обращаться к услугам биржи труда (6,8%). Менее популярными способами поиска работы стали посещение "Ярмарок вакансий", "Дней карьеры" и обращение за помощью в Отдел трудоустройства вуза.

47,4% студентов в той или иной степени (полностью или почти) уверены в получении приемлемого уровня зарплаты. Практически столько же выпускников (47,3%) в той или иной степени (полностью или почти) не уверены в получении приемлемого уровня заработной платы. Оставшиеся 5,3% затруднились ответить на данный вопрос. Выпускники прежде всего нуждаются в таких формах поддержки в трудоустройстве, как обучение навыкам эффективной самопрезентации и деловой беседы с работодателем, подбор работы по профессии, знакомство с профессиограммами по профессиям, востребованным на рынке труда и составление резюме (в среднем 20% выпускников указали на данные варианты ответа).

При этом практически все выпускники (73,7%) чувствуют себя подготовленными для самостоятельной деятельности по своей специальности на уровне специалиста с высшим образованием.

Анализ результатов опроса выпускников позволил нам сделать несколько выводов:

1. Главными целями получения высшего образования являются материальная обеспеченность и развитие себя как высококвалифицированного специалиста.

2. Доминирующими способностями и качествами, которые прежде всего помогло развить обучение в НГУ им.Лесгафта, по мнению выпускников, стала способность грамотно организовывать тренировочный процесс и способность к работе с информацией. Также немаловажными способностями выпускники отметили ответственность за качество результатов своей работы, способность к обобщению, синтезу, а также способность осознания, рефлексии своей деятельности, действий.

3. Была выявлена весьма высокая удовлетворенность студентов выбором вуза. Желание продолжить обучение характерно для более половины опрошенных респондентов, так же, как и повторное поступление в НГУ им. Лесгафта, если бы вновь пришлось выбирать. Выпускники, прежде всего, нацелены на поступление в магистратуру, а также на краткосрочные курсы повышения квалификации.

4. Больше половины респондентов отметили, что у них не было возможности закрепиться на рабочем месте после прохождения практики. Причиной отказа от трудоустройства в месте прохождения практики стала, в основном, низкая заработная плата и отсутствие карьерного роста.

5. Практически все студенты считают, что вуз дает им хороший комплекс знаний и навыков, в полной мере отражающий суть и содержание специальности. Но при это, преобладающее большинство выпускников отметили, что мероприятия, содействующие трудоустройству вуз не предлагал. Исключением стали консультации по прохождению собеседования при трудоустройстве на работу. Отсюда возникает необходимость в организации и проведении мероприятий содействующие трудоустройству.

6. Выпускники разделились на 2 группы: 1 половина уже работают и 2 половина, равная первой, официально не работают. При этом половина работающих выпускников выбрали работу не по специальности. Основной причиной отказа от работы по специальности стала низкая заработная плата и смена интересов. Главным барьером при трудоустройстве у студентов стало отсутствие опыта работы и отсутствие подходящих вакансий.

7. По представлениям выпускников, прежде всего, современный работодатель обращает внимание на опыт работы в данной области, профессиональные навыки, мотивацию и интерес к работе.

8. Мы проанализировали иерархию профессиональных ценностей выпускников, верхнюю позицию занимает важность перспективы личностного роста, содержательная и интересная работа и хорошие условия труда. Предполагаем, что такие ценности, в первую очередь, сформировало спортивное прошлое выпускников.

9. Малая часть респондентов, видят реальную вероятность стать безработными, большая же часть в той или иной степени уверены, что не останутся без работы. Предполагаем, что уверенность студентов в том, что они не останутся безработными, связано с востребованностью специальностей ФКиС на рынке труда.

10. Главной причиной, которая повлияла на выбор получаемой специальности, стало желание изучать предметы, предлагаемые на данной специальности.

11. Большинство выпускников планируют обращаться к сети Интернет для поиска работы. Также они отметили, что в предлагаемых вакансиях их не устраивает, прежде всего, неудобный график работы и низкий уровень заработной платы.

По результатам проведенного исследования выявлено, что можно разделить на 2 группы основных факторов, влияющих на конкурентоспособность выпускников вуза: субъективные и объективные.

Таблица 8. Факторы влияния на конкурентоспособность.

Субъективные факторы	Объективные факторы
Стремление выпускников получать сразу высокую оценку своего труда в материальном эквиваленте, не осознавая, что для этого требуется опыт и стаж работы. Высокие ожидания, не соответствующие реальной ситуации их опыта.	Отсутствие должного механизма взаимодействия выпускников и работодателей.
	Недостаточное количество часов практики установленные вузом.
	Отсутствие благоприятных условий труда, высокие требования работодателей, отсутствие социальных гарантий в предлагаемых вакансиях.

ВЫВОДЫ

Практически все респонденты чувствуют себя подготовленными для самостоятельной деятельности по своей специальности на уровне специалиста с высшим образованием. Около половины студентов в той или иной степени уверены в получении приемлемого уровня зарплаты. Прежде всего, выпускники нуждаются в таких формах поддержки в трудоустройстве, как обучение навыкам эффективной самопрезентации, деловой беседы с работодателем и подбора профессии. А также было выявлено, что вопрос трудоустройства должны решать сами выпускники, но также необходима поддержка вуза.

Хотим отметить, что практически все выпускники считают себя подготовленными для самостоятельной деятельности по специальности, но опираясь на анализ опроса, многие не могут начать самостоятельностью деятельность по своей специальности из-за возникающих барьеров, например высокие

требования работодателей, неподходящие условия труда, низкая заработанная плата, отсутствие социальных гарантий, опыта работы и карьерного роста. Респонденты больше обращают внимание на вакансии, где присутствуют перспективы личностного роста, содержательная и интересная работа, хорошие условия труда, приемлемый уровень заработной платы. Зачастую, профессии в сфере физической культуры и спорта требуют раскрытия творческого потенциала, для чего и необходимы хорошие условия труда (наличие надежного инвентаря, для разнообразия упражнений, хорошее освещение, соблюдение всех правил безопасности), немало важным является фактор возможности личностного и карьерного роста. Думаем, это связано со спортивным прошлым специалистов, где постоянный рост и развитие необходимо.

В ходе исследования выяснилось, что студенты более уверенно оценивают свои силы в теоретической составляющей подготовки к самостоятельной деятельности, менее уверенно – в практической. Все это, а также фактор отсутствия опыта работы при трудоустройстве (что является барьером) требует увеличения количества часов практики для получения более качественного опыта работы для дальнейшего трудоустройства.

Был определен достаточно низкий показатель проведения мероприятий в вузе, содействующих трудоустройству. Отсюда вытекает необходимость проведения мероприятий в НГУ им. Лесгафта: проведение «Ярмарки вакансий» и «Дня карьеры» 3-4 раза в год, организация мастер-классов от работодателей с возможностью посещения потенциального места работы 2-3 раза в семестр, увеличение числа консультаций по прохождению собеседования и заполнению резюме при приеме на работу. Улучшать механизм взаимодействия выпускников и работодателей посредством выделения времени на включение мероприятий в расписание студентов для регулярного взаимодействия студентов с работодателями.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Семенова Л.М. Самомаркетинг и самобрендинг специалиста в сфере коммуникаций как условие повышения конкурентоспособности на рынке труда // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент, 2014.
2. Никулина Ю.Н. Оценка уровня конкурентоспособности: взгляд молодых специалистов // Экономика труда, 2015.
3. Оганян К.К. Мотивированность и ориентированность студентов как факторы развития конкурентоспособности выпускников вуза // Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2017.
4. Шишкина Е.С., Аветисян В.П. Факторы, влияющие на повышение конкурентоспособности выпускников вуза // Основы экономики, управления и права, 2013.
5. Савенкова Ю.С., Советкина А.А. Управление конкурентоспособностью вуза в современных социально-экономических условиях // Вопросы образования, 2009.

Ван Вэньфэй, Ван Сяюань, Лю Цзясюй,
аспиранты факультета социологии,
Санкт-Петербургский государственный университет

Китайско-российское торгово-экономическое сотрудничество: история, современное состояние и перспективы

В последние годы обмена на высоком уровне и тесное сотрудничество между Китаем и Россией в политической, экономической и культурной областях заложили хорошую основу для экономического и торгового сотрудничества между двумя сторонами. Объем торговли и масштаб инвестиций между Китаем и Россией также продолжают расти на этой основе, а механизм сотрудничества и обмена в различных областях стал прочным. В 2022 году объем торговли между Китаем и Россией сохранил устойчивый рост, увеличившись на 29,3 процента по сравнению с 2021 годом и достигнув рекордно высокого уровня в 190,271 миллиарда долларов США. Эта тенденция не только отражает консенсус двух сторон по углублению сотрудничества и обменов, но и свидетельствует о непрерывной модернизации двусторонних отношений сотрудничества и обменов. Богатая и красочная история китайско-российского торгово-экономического сотрудничества и обменов укрепила фундамент долгосрочных дружественных обменов между Китаем и Россией и концепцию взаимной выгоды и беспроигрышной ситуации. С точки зрения истории, Китай и Россия имеют долгую историю и дружественные гражданские контакты, заложившие прочный фундамент для экономического и торгового сотрудничества и обменов. Начиная с 1950-х годов, Китай и Россия установили дипломатические отношения, которые постепенно переросли во всеобъемлющее стратегическое партнерство. Эта глубокая и дружественная основа создала благоприятную политическую и культурную среду для экономического и торгового сотрудничества между двумя сторонами. Кроме того, китайско-российское торгово-экономическое сотрудничество охватывает ряд важных проектов и механизмов, которые приносят реальную экономическую выгоду и открывают возможности сотрудничества для обеих сторон. Энергетический сектор всегда был в центре внимания китайско-российского сотрудничества. Являясь крупнейшей энергетической державой, Россия экспортирует в Китай природный газ, нефть и другие ресурсы для удовлетворения растущего спроса на энергоносители. Стороны активно сотрудничают в области разведки, разработки и доставки энергоресурсов, например, в рамках проекта строительства Восточного газопровода Китай-Россия и нефтепровода Китай-Россия. В целях развития торговли и сотрудничества между двумя сторонами между Китаем и Россией был принят ряд мер по содействию торговле и инвестициям. Например, Китай и Россия подписали соглашение о свободной торговле, которое снижает торговые барьеры и тарифы и способствует росту двусторонней торговли. В то же время Китай и Россия активно развивают сотрудничество и обмены в таких областях, как электронная коммерция и таможенное сотрудничество, что способствует упрощению процедур торговли.

В сфере туристического сотрудничества Китай и Россия укрепили обмены и сотрудничество в области науки, культуры, спорта и других областях, что способствовало укреплению взаимопонимания и дружбы между народами Китая и России. Кроме того, Китай и Россия углубили сотрудничество в области туризма, поскольку обе стороны являются важными туристическими направлениями в отношении друг для друга, а туристические обмены стали важным способом для людей с обеих сторон укрепить культурные и экономические связи.

Вышеперечисленные случаи - это лишь малая часть сотрудничества, помимо них Китай и Россия в сельском хозяйстве, науке и технике, финансах и других областях также расширяют сотрудничество. Китай и Россия могут осуществлять столь широкий спектр торгового сотрудничества, и преимуществ у экономического и торгового сотрудничества между двумя странами очень много. Возможности экономического и торгового сотрудничества между Россией и Китаем, строительство сообщества единой человеческой судьбы опирается на важные концепции. Мир переживает небывалые за последнее столетие перемены, а человеческое сообщество – эпоху великих перемен и развития. С одной стороны, всесторонне развиваются многополярность, экономическая глобализация и культурная диверсификация, набирает обороты новый виток научно-технической и промышленной революции, народы мира становятся все более взаимосвязанными и взаимозависимыми, а взаимовыгодное сотрудничество - непреодолимой исторической тенденцией. С другой стороны, в постэпидемическую эпоху человечество сталкивается со многими глобальными проблемами и вызовами, такими как отсутствие импульса в мировом экономическом развитии, рост гегемонизма и силовой политики со стороны западных держав, усиление терроризма и гонки вооружений. В постэпидемическую эпоху большое значение имеет концепция построения сообщества единой человеческой судьбы, которая следует тенденции мирного развития и беспроигрышного сотрудничества, обеспечивает базовую теоретическую поддержку и широкую консенсусную основу для сотрудничества между Китаем и Россией, а также стала мощным стимулом для экономического и торгового сотрудничества между двумя странами. Активно продвигается инициатива "Пояс и путь". С углублением процесса глобализации экономики экономическое и торговое сотрудничество между странами мира становится все более тесным. В соответствии с общей тенденцией развития человечества и характером изменения, происходящих в нем, Китай выдвинул инициативу "Пояс и путь". Сегодня инициатива "Пояс и путь" стала моделью глобализации и связности. Количество китайско-европейских грузоперевозок и объем перевозимых товаров резко возросли, играя незаменимую роль в поддержании эффективной работы промышленной цепочки и цепочки поставок стран, расположенных вдоль маршрута. Инициатива "Пояс и путь" принесла ощутимую пользу практическому сотрудничеству между Китаем и Российской Федерацией, открыла двери для развития экономического и торгового сотрудничества между Китаем и Российской Федерацией и открыла яркие перспективы для взаимной

выгоды и беспроигрышных результатов торгово-экономического сотрудничества. Китайско-российское торгово-экономическое сотрудничество характеризуется высокой устойчивостью. Перед лицом многих проблем, таких как рост цен на сырье, нестабильные логистические цепочки и значительные колебания валютных курсов, торгово-экономические отношения между двумя сторонами стали более тесными, глубина и широта сотрудничества продолжают расширяться, а уровень сотрудничества постоянно повышается под мощным импульсом китайско-российского механизма сотрудничества. В феврале 2022 года две страны подписали "Дорожную карту по высококачественному развитию китайско-российской торговли товарами и торговли услугами", которая предполагает развитие торгово-экономического сотрудничества между двумя странами. Благодаря совместным усилиям двух сторон двусторонняя торговля значительно выросла и достигла очередного рекордного уровня. Согласно статистике, опубликованной Главным таможенным управлением Китая, за первые 11 месяцев 2022 года объем китайско-российской торговли достиг рекордной отметки в 172,41 миллиарда долларов, увеличившись на 32 процента по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В том числе Китай экспортировал в Россию товаров на 67,33 миллиарда долларов, что на 13,4 процента больше, чем в прошлом году, и импортировал из России товаров на 105,07 миллиарда долларов, что на 47,5 процента больше, чем в прошлом году. Экономические и торговые отношения между двумя странами развиваются быстрыми темпами, и ожидается, что ежегодный объем двухсторонней торговли достигнет 220 миллиардов долларов США. Долгосрочная позитивная тенденция китайско-российского торгово-экономического сотрудничества не изменилась. Экономическое и торговое сотрудничество между двумя странами имеет широкие перспективы и полный потенциал, и Китай будет оставаться крупнейшим торговым партнером России. В настоящее время торгово-экономическое внимание России "поворачивается на Восток", объем торговли с Западом сократился, а готовность к торгово-экономическому сотрудничеству с Китаем укрепилась, что дает Китаю и России прекрасную возможность постоянно изучать потенциал сотрудничества и расширять пространство для взаимодействия в ближайшем будущем. Министерство торговли КНР и Министерство экономического развития России достигли консенсуса по плану развития торгово-экономического сотрудничества, определив направление дальнейшего укрепления торгово-экономического сотрудничества, расширения масштабов торговли и культивирования новых точек роста торговли. Например, совсем недавно был официально открыт для движения первый трансграничный автомобильный мост между Китаем и Россией – мост через реку в провинции Хэйлунцзян, завершено строительство первого железнодорожного моста между Китаем и Россией – железнодорожного моста Тунцзян, успешно реализуется проект создания логистического центра... Всеобъемлюще продолжается расширение международных транспортных коридоров и ряд крупномасштабных проектов по сотрудничеству в области логистической инфраструктуры, что обеспечивает здоровое функционирование

китайско-российской экономической и торговой деятельности и оказывает мощную поддержку укреплению китайско-российского экономического и торгового сотрудничества. В настоящее время между Китаем и Россией реализуется около 100 инвестиционных проектов, и две страны продолжают сотрудничество в таких областях, как сельское хозяйство, энергетика, финансы и инфраструктура. Кроме того, продолжают появляться новые точки роста, такие как трансграничная электронная коммерция, цифровая экономика, "зеленое" развитие, биомедицина и так далее, что способствует "двоинному усилению" масштабов и качества китайско-российских торгово-экономических отношений. Экономическое и торговое сотрудничество между двумя странами имеет сильные преимущества и большой потенциал для развития.

Использованная литература:

1. TIAN Chunsheng, ZHANG Dongyang. Обсуждение механизма китайско-российского экономического и торгового сотрудничества. *Russia Central Asia East Europe Market*, 2012 (11): 13-18.
2. Ma Yunxiao. Расширение сферы многостороннего торгово-экономического сотрудничества. *Heilongjiang Daily*, 2009-06-14(002).
3. Зарубежный китайский журнал, Выпуск 1, 2023, Общи выпуск 261.
4. Хэ Чжэньвэй, президент Китайской ассоциации развития зарубежной промышленности (CAODI). *Economic Daily*. 2020.
5. Сунь Сяюю. Китайско-российские экономические и торговые отношения в будущем. Пекин: Издательство развития Китая, 2003.
6. Хань Лихуа. Текущее состояние китайско-российских торгово-экономических отношений и пути их улучшения. *China-Russia Economic and Trade Times*, 2007-6-21(10).
7. Островский М. Роль российско-китайских экономических и торговых отношений в международной стратегии Китая, перевод Цзин Гуилань. *New Vision*, 2006 (8).
8. Петров А. В. Специфика подготовки кадров российского турбизнеса для работы с Китаем / Глобальные социальные процессы 3.0: социальное управление и экономическое развитие в цифровом обществе (Сборник статей) / Под ред. А. В. Петрова (отв. ред.), К. Ю. Бесединой, К. И. Гавриловой, Е. М. Лукиной, С. С. Погорелой, Ян Юнькэ. СПб.: Астерион, 2022. С. 94-99.
9. Цуй Сяньтао. Китайско-российское стратегическое партнерство на пути к XXI веку. Пекин: Издательство партийной школы при ЦК КПК, 2003.
10. Ван Цзясюю. Анализ перспектив китайско-российского нефтяного сотрудничества // *Журнал Цицикарского университета*, 2006 (5).
11. Е Чжаося, Петров А. В. Экономическая социология в Китае // *Общество. Среда. Развитие*. 2017. №1. С. 33-38.
12. Петров А. В., Горьковская О. П. Трансформация российского бизнеса: нацеленность на фасилитацию и энвайронментализм в управлении / Сборник тезисов студентов и аспирантов по итогам XVIII Международного конгресса (международной научно-практической конференции) «Роль бизнеса в трансформации общества – 2023». М.: Университет «Синергия», 2023. С. 485-488.

13. Петров А. В. Глобальные социальные процессы и современные исследования социокультурных трансформаций в социологии / Глобальные социальные процессы 4.0: социокультурные трансформации в системе современных обществ (Сборник статей) / Под ред. А. В. Петрова (отв. ред.), О. П. Горьковой, К. Ю. Бесединой, С. С. Козловской, А. В. Повидыш, С. С. Погорелой. СПб.: Астерион, 2023. С. 8-12.

14. Петров А. В., Чжи Ц., Байнова М. С., Петрова А. А. Человеческий капитал сельских регионов современного Китая // Пространственная экономика. 2023. Т. 19. № 1. С. 147-167.

15. Петров А. В., Садырова М. С. Теоретические дискуссии об исследованиях социальной ответственности бизнеса: проблемы и перспективы // Общество. Среда. Развитие. 2023, №3. С. 9-14.

16. Горьковая О. П., Петров А. В. Цифровизация государственного управления как часть антикризисной политики / Роль бизнеса в трансформации общества - 2022. Сборник материалов XVII Международного научного конгресса. М.: МФПУ «Синергия», 2022. С. 547-549.

17. Социально-экономические аспекты развития индустрии гостеприимства и модернизация образования в условиях цифровой экономики / Архипова О. В., Бабанчикова О. А., Виватенко С. В., Владыкина Ю. О., Воронцова А. В., и др. СПб.: Издательство Санкт-Петербургского государственного экономического университета, 2018. - 158 с.

С. П. Лимасова,
студентка,

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского,
г. Омск, Россия

Интернет-мемы как источник формирования исторической памяти молодёжи

Аннотация: В данном докладе исследуется влияние интернет-мемов на формирование оценочного компонента исторической памяти молодёжи. В последние годы интерес массовой аудитории к использованию интернет-мемов возрастает, они становятся неотъемлемой частью повседневной коммуникации. В связи с визуализацией массовой культуры наблюдается процесс визуализации исторической памяти: аудиальная и письменная модели ее репрезентации уходят в прошлое, уступая место новой стратегии воспроизводства культурно-исторического контекста.

Ключевые слова: историческая память, мемы, молодёжь, историческое сознание, культурная память, визуализация.

Актуальность темы исследования. Тема влияния мемов на формирование исторической памяти мало изучена, а между тем интернет-мемы становятся повседневной практикой в современной коммуникации. Основной целевой аудиторией их потребления является молодёжь: через анализ

исторических мемов можно выявить представления молодых людей о прошлом, обнаружить механизмы проявления исторического сознания. Выявление закономерностей воспроизводства исторических мемов поможет лучше осознать, как мемы влияют на формирование культурно-исторической памяти, спрогнозировать, как можно использовать это знание в сферах науки и образования.

Феномен исторической и культурной памяти. Историческую культуру, являющуюся производной от исторического сознания, Л. Репина охарактеризовала как «все случаи присутствия прошлого в повседневной жизни» [13, с.29].

Феномен исторической памяти является одним из наименее проясненных в социологии из-за сложностей определения своих смысловых границ. Историческая память оказывает огромное латентное влияние на общество, однако проявления ее бессознательны.

Важно провести разграничение понятий исторической памяти, исторического сознания и непосредственно истории. М.А. Барг считал, что отождествлять историческое сознание и историческую память является грубой ошибкой, аналогичной отождествлению исторического сознания лишь с опытом прошлого [4, с.5-6]. Согласно его позиции, общественное сознание является историческим из-за того, что определенной своей стороной неизбежно «обращено» в прошлое, однако в нем присутствует связь с временными измерениями настоящего и будущего. Ю.А. Левада присвоил историческому сознанию такое определение: «Этим понятием охватывается все многообразие стихийно сложившихся или созданных наукой форм, в которых общество осознает свое прошлое» [9, с.191].

Согласно мнению ученых, понятие исторического сознания является более широким, чем понятие исторической памяти. Последняя обращается к историческому опыту, затрагивающему в основе своей только события прошлого. Историческое сознание же является скорее проекцией этого опыта в настоящем времени, ориентированной на будущее. Можно сказать, что историческое сознание является продуктом исторической рефлексии общества, осознания своего отношения к событиям прошлого в настоящем времени.

История и историческая память зачастую отождествляются, как понятия, однако подобная позиция также ошибочна. М.В. Соколова отмечает, что «изучение истории направлено на более объективное и точное отражение прошлого» [14, с.37]. Она описывает, что историческая память имеет характер не научной передачи информации, а скорее устной, сильно мифологизированной и воспроизводящей сведения о прошлом на основе «воображения, порожденного чувствами и ощущениями». История имеет под собой четко обоснованные, аргументированные представления о событиях прошлого, опирающиеся на научные исследования, исторические документы, артефакты и т.д. Исторической памяти можно присвоить характеристику устойчивой системы представлений о прошлом, которая закреплена в общественном сознании. В. Н. Бадмаев отмечал, что исторической памяти свойственна эмоциональная

оценка прошлого, истории же – рациональная. Он также отметил, что историческая память избирательна: на одних фактах она акцентирует внимание, другие предает забвению [3, с.79].

С процессом актуализации либо забвения исторических фактов связаны такие понятия, как коммеморация и рекоммеморация.

А. Мегилл описывал коммеморацию в качестве трансформации «зафиксированных воспоминаний прошлых событий в нечто, родственное объектам религиозного почитания» [11, с.116]. Под влиянием коммеморации память о различных событиях прошлого увековечивается в памятниках, значимых датах, праздниках и т.д. Она представляет собой случай целенаправленного подчеркивания, актуализации исторических фактов. Коммеморация является инструментом объединения общества в периоды войн, революций и иных общественных потрясений. Коммеморативные практики через репрезентацию прошлых событий помогают членам общества ощутить единство, чувство принадлежности к общим идеалам и ценностям.

Процесс рекоммеморации является противоположным процессу коммеморации и представляет собой практику целенаправленного забвения болезненных для общества событий (к примеру, преступлений, проигрышей в войнах и т.д.). В отличие от коммеморации, механизмом активации которой является чувство гордости и единства, рекоммеморация в основе своей происходит из чувства неполноценности, утраты или вины. Л. П. Репина отмечала, что на процесс забвения может влиять «сознательное манипулирование общественным сознанием». Забвение может быть как спровоцированным внешним вмешательством, так и естественным, органичным. Процессы коммеморации и рекоммеморации оказывают комплексное воздействие на формирование исторической памяти.

С феноменом исторической памяти тесно связано еще одно определение – «культурная память». Согласно Я. Ассману, культурная память является неким «средством передачи смысла», которое существует вне зависимости от сознания индивида и имеет надындивидуальный статус. Культурная память «создает общность»: к ней применим вопрос «Чего нам забыть нельзя?» [2, с.30]. Она связывает в сознании общества настоящее и будущее, апеллирует к чувству единства человека и его современников, сохраняет в себе их общие воспоминания и опыт.

Согласно определению Т.Э. Рагозиной, можно охарактеризовать культурную память как свойство общества, позволяющее ему сохранять себя в процессе исторической трансформации, воспроизводя себя на разных этапах своего развития [12, с.14]. Культурная память символизирует собой способность общества сохранять в своем настоящем собственное прошлое, проецировать и бесконечно воспроизводить его, сохраняя притом гармоничность и целостность.

Историческая память возникла как средство мобилизации политической власти: в XX веке она стала использоваться, как инструмент продвижения идеологии, отчего возник интерес к процессу коммеморации. Коммеморация включала в себя сочетание определенной «политики памяти» и процесса ее реализации, результатом которого становилось поклонение наиболее значимым

историческим личностям и событиям. Коммеморация стала средством «производства образов», сознательно созданным политическими лидерами для формирования желаемого образа истории и призванным направить эмоциональную энергию общества в необходимое русло.

Обобщая вышесказанное, можно выделить связь и различие культурной и исторической памяти. Оба феномена взаимосвязаны и обладают свойством воспроизводить и трансформировать память о прошлом в массовом сознании. Однако культурная память является философским понятием, неподконтрольным отдельным индивидам или социальным группам: на нее нельзя повлиять, она представляет собой независимую способность социокультурного организма сохранять и воспроизводить свое прошлое в настоящем. Историческая память же представляет собой нечто, что можно контролировать и изменять посредством личного вмешательства: она является средством воздействия на массовое сознание через формирование определенного «образа прошлого» и продвижение идеологии, связана с политическими интересами, отражающими социальную действительность.

Сейчас, в связи с визуализацией массовой культуры, можно наблюдать возникновение такого инструмента репрезентации и корректировки исторической и культурной памяти, как *интернет-мемы*.

Интернет-мемы как проявление визуализации культуры. В настоящее время феномен интернет-мемов является распространенным, но малоизученным явлением. Впервые термин «мем» использовал Ричард Докинз в своей работе «Эгоистичный ген», проведя параллель между инструментами передачи генетической информации и механизмом работы культурной памяти. Согласно определению Докинза, мем – это «основная единица передачи культурной информации, т. е. имитации» [8, с.201]. Более точную интерпретацию понятию «мем» дали Д.С. Артамонов и С.В. Тихонова: согласно их трактовке, мем – это «самовоспроизводящаяся единица культурной информации, содержащая в себе историю об объекте, который она представляет, несущая определенный смысл и имеющая значение для субъекта, который использует ее в качестве эмоционально окрашенного сообщения» [1, с.452]. Наиболее знаменитыми последователями концепции «мемов» Р. Докинза стали Дуглас Хофштадтер, Дэниэл Деннет и Сьюзен Блэкмор. Дуглас Хофштадтер ввел название «меметика» для дисциплины, изучающей мемы; Дэниэл Деннет построил концепцию мема в разработанную им теорию разума. Сьюзен Блэкмор дала ему определение, как «любой информации, вирусным путем передающейся от одного человека к другому».

Е.Н. Лысенко выделяет два подхода к объяснению феномена мемов [10, с.412]:

1. Редукционистский, в котором сложная концепция сводится к простым, взаимодействующим между собой единицам информации. Данного подхода придерживались Д. Хофштадтер, Д. Деннет, С. Блэкмор.

2. Семиотический, в котором мем трактуется как миф, воплощающий некую идею. Автором этого подхода является Р. Барт.

Барт характеризует миф, как обозначающую некоторую идею систему коммуникации, являющуюся для нее формой и воплощением [5, с.324]. Миф существует за счет знаков, он возникает при упрощении их смысла и превращении его в некую схематическую модель - концепт. Каждый миф содержит в себе определенный концепт, чьи границы размыты и интуитивно понятны для определенных групп общества. Концепт представляет собой искаженное объяснение существующей реальности, и мемы, если трактовать их как «мифы», хорошо подходят под это определение.

При проведении аналогии между мемом и мифом, возможно объяснить структуру мемов, проследив историю их возникновения и трансформации. Миф возникает, как носитель какой-либо идеи, но легко изменяет свою структуру и может быть дополнен и переконструирован любым желающим. Являясь вирусным и доступным общей редакции, мем обладает способностью воздействовать на другие мемы, концепты, идеи, изменять их и передавать огромное количество информации. Это делает его универсальной коммуникативной единицей, которая широко распространена в обществе.

Основными характеристиками интернет-мема являются информационная наполненность, вирусность, постоянная форма, но легко поддающееся трансформации значение, а также нацеленность на определенную аудиторию, для которой он является средством выражения эмоций и оценочных суждений. В коммуникативной практике основными функциями мема является именно передача эмоций и создание комического эффекта [1, с.452].

Интернет-мемы являются двухуровневыми высказываниями: первый смысловой уровень в их структуре представляет собой ироническую часть, которая выполняет функцию привлечения внимания, второй смысловой уровень является высказыванием, передающим некоторое оценочное суждение. Через интернет-мемы люди, как правило, выражают представления о бытовой реальности, демонстрируют повседневные суждения и мысли.

В данном исследовании интернет-мем интерпретируется, как единица информации в виде картинка с надписью. Мемы в формате изображений с текстом наиболее удобны для анализа, так как доступнее для использования и трансформации потребителем. Существует бесчисленное число смысловых вариаций подобных мемов, однако две структурные составляющие остаются неизменными: у каждого мема есть визуальная часть в виде картинка и текстовая, представляющая собой высказывание. Мем такого формата доступен для интерпретации, имеет устойчивую форму, но гибкую смысловую составляющую. Формат картинка с текстом выбран неслучайно из-за важности своей визуальной составляющей, так как именно через визуализацию мемов можно проследить изменения в массовой культуре.

Одним из первых в изучении визуальных образов отметился В. Беньямин. В своих работах он писал, что история визуального образа претерпела кардинальные изменения с возникновением репродукционной техники. Появление возможности массового тиражирования образов, доступности для масс создавать, изменять их и обмениваться ими изменило массовую культуру. На

второй план отступили творения отдельного человека, произведения искусства стали коллективными творениями, «настолько мощными, что для того, чтобы их усвоить, их необходимо уменьшить» [6, с.14]. Образы стали техническим продуктом, но вместе с приобретением универсальности и доступности для каждого утратили индивидуальность, неповторимость.

Примечательным является подход П. Штомпки, занимавшегося изучением визуальных образов. Он утверждал, что визуализация представляет собой процесс создания таких образов, которые, в первую очередь, способны эффективно воздействовать на воображение человека. Визуальный образ в его трактовке – инструмент и могущественное средство перекодировки сознания человека, его социальных установок и практик. Визуализация получает столь широкое признание и распространение именно из-за своей способности к репрезентации смыслов и идей. Это помогло ей стать значимым аспектом современной культуры и совершить переход на качественно иной уровень распространения. Именно поэтому визуализация становится одним из наиболее действенных способов репрезентации смыслов и идей, причем особую актуальность визуальные репрезентации приобретают в последние десятилетия.

Предпосылками для распространения и актуализации визуальных образов в современной массовой культуре П. Штомпка называл такие процессы, как [15, с.13]:

1. Процесс технического развития цивилизации, который провоцирует замену природной реальности реальностью, созданной человеком. Индивидуальность уступает место симулятивности, и, когда возникает способ не просто копировать, а тиражировать визуальные образы, общество активно его осваивает.

2. Распространение городского образа жизни, которое приводит к дифференциации общества. Это вызывает также дифференциацию визуальных образов: большой уровень конкуренции в черте города порождает своего рода «визуальный взрыв» в виде рекламы, различной информации и смысловых посылов, которые направлены на выполнение широкого спектра функций. Жители города становятся восприимчивы к большому количеству визуальных образов, учатся быстрее их анализировать и обрабатывать.

3. Процесс коммерциализации, который создает сферу маркетинга и визуальной рекламы. В обществе потребления продукт должен быть привлекательным внешне, потребитель должен желать купить его, едва увидев: визуальные образы превращаются в индустрию.

4. Возникновение потребительского общества обуславливает необходимость в воспроизводстве новых зрелищ и впечатлений для потребителей. Создание, распространение и обмен визуальными образами превращается вследствие этого процесса в форму социальной коммуникации.

Исходя из вышеприведенных данных, можно сделать вывод о том, что главной причиной происходящих в культуре изменений является научно-технический прогресс. Когда возник инструментарий, позволяющий массово тиражировать визуальные образы, общество перешло на новую ступень обмена,

репрезентации и распространения информации. Однако социальный аспект подобных изменений оказался затронут меньше, нежели технологический. Между тем, возникновение мемов оказало огромное влияние на культурную составляющую общества: с возникновением нового инструмента распространения информации и оценочных суждений возник феномен упрощения воздействия на коллективную память общества. Путем создания и тиражирования забавных картинок люди получили возможность изменять *историческую память*, мгновенно распространяя *оценочные суждения* среди огромной аудитории Интернета.

Интернет-мемы как способ формирования оценок исторической реальности. Историческая память может проявляться в самых различных формах; можно с уверенностью утверждать, что мемы являются одной из них. Так как ранее в данной работе уже отмечалось, что мем имеет в своей основе некую оценку, эмоциональное суждение, мы также можем считать мем частью оценочной системы исторической памяти.

Ранее в обществе существовали две модели репрезентации памяти о прошлом: аудиальная (эпос, мифы, легенды и т.д.) и письменная (хроника). Однако с появлением репродукционной техники в обществе появилась третья модель – визуальная. Благодаря научно-техническому прогрессу она получила широкое распространение, и на данный момент становится все более популярной. Визуализация массовой культуры, переход общества к новым стратегиям коммуникации обусловили расцвет визуальной репрезентации памяти. Старые модели теряют свою эффективность: они являются более громоздкими, медленными, менее наглядными и образными. Мемы являются одним из инструментов репрезентации исторической памяти, так как захватывают самые яркие, характерные черты и формируют образ событий и персоналий прошлого. Благодаря своей вирусности, они способны молниеносно распространяться и охватывать огромную аудиторию, формируя отношение к прошлому среди потребителей. Л. П. Репина указывает, что ранее исследований проявления памяти через визуальную составляющую не проводилось, поэтому влияние интернет-мемов на формирование исторической памяти научно не освещено.

Представление о том, что историческая память формируется через мемы, теоретически обосновали представители школы «memory studies» (М. Хальвакс, Я. Ассман, П. Нора, А. Ассман). Согласно их позиции, представления об истории формируются и распространяются обывателями. Профессиональные историки формируют знание об истории, как о науке: однако в массовой культуре оно мало распространено из-за узкой специализации и недостаточной образности и доступности подачи. Большая часть людей в качестве источника исторической информации используют не школьные учебники и научные статьи, а семейные архивы, переписки, мифы, слухи, художественные произведения и т.д.

Интернет-мемы, как неотъемлемая часть повседневной коммуникации, являются продуктами исторического сознания обывателей. Д.С. Артамонов и С.В. Тихонова в своей статье «Меминг в политике памяти России» отмечают,

что мемы не только являются частью исторической памяти человека, но также являются средством сохранения современной исторической информации в коллективной памяти [1, с.452]. Мемы, как мифы, представляют собой систему упрощенных представлений о действительности в виде нарратива, дающего простые ответы на сложные вопросы. В обыденном сознании представления о прошлом зачастую хронологически непоследовательны, спутаны, но при этом имеют четкую структуру и сильный эмоциональный окрас. Они сформированы оценочными суждениями и понимаются потребителями, как базовые дихотомии «зло-добро», «свой-чужие», «хорошие-плохие». Из-за этого историческая память является фрагментированной: она состоит из, в некотором роде, «карикатур», в которых отображаются самые яркие стереотипы и образы, ухваченные человеческим сознанием. Это свойство помогает вычленилть самые запоминающиеся черты каких-либо исторических событий или персоналий. В эпоху обилия информации именно яркость оценочного суждения способствует его запоминаемости, так как включают его в систему бытовых представлений индивида через эмоциональную привязку.

Наглядность и яркость мемов являются столь востребованными из-за того, что основной целевой аудиторией их потребления является молодёжь. Как носители визуальной культуры, они сильнее всего погружены в процесс трансформации и воспроизводства мемов – они создают их, изменяют, транслируют, и по ходу этого совершенствуют. Обмен мемами среди молодых людей является средством коммуникации, но также источником получения знаний и инструментом усвоения исторического опыта. Из-за того, что в современном обществе связь между поколениями ослабевает, традиционные механизмы передачи исторического опыта также притерпевают изменения. В ситуации отсутствия таких форм трансляции информации, как обряды, традиционные ритуалы, рассказы родственников, человек находит иной способ приобщиться к историческому опыту: именно тогда он обращается к коллективной памяти, частью которой являются, в том числе, исторические мемы.

Значимую роль мемов в жизни обывателей подтверждает социологический опрос, проведенный 14 сентября 2017 г. Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) и Музеем современной истории России [7]. Согласно данным опроса, россияне уверены в том, что в нашем обществе исторические знания необходимы: это отметили 96% опрошенных. Однако, в противоположность убежденности важности исторической подкованности, информированность респондентов об истории низка. 62% респондентов верно указали автора цитаты «показать кузькину мать» (Хрущев), однако, верно указать годы русско-японской войны смогли лишь 9% опрошенных (1904-1905 гг.), Гражданской войны – 7% (1917-1922 гг.), указать, кого свергли большевики – 11% (Временное правительство) и др. Люди уверены в том, что знать историю нужно, но в действительности знают ее плохо: зато они хорошо запоминают и сохраняют в коллективном сознании некие карикатурные, гротескные ее аспекты, которые являются забавными с точки зрения народа.

Выводы: историческая память является частью культурной памяти, воплощающей в себе представления общества о прошлом. Сейчас актуальным становится исследование влияния процесса визуализации массовой культуры на историческую память. Одним из ключевых аспектов проявления процесса визуализации является возникновение и распространение интернет-мемов - визуальных образов, быстро распространяющийся и доступный к модернизации любым членом интернет-сообщества. Мем является уникальным способом передачи информации, который позволяет любому члену общества сделать вклад в коллективную память социума, создав и распространив свою оценку исторических фактов. Его востребованность в среде молодёжи вызвана тем, что соучастие в появлении и тиражировании новых образов может проявить каждый, что дает чувство сопричастности и позволяет придать единице информации новый, уникальный смысл. Аудиальная и письменная модели репрезентации памяти уходят в прошлое, обыватели склонны черпать знания об истории не из учебников и научных источников информации, а из слухов, семейных хроник и художественных произведений, что иллюстрирует конфликт между официальным образом истории и ее репрезентацией в культурно-исторической памяти общества. Таким образом, современная историческая память является системой оценок обывателей – и мемы являются ярким примером подобных эмоциональных суждений, потому представляют интерес для научного изучения.

Список литературы:

1. Артамонов, Д. С., Тихонова, С. В. Меминг в политике памяти России // Известия Саратовского университета Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2018. №4. – С. 450-456.
2. Ассман, Я. Культурная память: Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности. // Пер. с нем. М.М.Сокольской. - М.: Языки славянской культуры, 2004. - 368 с.
3. Бадмаев, В. Н. Ментальность и историческая память / В. Н. Бадмаев // Вестн. Калмыц. унта. 2012. Вып. 1 (13). С. 78–84.
4. Барг, М. А. Эпохи и идеи: (Становление историзма) // М. А. Барг. М.: Мысль, 1987. 348 с.
5. Барг, Р. Мифологии // Перевод с французского, Москва, Академический проект. – 2008 г. – 324 С.
6. Беньямин, В. Краткая история фотографии / В. Беньямин. – М. : Ad Marginem, 2015. – 143 с.
7. ВЦИОМ. Новости: История страны: ставим «отлично», в уме держим «неуд». URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheski-obzor/istoriya-strany-stavim-otlichno-v-ume-derzhim-neud> (Дата обращения:11.11.2023).
8. Докинз Р. Эгоистичный ген. – М:Мир,1993г. - с.201.
9. Левада, Ю. А. Историческое сознание и научный метод / Ю. А. Левада // Философские проблемы исторической науки. М., 1984. С. 191–193.
10. Лысенко, Е.Н. Интернет-мемы в коммуникации молодёжи // Вестник СПбГУ. Социология. 2017. Т. 10. Вып. 4. – С.410-424.

11. Мегилл, А. Историческая эпистемология / А. Мегилл. М.: Канон+, 2007. 480 с.
12. Рагозина, Т.Э. Культурная память и идентичность // Ноосфера і цивілізація. - Выпуск 5(8), 2007 г. – С.12-21.
13. Репина Л.П. Темпоральные характеристики исторического сознания: о динамическом компоненте «истории памяти» // Диалог со временем. 2014. Вып. 49. С. 28–43.
14. Соколова, М. В. Что такое историческая память / М. В. Соколова // Преподавание истории в школе. 2008. № 7. С. 37–44.
15. Штомпка, П. Визуальная социология / П. Штомпка. – М. : Логос, 2007. – 168 с.

Лю Сыцзя,

аспирантка кафедры экономической социологии
Санкт-Петербургского государственного университета

Социологический анализ китайской финансовой культуры в Интернете

Аннотация: В настоящее время в Интернете активно внедряется новая модель финансовых отношений под названием «Интернет-финансы». Цель данной статьи — проанализировать эволюцию финансовой культуры Китая в Интернете с исторической и социологической точек зрения. Кроме того, она направлена на проведение социальных исследований и всесторонний анализ их многогранного характера. Важно признать, что финансовый сектор претерпел значительные преобразования в результате быстрого развития интернет-технологий. Развитие финансовой культуры в современную эпоху прошло несколько этапов и находится под влиянием многочисленных социальных и экономических факторов. Таким образом, финансовый сектор, являющийся важнейшим элементом общественной жизни, стал предметом исследований в области социологии и стал неизбежным объектом социологических исследований.

Ключевые слова: Китай, интернет-финансы, финансовые рынки, финансовое регулирование, социальные изменения, экономическая социология, социология финансов

Исследования финансов всегда было классической темой для экономической социологии. А в современной экономической социологии этому вопросу вообще уделяется особое внимание [9; 10; 11; 12].

Стремление Китая к модернизации представляет собой редкую и важную социальную трансформацию.

Современный Китай выделяется как страна, которая получила признание благодаря быстрому развитию экономики и позиционирует себя как одну из самых динамичных и устойчивых экономик на мировой арене.

Замечательный прогресс экономики Китая неразрывно связан с масштабными социальными преобразованиями, происходящими в стране.

Во всеобъемлющем докладе, представленном на 19-м Национальном конгрессе Коммунистической партии Китая, подчеркивается критический этап, на котором находится Китай, характеризующийся изменением подхода к экономическому развитию, повышением эффективности экономической системы и изменением траектории роста. Кроме того, широкое использование Интернета в экономической сфере способствовало созданию благоприятных условий для экономической и социальной изобретательности и развития Китая, что, в свою очередь, способствовало смене представлений о развитии.

Концепция интернет-финансов означает использование онлайн-платформ и цифровых технологий для предоставления финансовых услуг, таких как банковское дело, кредитование и инвестиции. Эта новая область может привести к значительным социальным изменениям и трансформации традиционных экономических структур.

Интернет-финансы, являясь зарождающимся сектором экономики, занимают значительное место на рынке. Кульминацией 2019 года стало то, что китайская индустрия интернет-финансов могла похвастаться транзакциями на сумму около 20 трлн. юаней. [8, с. 6].

Индустрия интернет-финансов - это слияние финансовых услуг и цифровых технологий, использующих интернет и смежные технологии (например, большие данные, облачные вычисления, искусственный интеллект и т. д.) для предоставления, оптимизации и расширения традиционных финансовых услуг. [6]

К основным услугам относятся онлайн-краудфандинг, P2P-кредитование, онлайн-платежи (или платежи третьих лиц) и т. д. [5], см. рис.1.

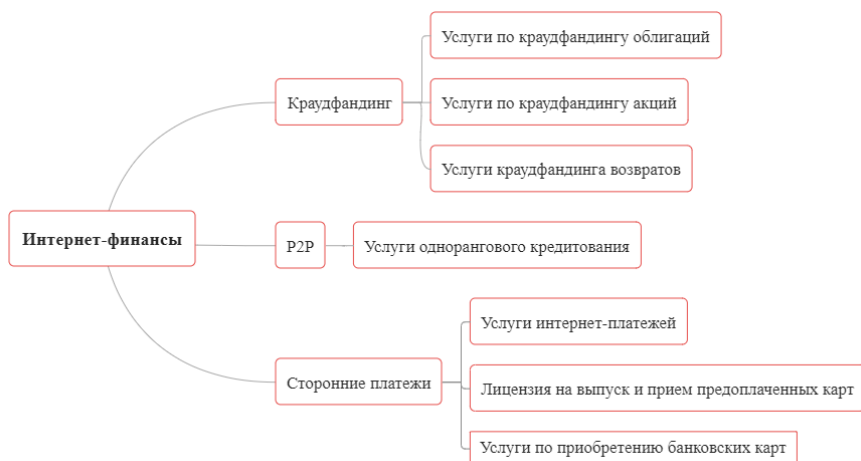


Рис. 1. Схема структуры индустрии интернет-финансов [5]

Зарождение индустрии интернет-финансов в Китае началось в 1997 году. В течение почти двух десятилетий эта отрасль значительно росла и развивалась, что привело ее к нынешнему этапу адаптации. Развитие китайской индустрии интернет-финансов можно разделить на четыре отдельных этапа.

На этапе становления, который длился с 1997 по 2004 год, Интернет играл решающую роль в оказании технической поддержки финансовым учреждениям. China Merchants Bank возглавил создание первого в стране онлайн-банка в 1997 году, тем самым представив новый способ продвижения бренда банка и обслуживания клиентов. Впоследствии в Китае была введена онлайн-торговля ценными бумагами, что расширило каналы торговли, доступные инвесторам. В 2000 году страховые компании, такие как PICC, создали национальные веб-сайты для содействия разработке платформ электронной коммерции. Кроме того, Alibaba Group представила Alipay в 2003 году, что ознаменовало рождение первой в Китае сторонней платежной платформы и положило начало индустрии онлайн-финансов. [8, с. 13-15]

Начальный период, охватывающий период с 2005 по 2012 год, ознаменовался стремительным развитием интернет-финансов. Это характеризовалось появлением различных финансовых онлайн-платформ и диверсификацией отрасли. Было создано несколько сторонних платежных платформ, включая Zaiputong и One Wallet. Кроме того, начали появляться платформы онлайн-кредитования, привлекающие множество интернет-предпринимателей. Секторы ценных бумаг и страхования также представили ряд онлайн-продуктов и услуг, таких как онлайн-услуги по открытию счетов и мобильные каналы продаж.

Период роста, который длился с 2013 по 2015 год, ознаменовался насыщением индустрии интернет-финансов и углублением вертикализации рынка. Масштабы отрасли продолжали расширяться, и заметными событиями стали запуск в 2013 году программы Alipay Treasures of Balance, которая открыла новые возможности для управления капиталом в Интернете. Кроме того, в этот период появились различные новые виды бизнеса, такие как потребительское интернет-финансирование и интернет-страхование, что способствовало быстрому росту отрасли.

Нынешний этап, известный как период адаптации, начался в 2016 году и продолжается по настоящее время. После периода быстрого роста индустрия интернет-финансирования вступила в фазу перестройки, что побудило правительство ужесточить регулирование онлайн-кредитных платформ, интернет-финансирования потребителей, интернет-страхования и других сегментов интернет-финансирования. Было принято множество нормативных актов для проведения обширных исследований в области онлайн-кредитования, интернет-страхования, платежей третьим лицам и интернет-ценных бумаг. Кроме того, были предприняты усилия по строгому регулированию нерегулируемых финансовых онлайн-платформ, направленные на обеспечение долгосрочной стабильности отрасли. В ответ на эти нормативные изменения интернет-финансовые компании начали углублять свои технологические исследования и разработки, укреплять возможности управления рисками и повышать

операционную эффективность, чтобы адаптироваться к меняющейся нормативной среде. [8, с. 13-15]

Развитие финансовой культуры в Интернете происходит не изолированно, а в значительной степени зависит от многочисленных социальных факторов.

Наиболее важным из этих факторов является ускоренная тенденция экономической глобализации и модернизации, которая ускорила интернационализацию финансовых рынков. Кроме того, влияние интернет-финансов на общество многогранно. Далее следуют некоторые ключевые аспекты: развитие интернет-финансирования предоставило малым и средним предприятиям (МСП) и частным лицам более удобные и быстрые каналы финансирования, способствуя тем самым росту реальной экономики. [4, с. 123]

В то же время интернет-финансирование стимулирует инновации и реформы на финансовом рынке, придавая новый импульс экономическому развитию; развитие онлайн-финансов упрощает управление богатством физических лиц, примером чего являются такие виды деятельности, как управление финансами через валютные фонды, такие как Balance Treasure, или инвестиции, осуществляемые с помощью онлайн-кредитования P2P. Эти изменения не только меняют образ жизни людей, но и повышают их финансовую грамотность и осведомленность; развитие интернет-финансов способствовало внедрению инновационных практик и реформ на финансовом рынке, включая мобильные платежи, виртуальную валюту, технологию блокчейн и так далее. Инновации не только повышают эффективность и качество финансовых услуг, но и стимулируют рост финансового рынка; развитие интернет-финансирования создает больше перспектив трудоустройства на рынке труда, таких как занятость в сфере интернет-финансирования и участие в компаниях, связанных с интернет-финансированием.

Одновременно развитие интернет-финансирования способствует преобразованию и модернизации традиционной финансовой индустрии, предоставляя больше возможностей для ее развития; развитие интернет-финансов также влечет за собой новые риски, такие как информационная безопасность, защита конфиденциальности, волатильность рынка и тому подобное. Эти риски не только влияют на стабильность и безопасность финансового рынка, но и представляют угрозу для безопасности собственности и личной неприкосновенности физических лиц.

Таким образом, влияние интернет-финансов на общество многогранно и включает как положительные, так и отрицательные аспекты. Содействуя развитию интернет-финансов, крайне важно усилить регулирование и управление интернет-финансами в целях обеспечения стабильности и безопасности финансового рынка. [1]

Более того, если рассмотрим интернет-финансирование с точки зрения социальных преобразований, станет очевидным, что его развитие оказало значительное влияние на все сферы жизни общества. В следующих параграфах мы проведем критический анализ этого вопроса:

1. Расширение сферы финансовых услуг: развитие онлайн-финансов расширило охват финансовых услуг, сделав их легкодоступными для более широкого круга лиц. Этот сдвиг не только изменил образ жизни людей, но и сделал финансовые услуги более доступными и эффективными.

2. Изменения на финансовом рынке: развитие интернет-финансов привело к изменениям на финансовом рынке, бросив вызов традиционным финансовым учреждениям и самому финансовому рынку. Инновационный и преобразующий характер интернет-финансирования придал новый импульс финансовому рынку, способствуя тем самым диверсификации и повышению доступности.

3. Создание системы социального кредитования. Быстрое развитие интернет-финансирования способствовало созданию и укреплению системы социального кредитования. Используя такие технологии, как большие данные и облачные вычисления, онлайн-финансы позволяют более точно оценивать кредитоспособность пользователей, что в конечном итоге повышает удобство для физических и юридических лиц, обращающихся за финансовыми услугами.

4. Изменения в финансовом регулировании: развитие интернет-финансов также привело к изменениям в финансовом регулировании. Традиционные методы финансового регулирования больше не подходят для адаптации к быстрому развитию интернет-финансов. Следовательно, необходимо создать комплексную, научную и рациональную систему финансового регулирования. [7, с. 134]

В заключение можно утверждать, что исторические и исконные истоки интернет-финансов можно рассматривать как непрерывный прогресс, характеризующийся постоянным прогрессом и метаморфозами [13; 14; 15; 16; 17]. Экспоненциальный рост интернет-финансов в Китае неразрывно связан с быстрыми и динамичными преобразованиями, происходящими в обществе. Последствия интернет-финансирования для общества сложны и многогранны и включают в себя как положительные, так и отрицательные аспекты. Кроме того, необходимо признать, что стимулирование роста финансирования через Интернет требует усиления надзора и надзора в целях обеспечения стабильности и безопасности финансового рынка. По сути, непрерывное развитие и трансформацию интернет-финансов можно рассматривать как сложную взаимосвязь между историческими корнями, социальными изменениями и необходимостью надежных механизмов контроля.

Список литературы

1. Dong Chunfeng, Si Dengkui. Does Digital Inclusive Finance Improve the “Low-end Lock-in” Dilemma of Urban Technological Innovation?[J]. Journal of Shanghai University of Finance and Economics, 2022, 24(4): Pp. 62-77.

2. Erik Feyen, Harish Natarajan and Matthew Saal. Overview paper on fintech and the future of finance – Pp. 1-6

3. Huang Yiping: China's Digital Finance Revolution_Perspectives_Peking University Digital Finance Research Centre URL: <https://www.idf.pku.edu.cn/gd/528064.htm>

4. 陈彩云,林雄. 数字金融发展与企业金融化[J]. 中国商论,2023(5):123-126. [Чэнь Цайюнь, Линь Сюн. // Цифровое финансовое развитие и корпоративная финансиализация[J]. China Business Review,2023(5): Pp. 123-126.]
5. 2023 年互联网金融行业研究报告_发展_平台_交易[2023 Internet Finance Industry Research Report_Development_Platform Transactions URL: https://www.sohu.com/a/www.sohu.com/a/695401730_99995154]
6. 人民银行等十部门发布《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》_部门新闻_新闻_中国政府网[10 ведомств, в том числе Народный банк Китая, издают Руководящие мнения о содействии здоровому развитию интернет-финансов // Департаментские новости_News_China.gov.cn URL: https://www.gov.cn/xinwen/2015-07/18/content_2899360.htm]
7. 宋欣欣. 我国互联网金融发展探析[J]. 科技创业月刊,2023,36(3):132-134. [Сун Синьсинь. Исследование развития интернет-финансов в Китае. // Science and Technology Entrepreneurship Monthly,2023, 36(3): Pp. 132-134.]
8. 张敏仪, 2019 年中国互联网金融白皮书. 2019 年, 92 页 [Чжан Миньйи, 2019 China Internet Finance White Paper. 2019. 92 с. URL: <https://www.leadleo.com/report/details?id=5e1e6980a9832c46c5a24bcc>]
9. Е Чжаоя, Петров А. В. Экономическая социология в Китае // Общество. Среда. Развитие. 2017. №1. С. 33-38.
10. Петров А. В. О некоторых перспективных направлениях современной экономической социологии // Общество. Среда. Развитие. 2016. №3. С. 63-66.
11. Петров А. В. Глобальные социальные процессы и основные направления исследований цифрового общества в социологии / Глобальные социальные процессы 3.0: социальное управление и экономическое развитие в цифровом обществе (Сборник статей) / Под ред. А. В. Петрова (отв. ред.), К. Ю. Бесединой, К. И. Гавриловой, Е. М. Лукиной, С. С. Погорелой, Ян Юнькэ. СПб.: Астерион, 2022. С. 5-12.
12. Гроссман А. О., Петров А. В. Криптовалюты как социальное явление // Общество. Среда. Развитие. 2017. №4. С. 62-66.
13. Петров А. В. Историческая социология и исследования китайской цивилизации в контексте евразийского регионализма / Россия и Китай: проблемы стратегического взаимодействия: сборник Восточного центра. 2022. № 25. С. 38-41.
14. Петров А. В. Историческая социология в исследовании российского и китайского обществ / Историческая социология и современное социальное развитие в России и Китае (Сборник статей) [Электронное издание] / Под ред. А. В. Петрова, Ван Сюй, Ян Юнькэ. СПб.: Астерион, 2022. С. 7-9.
15. Петров А. В., Горьковская О. П. Трансформация российского бизнеса: нацеленность на фасилитацию и энвайронментализм в управлении / Сборник тезисов студентов и аспирантов по итогам XVIII Международного конгресса (международной научно-практической конференции) «Роль бизнеса в трансформации общества – 2023». М.: Университет «Синергия», 2023. С. 485-488.

16. Petrov A. V. The Economization of Culture and the Contradictions of the Mythological Discourse of Cultural Globalization / Cultural Economy and the Economization of Culture in the System of Modern Societies (Сборник статей) / Под ред. Н. Г. Скворцова, А. В. Петрова, Ванг Жие, Динг Гоуки. СПб.: Астерион, 2018. С. 190-200.

17. 尹莎莎、彼得罗夫亚历山大、彼得洛娃阿里亚德娜。文明的对话：历史社会学在文明研究中的理论与方法//马克思主义美学研究. 第 24 卷. 第 2 期/王杰主编。-上海：东方出版中心。2022. 4. 第 124-134 页。

Е. А. Уличева,

учащаяся программы магистратуры «Социология в России и Китае»,
Санкт-Петербургский государственный университет,
г. Санкт-Петербург, Россия

Нерелигиозная вера как альтернативный метод прогнозирования

Резюме: В данной статье предпринимается попытка выявления особенностей нерелигиозной веры как альтернативного метода прогнозирования на примере сферы инфобизнеса в России. В работе рассматриваются классификация верований и особенности нерелигиозной веры, а также изучается инфобизнес как пример нерелигиозной веры. В ходе исследования выявлены особенности сферы инфобизнеса как нерелигиозной веры, запросы аудитории представителей инфобизнеса, проблемы правовой и экономической оценки данного рынка. Также описаны существующие механизмы регулирования инфобизнеса в России и возможные рекомендации по их улучшению.

Ключевые слова: вера, доверие, инфобизнес, неформальный («чёрный») инфобизнес, интернет-мошенничество, социология рынков

Введение

Понятие веры часто принято считать синонимом религии, в том числе благодаря роли института религии в обществе. Восприятие веры как явления, отдельного от религии, усложняется и особенностями восприятия в зависимости от страны или языка. Если в английском языке существует разделение на понятие религиозной веры (faith) и, более широкое понятие веры вообще (belief), то в русском языке слово вера является многозначным и не дает нам уверенно разделить эти понятия.

Однако подобное восприятие исключает виды веры, не связанные с религиозными верованиями. В то же время значительная часть социальной активности связана с верой, не относящейся к религии. В сложных формах активности человек действует не ради достижения самого по себе предмета потребности (или мотива, по А.Н. Леонтьеву) [3]. Он действует ради целостного образа новой жизни, в которую будет включен этот предмет.

Таким образом, мы определяем веру как психологическое состояние, в котором ориентиром выступает желаемый результат, стимулом служит ее

источник, а содержание диктуется жизненными смыслами. В этой связи рассмотрение заслуживает феномен нерелигиозной веры.

Исходя из вышеперечисленного, целью данной работы является выявление особенностей нерелигиозной веры как альтернативного метода прогнозирования на примере инфобизнеса.

Для достижения целей работы были определены следующие задачи:

1. Рассмотрение нерелигиозной веры в системе классификации верований
2. Рассмотрение инфобизнеса как социального явления
3. Выявление особенностей инфобизнеса в России

В качестве литературы при написании работы использовались статьи Руткевич Е. Д. «(Не)религиозное разнообразие и соотношение религиозного, духовного и светского в сознании современного человека», Горячева В.А. «Классификации типов веры».

В качестве источников использовались данные социологических опросов, а также материалы российских СМИ о состоянии сферы инфобизнеса, например, исследование ВЦИОМ «О вере и суевериях, или таинственное и загадочное рядом».

Классификация нерелигиозной веры

Для рассмотрения инфобизнеса как разновидности нерелигиозной веры обратимся к классификации верований и ее определению. Например, в качества классификации веры Горячев В.А. рассматривает типологии Э. Фромма, О. Хаксли и С. Франка и приходит к выводу, что данные типологии имеют общие критерии разделения веры:

1. Разделение веры, в зависимости от того, основывается она на знании или нет (например, вера в информацию, которую человек не может проверить по О. Хаксли, иррациональная вера у Э.Фромма или вера-доверие у С. Франка).
2. Разделение по сфере проявления (быт/наука/человек).
3. Разделение по объекту (нацелена вера на человека или на информацию).

Наличие точек соприкосновения в классификациях понятия веры у таких разноплановых мыслителей XX в., как О. Хаксли, Э. Фромм и С. Франк, может говорить о том, что, несмотря на всю противоречивость феномена веры, в современной науке складывается определенное и достаточно конкретное его понимание. Такое единство взглядов, безусловно, может оказывать только положительное влияние на последующее изучение феномена [1].

Нерелигиозная вера как альтернативный метод прогнозирования реальности

Итак, почему же в ситуации нестабильности социальных институтов нерелигиозная вера обретает популярность:

1. Иллюзия контроля

Одно из когнитивных искажений, выражающееся в уверенности человека в том, что он может каким-то образом повлиять на ситуацию, которая на деле совсем от него не зависит.

2. Снижение уровня тревоги

Человек стремится снизить тревогу и совладать с кризисной ситуацией. Приметы и оккультные практики призваны снять напряжение. Но обретенное спокойствие исчезнет ровно в тот момент, когда выдуманная закономерность перестанет «работать».

3. Основание для прогнозирования в условиях социальной неопределённости

Вера нужна для заполнения онтологических лакун, то есть она является способом преодоления незнания. Люди не хотят брать на себя ответственность за принятие важных решений и строить прогнозы на будущее самостоятельно, и тут на помощь приходят такие явления как астрология, коучинг.

В условиях современных вызовов наше общество постоянно меняется, а вместе с ним меняется и образ жизни людей, живущих в нем.

4. Адаптация к меняющемуся миру в условиях кризиса

В современном обществе с учетом развития технологий и глобальных социокультурных трендов, рождаются новые формы веры и духовности, такие как коучинг, родология, различные духовные практики и ритуалы.

В конце 2022 года Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) представил результат исследования о вере и суевериях в российском обществе. Согласно результатам опроса в настоящее время каждый третий россиянин верит в способность некоторых людей предсказывать будущее (28%), каждый четвертый верит в колдовство и порчи (25%), а в астрологические прогнозы верит каждый седьмой из опрошенных (15%) [4]. При этом важно понимать, что процент сомневающихся в каждой категории растет с каждым годом.

Инфобизнес и его особенности

Информационный бизнес (инфобизнес) - это вид бизнеса, который предполагает продажу информации. В современном мире чаще всего предоставление информации происходит с помощью сети Интернет в формате онлайн-курсов, вебинаров, тренингов, мастер-классов, конференций, марафонов и интенсивов, а также индивидуальные консультации (коучинг).

В настоящей статье мы разделяем понятие формального и неформального («чёрного») инфобизнеса, так как сам по себе информационный бизнес не является мошенничеством и предполагает продажу полезной информации в удобном формате (например, курсы повышения квалификации в онлайн-школах или изучение английского языка) при участии экспертов. Однако с конца 2017 года в связи со стремительным ростом популярности инфобизнеса появляется его мошеннические аналоги – «черный» инфобизнес [6], который распространяет информацию посредственного качества под видом эксклюзивного продукта, изображая экспертов во всех вопросах. Данный вид инфобизнеса процветает, несмотря на большое количество действительно полезных образовательных курсов, потому что «черные» инфоблогеры убеждают свою аудиторию, что даже сложных целей можно достичь за короткий срок без прикладывания усилий.

Чаще всего продуктом «черного» инфобизнеса служит информация из следующих сфер социальной жизни:

- Здоровье и фитнес
- Эзотерика (астрология, тарология, родология, магия и т.д.)
- Психология отношений, детства, бизнеса и т. д.
- Продвижение в социальных сетях (SMM)
- Устаревшие схемы бизнеса

Как вид бизнеса, «черный» инфобизнес, представляет собой привлекательный вариант для начинающих предпринимателей, так как не требует особых вложений на старте, имеет относительно низкий порог входа и отсутствие компаний-монополистов.

Если говорить о потребителях услуг и способ оплаты услуг черного инфобизнеса, то можно сказать, что множество людей из разных слоев общества для оплаты тренингов берут кредиты и отдают последние деньги, надеясь на быстрый успех. Изучив данные за год о продажах в кредит через «Яндекс.Кассу» на более чем 8 тыс. интернет-площадок, мы увидели, что бизнес, связанный с обучением и развитием, занимает второе место по доле оплат в кредит, уступая лишь магазинам товаров для дома и сада.

У пострадавших клиентов «черных» инфобизнесменов есть возможность подать иск в отношении инфобизнесменов с целью вернуть деньги за некачественный продукт. К сожалению, это не гарантирует возврат средств пострадавшим, потому что они не защищены законом о правах потребителей должным образом.

Особо крупные фигуры в мире инфобизнеса обвиняются в использовании упрощенной системы налогообложения, которая была разработана специально для малого бизнеса с выручкой менее 200 миллионов рублей в год.

Стоит отметить, что доходы «черных» инфобизнесменов выросли на 24% в 2022 году, что в денежном эквиваленте составляет 948 миллионов рублей [2]. Стоит учитывать, что данная информация основана на открытых данных и носит скорее общеоценочный характер, однако, благодаря ей мы можем хоть как-то наблюдать за стремительным ростом спроса на услуги инфобизнесменов с начала 2022 года.

В 2023 году Федеральная налоговая служба обратила свое внимание на «черный», или нелегальный, или полуполюгальный инфобизнес, в отношении особо крупных представителей которого возбуждено несколько громких уголовных дел (например, Александра Митрошина, Валерия и Артем Чекалины, Елена Блиновская, Аян Шабутдинов). Фигуранты обвиняются в уклонении от уплаты налогов в особо крупном размере, суммарный объем которых составляет несколько миллиардов рублей, а также мошенничестве.

Поэтому, следует отметить, что когда возникнет жесткое правовое регулирование этого рынка (посредством изменения действующего законодательства: введение необходимой сертификации оказываемых услуг; необходимости указания в договоре обязанности вернуть деньги в ситуации, когда услуга не была оказана; создание системы мониторинга налоговой дисциплины

инфобизнесменов), то уменьшится и количество тех, кто пытается обмануть свою аудиторию. Это происходит по причине того, что вследствие установления определенных стандартов появляются барьеры для входа на рынок инфобизнеса. Благодаря им становится обязательным подтверждение компетентности в образовательной сфере и появится правовая защита в случае отсутствия гарантированного результата после приобретения услуги.

Заключение

Рассмотрев особенности инфобизнеса в России, мы можем сделать следующие выводы:

1. Инфобизнес можно назвать примером нерелигиозной веры, поскольку является примером веры, основанной на уверенности в знаниях эксперта.

2. Инфобизнес набирает популярность в условиях нестабильности социальных институтов, а также запроса аудитории на финансовое благополучие, карьерное развитие и легкие способы достижения данных целей. Рынок инфобизнеса растет не только с точки зрения аудитории, но и в плане экономических показателей (объема рынка и состояния главных акторов рынка)

3. Росту инфобизнеса способствует отсутствие его правового регулирования: представители инфобизнеса могут предлагать свои услуги как образовательные, при этом не являясь представителями образовательных организаций. Также отсутствие точных способов оценки их деятельности не позволяет в полной мере определить объемы рынка, а события 2023 года демонстрируют, что правоохранительные органы небезосновательно подозревают ряд деятелей данной сферы в незаконной предпринимательской деятельности и отмывании денег.

Список литературы

1. Горячев, В. А. Классификация типов веры / Социально-экономические явления и процессы. 2012. №3. С. 166-169.

2. Доходы инфобизнесменов выросли на 24% в 2022 году [Электронный ресурс]. – URL: https://aba-media.ru/research_infobusiness/ (дата обращения: 17.12.2023).

3. Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, структура и динамика смысловой реальности. - М.: Смысл, 1999. - 487 с.

4. О вере и суевериях, или таинственное и загадочное рядом [Электронный ресурс]. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/overe-i-sueverijakh-ili-tainstvennoe-i-zagadochnoe-rjadam/> (дата обращения: 17.12.2023).

5. Руткевич Е. Д. (Не)религиозное разнообразие и соотношение религиозного, духовного и светского в сознании современного человека / Вестник Института социологии. 2021. Том 12 .№ 3. С. 54-78.

6. Сергеев Д. Р., Любименко О.А., Савватеева О.В. Мошенничество в сети Интернет как угроза экономической безопасности государства / Теоретическая экономика. 2020. Том 63. № 3. С. 76-84.

Ли Цзунфан,

учащийся аспирантуры по направлению «Социологические науки»,
Санкт-Петербургский государственный университет

Влияние культурных факторов на формирование и реализацию систем комплаенс-контроля в Китае

Аннотация: Данная работа посвящена изучению влияния культурных факторов на формирование и реализацию систем комплаенс-контроля в Китае. Комплаенс-контроль — это соблюдение организацией правил и норм, установленных внутри нее или внешними регуляторами, с целью повышения эффективности, конкурентоспособности и репутации бизнеса. В работе рассматриваются четыре этапа развития комплаенс-контроля в Китае с 1978 года по настоящее время, а также три основных культурных фактора, которые оказывают влияние на эту систему: конфуцианство, гуаньси и мианьци.

Ключевые слова: комплаенс-контроль, культурные факторы, конфуцианство, гуаньси, мианьци, Китай

Исследования вопросов доверия в целом, и формирования условий для создания эффективных систем комплаенс-контроля сравнительно давно является предметом современной экономической социологии в России и Китае [8; 9; 10; 11; 12; 13; 14].

Комплаенс-контроль — это соблюдение правил и норм, установленных внутри организации или внешними регуляторами. Комплаенс-контроль имеет большое значение для повышения эффективности, конкурентоспособности и репутации бизнеса [5]. Сегодня комплаенс-контроль является неотъемлемой частью управления любой организацией, которая стремится к соблюдению правил и норм, повышению эффективности, конкурентоспособности и репутации [3].

Комплаенс-контроль возник в США в 1970-х годах в связи с принятием закона о банковской тайне (Bank Secrecy Act), который обязывал банки сообщать о подозрительных транзакциях и идентифицировать своих клиентов. В 1980-х годах международные организации, такие как Финансовое действие по борьбе с отмыванием денег (FATF) и Базельский комитет по банковскому надзору (BCBS), разработали стандарты и рекомендации для усиления контроля за финансовыми операциями. В 1990-х годах комплаенс-контроль распространился на другие сферы бизнеса, такие как страхование, ценные бумаги, аудит и консалтинг. В 2000-х годах комплаенс-контроль стал еще более актуальным в связи с глобализацией, технологическим прогрессом, ужесточением законодательства и ростом рисков [4].

Формирование и развитие комплаенс-контроля в Китае можно разделить на четыре этапа:

- Первый этап (1978-1992 гг.) — период реформ и открытости, когда Китай начал интегрироваться в мировую экономику и привлекать иностранные инвестиции. На этом этапе комплаенс-контроль был слабо развит и

ограничивался соблюдением некоторых базовых правил, таких как регистрация, лицензирование, налогообложение и таможенное оформление.

- Второй этап (1993-2001 гг.) — период ускоренного развития и модернизации, когда Китай вступил в Всемирную торговую организацию (ВТО) и стал активным участником международной торговли. На этом этапе комплаенс-контроль стал более важным и сложным, так как Китай столкнулся с новыми требованиями и стандартами, связанными с качеством продукции, защитой интеллектуальной собственности, экологической безопасностью и социальной ответственностью [7].

- Третий этап (2002-2012 гг.) — период углубления реформ и инноваций, когда Китай стал одной из ведущих экономик мира и стремился повысить свою конкурентоспособность и престиж. На этом этапе комплаенс-контроль стал еще более разнообразным и детальным, так как Китай усилил контроль за соблюдением законов и норм в различных сферах, таких как финансы, банки, страхование, ценные бумаги, аудит, консалтинг и т.д.

- Четвертый этап (2013 г. - настоящее время) — период нового нормального и трансформации, когда Китай перешел от экстенсивного к интенсивному росту и от количества к качеству. На этом этапе комплаенс-контроль стал еще более строгим и систематичным, так как Китай ужесточил борьбу с коррупцией, отмыванием денег, налоговыми уклонениями и другими видами преступлений, связанных с бизнесом [6]. Кроме того, Китай также уделяет большое внимание соблюдению международных санкций, регуляторных требований и этических кодексов.

Культура является важным фактором, определяющим способы управления, принятия решений и разрешения конфликтов в организациях как в Китае, так и в других странах мира. Китай обладает богатой и разнообразной культурой, которая оказывает сильное воздействие на поведение, ценности и взгляды людей. Культурные факторы — это те аспекты культуры, которые влияют на ценности, нормы, поведение и восприятие людей в разных обществах. Культурные факторы могут оказывать влияние на систему комплаенс-контроля, то есть на совокупность мер, направленных на соблюдение организацией законов, норм и правил, регулирующих ее деятельность.

Давайте рассмотрим три важных культурных факторов, которые влияют на комплаенс-контроль в Китае: конфуцианство, гуаньси и мианьци.

Конфуцианство — это этико-философское учение, которое воспитывает уважение к иерархии, традициям, добродетели и гармонии в обществе. Конфуцианство формирует нормы поведения и морали для китайцев, а также определяет их отношение к власти, закону и обязанностям. Конфуцианство требует от компаний соблюдать социальную ответственность, учитывать интересы всех заинтересованных сторон и стремиться к совершенству. Конфуцианство способствует созданию строгих правил и процедур, которые должны соблюдаться всеми членами организации. Однако конфуцианство также может приводить к избыточной бюрократии, сопротивлению переменам и недостатку критического мышления.

Гуаньси (关系) — это китайский термин, означающий «связи», «кумовство», «круговая порука» или «блат» [2]. Гуаньси описывает уровень влияния и доверия между людьми, которые оказывают друг другу помощь и услуги. Гуаньси играет центральную роль в построении бизнеса в Китае, так как он определяет доступ к ресурсам, информации, рынкам и возможностям. Гуаньси также влияет на комплаенс-контроль, так как он может способствовать сглаживанию конфликтов, улучшению коммуникации, укреплению лояльности и сотрудничества, а также уменьшению рисков и издержек. Однако гуаньси также может приводить к коррупции, нарушению законов, неэффективности и несправедливости, если он используется незаконно или неэтично.

Мианьци (面子) — это китайский термин, означающий «лицо», «престиж», «репутация» или «честь» [2]. Мианьци отражает социальный статус, уважение и достоинство человека в глазах других. Мианьци важно для китайцев, так как оно влияет на их самооценку, мотивацию, поведение и отношения с другими. Мианьци может быть потеряно, сохранено или приобретено в зависимости от поведения и действий человека. Мианьци также влияет на комплаенс-контроль, так как оно может стимулировать соблюдение правил, норм и стандартов, а также повышать доверие, сотрудничество и гармонию в бизнесе. Однако мианьци также может препятствовать комплаенс-контролю, если оно приводит к конфликтам, давлению, манипуляции или уклонению от ответственности.

Подводя итог, можно сказать, что система комплаенс-контроля в Китае имеет свою специфику, обусловленную историческими, экономическими и культурными факторами. Комплаенс-контроль в Китае прошел четыре этапа развития, отражающих процесс реформ и модернизации страны. Комплаенс-контроль в Китае подвержен влиянию культурных факторов, таких как конфуцианство, гуаньси и мианьци, которые определяют ценности, нормы, поведение и восприятие людей в бизнесе. Комплаенс-контроль в Китае имеет как положительные, так и отрицательные стороны, которые необходимо учитывать при ведении бизнеса в Китае или с китайскими партнерами. Комплаенс-контроль в Китае является важным инструментом для повышения эффективности, конкурентоспособности и репутации бизнеса, а также для соблюдения законов, норм и правил, регулирующих деятельность организаций.

Список использованной литературы

1. Головин С. В., Луценко М. С., & Шендрикова О. О. (2021). Вопросы организации комплаенс-контроля в условиях цифровой экономики. Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление, (2), 15-26. [Электронный ресурс] URL: <https://doi.org/10.17308/econ.2021.2/3457>
2. Дрейзис Ю. 10 слов, помогающих понять китайскую культуру. [Электронный ресурс] URL: <https://arzamas.academy/mag/772-china>
3. Ермакова Н. А., Ахуньянова Ч. Ф. Комплаенс-контроль в системе внутреннего контроля корпораций. // проблемы учета –2014. – 3 (297) ; [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/komplaens-kontrol-v-sisteme-vnutrennego-kontrolya-korporatsiy.pdf>

4. Откуда пошло понятие комплаенс? [Электронный ресурс] URL: Источник: <https://compliance.su/info/news/otkuda-poshlo-ponyatie-komplaens/>
5. Ткаченко Ю.А., Шевченко М.В. Комплаенс-контроль как ключевой фактор в управлении экономическим субъектом. // Вестник БГТУ – 2016. – № 2. ; [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/komplaens-kontrol-kak-klyuchevoy-faktor-v-upravlenii-ekonomicheskim-subektom/viewer>
6. 于蓉, 新形势下合规监管的趋势和要求. Ю Жун Тенденции и требования к комплаенс-надзору в новой ситуации [Электронный ресурс] URL: http://www.cbimc.cn/content/2023-04/07/content_481193.html
7. 郭树楠、陈爱华, 合规管理发展历史:核心法规解读及管理体系对比. Го Шунань, Чэнь Айхуа История развития комплаенс-менеджмента: интерпретация основных положений и сравнение систем менеджмента. [Электронный ресурс] URL: <https://www.riskraider.com/hegui/26.html>
8. Е Чжаоя, Петров А. В. Экономическая социология в Китае // Общество. Среда. Развитие. 2017. №1. С. 33-38.
9. Петров А. В. О некоторых перспективных направлениях современной экономической социологии // Общество. Среда. Развитие. 2016. №3. С. 63-66.
10. Горьковская О. П., Петров А. В. Социально ответственный бизнес и реализация целей устойчивого развития в России как возможность снижения комплаенс-рисков // Общество. Среда. Развитие. 2019, № 1. С. 32-37.
11. Петров А. В., Горьковская О. П. Трансформация российского бизнеса: нацеленность на фасилитацию и энвайронментализм в управлении / Сборник тезисов студентов и аспирантов по итогам XVIII Международного конгресса (международной научно-практической конференции) «Роль бизнеса в трансформации общества – 2023». М.: Университет «Синергия», 2023. С. 485-488.
12. Петров А. В. Антикоррупционная культура в России и Китае: возможности и перспективы современных социологических исследований / Антикоррупционная культура и молодежь в России и Китае: современное государство, бизнес, общество: сборник статей [Электронное издание] / Под ред. А. В. Петрова, О. П. Горьковской, Инь Шаша, Ян Юнькэ. СПб.: Астерион, 2020. С. 5-11.
13. Давыдов С. А., Петров А. В., Рогова А. М. Восприятие хозяйственного права экономическими агентами современной России: некоторые материалы эмпирического исследования // Общество. Среда. Развитие. 2021, №2. С. 67-70.
14. Baynova M. S., Petrov A. V., In Shasha. Transformation in Supply Chain Management with Modern Companies / European Proceedings of Social and Behavioural Science / 2nd International Scientific Conference GCPMED 2019 – Global Challenges and Prospects of the Modern Economic Development. Samara, 07-08 November 2019 г. Published by European Publisher, 2019. P. 437-444.

А.В. Плетнев,

кандидат социологических наук,
доцент кафедры Философии и социологии
Санкт-Петербургского университета

Министерства внутренних дел Российской Федерации,

Специфика аномии поколения Z на примере практик потребления элитных брендов молодежью в США и Китае

Аннотация. Аномия остается важной социальной характеристикой сверхсовременного общества. Большой интерес с научной и практической точки зрения представляет изучение аномии на примере поколения Z. В данной статье на примере США и Китая рассматривается один из важных качественных индикаторов аномии – символическое потребление.

Abstrakt. Anomie remains an important social characteristic of an ultra-modern society. Of great interest from a scientific and practical point of view is the study of anomie using the example of generation Z. Using the example of the USA and China, this article examines one of the important qualitative indicators of anomie – symbolic consumption.

Ключевые слова: аномия, поколение Z, символическое потребление, США, Китай.

Keywords: anomie, generation Z, symbolic consumption, USA, China.

Изучение такой социально-демографической общности как поколение Z, импульс которому был дан в классической работе Хоува и Штрауса [9], в настоящее время обретает все большую актуальность. Поколение Z становится фактором экономических отношений, влияние которого нарастает. Как и для любого поколения, для «зуммеров» важным аспектом социальной жизни является аномия [2], которая распространена повсеместно как в социальном, так и в географическом пространстве [1].

Начиная с работ Мертона основной причиной аномии признается преобладание в обществе рыночных ценностей, норм и практик, вытесняющих остальные элементы культуры [6]. Символическое потребление является квинтэссенцией рыночных ценностей поскольку это потребление, выходящее за рамки реальных потребностей.

В последние годы Китай стал крупнейшим рынком элитных брендов [8]. Этому способствует увеличение благосостояния жителей Китая, экономика которого «превращается из экономики, ориентированной на экспорт, в экономику потребления, ориентированную на внутренний рынок, с упором на урбанизацию» [12, с.154]. При этом особенностью китайского общества является существование огромной массы сельского населения и культурный разрыв, между молодежью села и города. С финансовой точки зрения «отношение потребления на душу населения городских жителей к потреблению сельских жителей увеличилось с 2,54 в 1978 г. до 3,35 в 2003 г., а затем постепенно снизилось до 2,11 в 2019 г. Разрыв вызывает дисбаланс между городскими и сельскими районами» [5, с. 8261]. В этом смысле американские представители поколения Z являются более однородной группой.

В связи с относительно недавним повышением благосостояния и сохранением социально-географической поляризации китайской молодежи практики символического потребления в Китае находятся еще в процессе институционализации. Социологи выделяют несколько типов китайских потребителей («патриции, выскочки, позеры и пролетарии») в зависимости от их богатства («имущие» и «неимущие») и потребности в статусе (низкий или высокий)» [13, с.789]. При этом, как и среди американской молодежи практики символического потребления у богатых и бедных групп поколения Z сильно отличаются. Если бедные «зуммеры» всячески стремятся продемонстрировать наличие бренда, то богатые приобретают вещи, истинную стоимость которых сможет оценить только осведомленный потребитель из высшего общества [7, с. 812]. В итоге разделение представителей поколения Z по стратам и потребительские стратегии страт в Китае мало отличается от США.

Развитие цифровой коммуникации является важнейшим фактором, изменяющим потребительские практики поколения Z. На всех потребительских рынках «появление стриминга, онлайн-сообществ и технологий для передачи мгновенных сообщений произвели поколение, которое меньше общается снаружи дома и больше внутри» [3, р.7]. Цифровая коммуникация для поколения Z в корне меняет не только потребление, но и характер конструирования жизненного мира. Для них это коллективный процесс реально-виртуального конструирования социальности где даже такая простая вещь как обед является совместным опытом, поскольку фотографии престижной еды можно загрузить в интернет и сделать актом символического потребления [14, с. 104522].

Результаты исследований показывают, что для китайских представителей поколения Z влияние «лидеров мнений» более значимо, чем для их американских сверстников [10]. Многие молодежные товары «получили распространение благодаря растущему количеству приложений в социальных сетях, а именно Instagram и TikTok. Компании активно сотрудничают с влиятельными лицами в социальных сетях, чтобы увеличить присутствие своего бренда и охват клиентов по всему миру» [11, с.24]. В этом процессе растет влияние цифровых СМИ и «социальные сети последовательно заменяют традиционные СМИ и радикально меняют механизмы доступа людей к информации, подвергая их как правдивым, так и фейковым новостям без какого-либо посредника» [4]. Цифровые СМИ способны формировать собственный дискурс и способствовать усилению анонии, поскольку этот дискурс основывается преимущественно на рыночных ценностях. Большая восприимчивость китайской молодежи к влиянию цифровой среды на потребительские практики объясняется меньшим развитием культуры потребления в Китае, чем в странах Запада.

В целом, несмотря на огромный ВВП и технологическое развитие Китая китайское общество все еще зависимо от внешних трендов. В настоящее время США и Китай соотносятся как страны первичной и догоняющей поствиртуализации. Потребление элитных брендов представителями поколения Z Китая во многом обуславливается соответствующими практиками западного общества.

Литература

1. Плетнев А. В. Пролонгированная аннигиляция ценностей как фактор аномии на Украине // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2015. № 6. С. 44-53.
2. Толстикова И. И., Игнатъева О. А., Кондратенко К. С., Плетнев А. В. Цифровое поведение и характеристики личности поколения Z в условиях глобальной цифровизации // Информационное общество: образование, наука, культура и технологии будущего. 2020. № 4. С. 103-115.
3. A generation without borders. Embracing Generation Z. OC&C. 2019. – 36 p.
4. Blandi L., Sabbatucci, M., Dallagiacoма, G. at al. Digital Information Approach through Social Media among Gen Z and Millennials: The Global Scenario during the COVID-19 Pandemic. // Vaccines. 2022. № 10. P. 1822.
5. Chen, Y.; Luo, P.; Chang, T. Urbanization and the Urban–Rural Income Gap in China: A Continuous Wavelet Coherency Analysis. Sustainability 2020, 12, 8261.
6. Dai M., Zhuang, X., NG T. K. (2023). Institutional anomie theory and gambling-related crime: An empirical test in Macau // Journal of Criminology. 2023. Vol. 56, Iss. 2-3. Pp. 335-358.
7. Eckhardt G. M., Belk R. W., Wilson A.J. The rise of inconspicuous consumption, Journal of Marketing Management. 2015. Vol. 31. Iss. 7-8, Pp. 807-826.
8. Kapferer J.-N., Valette-Florence P. Beyond rarity: The paths of luxury desire. How luxury brands grow yet remain desirable // Journal of Product & Brand Management. 2016. Vol. 25. Iss. 2. pp. 120-133.
9. Strauss W. Howe N. Generations: The History of America’s Future, 1584 to 2069. NJ: Morrow, 1991. 538 p.
10. Sun, Y., Wang, R., Cao, D. and Lee, R. Who are social media influencers for luxury fashion consumption of the Chinese Gen Z? Categorisation and empirical examination // Journal of Fashion Marketing and Management. 2022. Vol. 26 No. 4. Pp. 603-621.
11. The global eyewear market size was valued at \$152.95 billion in 2022 & is projected to grow from \$161.61 billion in 2023 to \$246.47 billion by 2030. Fortune business insights. 2023. – 120 p.
12. Wang P., Liu Q., Qi Y. Factors influencing sustainable consumption behaviors: a survey of the rural residents in China // Journal of Cleaner Production. 2016. Vol. 63. Pp. 152-165.
13. Wei L., Yang Y. A conceptual framework of contemporary luxury consumption // International Journal of Research in Marketing. 2022. Vol. 39, Iss. 3, Pp. 788-803.
14. Zuo Y., Zhang K., Xu S. at. al. What kind of food can win Gen Z’s favor? A mixed methods study from China // Food Quality and Preference. 2022. Vol. 98. p. 104522.

Я. Е. Шегурова,
студентка 2 курса магистратуры СПбГУ
программы «Социология в России и Китае»

Влияние сферы образования на развитие экологической культуры в Китае

Аннотация. Данная статья посвящена рассмотрению проблемы становления экологической культуры, а также экологического образования в Китае. Рассматриваются меры, предпринимаемые в Китае для развития экологической культуры и внедрения экологического образования с акцентом на среду университета.

Ключевые слова: экологическая культура, экологическое сознание, экологическое образование.

Annotation: This article is devoted to the problem of the formation of ecological culture, as well as environmental education in China. The measures taken in China for the development of environmental culture and the introduction of environmental education with an emphasis on the university environment are considered.

Key words: ecological culture, ecological consciousness, as environmental education.

Как никогда становится актуальной проблема становления экологической культуры, сознания и экологического образования в современном мире. В свете усиливающегося экологического кризиса люди вынуждены пересмотреть свои отношения с природой.

В докладе XX Всекитайского съезда Коммунистической партии Китая отмечается, что модернизация по-китайски должна обеспечить гармоничное сосуществование человека и природы. Председатель КНР Си Цзиньпин указывает: «Чтобы разрешить различные противоречия между человеком и природой мы должны опираться на назидательную, просветительскую и мотивирующую роль культуры» [9]. Его мысль органично переплетается с традиционными китайскими экологическими концепциями и создает основу для развития экологической культуры в Китае.

С этой целью в Китае создана экологическая стратегия, которая содержит в себе задачи по улучшению деятельности, связанной с охраной природы, осуществление разного рода мероприятий по ее защите [9]. Также проводится просветительская деятельность по знакомству населения с нормативными документами по охране окружающей среды.

Разнообразие определений экологической культуры указывает на то, что процесс формирования экологической культуры как системы еще не завершен. Понятие «экологическая культура» впервые стало использоваться в последней трети XX века. Изначально, экологическая культура рассматривалась как часть широкого культурного явления, отражающего определенные социальные отношения между обществом и природой [3]. Экологическая

культура представляет собой уникальное личностное состояние, которое включает в себя понимание специфики природных явлений, знания об окружающей среде, соблюдение законов в области охраны природы, а также готовность нести ответственность за ее сохранение [2].

Ввиду конфуцианской традиции для китайского народа важнейшим институтом является образование. Под экологическим образованием понимается постоянный процесс обучения, воспитания и развития личности, целью которого является формирование системы научных и практических знаний и навыков, связанных с окружающей средой, ее защитой и ответственным использованием ресурсов. Экологическое образование основано на принципах гуманизма, научности, интеграции, непрерывности, системности и взаимосвязи, раскрывающих глобальные, региональные и местные аспекты экологической ситуации [1].

Экологическое образование в Китае началось с первой национальной конференции по вопросам охраны окружающей среды в 1973 году, где был утвержден план эффективного использования имеющихся ресурсов и предусмотрены меры защиты окружающей среды.

В 1979 году Комитет по экологическому образованию Китайской ассоциации наук об окружающей среде провел конференцию, на которой было предложено ввести курс экологии в начальных и средних классах нескольких школ в рамках пилотного проекта.

В 1997 году Министерством образования был запущен проект «Инициатива преподавателей экологии для Китая», который предусматривал экологическое обучение не только школьников и студентов, но и сотрудников университетов и предприятий. Проект включал специальные методики для развития у молодежи желания помочь природе и улучшить экологическую ситуацию в городах и на предприятиях, а также разработку и реализацию реальных проектов, таких как озеленение крыш домов и утилизация токсичных отходов. В результате через 20 лет Министерство экологии разработало законопроект о «зеленом финансировании», в основу которого легли те самые ранние проекты.

Китайскими исследователями подчеркивается: «Важная задача в формировании экологической цивилизации – воспитание экологически образованных граждан, то есть людей, которые обладают экологическим сознанием и целенаправленно строят экологическое общество» [10]. Такие граждане не только определяют свои экологические права, но и осознают свои экологические обязанности. Они знают экологическую этику, сознательно соблюдают правила и законы об охране окружающей среды, уделяют внимание осознанному потреблению, стремятся к достижению гармонии между человеком и природой, тем самым реализуя прекрасную китайскую мечту.

Чтобы воспитать у людей чувство экологической ответственности, нужно обязательно придерживаться экологически ориентированного образования. Китайские исследователи пишут: «Мы должны рассматривать экологическое образование как осуществляемое на протяжении всего процесса обучения и в течение всей жизни. Одной из главных целей экологического воспитания и

образования является подготовка таких граждан, которые будут передавать из поколения в поколение принципы экологической культуры» [10].

В качестве примера проявления экологического образования в Китае можно рассмотреть концепцию «зеленый вуз». Это стратегия реализации принципов устойчивого развития на примере отдельных университетов, призванная максимально ослабить их экологический след, а также способствовать более быстрому и эффективному переходу как регионов, так и всей страны к устойчивому развитию [5]. Деятельность «зеленых вузов» направлена на формирование экологической культуры в университетском сообществе, на привлечение студентов к реализации экологических инициатив и внедрение «зеленых» технологий.

Концепция «зеленый вуз» в Китае реализуется главным образом за счет внедрения технических решений по повышению энергоэффективности зданий университетов [7]. Правительство Китая в лице Коммунистической партии постоянно стремится найти новые способы улучшения экологической ситуации в стране, при этом делает упор на экологическое образование, как фундамент для дальнейшего создания информированного и активного общества как в своей стране, так и во всем мире.

Таким образом, экологические инициативы и проекты, реализуемые в Китае на протяжении десятилетий, являются важным шагом к формированию экологической культуры и формированию экологического образования. Эти усилия играют ключевую роль в создании гармоничного сосуществования человека и природы, и служат примером для других стран.

Список использованных источников:

1. Андрющенко А. И. Экологическое образование в школах Китая // Вестник Российского нового университета. – 2015. – № 2. – С. 18-20.
2. Виноградова Е.Г. Экологическая культура и устойчивое развитие: единство природы, общества и культуры // Экономические и социально-гуманитарные исследования. – 2020. – № 4(28). – С. 70–76.
3. Дорошко О.М. Современные подходы к определению понятия «экологическая культура» // Современные исследования социальных проблем. – 2012. – № 9 (17). – С. 51.
4. Коган Л.Н. Социология культуры: Учеб. пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1992. – 120 с.
5. Колпакова, Т. В. Перспективы реализации стратегии «зеленый вуз» в региональных университетах РФ (на примере Забайкальского государственного университета) // Архитектура многополярного мира в XXI веке: экология, экономика, геополитика, культура и образование : Сборник материалов VII Международной научно-практической конференции, Биробиджан, 30 апреля 2022 года / Под общей редакцией В.П. Макаренко. – Биробиджан: Приамурский государственный университет им. Шолом-Алейхема, 2022. – С. 242-249.
6. Раднаева, В. Ю. Экологическая культура в образовании современного Китая // Вестник Восточно-Сибирского государственного института культуры. – 2020. – № 4(16). – С. 63-68.

7. Тимошенко, А. В. Китайский опыт реализации стратегии "зеленый университет" // Россия и Китай: проблемы стратегического взаимодействия: сборник Восточного центра. – 2022. – № 25. – С. 135-139.

8. Якимович Д. Н. Развитие ассоциаций зеленых университетов в России и в Китае. Участие в международных ассоциациях // Науки о Земле: от теории к практике (Арчиковский чтения – 2020): материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Чебоксары: ИД «Среда», 2020. – С. 36–42.

9. Янь Яньань, Гао Пинмэй. Культурный ген экологической цивилизационной мысли Си Цзиньпина — основанный на перспективе традиционной китайской экологической культуры [J]. Журнал Гуансийского научно-технического педагогического университета, 2023, 38(04). - С. 9- 15.

10. Hongwei Tan, Shuqin Chen, Qian Shi, Lingling Wang. Development of green campus in China // Journal of Cleaner Production. – 2014. №64. – P. 646–653

М. А. Александров,

Российский государственный педагогический университет
им. А. И. Герцена, Институт философии человека, студент 4 курса,
направление 47.03.01 Философская антропология
ORCID: 0009-0003-3264-3529

А. С. Шевченкова,

Российский государственный педагогический университет
им. А. И. Герцена,
Институт философии человека, Кафедра философской антропологии
и истории философии, ассистент
ORCID: 0000-0002-9876-7909

Репрезентация региональных культур России и Казахстана в современной хип-хоп культуре: социально-философский анализ

В статье рассматривается феномен репрезентации региональных культур в русскоязычной хип-хоп культуре, традиционно придающей значение локальности её акторов. Как «культура внутри культуры» хип-хоп рассматривается в контексте постглобализационных процессов и полицентрического мироустройства, пришедшим на смену феномену глобализации. Уход идеи «большого Смысла» с позиции основного инструмента конструирования социального бытия уступает место локальным культурам и «новому регионализму» в формировании смыслов на основе региональности, топоса, народных особенностей. Культурная идентичность региона становится ценностью, что подчёркивается как вниманием государства к национальному наследию народов, так и спонтанными эстетическими проявлениями. На примере трёх регионов России и Казахстана очерчиваются инструменты и характерные темы, репрезентирующие наследие локальных культур в общекультурном пространстве современности.

Ключевые слова: Культурная репрезентация, новый регионализм, культурный регионализм, хип-хоп культура.

The article discusses the phenomenon of representation of regional cultures in Russian-speaking hip-hop culture, which traditionally emphasizes the importance to the local origin of its actors. As a "culture within a culture", hip-hop is considered in the context of post-globalization processes and a polycentric world order that have replaced the phenomenon of globalization. The withdrawal of the idea of "big Meaning" from the position of the main tool for the construction of the social existence gives way to local cultures and "new regionalism" in the formation of meanings on the basis of regionality, topos, and folk peculiarities. The cultural identity of the region increases its importance, which is emphasized both by the state's attention to the national heritage of the peoples and by spontaneous aesthetic manifestations. Using the example of three regions of Russia and Kazakhstan, authors outline the tools and characteristic themes that represent the heritage of local cultures in the common cultural space of our time.

Keywords: Cultural representation, new regionalism, cultural regionalism, hip-hop culture

Современный глобальный мир предстает перед нами в многообразии составляющих его части сообществ. Понятие глобализации, отсылающее к общемировой интеграции в экономике, политике, культуре, а также идее перехода к состоянию единого социального организма, требующего особой власти и управления собой, уступает место процессам пост-глобализации и полицентрического мироустройства. Если классическая и постклассическая эпохи характеризуются образованием сообществ на основе общезначимой, надличностной идеи, «большого Смысла» (термин Б. Хюбнера), то в ситуации современности смыслы, формирующие сообщества уже не столь универсальны. Очевидно, что концепция «плавильного котла» с предполагаемым слиянием всех культур в одну не может быть реализована во всемирном масштабе, поэтому и растет количество сообществ, объединенных уже не за счет фундаментальных, универсальных идей, но идей локальных. Принадлежность к определенной региональной культуре, топосу или народности возможно трактовать не с перспективы внешней характеристики индивида, но с точки зрения внутреннего свойства самого региона – нового субъекта истории. Понимание региона как самостоятельного актора наглядно отражено в теории нового регионализма, предложенной Б. Хеттне и Ф. Содербаумом в конце XX века. Среди особенностей современного устройства мира исследователи выделяют спонтанность проявления регионов, которая объясняется внутренними особенностями и проблемами – в противовес наличествувавшему ранее регионализму, обусловленного внешним диктатом, явным или неявным[1]. Таким образом интровертный, внутренне-ориентированный способ существования регионов под давлением «больших смыслов» сменяется открытостью, экстраверсией и новым способом взаимодействия между регионами.

Вслед за теорией нового регионализма В. Н. Стрелецкий вводит понятие культурного регионализма, отмечая основные характеристики проявления регионализма в пространстве культуры, среди которых можно выделить следующие индикаторы: «самоотождествление людей с той или иной территорией, ... специфические для региональной (местной) культуры особенности природопользования и способы ведения хозяйства, ... конфессиональная структура данного сообщества, ... региональные особенности сферы ментифактов (духовных традиций, образов, представлений и др. продуктов умственной деятельности людей), характерные для данной социокультурной общности, ... характерные для местного (регионального) сообщества специфические паттерны и стереотипы усвоенного человеческого поведения»[3, С. 11]. От культурных явлений, возникающих локально и выходящих за пределы своей территории, сегодня не ожидается преодоления собственной региональности, наоборот, идентичность региона может рассматриваться как весомый вклад в ценность культурного продукта.

2022 год в Российской Федерации был объявлен Годом культурного наследия народов России¹, что подчеркнуло важность обращения к народному искусству и нематериальному культурному наследию нашей страны. Тем не менее, помимо официального признания значимости регионов в общероссийском контексте, в современной культуре страны процессы региональной репрезентации в последнее время становятся все более явными. Уже обрёл мировую известность феномен региональных кинофестивалей с локальными режиссёрами, которые за короткое время выросли до международного статуса, например, Фестиваль «ЭтноФест»² Свердловской области, или «Кочующий северный фестиваль»³.

Обращение к теме региональных культур также наблюдается внутри хип-хопа, в последнее время «захватившего» строчки музыкальных чартов и заявляющего о себе в качестве жанра номер 1 в России⁴. Внимание к локальному здесь вряд ли можно назвать неожиданным: хип-хоп культура и рэп-исполнители традиционно представляли родной район в своих композициях, однако, если в американской рэп-индустрии «квартал» обозначал принадлежность к криминальным группировкам, то в странах СНГ в силу культурных обстоятельств выходцы из одного города, наоборот, объединены общим происхождением. Поэтому при обращении внимания на музыкальные объединения в хип-хопе по принципу выхода из определённого региона, можно отметить, что они сохраняют схожую визуальную эстетику, «читают» на похожие темы, а также используют выразительные средства, характерные для их регионов. Хип-хоп как некая «культура внутри культуры» в этом смысле более

¹ <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202112310115>

² <https://filmofond.ru/news/etnofest-2023/?ysclid=lqpvcd9318253735066>

³ <https://bigenc.ru/c/kochuiushchii-severnyi-kinofestival-f08950?ysclid=lqpvgmw7gx852224496>

⁴ <https://www.mazm.ru/article/a-2119.php?ysclid=lqpvsgf11106940336>

регионально ориентирован в отличие, например, от поп-музыки, рока или электронной сцены, выступающих скорее как феномены глобализации, в которых веяния подхватываются всей сценой, от андеграунд-проектов до больших звёзд индустрии. Безусловно, подобные тенденции присутствуют и в хип-хопе, тем не менее, поджанры здесь чаще обусловлены конкретными именами и местностью, и, соответственно, скорее ассоциируются с ними.

На примерах трех крупных центров хип-хопа в России и Казахстане рассмотрим, каким образом представлены региональные культуры в современной русскоязычной хип-хоп культуре.

Как и столетия назад, Петербург богат на «новых поэтов», поэтому и в современности он оказался в авангарде регионального хип-хопа, подарив сцене большое количество музыкальных объединений и отдельных артистов. Одной из неизменных черт хип-хопа «культурной столицы» является неформальное прочтение культурных памятников. Если в кадре рэпера из Петербурга появляются здания Адмиралтейства или Исаакиевского собора, то с высокой долей вероятности они будут продемонстрированы с перспективы «питерских крыш». Выбирая место сбора для запечатления своей компании, исполнители чаще всего делают выбор в пользу мрачных «дворов-колодцев» и темных проходов между дворами. Примеры репрезентации Петербурга через неформальные культурные памятники встречаются как в «нулевые» – в клипе исполнителя Смоки Мо «Моя духовная основа»¹, так и в 2020-е – клип ALBLAK 52 на композицию «THUNDER / YEEI 3»², почти полностью составленный из снятых с дрона кадров описанных выше локаций.

Помимо визуальной эстетики, представители хип-хоп культуры северной столицы известны своими обращениями к русскому литературному наследию. Например, в дебютном альбоме упомянутого ранее Смоки Мо «Кара-гэ» в песне «Герман и Патрик»³ автор обыгрывает сюжет повести Пушкина «Пиковая дама», представляя себя через образ протагониста произведения – Германа. Отсылка к повести представлена также в предшествующем песне ските (скетче) «Пиковая дама»⁴ – отрывке из одноименной повести Александра Сергеевича.

Другим регионом, значительно продвинувшимся в осмыслении национальной идентичности в хип-хопе, является Чувашия. Знаменитые выходцы рэп-культуры из республики, объединённые лаконичным названием «Белая Чувашия» акцентируют в своём творчестве характерные культурные

¹ Смоки Мо - Моя духовная основа (Music video) // Youtube URL: <https://youtu.be/DndC9TdLK0k> (дата обращения: 22.12.2023).

² ALBLAK 52 - THUNDER / YEEI 3 (Music video) // Youtube URL: <https://youtu.be/U0QBayaiXjs> (дата обращения: 22.12.2023)

³ Смоки Мо - Герман и Патрик // Genius URL: <https://genius.com/Smoky-mo-german-and-patrick-lyrics> (дата обращения: 22.12.2023).

⁴ Смоки Мо - Пиковая дама (Скит) // Genius URL: <https://genius.com/Smoky-mo-queen-of-spades-skit-lyrics> (дата обращения: 22.12.2023).

нарративы национальной республики. Как и в случае с Петербургом, главным из них является презентация культурных памятников. В клипе на коллаборацию «Нас нет¹» используется массив кадров с монументальными строениями и открытыми пространствами: памятник матери-покровительнице, театр оперы и балета, администрация президента Чувашской Республики, Чебоксарская ГЭС, Чебоксарский залив и др.

Важной особенностью региона является сохранение традиционного языка населения – чувашского. Поэтому использование национального языкового наследия стало одной из отличительных особенностей музыкальной культуры региона. В основу песни «Чувашский ниндзя» коллектива ХАСV SQUAD (Зараза и Danya Nozh)² лёг сэмпл, то есть отрезок другой композиции, с напевами на чувашском языке. В свою очередь на обложке композиции расположился герб Чувашии – мировое древо и «три солнца» – важный элемент чувашских мифов. Этнические мотивы древнего народа можно найти и в музыке АТЛ – главного выходца упомянутого выше объединения. В музыкальном видео на песню «Подснежник»³ в моменте перехода с куплета на припев на небе возникают три вспышки, что так же можно трактовать как отсылку к мифу о трёх солнцах.

Казахстан как страна с большой долей мусульманского населения, в особенности на юге страны, в своей современной культуре, в том числе и в хип-хопе, в значительной степени репрезентует ислам. Один из известнейших русскоязычных исполнителей – масло черного тмина – в мини-фильме к альбому «kensshi»⁴ использует образ Каабы и хода вокруг неё. В этом же мини-фильме появляются Чарынский каньон и маковое поле – значимое природное наследие Казахстана. Через эти кадры артист подчёркивает важность флоры родного края в его становлении и самоидентификации.

Другой видеоролик на композицию «так за кого же болеть на этой земле и кого любить?»⁵ также построен вокруг наследия Казахстана, в нем основная мелодия играет на домбре – традиционном казахском музыкальном инструменте, а видеоряд содержит сцены из истории самого Казахстана.

Репрезентация региональных сообществ на различных уровнях важна для поддержания самобытности и идентичности национальной культуры в

¹ АТЛ x Зараза x Ка-тет x Horus x Dark Faders — Нас нет (Music video) // Youtube URL: <https://youtu.be/olNiWGjuUdk> (дата обращения: 22.12.2023).

² ХАСV SQUAD - Чувашский Ниндзя // VK URL: https://vk.com/audio-2001041365_121041365_f7c043d6bbc0f72818 (дата обращения: 22.12.2023).

³ АТЛ - Подснежник // Youtube URL: <https://youtu.be/EJimkyKPolk> (дата обращения: 22.12.2023).

⁴ масло черного тмина - kensshi // VK URL: https://vk.com/video-223118903_456239020 (дата обращения: 22.12.2023).

⁵ масло черного тмина - так за кого же болеть на этой земле и кого любить? // VK URL: https://vk.com/video-223118903_456239024 (дата обращения: 22.12.2023).

ситуации полицентрического мироустройства. Сохраняя традиции, обеспечивая доступ к культурному наследию, выражая локальные смыслы в творчестве, современные государства предоставляют возможность своим регионам сохранять собственную идентичность и проявлять себя в общекультурном пространстве.

Список литературы:

1. B. Hettne, F. Söderbaum. The New Regionalism Approach / Hettne B., Söderbaum F. // Politeia, Vol 17, No 3 – Режим доступа: https://www.academia.edu/5747413/The_New_Regionalism_Approach (дата обращения 22.12.2023).

2. Щипков В. А. Некоторые аспекты концепции Б. Хеттне «новый регионализм»/ В. А. Щипков// Историческая и социально-образовательная мысль. — 2015. — с. 88-90.

3. Стрелецкий В.Н. Культурный регионализм: сущность понятия, проблемы изучения и система индикаторов // Псковский регионологический журнал. – 2012. – N 14. — с. 9-21.

Я. А. Дремина,

Санкт-Петербургский государственный университет
Санкт-Петербург, Россия

Б. А. Русанов,

Санкт-Петербургский государственный университет
Санкт-Петербург, Россия

Тональность освещения СМИ как фактор влияния на общественное мнение об искусственном интеллекте

Аннотация. В статье исследуется связь между тональностью освещения новостей об искусственном интеллекте в СМИ и общественным мнением об искусственном интеллекте в сферах государственного управления и ЖКХ. В качестве основного исследовательского метода использовался латентный семантический анализ: среди всех семантических пространств, созданных на основе библиотек новостей, был проведён поиск пространства, которое могло быть интерпретировано как ось «технооптимизм-технопессимизм». Полученные в результате анализа данные указывают на наличие связи между тональностью освещения новостей СМИ и общественным мнением об искусственном интеллекте.

Ключевые слова: искусственный интеллект; технопессимизм; технооптимизм; общественное мнение; СМИ; латентный семантический анализ.

“То, что мы знаем о нашем обществе и даже о мире, в котором живем, мы знаем благодаря массмедиа”, – считает Н. Луман. Исследованием массовых коммуникаций занимались многие социальные ученые, впоследствии сформировались целые научные школы [8, с. 136]. Одной из крупных фигур в изучении массовых коммуникаций является Д. МакКуэйл. В работе “Теория

массовой коммуникации” он утверждает, что массовая коммуникация – это масштабная коммуникационная сеть, то есть взаимосвязанные люди и места, посредством которой информация передается и обсуждается [5, с. 10]. В его классификации существуют и менее масштабные формы коммуникации, например, местные газеты, однако Интернет относится к масштабным формам благодаря своей широкой доступности. В частности, местные издательства публикуют свои новости в Интернете на своих сайтах или в социальных сетях. Эта идея просматривается в концепции “глобальной деревни” М. Маклюэна, согласно которой благодаря электронным средствам коммуникации стала возможной быстрая передача сообщений в любую точку мира [4, с. 31].

Средства массовой информации представляют собой инструмент, который позволяет обществу посмотреть на себя и произошедшие в нем события. С точки зрения семиотики, СМИ не только отражают реальность и происходящие в ней события, но и выражают общественные потребности, надежды и страхи подобно мифам в традиционном обществе. Соответственно, какая-либо новость интересна людям во многом из-за интерпретации посредством символического процесса через СМИ [7, с. 165].

Представляет интерес статья П. Лазарсфельда и Р. Мертона “Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие” [3, с. 235]. В ней авторы описывают различные социальные функции СМИ, одной из которых является функция присвоения статуса обозреваемым ситуациям или людям. Одна из причин этого, объясняют – представление людей о редакции какого-либо новостного источника как об экспертах в своей профессии, то есть происходит апелляция к авторитету.

Для исследования представляет значимость теория фреймов, описанная в статье “Фрейминг: к прояснению расколотой парадигмы” Роберта М. Энтмана [2, с. 52]. Согласно этой теории, фрейм – это упрощенная версия новости, которая содержит только определенные фрагменты информации. То есть одну и ту же новость можно подать по-разному, расставляя акценты на разных аспектах. Автор пишет: “Журналисты могут следовать правилам “объективного” освещения событий и, тем не менее, передавать доминирующее обрамление новостного текста, которое мешает большинству членов аудитории дать сбалансированную оценку ситуации”.

Таким образом, эти теории представляют средства массовой информации как способ воздействия на людей и представление ими социальной реальности. Новость сама по себе не может быть нейтрально окрашенной, поскольку за ней всегда стоят люди. Соответственно, аудитория новостных изданий также подвергается воздействию способа передачи информации, в частности, тональности освещения новости.

В 2022 году ВЦИОМ опубликовал исследование общественного мнения по отношению к технологиям искусственного интеллекта (ИИ) [6]. Респондентам был задан спектр вопросов с целью исследовать доверие или недоверие к искусственному интеллекту и его внедрению в разные сферы жизни общества. Согласно результатам исследования, большинство россиян оптимистично

смотрят на развитие таких технологий. Особый интерес представляет следующий вопрос: “Вы лично относитесь скорее положительно или скорее отрицательно к использованию технологий искусственного интеллекта в... (закрытый вопрос, один ответ по строке, в % от всех опрошенных)”. Наибольшее доверие россияне проявляют к использованию ИИ в сферах промышленности, науки, строительства, транспорта и ЖКХ, наименьшее – в сферах здравоохранения, образования и государственного управления.

На основе этих данных было выдвинуто предположение о том, что общественное мнение относительно внедрения искусственного интеллекта в сферы деятельности человека может зависеть от тональности освещения подобных новостей в Интернет-СМИ. Гипотеза состоит в том, что новости, освещающие использование ИИ в сфере ЖКХ, содержат более нейтральную или положительную (технооптимистичную) тональность в отличие от аналогичных новостей, связанных со сферой государственного управления. Соответственно, отношение к внедрению технологий ИИ в сферу ЖКХ более технооптимистичное, чем внедрение в сферу государственного управления. Тональность выражается в употреблении СМИ определенных высказываний. Под технооптимистичными мы понимаем те высказывания, которые содержат принятие и энтузиазм относительно нововведений, связанных с искусственным интеллектом, а под технопессимистичной – высказывания, содержащие сомнения или агрессию. Предполагается, что люди, участвовавшие в опросе ВЦИОМа, являются потребителями новостей в Интернете, соответственно, подвергаются их воздействию. Гипотеза в том числе основана на теории фрейминга, описанной выше.

В качестве объекта исследования были выбраны два события: 1) внедрение компаний в регионах России системы на основе искусственного интеллекта, следящий за благоустройством города с помощью камер видеонаблюдения (сфера ЖКХ); 2) проведение Правительством РФ эксперимента по использованию технологий искусственного интеллекта для найма на госслужбу (сфера государственного управления). В качестве источников сообщения новостей выступили публикации онлайн-изданий как регионального, так и национального масштабов. Это определено тем, что благодаря Интернету коммуникация больше не ограничена одним уровнем. Количество текстов составило 15 по каждому событию.

Сначала был проведен латентный семантический анализ новостей, а затем их кластеризация в R [1, с. 392-405]. Тексты новостей были проанализированы на наличие технооптимистичного и технопессимистичного тонов. Суть метода заключалась в определении взаимосвязи между библиотекой документов и встречающимися в них терминами, а также выявлении характерных тематик, присущих всем документам и терминам. В основе метода латентно-семантического анализа лежат принципы факторного анализа, такие как выявление латентных связей изучаемых явлений или объектов. В качестве глобального веса слов была использована логарифмизированная частота, умноженная на обратную документальную частоту.

В результате обработки данных, в новостях о возможности использования искусственного интеллекта при наборе госслужащих первая же ось, вносящая наибольшую дисперсию в библиотеку текстов, была интерпретирована как ось «технопессимизм-технооптимизм».

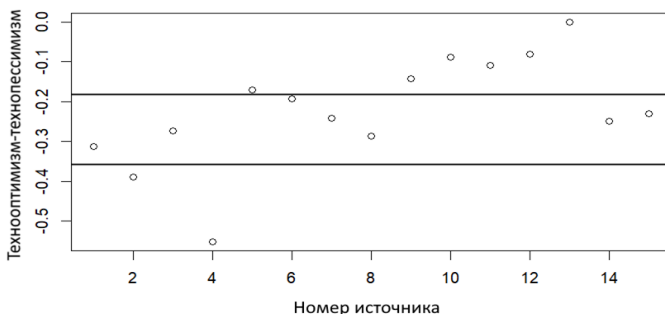


Рисунок 1. Расположение новостей о внедрении ИИ в сферу государственного управления

Наибольшие значения описывались такими словами как «координировать», «реальное», «автоматическими», «включена», «директоров», «заменить», «заменяются», «издание», «испытания», «испытаниях», а наименьшие - «сентября», «года», «ноября», «интеллекта», «искусственного», «минфин», «будут», «эксперимент», «задачи», «вакансии». После прочтения текстов, имеющих наибольшее и наименьшее значения на данной оси, данная интерпретация подтвердилась. После кластеризации было выделено три кластера: технооптимистический, включающий в себя два текста; технопессимистический, включающий в себя шесть текстов, и нейтральный, включающий в себя семь текстов.

В свою очередь, в новостях об использовании искусственного интеллекта для контроля работы служб ЖКХ ни одна из шести полученных осей не была интерпретирована как ось «технопессимизм-технооптимизм». После прочтения нескольких текстов данной библиотеки был сделан вывод, что отсутствие данной оси связано с единодушным технооптимистичным отношением СМИ к данному событию.

Полученные результаты позволяют утверждать, что зависимость между тональностью освещения новостей в СМИ и общественным мнением относительно применения искусственного интеллекта в различных областях существует. Так, в отсутствие каких-либо технопессимистичных высказываний, большая часть населения РФ положительно относится к внедрению искусственного интеллекта в процессы ЖКХ, в то время как неоднородные высказывания относительно использования искусственного интеллекта в государственном управлении приводят к значительному технопессимизму в данной сфере.

Список литературы

1. Deerwester, S., Dumais, S. T., Furnas, G. W., Landauer, T. K., & Harshman, R. A. Indexing by latent semantic analysis. *Journal of the American Society for Information Science*, 41(6), 1990. – 391-407.
2. Entman, R. M. Framing: toward clarification of a fractured paradigm // *Journal of Communication*, 43(4), 1993. – 51-58.
3. Lazarsfeld, P., Merton, R. Mass communication, popular taste, and organized social action // *İletişim kuram ve araştırma dergisi*, 24, 2007. – 229-250.
4. McLuhan, M. *The Gutenberg Galaxy: The making of Typographic Man* // University of Toronto Press, 1962. – 299.
5. McQuail, D. *McQuail's Mass Communication Theory* // SAGE, 2005. – 534.
6. Искусственный интеллект: угроза или светлое будущее? ВЦИОМ. Новости, 2022. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/iskusstvennyi-intellekt-ugroza-ili-svetloe-budushchee>
7. Пампура Ж. В. Семиотический подход к средствам массовой информации (СМИ) // *Вестник КрасГАУ*, 8, 2010. – 165-168.
8. Руденко А. М., Котлярова В.В. Воздействие средств массовой коммуникации на современное общество // *Медиаобразование*, 2017. –134-142.

Е. Д. Базык,

студент 4 курса

Уральского государственного университет путей сообщения
(г. Екатеринбург), факультета экономики и управления,
кафедра «Управление персоналом и социология»

Инструменты удержания персонала в условиях дефицита рынка труда¹

Резюме: в условиях дефицита рынка труда перед компаниями встает вопрос, как привлечь квалифицированных специалистов. Успешное решение данной проблемы возможно с использованием привлекательных и выгодных методов для обеих сторон трудовых отношений. В статье будут рассмотрены одни из возможных причин возникновения дефицита кадров, а также инструменты для их привлечения и удержания

Ключевые слова: дефицит, рынок труда, удержание, привлечение, персонал

В условиях современного рынка труда главным вызовом на сегодняшний день является поиск квалифицированных кадров. Дефицит в России в среднем составляет около 2,5 млн. человек. Это связано с демографической ситуацией,

¹ Статья подготовлена под научным руководством старшего преподавателя кафедры «Управление персоналом и социология» Окуновой Т.В.

а также оттоком трудовых мигрантов в связи с рядом политических, экономических событий, а также всемирной пандемией коронавируса. В связи с этим «кадровый голод», серьезно ощущавшийся с конца 1990-х годов¹ стал особенно остро ощущаться в ряде отраслей с высокой долей, таких, например, как строительство, промышленность, транспорт. В этой ситуации многие компании стремятся оптимизировать организационную структуру, что с одной стороны способствует улучшению условий труда и закреплению персонала, а с другой – порождает чувство неопределенности. [7] В целом, в России также зафиксирован экономический рост, что требует от предприятий не только сформированного стабильного и результативного коллектива, но также создает, в условиях дефицита кадров, условий конкуренции за работников, а значит разработку и применение эффективных инструментов удержания уже имеющегося или вновь принятого персонала, создание привлекательных условий труда [5, 8]. С другой стороны, работодатели сами находятся в весьма специфических условиях, которые характеризуются рядом особенностей:

1. Снижение производительности. Многие компании сталкиваются с необходимостью найма менее квалифицированного персонала или должны использовать дорогие технологии для удержания компании на прежнем уровне;

2. Рост инфляции, а следовательно, и повышение цен на свою продукцию, для компенсации затрат на рабочую силу;

3. Демографическая проблема, которая может быть вызвана, в том числе, старением населения, и которая не может быть восполнена лишь наймом молодых работников при более высоких требованиях к условиям труда и уровню вознаграждения;

4. Гендерная дискриминация. Это обстоятельство влияет на рынок труда опосредованно, между тем анализ демографической ситуации показывает, что в структуре занятого населения преобладают женщины. В то же время, именно женщины от 20 до 30 лет чаще уходят на больничный, что, в восприятии некоторых работодателей, может сделать их более проблемными сотрудниками, по сравнению с мужчинами того же возраста, которые считаются более крепкими и могут переносить повышенные трудовые нагрузки и напряжённый график. [2, С.110]. Это также способствует сохраняющемуся разрыву в уровне оплаты труда по гендерному признаку, особенно для руководящих должностей.²

Отраслями, в которых обозначенные проблемы проявляются особенно ярко, являются:

- Некоторые секторы промышленности, где наблюдается нехватка рабочей силы, в первую очередь рабочий персонал, с недостаточно привлекательными и престижными рабочими местами;

¹ 88% компаний в 2023 году столкнулись с кадровым дефицитом : <https://trends.rbc.ru/trends/social/658443919a794780d8dfb3c6?from=copy>

² Стереотипы ослабевают, но не уходят: как живет женщинам-руководителям : <https://trends.rbc.ru/trends/social/6555d3609a7947d9dfe8fafd?from=copy>

- Сфера образования и здравоохранения, в которой традиционно более долгий путь вхождения в профессию и большой срок подготовки работников, а также, относительно других отраслей, меньшая заработная плата, что создает дополнительные трудности привлечения и удержания работников;

- Сфера ИТ, финансов и логистики, где наблюдается нехватка квалифицированных кадров. Эта сфера переживает сейчас особенно интенсивный этап развития, связанный с широким распространением информационных технологий во всех отраслях и сферах производства товаров и услуг. Нехватка работников в этой области создает эффект «зарплатной гонки». [1]

Для привлечения в компанию необходимых трудовых ресурсов, а также сохранение уже имеющихся сотрудников, на основании анализа потребностей в сфере трудовых отношений исследователи предлагают различные инструменты работы с персоналом. Они направлены на создание благоприятных условий в организации, на повышение мотивации, а также учитывают как интересы трудоспособного населения России, так и возможности предприятия и государства в целом.

Одним из привлекательных инструментов удержания персонала в связи с подорожанием автомобилей, может, например, стать такая мера поддержки работников как оформление автомобиля в лизинг на время работы сотрудника в компании.¹ Предприятие оформляет автомобиль в лизинг и передает в пользование работнику. При этом предприятие экономит на налоге на прибыль и НДС.

Весь период лизинга работник использует автомобиль в личных и рабочих целях, а последний выкупной платеж работник оплачивает самостоятельно и оформляет автомобиль на себя. Как правило, последний выкупной платеж составляет порядка 10% от стоимости автомобиля.

Возможно также использовать и отчисления из заработной платы сотрудника для ежемесячной оплаты в лизинговую компанию. Для крупных предприятий предлагается финансовая помощь сотрудникам в приобретении личного автомобиля «Москвич 3» и «Москвич 6».

Стоимость для сотрудников станет дешевле на 15-22%. Сумма сложится из корпоративной скидки в автосалонах и субсидий, которые компания готова выделить лишь стабильным работникам. Здесь подразумевается невозвратная финансовая помощь лишь на одном базовом условии: взяв у предприятия деньги на машину, специалист тем самым обязуется отработать на предприятии 10 лет. Полученные средства не будут вычитаться из зарплаты. Такое произойдет только в случае досрочного увольнения – субсидия превратится в займ, да и то частично.

¹ «КАМАЗ» раскрыл, на каких условиях даст скидку сотрудникам на покупку «Москвича» / [Электронный ресурс] // chelny-biz.ru: [сайт]. – URL: <https://chelny-biz.ru/news/611014/>(дата обращения: 19.12.2023).

Субсидия не может быть предоставлена работнику, который не отработал полгода, или имеет дисциплинарные взыскания. Все остальные могут рассчитывать, как минимум на 10% от стоимости машины. Если претендент моложе 31 года, ему накидывают еще 2%. Если его стаж перевалил за 10 лет – ему положены плюс 5%. Если он соответствует обоим критериям – например, ему 30 лет, а работает он с 20-ти – тогда скидки суммируются. Таким образом, молодежь получает 12%, сотрудники с 10-летним стажем – 15%, ну и «молодые старожилы» – 17%.

Данные инструменты помогут удержать квалифицированные кадры в течении определенного срока, но при этом сам работник получит выгоду. В то же время, участие в лизинге только автомобилей российского производства позволить поддержать российских автопроизводителей и повысить их популярность. Также инструмент потенциально способствует укреплению трудовой и исполнительской дисциплины среди тех сотрудников, которые хотели бы воспользоваться этими условиями, но по ряду причин не могут этого сделать.

Как уже было отмечено, женщины преобладают в структуре занятого населения. Безусловно, государство предпринимает ряд мер, поддерживающих рождаемость, но, находясь в декретном отпуске, женщина не всегда имеет возможность поддерживать свой профессиональный уровень и конкурентоспособность, а требования на рынке труда и к профессиональной квалификации работников меняются быстро [6]. Соответственно, необходимы меры поддержки, направленные на сохранение и повышение профессиональных знаний и квалификации. Кроме того, например, востребованными могут стать знания и навыки, которые не были актуальны до выхода в декретный отпуск. Также необходима поддержка после выхода из декретного отпуска, при резкой смене ритма жизни.

Дефицит кадров также является одной из причин привлечения к работе женщин, находящихся в декретном отпуске. При этом график их работы может быть разным: возможна как удаленная работа, так и частичная занятость до нескольких часов, в зависимости от возможностей и желания женщины. В этом случае сотрудник сохранит свои профессиональные навыки и знания, связь с коллегами и будет в курсе всех нововведений в компании. Этот вариант поможет удержать опытных сотрудников, при этом частично разгрузить других сотрудников.

Развитие сотрудников является одним из ключевых факторов удержания персонала в компании, таких как: переподготовка кадров, обучающие вебинары и тд. Это не только способствует повышению квалификации и профессионализма работников, но и улучшает их мотивацию и лояльность к компании, поэтому тоже можно отнести к инструментам удержания сотрудников.

Вопрос заработной платы часто является причиной ухода из компании. Финансовая стабильность и поощрения мотивируют сотрудника оставаться на рабочем месте и повышают интерес к компании среди конкурентов. Поэтому

ниже будет предложен инструмент, учитывающий длительность работы, и выплата за нее.

Оплата за выслугу лет – является одним из эффективных инструментом удержания сотрудников. Ведь чем больше ты работаешь в компании, тем больше можно получить дополнительных льгот и преимуществ, например отдых в санатории компании с полной оплатой проезда и проживания, а также ежегодное увеличение суммы к заработной плате. Это поможет удерживать как молодых сотрудников, так как доплата за выслугу лет начинается от 1 года работы, так и более взрослых сотрудников, имеющих хороший опыт. [2]

Еще один эффективный инструмент закрепления сотрудников на предприятии – льготная ипотека¹. Несмотря на то, что во многих компаниях уже существует данная льгота, ее распространение на еще большее количество компаний, поможет привлечь молодых сотрудников. Именно среди молодых работников потребность в жилье стоит особенно остро. Многие из них либо проживают с родителями, либо сменили место жительства для получения образования. К тому же, эта категория граждан стремится создавать семью, пройти стадию отделения от родителей и начать самостоятельную жизнь, что и делает подобный инструмент удержания молодежи одним из самых востребованных. Льготы по ипотеке позволяют работникам получить жилье на выгодных условиях и улучшить качество жизни. Кроме того, льготная ипотека может стимулировать сотрудников оставаться в компании на длительный срок, так как они будут заинтересованы в сохранении своего рабочего места и получении максимальной выгоды от ипотеки.

Льготы следует применять только к работникам компании, а увольнение не способствует ее сохранению. Эффективно инструмент работает, если для работников процент по ипотеке делится, например напополам с предприятием, и полностью переходит работнику в случае его ухода. Это позволит, с одной стороны, исключить фактор обязательной отработки ипотеку в случае ухода на более оплачиваемую и перспективную должность и сохранять работников, наиболее лояльных предприятию. В целом, можно установить некоторые критерии получения льготной ипотеки, к ним можно отнести, например, следующие:

- отсутствие в прошлом просрочек по кредитам;
- отсутствие в собственности жилья в городе, в котором сотрудник работает;
- оформление данной льготы возможно только на квартиры в строящемся доме или готового жилья от застройщика;
- запрет на покупку квартиры на вторичном рынке и др.

¹ Как удержать ключевых сотрудников в команде: топ-7 стратегий и инновационный инструмент / [Электронный ресурс] // corpstories : [сайт]. – URL: <https://corpstories.ru/blog/how-to-retain-key-employees> (дата обращения: 25.12.2023)

Удержание персонала в условиях дефицита рынка труда и турбулентных социально-экономических условий становится важной функцией системы управления персоналом и создания условий для ее функционирования и развития. Инструменты, описываемые выше – это лишь часть используемых инструментов, применяемых в организациях и способствующих решению проблемы дефицита рынка труда. При применении представленных инструментов компания будет иметь хорошо мотивированный и удерживаемый штат сотрудников, она сможет быстрее адаптироваться к изменениям на рынке, таким как экономические колебания, технологические инновации или изменения в потребностях клиентов. Однако, стоит отметить, что применение инструментов удержания необходимо адаптировать к потребностям персонала и возможностям организации. Мы также считаем, что в последующем внимание к инструментам удержания персонала будет только возрастать, а также внимание будет уделяться таким инструментам, которые смогут удовлетворить не только потребности в безопасности, на которые ориентированы описанные инструменты, а на более широкий спектр интересов и потребностей работников.

Список литературы:

1. Александрова Л. «Брать на работу некого»: экономист Зубец вскрыл проблемы рынка труда /Александрова Л. [Электронный ресурс] // МКРУ: [сайт]. – URL: <https://www.mk.ru/economics/2023/11/10/brat-na-rabotu-nekogo-ekonomist-zubec-vskryl-problemy-rynka-truda.html> (дата обращения: 20.12.2023).

2. Волкова И. Ипотека для сотрудников РЖД в 2023 – 2024 году / Волкова И. [Электронный ресурс] // Выберу: [сайт]. — URL: https://www.vbr.ru/banki/help/mortgage/rzhd-ipoteka-dlya-sotrudnikov-v-2020-godu/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F (дата обращения: 18.12.2023).

3. Деменева, Н. А. Дискриминация женщин в сфере труда [Текст] / Н. А. Деменева // Вестник СГУПС. – 2009. – № 20. – С. 106-111.

4. Золин И. В. Рынок труда и проблема дефицита кадров / Золин И. В. [Электронный ресурс] // CYBERLENINKA: [сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rynok-truda-i-problema-defitsita-kadrov/viewer> (дата обращения: 21.12.2023).

5. Окунева Т.В. Трудовые ценности молодых работников // Транспорт: логистика, строительство, эксплуатация, управление. сборник трудов Международной научно-практической конференции. —Екатеринбург, 2023. — С. 216-218

6. Окунева Т.В., Шестопалова О.Н. Особенности профессионального развития современных работников // XXIII Уральские социологические чтения. Личность, культура, общество: наследие Л.Н. Когана и современность. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Под общей редакцией Ю.Р. Вишневого, М.В. Певной. – Екатеринбург, 2023. – С. 110-114.

7. Пальянова Л.А., Шестопалова О.Н. Исследование уровня социальной напряженности на предприятии в условиях организационных изменений // Железнодорожный транспорт и технологии. сборник трудов международной научно-практической конференции. Уральский государственный университет путей сообщения (УрГУПС). – Екатеринбург, 2023. – С. 320-324.

8. Чевтаева Н.Г., Окунев Т.В. Вовлеченность сотрудников в управление как фактор повышения удовлетворенности работой // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. – 2023. – Т. 23. – № 1. – С. 81-88.

9. Шестопалова О.Н., Окунева Т.В. Комфорт как ценность современной культуры труда // Теория и практика современной науки. Материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 85-летию Дальневосточного государственного университета путей сообщения. – Москва, 2022. – С. 609-615.

10. Шестопалова О.Н., Соколова К.А., Исследование вовлеченности персонала и влияние цифровизации на методы оценки настроения сотрудников // Проблемы управления человеческими ресурсами в условиях цифровой трансформации : сборник научных статей Всероссийской научно-практической конференции. – Екатеринбург, 2022. – С. 134-141.

К. А. Пращенко,

Северо-Западный институт управления - филиал РАНХиГС
Санкт-Петербург

Роль мониторинга общественного мнения в период глобальных трансформаций

Резюме: Перемены, характерные для эпохи глобальных трансформаций, могут вызывать кризисные процессы в различных сферах жизни общества. Своевременное прогнозирование и преодоление кризисных явлений социокультурной среды возможно при применении методов мониторинга общественного мнения. В статье описывается роль мониторинга общественного мнения как канала коммуникации между обществом и политическими элитами, рассматриваются частные методологические проблемы мониторинга и вопросы, связанные с практическим применением полученных по результатам мониторинга знаний и информации о состоянии общественного мнения.

Ключевые слова: мониторинг общественного мнения, коммуникация власть-общество, методы исследования общественного мнения, управление общественным мнением.

Период глобальных трансформаций несёт в себе ряд вызовов, связанных с нестабильностью всех сфер общественной жизни. При таких обстоятельствах, с учетом общей непредсказуемости ситуации и периодического нарастания социального напряжения, особую роль играет мониторинг

общественного мнения, как способ прогнозирования и предотвращения острых социальных кризисов.

Целью данной работы являются: обоснование ценности и значимости мониторинга общественного мнения для принятия оптимальных управленческих решений и обеспечения коммуникации между обществом и государственной властью, а также выявление и обоснование наиболее релевантного подхода к мониторингу общественного мнения.

Под мониторингом общественного мнения понимается специально организованная и постоянно действующая система наблюдения, сбора, оценки и распространения информации, диагностика экономической и социальной обстановки, анализ тенденций развития и остроты проблем, а также подготовка рекомендаций по принятию рациональных управленческих решений [1, с. 1].

Под мнением, в широком смысле, понимают суждение относительно определенного объекта: события, явления, факта, государственного решения, конкретной личности и так далее.

Однако такое простое определение применимо только к индивидуальному мнению. Общественность же имеет сложную структуру, состоящую из индивидов, групп и общностей, суждения которых будут также разнообразны как само общество и образуют некий спектр мнений. Общественное мнение – важный источник информации о состоянии социума, потребностях и интересах граждан, позволяющий субъектам принятия политических решений разрабатывать эффективный управленческий курс.

В данном контексте полезно вспомнить о работе П. Бергера и Т. Лукмана «Социальное конструирование реальности». Авторы утверждают, что представление о реальности является социально обусловленным. Иначе говоря, знание о реальности создается внутри общества, когда индивиды в процессе коммуникации достигают конвенционального представления о том или ином объекте.

П. Бергер и Т. Лукман анализируют процесс социального конструирования реальности, в котором подчеркивают особую значимость коммуникации «лицом-к-лицу». В подобной коммуникации оба участника предстают друг для друга в живом настоящем, в реальности повседневной жизни. Эта реальность понимается в континууме типизаций, анонимность которых возрастает по мере их удаления от коммуникативной ситуации лицом-к-лицу. На одном полюсе данного континуума находятся люди, с которыми индивид взаимодействует в повседневной жизни, а на другом – предельно анонимные абстракции, недоступные для взаимодействия «лицом к лицу» [2, с. 59].

Политические элиты и рядовые граждане крайне редко взаимодействуют в повседневной жизни лицом-к-лицу, что создает опасную ситуацию, в которой власть и общественность становятся друг для друга «анонимными абстракциями». Для того, чтобы представление политических элит о реальности не расходилось с действительностью, в которой живут граждане, необходимо обеспечение максимального количества каналов коммуникации между

властью и обществом. Одним из важнейших каналов коммуникации является мониторинг общественного мнения.

Достоверность и объективность информации об обществе, поступающей к лицам, принимающим государственные решения, обеспечивается применением научно обоснованных методов мониторинга общественного мнения. Такие методы подразделяются на качественные и количественные.

К качественным методам относятся глубинное интервью, фокус-группы, анализ документов, иногда наблюдение. Основные методы количественного исследования общественного мнения – анкетирование и интервью [5, с. 79].

Благодаря таким свойствам мониторинга как комплексность и систематичность представления сведений об объекте, оперативность получения информации, наглядность представления полученных данных, стандартность процедуры проведения исследования, расширяются возможности познания социокультурной среды, а факты, полученные в ходе мониторинга, в большей степени соответствуют общим требованиям к информации (достоверность, актуальность, точность, объективность и т.д.) [4, с. 22].

Вместе с тем мониторинг имеет свои недостатки и ограничения, к которым относятся упрощение исследуемой ситуации, искажение смыслов и значений полученных от респондентов ответов, включения механизмов психологической защиты у респондента, препятствующих честному ответу на вопрос или ведущих к отказу от ответа и т.д.

Наиболее распространенным методом изучения общественного мнения является опрос через анкетирование или интервью, часто телефонное интервью. В этой связи необходимо затронуть проблемы, связанные с применением этого метода.

По результатам проведения опроса исследователь общественного мнения суммирует ответы респондентов по категориям ответов: 50 % «за», 30 % «против», 20 % «затрудняются с ответом». Или же: 30 % «за», 20 % «скорее за», 10 % «скорее против», 20 % «точно против» и так далее.

Таким образом, общественное мнение сводится к совокупности ответов респондентов на группу вопросов. Такой подход приводит общественное мнение в упрощенный вид. Однако, где грань между упрощением сложной и многогранной картины общественного мнения для лучшего ее понимания и полным ее искажением?

Очевидно, что стандартный инструментальный частотного анализа ответов не пригоден для разнообразия стоящих за ними значений и смыслов, в результате чего эта задача остается на откуп свободному, не подверженному критической проверке теоретизированию. Необходимо же сделать эти значения и смыслы объектом строгого анализа, допускающего возможность подтверждения или опровержения [3, с. 64].

В статье «Новый подход к эмпирическому анализу массового политического сознания» Г.А. Сатаров предлагает подход, позволяющий выявить, какие значения и смыслы стоят за ответами респондентов. Он предлагает

рассматривать модель массового сознания как совокупность ответов и связей между этими ответами.

По результатам опроса, проведенного в России ещё в 1998 году, удалось классифицировать респондентов на три группы в зависимости от того, какие общественно значимые проблемы их беспокоят: рост цен, преступность, безработица и т.д. Респонденты в зависимости от ответов попадали в класс «демократов», класс «консерваторов» или класс «проблемы выживания».

Разделение респондентов на группы позволило иначе взглянуть на результаты опроса. Так, без учета классификации респондентов, рост преступности в качестве волнующей проблемы выделило 40,1% всех респондентов. При этом среди класса «демократов» эту проблему отметило 92,1 %, а среди «консерваторов» и класса «проблемы выживания» 24,6 % и 26,2 % соответственно. Такое существенное различие говорит не только о том, что респонденты из разных групп по-разному относятся к росту преступности, но и о том, что они придают этой формулировке разный смысл. Например, респонденты из класса «проблемы выживания» трактуют рост преступности как одну из проблем, мешающих им жить (выживать). Для респондентов из класса «проблемы, беспокоящие демократов» рост преступности – помеха проводимым реформам. А респонденты из класса «проблемы, беспокоящие консерваторов» рассматривали его как свидетельство слабости власти [3, с. 72].

Таким образом, для обеспечения качественной коммуникации между властью и обществом необходимо учитывать не только общую по выборке частоту выбора определенного варианта ответа, а изучать смыслы, которыми обусловлен этот выбор.

Наконец, необходимо сказать о способах использования результатов мониторинга общественного мнения. Первый и очевидный механизм использования полученных данных – это выявление потребностей граждан, «проседающих» сфер общественной жизни, с целью принятия мер по разрешению выявленных проблем. Однако лица и органы, принимающие государственные решения, часто действуют в условиях определенных ограничений. В связи с этим не все принимаемые ими решения становятся популярными и одобряемыми гражданами. В таких обстоятельствах прибегают к методикам управления массовым сознанием, а мониторинг общественного мнения становится инструментом для оценки эффективности такого управления. Полагаем, что для сохранения равновесия социокультурного пространства важно соблюдать баланс между управлением общественным мнением с использованием мониторинга и его реальным учетом при принятии управленческих решений. Перекос в сторону манипуляции общественным мнением может привести к негативным последствиям в виде падения уровня доверия к представителям власти, накопления и обострения социальных и политических противоречий.

Список литературы

1. Дементьева И.Н. Мониторинг общественного мнения как инструмент оценки эффективности государственного и муниципального

управления. Сборник материалов международного экономического форума, посвященного 65-летию КузГТУ. 2015.

2. Бергер П. и Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М. 1995.

3. Сатаров Г.А. Новый подход к эмпирическому анализу массового политического сознания. Политическая наука, 2017, № 1, с.59-89.

4. Сладкова О.Б. Мониторинг как инструмент социокультурного диалога «власть-общество». Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора культурологии. М., 2005.

5. Франц В.А. Управление общественным мнением. Учебное пособие для вузов. М., 2022.

Хуан Хайпэн,

учащийся аспирантуры факультета социологии,
Санкт-Петербургский государственный университет

Анализ культурных различий между Китаем и Россией и их влияния на управление предприятием: культурные различия между Китаем и Россией на основе культурной модели Хофстеде

[Аннотация] Значение культуры имеет разные определения с разных точек зрения. Судя по происхождению этого термина, еще в XVIII веке Иоганн Готфрид Гердер предложил понятие “культура”. В то время культура в основном относилась к образованию, развитию и научению. в конце девятнадцатого века британский антрополог Эдвард Бернетт Тейлор в своих трудах дал новое определение термину "культура". Тейлор считает, что содержание культуры является сложным, включая не только оригинальное образовательное содержание, но и, что более важно, религию, обычаи и т.д. в ходе более позднего развития значение культуры постоянно обновлялось, и содержание стало более широким, поскольку определения ученых в разных профессиональных областях имеют разную направленность. На данный момент можно собрать сотни определений понятия "культура".

Исследование корпоративной культуры сопровождалось исследованием культуры. Эксперимент Хоторна провел соответствующие тесты на американских компаниях и официально привлек внимание людей к исследованиям корпоративной культуры. Результаты эксперимента Хоторна также послужили основой для последующих исследований корпоративной культуры. В соответствующих теоретических исследованиях по кросс-культурному менеджменту многие ученые добились больших результатов. Петер Друкер (1995) предположил, что любая многонациональная компания должна интегрировать различные культуры в свое управление и управлять ими. Только уважая различные культуры и мышление, многонациональные компании могут занять выгодное конкурентное положение. Хофстед имеет высокую репутацию в области кросс-культурного менеджмента, и результаты его

исследований также являются теоретической основой, которую более поздние ученые обычно использовали в своих исследованиях. В 1980 году Хофстеде провел анкетирование и статистический анализ в IBM и, наконец, получил культурные оценки 66 различных стран и разделил культуру на пять измерений.

[Ключевые слова] Культура; концепции и определения; корпоративная культура; Межкультурный менеджмент

[Abstract] The meaning of culture has different definitions from different points of view. Judging by the origin of this term, back in the XVIII century Johann Gottfried Herder proposed the concept of "culture". At that time, culture was mainly related to education, development and learning. At the end of the nineteenth century, the British anthropologist Edward Burnett Tylor in his writings gave a new definition to the term "culture". Tylor believes that the content of culture is complex, including not only the original educational content, but also, more importantly, religion, customs, etc. In the course of later development, the meaning of culture was constantly updated, and the content became broader, since the definitions of scientists in different professional fields have different directions. At the moment, hundreds of definitions of the concept of "culture" can be collected.

The study of corporate culture was accompanied by a study of culture. Hawthorne's experiment conducted appropriate tests on American companies and officially drew people's attention to corporate culture research. The results of Hawthorne's experiment also served as the basis for subsequent studies of corporate culture. In the relevant theoretical research on cross-cultural management, many scientists have achieved great results. Peter Drucker (1995) suggested that any multinational company should integrate different cultures into its management and manage them. Only by respecting different cultures and mindset can multinational companies gain a competitive advantage. Hofstede has a high reputation in the field of cross-cultural management, and the results of his research are also a theoretical framework that later scholars have generally used in their research. In 1980, Hofstede conducted a survey and statistical analysis at IBM and finally obtained cultural assessments of 66 different countries and divided culture into five dimensions.

[Keywords] Culture; concepts and definitions; corporate culture; Intercultural management

1. Анализ культурных различий между Китаем и Россией на основе культурной модели Хофстеде

Исследование национальной культуры Хофстеде служит отправной точкой для исследования этой статьи. Независимо от того, что такое корпоративная культура, она формируется на основе национальной культуры, поэтому эта статья впервые получена из исследования Хофстеде о культурных показателях Китая и России в пяти культурных измерениях.

Таблица 1: Культурные различия между Китаем и Россией в культурном измерении Хофстеде

	Индекс дистанции власти (PDI)	Индивидуализм (IDV)	Маскулинность (MAS)	Избегание неопределенности (UAI)	Долгосрочная ориентация (LTO)
Китай	80	20	66	30	118
Россия	93	39	36	95	—

Источник: Хофстеде, "Культура и организация"¹

Из оценок пяти частей таблицы в Китае и России видно, что национальные культуры Китая и России одновременно похожи и различаются. Оценки Хофстеде по Китаю и России в индексе PDI составляют 80 для Китая и 93 для России. Можно видеть, что, хотя оценки двух стран в этом культурном измерении различные, рейтинги двух стран здесь относительно высоки и относятся к одному и тому же типу стран.

В исследовании Хофстеде было указано, что во всех коммуникационных процессах будет присутствовать неравенство. Это неравенство проявляется в материальных аспектах, а также в духовных аспектах. PDI основан на этом неравенстве. Согласно Хофстеде, PDI относится к реакции на неравные отношения между верхним и нижним уровнями в организации. Предприятие, то есть степень, в которой сотрудники видят и принимают равное распределение прав на предприятии. Когда Хофстеде получал этот одномерный балл, он в основном учитывал, было ли начальство на предприятии демократичным при принятии решений, и страх сотрудников низшего звена, когда возникала проблема между верхним и нижестоящим уровнями.

Поскольку страны будут сталкиваться с проблемами, требующими компульсивного мышления в процессе управления, внимание к "неравенству власти" никогда не прекращалось. Еще в весенне-осенний период Конфуций выдвинул идею экстраординарных уровней. Конфуций верил, что стабильность страны основана на человеческом уровне, поэтому он считал, что "джентльмены отличаются друг от друга" и выступал за уважение к пожилым людям и любовь к детям. Это все из-за Понимание Конфуцием человеческого уровня. В традиционной китайской мысли, особенно в конфуцианстве, влияние на мир относительно велико. Поэтому во многих странах также широко признается социальная иерархия. В этих странах показатель PDI относительно высок, что отражается на корпоративной культуре. Часто это высокая степень принятия неравенства между верхним и нижним уровнями.

Хотя социальные системы Китая и России различны, в этом отношении они имеют высокую степень сходства. Причина в том, что и Китай, и Россия в истории испытывали влияние более централизованного управления, поэтому у них есть социокультурные особенности. И Китай, и Россия имеют

¹ Герт Хофстеде. «Культура и организация». Издательство Китайского университета Жэньминь, 2010.

относительно высокие показатели PDI, причем Россия по этому показателю выше Китая. Следовательно, как в Китае, так и в России существуют некоторые схожие культурные проявления. Например, в семьях дети будут прислушиваться к своим родителям при выборе и, как правило, не будут делать выбор самостоятельно, поэтому молодые люди часто учатся на опыте старших, а не переживают его самостоятельно. Напротив, в некоторых странах с более низкими показателями PDI, таких как Европа и Соединенные Штаты, отношения между родителями и детьми в семье другие. С социологической точки зрения, в организациях в России и Китае подчиненные больше следуют инструкциям и приказам своего начальства. Структура предприятия сложна. Как правило, высшие руководители отдают приказы, а затем передают их ниже по уровню иерархии. Менеджеры разных уровней сильно различаются по доходам и полномочиям. Как правило, в качестве лидеров используются люди с большим опытом управления. Когда возникают трения между начальством и подчиненными, главным решением является подчинение начальству на более низком уровне.

На российских и китайских предприятиях начальники и подчиненные на предприятии понятны, а разделение труда четкое. Начальство принимает решения, а подчиненные их выполняют. Кроме того, подчиненным требуется большое расстояние для общения с начальством, поэтому общение усложняется.

2. Измерение индивидуализма-коллективизма (IDV)

Разделение этого измерения в основном основано на типе общества. Так называемый индивидуализм на самом деле относится к собственным интересам как к первому основанию для выбора, особенно по отношению к коллективным интересам, первое, что нужно защищать, - это интересы людей. Коллективизм, с другой стороны, рассматривает коллективные интересы как предпосылку для принятия решений, что является противоположностью индивидуализму. Основываясь на теории Хофстеде, можно видеть, что индивидуалистичные люди будут подчеркивать свои собственные преимущества и особенности на предприятии и стремиться к личной чести и выгоде. Коллективистские люди часто не выделяют себя, но утверждают свою позицию и роль в команде и коллективе. Они будут больше подавлять свои результаты с точки зрения коллектива. Как видно из таблицы, оценка России по этому показателю составляет 39 баллов, в то время как у Китая - 20, что означает, что Китай - типичный представитель коллективизма, в то время как в России - индивидуалистическая культура.

В Китае коллективизм очень типичен для семей и предприятий. Например, семья часто представляет собой более сложные структуры. В Китае часто можно увидеть, как три или четыре поколения живут вместе. У каждого есть свое место в семье, он подчеркивает свой статус и роль в семье и ценит гармонию отношений вся семья.

Индивидуализм-коллективизм оказывает очень важное влияние на корпоративную культуру, потому что каждое предприятие - это организация. В

этой организации должна существовать связь между людьми, и то, отождествлять ли себя с коллективизмом или индивидуализмом, определяет отношения между людьми в организации и даже способ возникновения трений. В Китае, поскольку это очень типичный коллективистский культурный принцип, сотрудники предприятий в целом согласны с тем, что споры не должны возникать в организации и не могут быть уникальными. Даже если у них есть свои собственные идеи, они должны отказаться от своих собственных идей и поддерживать их согласованность со всеми. Поэтому, как правило, на предприятиях, сотрудники больше озабочены поиском способов избежать конфликтов и поддерживать “гармоничную” ситуацию в организации.

Непоследовательность - это нормальная вещь, потому что у каждого должны быть свои собственные идеи, и они не должны подавлять свои собственные идеи, чтобы быть похожими на других. Они более склонны уважать идеи других и готовы выражать мнения, отличные от других. Более того, очень репрезентативным аспектом китайской культуры является “культура сохранения лица”¹, которая также является проявлением коллективизма. Китайцы уделяют больше внимания тому, как другие воспринимают себя. В России нет такой культуры «сохранения лица», как в Китае, но основное внимание уделяется “самоуважению”.

Согласно теории Хофстеде, на предприятиях, где доминируют индивидуалистическая и коллективистская культуры, сотрудники также будут по-разному выполнять свою работу, главным образом в трех аспектах: время, свобода и вызов. Что касается времени, индивидуализм придает большое значение личному времени в нерабочее время, в то время как коллективизм может пожертвовать личным временем ради работы, поэтому сверхурочная работа в Китае - вполне нормальная работа; во-вторых, что касается свободы, сотрудники российских компаний часто имеют большую свободу выбора своих любимых или полезных на работе навыков, и в китайских компаниях сотрудники будут выполнять свою работу в соответствии с согласованным и общепринятым способом, уделяя внимание стандартизации. В-третьих, что касается проблем, то сотрудники в Китае часто не требуют слишком большого количества личных задач и придают большое значение командной работе. Однако в России сотрудники уделяют больше внимания тому, могут ли они получить возможность учиться в команде, а также оборудованию в рабочей среде и использованию собственных способностей. Когда корпоративные лидеры принимают решения, культура по-разному влияет на них. Например, в контексте коллективистской культуры они будут неоднократно встречаться для обсуждения, прежде чем принять решение. Это решение часто принимается путем многократных обсуждений. В конце концов, подавляющее большинство или все они согласны с результатом. В контексте индивидуалистической культуры лица, принимающие решения, часто принимают их на основе своих

¹ Face (sociological concept) URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Face_\(sociological_concept\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Face_(sociological_concept))

собственных навыков и опыта, и им не нужно, чтобы их признавали все и долго обсуждали.

Короче говоря, в этом культурном измерении различия между Китаем и Россией более очевидны, и это также является важным испытанием, с которым сталкиваются китайско-российские совместные предприятия в области межкультурного менеджмента.

3. Избегание неопределенности (UAI)

Смысл избегания неопределенности заключается в принятии людьми неопределенности будущего. Вообще говоря, в странах с высокими показателями избегания неопределенности они более склонны принимать фиксированные правила для снижения рисков и изменений, вызванных неопределенностью. Для некоторых необычных идей общее признание низкое, поэтому у людей относительно негативное понимание о том, что может произойти, и это понимание побуждает людей поступать в соответствии с установленными правилами. В странах с относительно низким уровнем избегания неопределенности верно обратное. Люди более небрежны в своих действиях, и они более восприимчивы к колебаниям и изменениям, которые могут произойти, и они более восприимчивы к некоторым причудливым идеям. Хотя им не хватает некоторых правил, они лучше разбираются в инновациях и обладают ясным духом о приключениях.

Среди предприятий тенденция избегать неопределенности непосредственно играет важную роль в формировании и устойчивости организационной структуры предприятия. Если в контексте культуры избегания высокой степени неопределенности предприятие будет уделять больше внимания формулированию и внедрению правил и предписаний компании, причем относительно строго во время работы он также будет более склонен указывать на задачи и ему не понравится случайная игра сотрудников. Напротив, в контексте культуры с низким уровнем избегания неопределенности управление сотрудниками относительно мягкое, существует относительно мало правил и предписаний, а организация работы более непринужденная, и сотрудникам легче проявлять свою субъективную инициативу.

В этом измерении, согласно результатам исследования Хофстеде, Китай набрал 30 баллов, в то время как Россия набрала целых 95 баллов, таким образом, в этом измерении разница между Китаем и Россией очевидна, и Россия продемонстрировала значительно более высокую степень избегания неопределенности по сравнению с Китаем. На российских совместных предприятиях российские менеджеры будут более склонны принимать более подробные и строгие правила и предписания для достижения управленческих целей, а сотрудники должны выполнять их в строгом соответствии с системой компании. Условно говоря, оценка Китая по этому показателю относительно невысока. В основном это проявляется в том, что, хотя китайские компании также имеют хорошо сформулированные правила и предписания, их выполнение часто не является строгим, и в китайских компаниях часто существуют так называемые “негласные правила”, которые представляют собой практику,

отличную от общепринятой. Условности и обычаи корпоративных правил. Эти негласные правила часто возникают в процессе развития предприятия из-за ситуации в отделе или на предприятии и некоторых привычных практик, сформированных стилем руководства, но эти “привычки” не будут записаны.

4. Факторов долгосрочной ориентации и краткосрочной ориентации

В исследовании Хофстеде отсутствуют данные по России в этом измерении, в то время как оценка Китая составляет 118 баллов, что является относительно высоким показателем и имеет очевидные характеристики долгосрочной ориентации.

В китайской культуре большое внимание уделяется “долгосрочному развитию”, которое в основном относится к долгосрочному планированию развития отдельных людей, семей и предприятий, потому что в китайской культуре очень принято делать долгосрочные приготовления и составлять долгосрочные планы на все. В развитии предприятий мы также придаем большое значение формулированию и постепенному достижению долгосрочных целей. Как правило, китайские предприятия будут иметь очень долгосрочный план развития предприятия, а затем постепенно приближаться к большой цели путем достижения каждой маленькой цели. “Столетнее предприятие” - это цель, которую преследуют многие предприятия при развитии китайских предприятий.

Культурные различия между Китаем и Россией в этом измерении относительно очевидны. Например, китайские бизнесмены иногда отказываются от некоторых своих собственных интересов в процессе торговли в обмен на долгосрочное сотрудничество и развитие. Однако российские бизнесмены будут оценивать текущую сделку, и действовать в соответствии со своими собственными планами, а не отказываться от интересов этой сделки ради следующего раза.

Таким образом, в китайско-российских совместных предприятиях, из-за культурных различий в этом измерении, также будут определенные различия в формулировке стратегических целей.

Заключение

Культура каждой страны обладает своей уникальностью, главным образом потому, что формирование культуры основано на всестороннем действии различных факторов, таких как история страны, её культура, нормы, ценности. Между Китаем и Россией существуют очевидные различия, как с точки зрения социокультурной среды, так и с точки зрения истории развития двух стран. Следовательно, в контексте национальных культурных различий существуют также очевидные различия в корпоративной культуре.

Хотя и Китай, и Россия имеют схожие индексы PDI, на корпоративную культуру в России сильно влияет западная культура, поэтому существуют определенные различия в отношении сотрудников низшего звена к некоторым предложениям сотрудников высшего звена. В Китае иерархия гораздо более жесткая, и предложения сотрудников более низкого уровня своему начальству

часто не принимаются. Поэтому для сотрудников самое важное - четко выполнять свою работу согласно регламенту. Предложения или внушения начальства неуместны или даже не признаются, и возникает проблема, того, что лидер, как говорят в Китае, “носит маленькие туфли”¹. Однако в российских компаниях, хотя сотрудникам сложнее реагировать на предложения, сделанные руководителями, многие руководители готовы принимать или поощрять сотрудников выдвигать свои идеи. Российская корпоративная культура поощряет творческий подход к делу.

В России генеральные компании, как правило, требуют от сотрудников изучения единых корпоративных правил и предписаний для обучения и укрепления корпоративной культуры. Поскольку российская культура характеризуется высокой степенью избегания неопределенности, генеральные компании имеют относительно законченные системы в этом отношении, а сотрудники располагают большим количеством учебных материалов. Кроме того, российские компании, как правило, не организуют для сотрудников расширенное обучение, но руководители могут приглашать их для улучшения взаимоотношений между верхним и нижестоящим уровнями посредством собраний и подчеркивания важности корпоративной культуры.

Можно видеть, что из-за различных характеристик национальной культуры Китая и России и развития предприятий с точки зрения корпоративной культуры Китай и Россия также имеют очевидные различия. Китайская и российская корпоративные культуры и их эффективное согласование являются важным содержанием управления человеческими ресурсами в совместных российско-китайских предприятиях.

Список литературы:

1. Janssens M, Brett J M, Smith F J. Confirmatory cross-cultural research: Testing the viability of a corporation-wide safety policy[J]. *Academy of Management Journal*, 1995, 38(2).

2. *Human resource management*, 1986, 25(1): 91-102.

3. Чэнь Сяопин. Кросс-культурный менеджмент. Пекин: Издательство университета Цинхуа, 2005. 陈晓萍. 跨文化管理. 北京: 清华大学出版社, 2005.

4. Фэй Вонг. Исследование влияющих факторов и контрмер межкультурного менеджмента многонациональных предприятий. Юго-Западный финансово-экономический университет, 2010. 王菲. 跨国企业跨文化管理的影响因素及对策研究. 西南财经大学, 2010.

5. Чжан Дандань. Анализ кросс-культурных моделей управления человеческими ресурсами и их применения на китайско-иностранных совместных предприятиях. *Time Finance*, 2019 (06):26-27. 张丹丹. 中外合资企业跨文化人力资源管理模式及应用分析. *时代金融*, 2019(06):26-27.

¹ фигурально выражаясь, усложнять кому-то жизнь, злоупотребляя своей властью

В. А. Пономарева,
аспирант, Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

Предпринимательство в условиях формирования новых паттернов потребительского поведения (на примере рынка доставки продуктов)

Аннотация: изучение паттернов потребительского поведения позволяет компаниям более точно формировать предложение и прорабатывать маркетинговые стратегии с учетом глубокого понимания потребностей потребителей и актуальных трендов развития отрасли. В данной статье рассматриваются основные паттерны поведения потребителей при совершении онлайн заказов доставки продуктов, а также динамика их изменения с учетом актуальных социальноэкономических факторов, таких как пандемия коронавирусной инфекции, санкционное давление и общая нестабильность мировой экономики.

Ключевые слова: паттерны потребительского поведения, социология потребления, электронная коммерция, доставка продуктов

Abstract: consumer behavior research allows companies to make a purposeful commercial offers and develop marketing strategies with a deep understanding of consumer needs and industry trends. This article examines the main patterns of consumer behavior in e-grocery market share, as well as the dynamics of its change, considering current socio-economic factors, such as the coronavirus pandemic, sanctions pressure and an instability of the global economy.

Key words: models of consumer behavior, sociology of consumption, e-commerce, grocery delivery

Потребление становилось все более важной и неотъемлемой частью жизнедеятельности человека с развитием общества и экономики. Функции и роль потребления претерпевали изменения с течением времени и влиянием социокультурных изменений, соответствующих определенным историческим периодам. В глобальном смысле потребительское поведение является комплексным понятием и располагается на стыке целого ряда дисциплин – экономики, социологии, маркетинга, психологии, менеджмента. В данной статье рассматривается социальный аспект потребительского поведения на примере отрасли доставки продуктов (e-grocery).

Паттерны потребительского поведения – это определенные типы поведения, проявляемые потребителями при выборе и покупке товаров (услуг). Они могут быть связаны с личными характеристиками потребителя, такими как возраст, пол, образ жизни, а также с внешними факторами, к таким относятся – социальное окружение, реклама, цены и многое другое. Изучение паттернов потребительского поведения помогает компаниям понимать, что именно привлекает потребителей к их продукции или услугам, и как они могут улучшить свои маркетинговые стратегии, чтобы увеличить продажи.

Исследование потребления как феномена впервые встречается в трудах классиков социологии конца XIX и начала XX веков. Например, американским ученым Т. Вебленом в книге «Теория праздного класса» предложена концепция показного (престижного) потребления и введены такие понятия, как «демонстративное потребление» и «уровень жизни», которые на сегодняшний день относятся к базовым терминам в ряде научных дисциплин. Немецким социологом Г. Зиммелем сформулированы основные постулаты теории моды, а также введен термин «эффект просачивания», представляющий собой исследование о том, как новизна внедряется и распространяется в обществе. Социологом М. Вебером предложена теория статусных групп. Он считал, что люди в обществе объединяются в группы на основании своего социального статуса, который может быть определен различными факторами, такими как доход, образование, профессия и т.д. Вебер утверждал, что статусные группы имеют свои собственные общественные нормы и ценности, которые влияют на поведение и мировоззрение людей.

В середине XX века изучение психологии потребления производилось на базе бизнес-школ и кафедр маркетинга в коммерческих колледжах. Психология потребления стала выделяться как самостоятельная дисциплина в результате ряда социально-экономических и культурных изменений, произошедших в обществе в середине XX века, в целях изучения процессов принятия решений потребителями, мотивации при совершении покупок, оценки товаров и услуг, а также влияния рекламы и других факторов на поведение потребителей.

С одной стороны, во второй половине XX века произошел расцвет экономики, который привел к увеличению уровня жизни и расширению ассортимента товаров и услуг. С другой стороны, социальные и культурные изменения, такие как рост потребительской культуры, появление массовых коммуникаций и развитие рекламы, стали основным драйвером для нового подхода к изучению поведения потребителей. При этом развитие массового производства приводит к насыщению рынка товарами, которые в условиях размывания социальной структуры становятся инструментами статусного самоопределения. Также снижается стоимость производства единицы продукции, что приводит к увеличению предложения, и, как следствие, к расширению возможностей индивида и увеличению свободы выбора.

С учетом данных тенденций при достижении *достаточно* высокого уровня качественных характеристик продукции предприниматели вынуждены значительно больше внимания уделять дизайну и имиджу товара, эргономичности и процессу совершения покупки, нежели технологическим улучшениям. Таким образом, массовое производство и массовое потребление приводят к унификации продукции и стандартизации вкусов потребителей.

Современное же развитие получила теория потребительских ценностей Джагиша Н.Шета, основывающаяся на предположении о том, что потребители принимают решения о покупке на основе того, как они оценивают различные

аспекты продукта или услуги. Теория Шета выделяет пять категорий потребительских ценностей:

1. Функциональные ценности. Это связанные с продуктом характеристики, такие как качество, надежность, производительность.

2. Экономические ценности. Это связанные с продуктом факторы, влияющие на его стоимость, такие как цена, скидки, бонусы.

3. Эмоциональные ценности. Это связанные с продуктом чувства и эмоции, которые он вызывает у потребителя, такие как удовольствие, комфорт, уверенность.

4. Социальные ценности. Это связанные с продуктом факторы, которые определяют его социальную значимость, такие как престиж, статус, признание.

5. Экологические ценности. Это связанные с продуктом характеристики, которые определяют его экологическую пригодность, такие как энергоэффективность, перерабатываемость, безопасность.

Согласно теории Шета, потребители принимают решения о покупке на основе того, как они оценивают каждую из этих категорий ценностей и выбирают продукты, которые соответствуют их потребностям и предпочтениям в каждой из этих категорий.

В современном обществе с учетом текущих тенденций и изменений в мире, потребители все более ориентируются на удобство, экологичность и цифровизацию. Сегодня значительная доля покупок совершается в формате «онлайн». Онлайн-шопинг позволяет покупать товары и услуги из любого места и в любое время, не выходя из дома или офиса с бесплатной доставкой. Более того, интернет предлагает широкий выбор товаров и услуг от различных продавцов и различных мировых брендов, зачастую по более низким ценам благодаря отсутствию арендных платежей, транзакционных издержек и других статей затрат. Еще одним важным аспектом онлайн-торговли является возможность сравнить цены и характеристики товаров от разных производителей, выбрать лучшее предложение и ознакомиться с отзывами для уверенного принятия решения. Характеристику потребительского поведения целесообразно рассматривать в тесной связке с результатами исследований. По результатам социальных исследований, 93% опрошенных пользуются интернетом ежедневно, а 80% проверяют информацию о товарах и услугах перед покупкой в интернете. [5]

Рассмотрим, как менялись паттерны потребительского поведения на примере рынка доставки продуктов (e-grocery) в период с 2017 по 2023 год с учетом значимых изменений внешней среды, таких как влияние пандемии коронавируса с последующим воздействием санкционного давления.

Динамика изменения доли рынка электронной коммерции за период с 2017 по 2022 годы представлена на рисунке 1:



Рис.1. Динамика изменения доли рынка электронной коммерции 2017-2022 [6]

Согласно данным маркетингового исследования Data Insight, наблюдается стабильная тенденция к общему росту доли электронной коммерции на рынке ритейла. Так, с 2017 по 2022 годы доля электронных покупок от всей розничной торговли выросла на 11 процентных пунктов с 4% до 15%. В период с 2017 по 2019 гг, доля покупок с использованием сети интернет (eCommerce) от всей розничной торговли демонстрировала незначительный рост: около 1 процентного пункта ежегодно относительно всей розничной торговли, а также 1-2 процентных пункта относительно доли непродовольственной розничной торговли. Более существенный рост наблюдается *после 2020 года*: общее увеличение на 9 процентных пунктов доли электронной коммерции от всей розничной торговли (увеличение на 3 процентных пункта ежегодно), а также на 17 процентных пунктов от всей непродовольственной розничной торговли с неоднородным ежегодным ростом. Данная динамика подтверждает факт существенного влияния внешних событий на паттерны потребительского потребления, которые формировались долгие годы, что в результате имело большое влияние на развитие экономики в целом.

Совместное исследование маркетингового агентства «Русопрос» и компании «Сбермаркет», проведенное в 2019 году, позволило выделить три наиболее значимых препятствия для оформления доставки продуктов в сети Интернет, которые присутствовали до введения коронавирусных ограничений. Первое – потребительская привычка приобретать еду магазинах и супермаркетах, располагающихся в непосредственной близости к месту проживания. Значительная часть респондентов (35,8%) сообщили, что им удобнее покупать продукты и товары повседневного спроса в торговых точках в непосредственной близости от места проживания, избегая доставок. Многие россияне (31,5%) при этом посещают данные магазины ежедневно. Опрошенные мотивируют это тем, что совершать небольшие покупки каждый день проще, чем пополнять запасы еды и других необходимых товаров сразу на крупную сумму.

Вторым важным барьером для совершения покупок онлайн является отсутствие уверенности в качестве товаров, в первую очередь фруктов и овощей. Данный ответ выбрали 29,0% респондентов.

17,5% опрошенных считает, что приобрести продукты онлайн обойдется дороже, чем аналогичная самостоятельная покупка в магазине, в связи с тем, что доставка будет также учитывать стоимость услуг курьера и сервисные сборы.

Время ожидания доставки вызывает у респондентов значительно меньше беспокойства. Всего 3,2% опрошенных упоминают это как причину, которая препятствует в использовании онлайн-сервисов доставки еды. [7]

На основании данного исследования можно сделать вывод о том, что наиболее серьезный и укоренившийся паттерн потребительского поведения, складывающийся на протяжении долгого времени, который сдерживал развитие рынка доставки продуктов питания – *покупка продуктов на относительно небольшие суммы в магазинах, расположенных в непосредственной близости к месту проживания*. В офлайн магазинах процесс покупки сопровождается возможностью самостоятельно увидеть и проверить качество продуктов перед покупкой, а также выбрать продукты с определенными характеристиками, такими как свежесть и внешний вид. Более того, поход в магазин может расцениваться как часть ежедневной рутины и входит в привычку. Также в офлайн магазине можно купить продукты без задержек, связанных с доставкой и без ограничений на минимальную сумму заказа.

В 2020 году с учетом влияния пандемии и введенного режима «самоизоляции» произошел глобальный переворот в восприятии онлайн-покупок. То, что раньше воспринималось как «экстренная» мера, во время распространения коронавирусной инфекции стало мерой «вынужденной». В целом пандемия оказала негативное влияние на развитие мировой экономики, но стала «катализатором» для развития торговли посредством сети интернет. Значительная часть организаций, ранее осуществлявших свою деятельность в формате офлайн, были вынуждены перестраивать свои сервисы и предложения для удовлетворения новых потребностей потребителей. Более того, потребители, которые ранее демонстрировали скептическое отношение к покупкам через интернет, начали формировать новые потребительские привычки.

С этого периода на территории Российской Федерации рынок доставки готовой еды и продуктов питания является одним из самых быстрорастущих в сегменте электронной коммерции. Тем не менее, впечатляющий рост в сфере доставки продуктов сопровождается «эффектом низкой базы» – явлением, при котором изменения показывают хорошую динамику в относительном выражении в сравнении с низкими стартовыми значениями. В настоящее время рынок доставки продуктов продолжает развиваться и сейчас является одним из наиболее динамичных и перспективных секторов розничной торговли.

По итогам 2022 года в соответствии с данными российской ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК) почти половина (47%) онлайн-продаж пришлось на продажи маркетплейсов, однако основным драйвером роста рынка стала доставка продуктов из супермаркетов, которая выросла за год на 66%. [8] При этом за последние 2 года поведение пользователей в интернете при совершении онлайн-покупок сильно изменилось. Сегодня люди больше

времени проводят в интернете и часто пользуются мобильными приложениями для совершения покупок товаров ежедневного потребления. Снижается уровень доверия к традиционным формам рекламы, рекламе в средствах массовой информации и объявлениям в интернете. Все более часто перед покупкой потребитель изучает отзывы для анализа соотношения качества и цены товара, предполагаемого для приобретения.

Исследование, проведенное в рамках аналитического проекта Tinkoff Data, показало, что с января 2020 года по апрель 2023 года (период пандемии) число клиентов e-grocery выросло в 13 раз. Тем не менее, прослеживается снижение среднего чека за один заказ. В период пандемии коронавируса доставки продуктов осуществлялись в среднем 1,3 раза в месяц на одного покупателя, а средний чек составлял более 2 тыс. руб. К 2023 году развитие доступности и удобства сервисов доставки способствовало тому, что динамика заказов на одного пользователя по состоянию на начало 2023 года увеличилась: сегодня россиянин заказывает доставку продуктов на дом в среднем 4 раза в месяц, а средняя сумма заказа снизилась почти на 50% (с 2 188 руб. до 1 088 руб.). Более 80% всех покупателей, заказывавших продукты питания на дом хотя бы один раз – женщины в возрастном диапазоне от 20 до 39 лет, что позволяет также сформировать представление о целевой аудитории данного сегмента. [9]

В части 2023 года наблюдается неравномерная динамика. По данным Data insight в октябре 2023 года совершается на 59% больше заказов с использованием интернет-магазинов и сервисов доставки продуктов питания, чем в аналогичном периоде прошлого года. Увеличение относительно сентября 2023 года составило 11%, что подтверждает тенденцию устойчивого роста лояльности к сервисам. При этом в ноябре 2023 года совершается на 56% больше заказов относительно аналогичного периода 2022 года (рост в сравнении с прошлым месяцем меньше на 3 процентных пункта, но динамика все еще положительная), и увеличение на 4% к октябрю 2023 (рост меньше на 7 процентных пунктов относительно динамики за сентябрь-октябрь 2023). Анализ вышеуказанных данных позволяет сделать вывод о годовой тенденции к росту с присутствием неравномерности спроса, на что влияет множество факторов, включая сезонность, праздники, события, экономические условия.

Вместе с тем, в общем виде по итогам 2023 года относительно 2022 года ожидается рост количества заказов более чем в 1,5 раза, но при этом рост объема онлайн-продаж ожидается на уровне в 1,4 раза. Более того, продолжается тенденция к снижению средней суммы одного заказа. По прогнозам Data Insight к концу 2023 года ожидается общее снижение среднего чека на 10% относительно 2022 года. Беспрецедентно высоким спросом пользуются акционные и промо-товары, а также большую популярность приобретают собственные торговые марки розничных сетей и непопулярные товарные знаки, что является ответом потребителя на нестабильность мировой экономики.

В части соотношения доли покупок еды в онлайн и офлайн магазинах наблюдается следующая динамика (учитываются как продукты питания, так и готовая еда). По данным 2022 года покупатели тратили около 35% бюджета,

отведенного на покупку продуктов питания, на заказы продуктов с доставкой посредством использования сети интернет. При этом 43% покупок совершалось в офлайн магазинах. Важно отметить, что поход в магазин более характерен для покупателей в возрасте старше 45 лет (более 50%). [10]

Аналогичное исследование, проведенное в 2023 году, показало, что доля расходов на еду, заказанную через интернет, сократилась с 35% до 20%, а доля покупок в стационарных продуктовых магазинах увеличилась с 43% до 50%. [6]

Данная динамика свидетельствует о том, что несмотря на экономические и социальные изменения внешней среды потребители демонстрируют устойчивый паттерн поведения – приверженность к покупкам в оффлайн магазинах, который возвращается с ослаблением ковидных ограничений.

Таким образом, несмотря на привлекательность приобретения продуктов в формате онлайн со всеми присущими характеристиками, такими как комфорт, оперативная доставка и доступные цены, значительная часть населения, вовлеченная в активное пользование услугами доставок, *в 2023 году возвращается к приобретению продуктов питания в оффлайн магазинах*. Об этом свидетельствует динамика к снижению доли расходов на покупку продуктов в интернет-магазинах в общих затратах домохозяйств на продукты в пересчете на одного покупателя, снижение суммы среднего чека на одну доставку и неравномерный рост количества заказов и объема рынка.

На данный паттерн потребительского поведения значительное влияние оказала пандемия коронавируса в 2020 году, которая резко сократила возможности для социального взаимодействия между людьми, но при ослаблении введенных ограничений часть потребителей снова начали отдавать предпочтение в пользу офлайн торговли.

Таким образом, можно сделать вывод, что существует ряд устойчивых паттернов поведения при покупках продуктов, так как они часто основаны на привычках и установленных нормах. Как правило, потребители покупают одним и тем же способом те продукты, которые привыкли покупать, и следуют тем же шаблонам поведения, которые использовали ранее. Эти шаблоны могут быть укоренены в культуре, социальных нормах и личных предпочтениях. Все эти факторы оказывают влияние на привычки и предпочтения потребителей, что делает изменение паттернов поведения сложным и длительным процессом. Кроме того, зачастую изменение укоренившихся привычек вызывает сопротивление из-за страха неудачи или потери контроля, что напрямую связано с неопределенностью и риском.

На поведение потребителей может влиять множество факторов, таких как реклама, маркетинговые стратегии компаний, социальные и экономические условия и многие другие. С учетом представленной информации на сегодняшний день залогом успешного ведения бизнеса является то, как конкретный предприниматель работает с информацией о ценностях и потребностях своей целевой аудитории, что в дальнейшем помогает формировать укрупненные бизнес-цели и планы развития организации. При этом существует ряд

глубоко укоренившихся паттернов потребительского поведения, которые демонстрируют временную динамику в ответ на влияние внешних социально-экономических факторов, но при их ослаблении ряд потребителей возвращается к исходным паттернам поведения.

Список использованных источников:

1. Вебер, Макс Макс Вебер. Избранное. Образ общества / Макс Вебер. - М.: Юрист, 2011. - 704 с.
2. Веблен, Т. Теория праздного класса / Т. Веблен. - М.: Либроком, 2011. - С. 112.
3. Джон Говард и Джагдиш Шет. Теория поведения покупателя. Классика маркетинга / составители Энис Б. М., Кокс К.Т., Моква М.П. СПб: Питер, 2001.-С. 175- 197.
4. Зиммель, Г. Избранное (Лики культуры): В 2 т. Т. 1: Созерцание жизни. Мода / Г. Зиммель. - М.: Юристъ, 1996. - С. 266-291.
5. Как изменились онлайн-покупки: 6 особенностей потребительского поведения // InSales URL: <https://www.insales.ru/blogs/university/kak-izmenilis-onlayn-pokupki> (дата обращения: 28.12.2023).
6. Маркетинговое исследование «Рынок eCommerce в России 2023: оценка рынка, тренды и прогнозы» // Data Insight URL: https://datainsight.ru/DI_FedorVirin_EcomRetailWeek_2023 (дата обращения: 28.12.2023).
7. Исследование доставки продуктов // Русопрос URL: <https://rus-opros.com/about/articles/dostavka-produktov/> (дата обращения: 28.12.2023).
8. В 2022 году российский рынок курьерской доставки вырос на 24,5% // Ведомости URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2023/05/22/976108-v-2022-godu-rossiiskii-rinok-kurerskoi-dostavki-viros> (дата обращения: 28.12.2023).
9. Исследование Тинькофф: как изменился рынок доставки продуктов за последние три года // Тинькофф URL: <https://www.tinkoff.ru/about/news/14062023-tinkoff-research-how-e-grocery-market-has-changed-over-the-past-three-years/> (дата обращения: 28.12.2023).
10. Маркетинговое исследование Кто, как и почему заказывает доставку продуктов // Data Insight URL: https://datainsight.ru/DI_eGrocery_buyers_2021 (дата обращения: 28.12.2023).
11. Быстрова Наталья Васильевна, Зиновьева Светлана Анатольевна, Максимова Ксения Алексеевна, Уракова Марина Николаевна ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2020. №6 (48). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/potrebitelskoe-povedenie-kak-sotsialnyy-fenomen-1> (дата обращения: 30.12.2023).

Цуй Янань,

преподаватель, «Академия восточных языков и культуры «Конфуций»
- Школа «Конфуций»», г. Санкт-Петербург

Влияние IT-индустрии на экономическое развитие сельских районов в Китае

Аннотация. Благодаря популяризации Интернета IT-индустрия придала новую энергию и жизнеспособность экономическому развитию сельских районов. Развитие IT-индустрии привело к увеличению доходов фермеров, улучшению условий жизни в сельской местности, оптимизации структуры сельскохозяйственного производства, повышению производительности труда фермеров. Тем не менее, все еще существуют определенные различия в уровне развития IT-индустрии в сельских районах по сравнению с городскими и сельскими районами. Инфраструктура несовершенна, а количество профессиональных талантов в области информационных технологий недостаточно. С этой целью мы должны реализовать план строительства сельской инфраструктуры информатизации, усилить строительство сельских информационных систем обслуживания, развивать современные отрасли информатизации сельского хозяйства, поддерживать комплексное развитие туризма, общественного питания и других отраслей, развивать профессиональные таланты.

Ключевые слова: IT-индустрия, сельские районы, экономическое развитие, Китай, экономическая социология

Abstract. With the popularization of the Internet, the IT industry has brought new energy and vitality to rural economic development. The development of the IT industry has led to an increase in farmers' incomes, improved living conditions in rural areas, optimization of the structure of agricultural production, and increased productivity of farmers. However, there are still certain differences in the level of development of the IT industry in rural areas compared to urban and rural areas. The infrastructure is imperfect and the number of professional IT talents is insufficient. To this end, we must implement the plan for building rural information infrastructure, strengthen the construction of rural information service systems, develop modern agricultural informatization industries, support the comprehensive development of tourism, catering and other industries, and cultivate professional talents.

Key words: IT industry, rural areas, economic development, China, economic sociology

Исследования в сфере социологии деревни – классическое направление в экономической социологии и ему посвящено много классических и современных трудов, в том числе и в Китае [5; 6; 7; 8; 11]. Но влияние IT-индустрии на развитие сельских регионов – тема всё же новая для экономико-социологических исследований [9; 10].

Развитие IT-индустрии неотделимо от распространения и охвата интернет-технологий. С 2003 по 2021 год уровень проникновения Интернета в Китае демонстрировал тенденцию к росту. По состоянию на конец 2021 года уровень проникновения Интернета в Китае достиг 73% [1], увеличившись более чем в 10 раз по

сравнению с 2003 годом. В последние годы инновационный потенциал IT - индустрии Китая постоянно улучшался, интегрировался с другими отраслями и развивался, промышленная структура углублялась, а потенциал развития увеличивался. Однако по-прежнему существуют большие различия в уровне информатизации между городской и сельской местностью. По состоянию на июнь 2020 года количество пользователей Интернета в сельской местности Китая составляло 30,4% от общего числа по стране. Существуют значительные возможности для развития сельской интернет-инфраструктуры и степени охвата интернетом.

В последние годы сельская экономика Китая стабильно развивается, стремясь к прогрессу. Оживление сельских районов и модернизация сельской промышленности способствовали экономическим реформам и инновациям в сельских районах. С 2003 по 2021 год добавленная стоимость агропромышленности Китая и располагаемый доход сельских жителей на душу населения продемонстрировали тенденцию к росту.

С развитием IT - индустрии и сельской экономики, интеграция информационного строительства и сельскохозяйственного производства постепенно привлекла внимание. Развитие информатизации сельской экономики включает в себя не только сельскохозяйственное производство и транспортировку и реализацию сельскохозяйственной продукции, но и модернизацию потребительского поведения в сельской местности. В целях содействия экономическому развитию и построению информатизации в сельской местности в настоящем исследовании анализируется влияние IT - индустрии на экономическое развитие в сельской местности.

1 Значение IT - индустрии для экономического развития сельских районов отражается в следующих аспектах:

1.1 Увеличение доходов фермеров и улучшение условий жизни в сельской местности

Фермеры могут использовать информационные технологии для поиска и просмотра информации в Интернете, узнавать о ситуации с занятостью по всей стране, особенно в более экономически развитых регионах, находить соответствующую им информацию о занятости и выходить на работу, тем самым повышая уровень доходов фермеров.

Процесс развития информатизации сельской экономики также расширил каналы продаж сельскохозяйственной продукции и улучшил местные услуги и уровень потребления. Фермеры могут использовать платформы электронной коммерции в Интернете для продажи сельскохозяйственной продукции, тем самым увеличивая производство и продажи сельскохозяйственной продукции.

Информатизация привела к развитию новых промышленных цепочек, таких как сельская логистика и электронная коммерция. Сельская электронная коммерция стимулирует перемещение сельскохозяйственной продукции в города и в то же время стимулирует перемещение городской промышленной продукции в сельские районы.[2, с. 222-223]

1.2 Оптимизация структуры сельскохозяйственного производства и повышение эффективности производства

Развитие информатизации позволяет эффективно распределять трудовые, земельные и другие ресурсы для сельскохозяйственного производства, повышать эффективность использования ресурсов сельскохозяйственного производства, непрерывно оптимизировать структуру сельскохозяйственного производства. Благодаря эффективному анализу данных об ирригации, внесении удобрений, посеве, погоде, урожайности и других посевных данных за предыдущие годы сельскохозяйственное производство стало более научным и рациональным, а эффективность сельскохозяйственного производства значительно повысилась. [3, с. 77].

1.3 Глубокое понимание рынка сельскохозяйственной продукции и создание сельскохозяйственного бренда

Развитие информационных интернет-технологий расширило каналы информирования фермеров. Фермеры могут в любое время узнавать актуальные цены и спрос на сельскохозяйственную продукцию через мобильные терминалы и своевременно корректировать производственные планы в соответствии с рынком.

Развитие информационной индустрии также изменило концепции фермеров о посеве, позволив им изменить свои методы производства, посадки и продаж, а также интегрировать экологические концепции, как «зеленость», в цепочку сельскохозяйственной отрасли для создания сельскохозяйственного бренда, удовлетворили потребительский спрос на высококачественную продукцию.[4, с. 44]

2 Проблемы, существующие в развитии ИТ - индустрии в сельской местности.

2.1 Существуют определенные различия в уровне информатизации между городской и сельской местностью, а инфраструктура информатизации в сёлах несовершенна.

В частности, сигналы связи в некоторых отдаленных районах слабые, что затрудняет достижение полного покрытия Интернетом, а в сельской местности по-прежнему наблюдается определенное отставание в передаче информации.

2.2 Недостаток профессиональных кадров и несовершенство информатизации производственной цепи.

В сельской местности существуют общие проблемы, такие как низкий уровень образования жителей, потеря населения и отсутствие профессиональных талантов в области информационных технологий, что не способствует фермерам понимать состояние развития информационной индустрии Интернета. Феномен старения и молодости людей, оставшихся позади, делает население сельских районов менее способным к информационному обучению, что затрудняет переход от традиционного сельскохозяйственного производства к технологическому сельскому хозяйству.

3 Выводы и предложения

3.1 Заключение

Анализируя значение ИТ - индустрии для экономического развития сельской местности и существующие проблемы в развитии ИТ - индустрии в сельской местности, представляется возможным сделать следующие выводы:

Развитие IT - индустрии в сельской местности может увеличить доходы фермеров, улучшить жилую среду, оптимизировать структуру сельскохозяйственного производства и повысить эффективность производства для создания сельскохозяйственного бренда.

Однако уровень развития IT - индустрии в сельской местности все еще ниже, чем в городах. Существуют определенные различия, инфраструктура и информатизация производственной цепи несовершенны, а также не хватает профессиональных кадров в области информационных технологий.

3.2 Предложения

1) Осуществить создание сельской информационной инфраструктуры и усовершенствовать систему сельского информационного обслуживания. рекомендуем государственным ведомствам поддержать строительство информационной инфраструктуры в сельской местности с точки зрения средств, кадров, ресурсов и т. д.

2) Развивать современную сельскохозяйственную информационную индустрию и создавать диверсифицированную производственную цепочку в сельской местности. Сельские районы могут сосредоточиться на развитии выгодных сельскохозяйственных отраслей с учетом местных особенностей, таких как тепличные посадки, рыбоводство, овощные базы и т. д., создавать демонстрационные проекты электронной коммерции в Интернете и поддерживать комплексное развитие растениеводческой отрасли с туризмом, общественным питанием.

3) Развивать профессиональные кадры в области информационных технологий и улучшать возможности распространения информации в сельской местности.

Список литературы:

1. 中国教育网络电视台. 《育见》 - Китайское образовательное сетевое телевидение. «Образование» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.centv.cn/p/441496.html>

2. 赵艳凤. 信息化发展对农村农业经济发展的影响探究 [J]. 南方农业, 2021, 15(08): 222—223. - Чжао Яньфэн «Исследование влияния развития информатизации на экономическое развитие сельского хозяйства» [J]. Южное сельское хозяйство, 2021, 15(08): с. 222-223.

3. 姜利. 试论信息化发展对农村农业经济发展的影响 [J]. 新农业, 2020(13): 77. - Цзян Ли «О влиянии развития информатизации на экономическое развитие сельского хозяйства» [J]. Новое сельское хозяйство, 2020(13): с. 77.

4. 姬树庆, 马凤菊. 信息化发展对农村农业经济发展影响分析 [J]. 知识文库, 2019(23): 44. - Цзи Шучин, Ма Фэнджу «Анализ влияния развития информатизации на экономическое развитие сельского хозяйства» [J]. Библиотека знаний, 2019(23): с. 44.

5. Е Чжаояся, Петров А. В. Экономическая социология в Китае // Общество. Среда. Развитие. 2017. №1. С. 33-38.

6. Петров А. В. О некоторых перспективных направлениях современной экономической социологии // Общество. Среда. Развитие. 2016. №3. С. 63-66.

7. Петров А. В. Экономическая глобализация и проблемы развития производства сельскохозяйственной продукции / Социальные проблемы российского села и аграрных отношений / Под ред. М. А. Арефьева, И. В. Солонько. СПб.: Изд-во СПбГАУ, 2015. С. 336-440.

8. Петров А. В., Чжи Ц., Байнова М. С., Петрова А. А. Человеческий капитал сельских регионов современного Китая // Пространственная экономика. 2023. Т. 19. № 1. С. 147-167.

9. Петров А. В. Глобальные социальные процессы и основные направления исследований цифрового общества в социологии / Глобальные социальные процессы 3.0: социальное управление и экономическое развитие в цифровом обществе (Сборник статей) / Под ред. А. В. Петрова (отв. ред.), К. Ю. Бесединой, К. И. Гавриловой, Е. М. Лукиной, С. С. Погорелой, Ян Юнькэ. СПб.: Астерион, 2022. С. 5-12.

10. Petrov A. V. New Horizons for Learning and Teaching Economic Sociology in the Modern Higher Education: Theoretical Aspects // Mediterranean Journal of Social Sciences // 2015, vol. 6, no. 6 S5. P. 24-29.

11. Baynova M.S., Shasha In., Kozyrev M.S., Petrov A. V., Sulyagina Ju.O. The Dynamics of Suicides as an Indicator of the Socio-economic Problems of the Modern Village of China // Revista Inclusiones. 2020. Т. 7. № 2. P. 331-344.

Л. Г. Титаренко,

Белорусский государственный университет, Минск, Беларусь

Социально-антропологические аспекты глобальных и локальных проблем студенческой молодежи в условиях цифровизации

Рассматриваются социально-антропологические риски, проявляющиеся в процессе обучения студентов, которые обусловлены широким использованием цифровых форм и методов обучения для подготовки нового поколения специалистов. Подчеркивается взаимосвязь цифровизации обучения с глобальными процессами научно-технологической революции, создающей инновационные возможности для национальной системы высшего образования и способствующей росту эффективности обучения. Показано, что абсолютизация цифровых методов и форм обучения может приводить к созданию социально-гуманитарных и антропологических рисков в формировании гражданских качеств студенчества и становления их мировоззрения. Дается краткое описание цифровых рисков, профилактика которых предполагает улучшение преподавания дисциплин социально-гуманитарного цикла для студентов всех направлений обучения, а также рост цифровой культуры студенчества и совершенствование воспитательной работы с молодежью. Отмечено, что в зависимости от ряда локальных факторов на первый план могут выходить различные

социальные риски, несмотря на существование общих закономерностей, влияющих на их распространение в процессе обучения студентов.

Ключевые слова: цифровые инновации обучения, гуманитарные риски процессов глобальной цифровизации, социально-антропологические риски цифровизации обучения студентов, глобальные и локальные уровни проявления гуманитарных рисков в высшем образовании

Благодарность. Статья подготовлена при финансовой поддержке ГКНТ (задание 4.08.3, программа «Общество и гуманитарная безопасность белорусского государства», № ГР 20211892).

Цифровизация является глобальным вызовом для всех стран и сфер жизнедеятельности общества, ответы на который зависят от уровня развития той или иной страны и региона. Самым богатым западным странам цифровая трансформация общества приносит больше плюсов, чем минусов. Именно эти страны выигрывают больше всех от глобальных процессов цифровизации, развития искусственного интеллекта, технологического переоснащения сфер труда и быта. Что касается менее развитых и не самых богатых стран, цифровизация приводит, наряду с технологическими инновациями, к ряду нежелательных проблем социально-антропологического характера, которые вряд ли заранее можно было предвидеть, однако требующих изучения и адекватного решения.

В полной мере непредвиденные последствия социально-антропологического характера касаются молодого поколения Беларуси и России. Прежде всего, проблемы относятся к сферам обучения [15] и труда [11] молодых людей. Для студентов переход на цифровые технологии обучения (будь то дистанционная форма обучения или другие технологии) или высокая степень насыщения информационно-коммуникационными технологиями (ИКТ) всех ступеней образовательного процесса представляется в целом позитивным и инновационным феноменом, поскольку цифровизация предоставляет молодым людям новые возможности в овладении необходимыми знаниями и навыками для будущей профессиональной деятельности. Отметим, что сходные последствия внедрения цифровых технологий в высшее образование были выявлены как в белорусских вузах, так и в российских, что позволяет говорить о сходстве происходящих процессов на региональном уровне [3; 9; 10]. Точно так же очевидными являются и возникающие в регионе риски цифровизации обучения, которые непосредственно касаются цифровых технологий (ЦТ), используемых в дистанционном обучении [2; 4; 6]. Некоторыми авторами отмечалась также растущая психологическая зависимость молодежи от цифровых гаджетов, которая может быстро сформироваться при неограниченном использовании цифровыми технологиями и вызывать у молодежи результаты, близкие к наркотической зависимости [16]. Однако сами студенты зачастую недооценивают угрозы потери социальных связей между собой, с одной стороны, и между ними и профессорско-преподавательским составом (ППС), с другой. Они мало озабочены тем, что появляется электронный посредник в их

социальных взаимодействиях: вместо связей «лицом-к-лицу» преобладают связи «субъект-ЦТ-субъект». Цифровой посредник может приводить к искажению коммуникации; более того, доверие молодых людей цифровым посредникам, не основанное на их собственном опыте или на научных доказательствах, позволяет манипулировать сознанием молодежи и навязывать информацию заведомо ложного характера. Таким образом, новые цифровые возможности требуют их всестороннего изучения и выявления потенциальных рисков и угроз сознанию молодежи.

Несмотря на то, что молодые люди далеко не всегда осознают глубинные причины изменения характера социальных связей, у них может вырасти чувство неудовлетворенности цифровым общением. Однако часто «вина» за это ими перекладывается на ППС, поскольку в условиях цифровизации многие вопросы на лекциях и семинарах остаются не заданными преподавателю и не продуманными самими студентами. Недостаток знаний и неразвитое критическое мышление приводят к невозможности принять самостоятельные решения в анализе проблем. Возникает социально-культурный парадокс: социальная изоляция молодых людей в процессе обучения возрастает из-за снижения уровня «живого» общения, одновременно сопровождаясь ростом общего круга коммуникаций, за счет преобладания многочисленных анонимных связей в социальных сетях. Отсюда – антропологическая проблема одиночества молодых людей, ухода в себя, а также рост актуальности социальной проблемы доверия другим людям [1]. Студенты в принципе готовы доверять окружающим людям, однако не могут решиться на доверие тем, с кем знакомы только опосредованно, по общению в социальных сетях или другим онлайн-коммуникациям.

Если в таких условиях доверие и возникает, оно может оставаться минимальным. Проблема в том, что информация от других лиц, полученная посредством цифровых технологий, не подвергается проверке на достоверность. Кроме того, молодые люди, имеющие ограниченный личный жизненный опыт, не имеют четких критериев проверки такой информации. Поэтому им остается либо принимать цифровую информацию без проверки, либо никому не доверять. И в том и в другом случае могут возникать психологические сложности, расти отчужденность молодежи.

Цель статьи – выявить новые социально-антропологические и социально-культурные риски, косвенно стимулируемые цифровой трансформацией обучения студенчества, и обозначить необходимые средства и способы минимизации указанных рисков – как на локальном, так и региональном и глобальном уровнях обучения.

Эмпирической базой белорусского исследования послужили данные нескольких опросов студентов белорусских вузов, на материалах которых проводился анализ различных социально-антропологических и социально-культурных рисков, обусловленных цифровой трансформацией процессов образования. Опросы проводились в 2021-2023 гг. по единой методике и инструментарию. Один из опросов был сугубо локальным и охватывал только студентов ведущего вуза Беларуси, Белорусского государственного университета.

Наряду со значительным охватом студентов вуза ($n=1373$), было опрошено 456 преподавателей. Второй и третий опросы имели республиканский охват: в него вошли вузы всех областных городов страны и столицы, где находится более половины всех высших учебных заведений. Количество респондентов составляло 1733 и 1003 человек соответственно. Обработка результатов осуществлялась с помощью стандартного пакета SPSS. Дополнительно были использованы некоторые результаты глубинных интервью с преподавателями. Решение поставленных в статье задач, раскрывающих цель исследования (выделение основных рисков социально-гуманитарного характера, обусловленных цифровой трансформацией обучения, описание этих рисков, определение средств их минимизации на разных уровнях обучения) потребовало использования лишь ограниченного объема полученных данных, поэтому данная статья не дает полного представления о проведенном исследовании, но позволяет решить поставленные задачи.

В отношении потенциальных рисков разного толка, связанных с цифровыми технологиями, в анкете респондентам предлагалось выразить свое отношение по пятичленной шкале (позиции: полностью согласен, частично согласен, затрудняюсь ответить, частично не согласен, полностью не согласен) к следующим утверждениям:

1. ЦТ делают жизнь более лёгкой, упрощают процесс обучения и будущую работу, позволяют экономить время.
2. Благодаря ЦТ появилось больше возможностей для карьерного роста, образования и развития.
3. ЦТ могут представлять опасность для здоровья человека и для окружающей среды.
4. ЦТ позволяют людям быть ближе друг к другу, повышают уровень сплочённости и доверия.
5. ЦТ отнимают много сил и времени, делают жизнь беспокойной.
6. ЦТ делают жизнь более яркой и насыщенной, позволяют интересно проводить время.
7. ЦТ делают человека зависимым и управляемым.
8. ЦТ дают свободу, обеспечивают возможность творчества, самореализации и самовыражения.

Полученные нами данные всех опросов, сгруппированные в три группы ответов (первая: полностью и частично согласен; вторая: затрудняюсь ответить; третья – полностью и частично не согласен) различаются по указанным вопросам незначительно (различия в ответах разных лет статистически не значимы). На этом основании были определены некоторые общие студенческие оценки роли цифровой молодежи к ЦТ (на уровне 85-90% ответов), что дало основание сделать вывод о технократической направленности восприятия студентами роли ЦТ при слабой озабоченности возможными рисками, связанными с процессами цифровизации [13]. Аналогичное заключение о недостаточном понимании студентами рисков цифровизации было сделано и

преподавателями [10]. Эти результаты подтвердили нашу гипотезу, состоящую в предположении, что студенты будут абсолютизировать позитивные возможности цифровизации во всех сферах жизни общества. Гипотеза подтвердилась как в высоких оценках студентами роли ЦТ в жизни общества и в их позитивном влиянии на труд, творческую самореализацию молодежи, карьеру и проведение ею досуга, так и в заниженных оценках возможных рисков цифровой трансформации обучения и повседневной жизни. Тем не менее, наиболее очевидные социально-антропологические риски цифровизации были частично отмечены студентами.

Из всех рисков, упомянутых в инструментарии опроса, наибольшее внимание студентов было обращено на утверждение, что ЦТ делают человека зависимым и управляемым: четыре из десяти опрошенных студентов согласились с этим риском как актуальным для их социальной группы. К сожалению, этот риск не связывается студентами с этическими аспектами использования ЦТ, включая работу с искусственным интеллектом [5]. Манипуляционные возможности ЦТ, действительно, представляют значительный риск, который наиболее актуален именно для молодежи, у которой еще не окончательно сформировалось мировоззрение, не выработалась собственная научно обоснованная позиция по проблемам социального управления, включая обсуждение социальных проблем белорусского общества в различных социальных сетях.

На наш взгляд, такие результаты социально обусловлены особенностями развития Беларуси в последние годы. Молодежь была главным объектом манипуляционных влияний оппозиционных и зарубежных электронных СМИ в 2020 году, когда в Беларуси была предпринята попытка «раскачать» общество и изменить направленность его социально-политического развития. После нормализации ситуации государством была поставлена задача усиления комплексного воспитательного воздействия на студенческую молодежь [7], которая выполняется как сотрудниками молодежных организаций, так и сферы образования, культуры и другими институтами общества. В процессе воспитательного воздействия молодежь должна прийти к пониманию взаимосвязи между рисками национальной безопасности и гуманитарными рисками, поскольку последние усиливают риски и угрозы национальной безопасности в ситуации, когда молодежь не имеет глубоких знаний национальной культуры и истории, сама не включается в практику государственного строительства и самоуправления [14]. Параллельно с совершенствованием молодежной политики должна проводиться целенаправленная работа по формированию у всей молодежи, включая студенческую, цифровой культуры для того, чтобы молодежь могла самостоятельно определять возможности и ограничения использования ЦТ [8]. Наконец, важным инструментом воспитательного воздействия на студенчество в условиях цифровой трансформации является совершенствование преподавания дисциплин социально-гуманитарного цикла в процессе получения высшего образования.

Как показали результаты наших опросов, студенческая молодежь воспринимает и некоторые другие риски социально-гуманитарного и

антропологического характера, связанные с процессом цифровизации обучения. Отметим, что около третьей части студенчества осознает социальные проблемы, касающиеся окружающей среды. Вероятно, это связано с тем, что проблемы экологии находятся в центре внимания традиционных СМИ в течение долгого времени и потому не могут пройти мимо внимания студенчества. Вторая проблема, которую также частично отмечали студенты, является социально-антропологической: она относится к их собственному здоровью. Треть респондентов согласились, что они слишком много времени проводят за компьютером, долго сидят в социальных сетях, и тем самым сами создают опасности для своего здоровья.

Другие проблемы, которые в определенной мере осознаются студентами, – это проблемы межличностного доверия, а также необходимости затрачивать много времени и сил при работе с цифровыми технологиями. Третья часть опрошенных выразила мнение, что ЦТ не сближают людей и не способствуют росту их доверия друг другу, а четверть призналась, что цифровые технологии отнимают у них много сил и времени [12]. Признание указанных рисков подтверждает, что молодые люди способны критически оценивать последствия цифровой трансформации. Задача института высшего образования состоит в том, чтобы помогать студенчеству в овладении ЦТ таким образом, чтобы молодежь решала свои задачи в условиях глобальной цифровизации, но не абсолютизировала возможностей цифровизации в развитии личности и общества.

Глобальные, региональные и локальные проблемы студенческой молодежи связаны, во-первых, с разным уровнем цифровизации процессов образования ввиду различного обеспечения вузов современными ЦТ. Эта проблема хорошо понятна на примере России, где столичные вузы получают в свое распоряжение самую современную технику и технологии, а многие периферийные вузы имеют в наличии лишь минимум необходимых цифровых средств обучения. Такое неравенство заставляет молодежь из других регионов устремляться в столицы, чтобы получить качественное образование и затем найти место на рынке труда, соответствующее ожиданиям. Во-вторых, западные санкции, наряду с многими ограничениями, привели к необходимости отказа российских и белорусских вузов от ряда импортных технологий, которые использовались в цифровых формах обучения. Тем самым проявляются глобальные различия в возможностях цифровизации обучения, обусловленные политикой. В-третьих, имеются локальные проблемы цифровизации различного характера. Эти различия проявляются в вузах, занимающихся подготовкой специалистов разной направленности. Так, технические вузы, ориентированные на инженерные и технические специальности в широком смысле слова, а также вузы (факультеты) естественнонаучной направленности образования, отличаются более высоким уровнем цифровизации процесса обучения, чем вузы сугубо гуманитарной направленности. В то же время если студенты-гуманитарии после завершения пандемии были настроены довольно позитивно в отношении сохранения значительного количества лекций и семинаров в дистанционном формате, то студенты технической и естественнонаучной направленности обучения были против того,

чтобы семинары и практические занятия вообще проводились в дистанционном формате [13]. Цифровизация воспринималась ими изначально как средство решения конкретных задач обучения и практики, но не как средство обучения, используемое вместо преподавателя в аудиториях.

Таким образом, демонстрируя высокий уровень принятия цифровых трансформаций в сфере обучения, студенты естественнонаучной и технической направленности избирательно относятся к цифровизации разных форм обучения, поскольку рационально оценивают возможности получения качественных знаний и компетенций. Однако в отношении социально-культурных и социально-антропологических рисков цифровизации эти различия не работают: студенты всех направленностей обучения подвержены этим рискам и поэтому нуждаются в углубленном изучении дисциплин, которые связаны с изучением национальной культуры, языка, истории. В противном случае можно ожидать, что выпускники вузов будут обладать узкопрофессиональными знаниями, в целом проявляя технократические ориентации на оценку процессов и явлений мира.

Перспективы дальнейшего развития исследований процессов цифровизации обучения и социально-антропологических рисков в этой сфере представляются наиболее продуктивными в следующих направлениях.

Во-первых, это более глубокий анализ реальных и возможных технократических рисков, связанных с внедрением в разные сферы жизнедеятельности цифровых технологий, доминирующей мотивации граждан в освоении цифровых технологий, их понимания двойственного характера процесса цифровизации.

Во-вторых, рассуждая о важности цифровизации образования, не стоит забывать о наличии новых социально-гуманитарных рисков, связанных с диалектической противоречивостью процессов цифровой трансформации и неадекватным восприятием студентами ее влияния на общество. Не только формы дистанционного обучения, но и значимость влияния цифровизации на все сферы жизни зачастую абсолютизируются студентами. Поскольку студенты слишком сильно включены в виртуальную реальность, они могут попасть от нее в психологическую зависимость, ведущую к изменению их восприятия социальной реальности. Качественное преподавание дисциплин социально-гуманитарной направленности может способствовать минимизации негативных следствий цифровых трансформаций и подготовке специалистов, знающих свою профессиональную сферу деятельности и умеющих критически осмысливать происходящие социальные процессы.

Список использованной литературы

1. Батракова И. С., Глубокова Е. Н., Писарева С. А., Тряпицина А. П. Изменения в педагогической деятельности вуза в условиях цифровизации образования // Высшее образование в России. 2021. Т. 30. № 8–9. С. 9–19.
2. Васюков О. Г. Дистанционное обучение: за и против // Alma Mater. 2021. № 2. С. 12–16.
3. Вербицкий А.А. Цифровое обучение: проблемы, риски и перспективы / А.А. Вербицкий // Электронный научно-публицистический журнал «Номо

- Cyberus». 2019.-№1(6). [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://journal.homocyberus.ru/Verbitskiy_AA_1_2019. – Дата доступа: 12.11.2023.
4. Головчин М. А. Институциональные ловушки цифровизации российского высшего образования // Высшее образование в России. 2021. Т. 30. № 3. С. 59–75.
5. Маниковская М.А. Цифровизация образования: этический аспект // Проблемы высшего образования. 2019. № 1. С. 35–38.
6. Носкова А. В., Голоухова Д. В., Проскурина А. С., Нгуен Тху Ха. Цифровизация образовательной среды: оценки студентами России и Вьетнама рисков дистанционного обучения // Высшее образование в России. 2021. № 1. С. 156–167.
7. О Государственной программе «Образование и молодежная политика» на 2021–2025 годы. Постановление Совета Министров Республики Беларусь. 29 января 2021 г. № 57 // Электронный ресурс. URL: <https://adu.by/images/2021/02/gos-pr-obrazovanie-molod-politika-2021-2025.pdf> (дата доступа 15.11.2023).
8. Паньшин Б. Н. Цифровая культура как фактор эффективности и снижения рисков цифровой трансформации экономики и общества // Цифровая трансформация. 2021. № 3(16). С. 26–33.
9. Стрекалова НБ Риски внедрения цифровых технологий в образовании // Вестник Самарского ун-та. История, педагогика, филология. 2019. Т. 25. № 2. С. 84–88.
10. Титаренко Л.Г. Цифровая трансформация и гуманитарные риски // Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология. 2021. №3. С. 60–66.
11. Титаренко Л. Г. Риски и возможности цифровизации труда в условиях пандемии // Новая парадигма труда и развитие занятости: риски и возможности: сб. науч. ст. / под общ. ред. В. Ю. Бочарова, С. Д. Гуриевой, Р. В. Карапетяна, И. Л. Сизовой. – СПб.: Скифия-принт, 2021. – С. 174–185.
12. Титаренко Л. Г. Цифровизация обучения: движущая сила модернизации системы высшего образования или гуманитарная угроза? // Социология. 2022. № 1. С. 58–69.
13. Титаренко Л. Г. Цифровизация обучения: восприятие студентами дистанционного обучения и рисков // Вопросы философии. 2023. № 1. С. 115–124
14. Титаренко Л. Г. Гуманитарные риски цифровой трансформации как угроза национальной безопасности Беларуси // Современный мир и национальные интересы Республики Беларусь: материалы Международной научной конференции. Минск, 17 декабря 2021 г. – Минск: БГУ, 2021. С. 286–291.
15. Цифровизация как драйвер новой философии образования / Л. Г. Титаренко, П. С. Аветисян, М. И. Заславская // Новые вызовы и перспективы развития современного социума: Материалы I Международного научно-методологического междисциплинарного семинара, Минск, 10.11.2022. – Минск: Наука и техника, 2023. С. 243–247.
16. Шейнов В.П. Связи зависимости от смартфона с состояниями и свойствами личности // Журнал Белорусского государственного университета. Социология. 2020. № 4. С.120–127.

С. В. Моисеева,
студентка 4 курса факультета «Высшая школа управления»,
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации, г. Москва
Научный руководитель: Надточий Ю.Б.,
доцент, к.п.н., доцент
департамента стратегического
и инновационного развития,
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации, г. Москва

Искусственный интеллект как инновация в социальных сетях

Аннотация. Использование искусственного интеллекта при ведении социальных сетей неизбежно растет и эта технология может быть использована для упрощения жизни пользователей сети Интернет и удовлетворения их потребностей.

Ключевые слова: искусственный интеллект, социальные сети, технологии, инновации.

Вместе с развитием технологий развивается все вокруг нас, и сейчас неотъемлемой частью жизни любого современного человека являются социальные сети. С течением времени социальные сети стали для общества не просто способом коммуникации, но и площадками для продажи и продвижения. Именно поэтому в данной работе социальные сети будут рассматриваться в первую очередь как способы развития бренда: и личного, и компании, улучшения репутации и имиджа, а также развития конкурентоспособности на рынке.

За время метаморфозы социальной сети в площадку для продажи товаров и услуг, в них было включено множество инновационных аспектов. Например, возможность использования таргетированной рекламы на основе данных о человеке и его цифровом следе, коммуникации для совершения покупки или консультации с помощью чат-ботов, геймификация и многое другое.

Однако для того, чтобы сделать работу максимально актуальной, рассмотрим маркетинговые тренды социальных сетей, которые актуальны на 2023 год. Среди них [4]:

- 1) разнообразие площадок;
- 2) персонализация;
- 3) искренность и прозрачность;
- 4) коллаборации;
- 5) инфоповоды;
- 6) геймификация воронки продаж и нативная реклама;
- 7) видеоконтент;
- 8) нейросети;
- 9) инфографика.

Наиболее инновационным аспектом, активно внедряющимся в маркетинг социальных сетей и в целом в работу компаний, являются нейросети. Действительно, в текущую золотую эру искусственного интеллекта (ИИ) необходимо развитие личного бренда и бренда компании в тандеме с ИИ.

Стоит отметить, что разнообразных определений понятия «искусственный интеллект» на данный момент времени множество, но нет одного универсального [8].

Искусственный интеллект (ИИ) – это технология, имитирующая человеческую деятельность с целью выполнения задач и обучения с помощью собираемой информации [10].

Максимальную пользу ИИ, конечно, приносит обыкновенным предприятиям: искусственный интеллект помогает в автоматизации задач и соответственно снижении проблем, которые могут возникнуть из-за человеческого фактора, помогает в обработке больших массивов данных, облегчает рутинную работу и пр.

Согласно публикации Harvard Business Review, компании преимущественно используют ИИ в основном в следующих целях [1]:

- выявление и предотвращение нарушений безопасности (44 %);
- устранение технических проблем пользователей (41 %);
- сокращение задач по управлению продукцией (34 %);
- оценка внутреннего соответствия нормативам у одобренных поставщиков (34 %).

Очевидно, что основным преимуществом, которое дает внедрение нейросети в деятельность современной компании, является возможность повышения производительности или результативности компании без увеличения штата, ведь за сотрудника могут быть выполнены его задачи вполне эффективно.

Примеры использования ИИ в социальных сетях. Говоря конкретно о ведении социальных сетей, здесь наиболее эффективно себя показывает такое направление как генеративный искусственный интеллект (ГенИИ (GenAI)). Основной его задачей является создание контента, будь то идея, история, изображение, видеоролик, музыка и даже разговор. ГенИИ также может использоваться для улучшения качества цифровых изображений, редактирования материалов или параллельного перевода [6].

Иными словами, практически все, для чего раньше компании или инфлюенсеру нужны были дизайнеры, видеоредакторы, контентмейкеры, переводчики, копирайтеры, можно сделать с помощью нейросети при правильном ее внедрении.

Далее приведем несколько примеров ИИ, которые помогают в создании контента и ведении социальной сети.

Приложение для редактирования видео CapCut предлагает функцию создания видеоролика с помощью нейросети. ИИ распознает загруженный для монтирования материал и создает готовое видео, которым быстро можно поделиться. Помимо этого, приложение дает возможность добавить к

разговорному видео субтитры, самостоятельно распознавая речь, что позволяет потребителю контент даже когда нет возможности слушать его.

Приложение *loopsie*, созданное на базе ГенИИ, преобразует видеоролик в другой, отличающийся по стилю. Это может быть мультипликационный видеоряд, созданный на основе вашего исходного материала или совсем другое видео по вашему запросу.

ИИ-сервис *NeuGen* может переводить видео на разные языки с сохранением голоса. Нейросеть синхронизирует движение губ и сохраняет интонацию диктора [5]. Это дает возможность компаниям и блогерам охватить аудиторию разных стран.

Существует также множество нейросетей, способных сгенерировать картинку по описанию, что значительно упрощает создание контента для социальных сетей: для специфичного фото больше не нужно часами листать стоковые картинки, ведь можно создать свое за минуты.

Очевидно, что у нейросетей есть свои недостатки, с которыми еще предстоит справиться. Основной проблемой, с которой сталкиваются все сферы при внедрении ИИ, это сложность и ресурсоемкость. Учитывая, что технология относительно новая, специалистов, которые максимально эффективно могут включить ИИ в рабочий процесс и использовать весь его потенциал, мало.

Однако, это становится одной из востребованных компетенций (цифровых компетенций), которой должен обладать современный работник, в том числе, и современный руководитель [7], [9].

Возвращаясь к непосредственной связи нейросетей и социальных сетей, стоит упомянуть, что множество крупных платформ уже не раз говорили о внедрении этой технологии. [2].

На данный момент YouTube собирается внедрить ИИ как способ помощи в создании видеороликов: нейросеть сможет помочь в генерации фона для контента, подборе музыки и даже придумывании идеи [3]. Это позволит пользователям создавать больше контента, а начинающим лучше разобраться и быстрее набрать аудиторию. Тем не менее, предлагаемая автором статьи инновация отличается от этой.

Инновационная идея объединения ИИ и социальной сети. Итак, инновация, связанная с ИИ, которую предлагается внедрить будет осуществляться на базе YouTube, самого большого видео-хостинга в мире.

Было проведено мини-исследование с использованием метода опроса среди 16 человек-одноруппников, целью которого было выявить, насколько пользователи YouTube довольны контентом, который рекомендуется им к просмотру.

Первый вопрос о частотности просмотра видео на YouTube был задан с целью уточнения, что опрашиваемая аудитория «горячая» и готова знающе рассуждать на рассматриваемую тему.

По полученным ответам: подавляющее большинство (11 чел. из 16) смотрит видео на YouTube каждый день, остальные – несколько раз в неделю. То есть, аудитория может объективно рассуждать о качестве социальной сети.

Второй вопрос был призван выяснить, какой контент наиболее предпочтителен к просмотру среди респондентов. Самые популярные ответы – развлекательные шоу (10 чел.) и образовательный контент (9 чел.). В целом можем сделать вывод о том, что интересы респондентов разнятся и социальная сеть используется для разных целей: развлекательных, образовательных и т.д.

Следующие вопросы напрямую связаны с целью опроса: мы узнаем об удовлетворенности респондентов контентом. Так, лишь трое из шестнадцати респондентов полностью довольны контентом, что является неутешительной статистикой.

Четвертый вопрос («что вам не хватает в потребляемом контенте?») явно дает понять, что основная проблема в рекомендуемом и потребляемом контенте – это несоответствия ожиданиям и настроению (по 10 ответов).

Наконец, последний вопрос подтверждает вывод из предыдущего: большинству респондентов (11 чел.) сложно найти подходящий видеоролик настолько, что в них рождаются негативные эмоции.

Итак, выводом исследования можно считать следующее: несмотря на широкие предпочтения в потребляемом контенте, респонденты остаются недовольны предлагаемыми им видео, в первую очередь из-за несоответствий ожиданиям и настроению, а также клиентский путь получает негативную окраску из-за затрачиваемого на поиск нужного видеоролика времени.

Таким образом, мы можем выявить очевидную потребность: быстро находить видео, которое хочется посмотреть здесь и сейчас, исходя из настроения.

Именно для удовлетворения этого автором и предлагается следующая инновация: внедрение ИИ в поисковик видеороликов видео-хостинга YouTube.

Основной способ работы инновации будет заключаться в следующем: нейросеть, отсматривая все загруженные видео, будет маркировать их определенным образом, например: «развлекательное шоу на тему отношений», «уютный блог, красиво снятый», «интервью с интересной личностью». Также предлагается добавить при поиске фильтры, ограничивающие видео по длительности, качеству изображения и эмоциональной окраске.

Таким образом, пользователи социальной сети смогут вбивать в поисковую строку не название канала или видеоролика, а его описание, тратить минимальное количество времени на выставление фильтров и получать идеально подходящий им контент для просмотра.

При этом нейросеть можно обучить генерации персонализированных видеороликов по описанию. Это позволит расширить количество контента и, соответственно, просмотров и возможностей для размещения рекламы. Генерируемые ролики могут быть специфичными шоу, интервью с давно умершими личностями, ответы которых будут формироваться исходя из доступной о них информации, образовательный контент на основе учебников для потребителей, которым легче учиться с видеорядом и звуком.

Иными словами, возможности при правильном внедрении будут безграничны. Это привлечет больше потребителей, потому что такой способ поиска

и генерации видео-контента упрощает жизнь, экономит время и, главное, удовлетворяет потребность.

В заключении отметим, ИИ неизбежно становится большой частью нашей жизни и его правильное внедрение в социальные сети может повысить результативность работы компании или инфлюенсера. Нейросети являются отличным способом, с помощью которого можно увеличить охваты контента, повысить узнаваемость бренда, улучшить маркетинг в социальных сетях и, конечно, повысить продажи. Автором была предложена инновация, которая даст возможность выполнить вышеописанные цели и повысить не только удовлетворенность пользователей, но и качество контента на платформе YouTube.

Список литературы:

1. Ramaswamy S. How Companies Are Already Using AI // Harvard Business School Publishing. URL: <https://hbr.org/2017/04/how-companies-are-already-using-ai> (дата обращения: 04.12.2023).

2. Горюнова А. The Verge: Meta может внедрить функцию искусственного интеллекта в Instagram // Соль. URL: <https://salt.press-club.pro/news/chatgpt-teper-mozhet-analizirovat-dokumenty-i-izobrazheniya> (дата обращения: 31.10.2023).

3. Акимова Е. YouTube внедрил искусственный интеллект в редактор видео. Что это даст. // RBK Life. URL: <https://www.rbc.ru/life/news/650d1f149a7947750149c1e1> (дата обращения: 31.10.2023).

4. Главные тренды SMM в 2023 // Top Face Media. URL: <https://topfacemedia.com/blog/glavnye-trendy-smm-v-2023> (дата обращения: 31.10.23).

5. ИИ-сервис HeyGen теперь может переводить видео на разные языки с сохранением голоса // Skillbox Media URL: <https://skillbox.ru/media/code/iiservis-heygen-teper-mozhet-perevodit-video-na-raznye-yazyki-s-sokhraneniem-golosa/> (дата обращения: 31.10.2023).

6. Искусственный интеллект (мировой рынок) // TADVISER. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82_Gartner (дата обращения: 31.10.2023).

7. Надточий Ю.Б. Инновации как основа экономического роста: сущность понятия «инновация» // Самоуправление. 2021. № 4 (126). С. 517 – 524.

8. Суров Д.Н., Надточий Ю.Б., Гимошкина Н.А. Влияние искусственного интеллекта на рынок труда // Современные исследования проблем управления кадровыми ресурсами: Сборник научных статей VI Международной научно-практической конференции. Москва: изд. «Эдельвейс», 2023. С. 363 – 367.

9. Хейфец Б.А., Надточий Ю.Б. Востребованные компетенции руководителя в условиях глобализации и новой промышленной революции // Проблемы современной экономики. 2021. № 4 (80). С. 61–65.

10. Что такое ИИ? Узнайте об искусственном интеллекте // orl. URL: <https://www.oracle.com/cis/artificial-intelligence/what-is-ai/> (дата обращения: 31.10.2023).

Набиев Ильхам Фариз оглы,
студент 3 курса факультета «Высшая школа управления»,
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации, г. Москва
*Научный руководитель: Надточий Ю.Б.,
доцент, к.п.н., доцент
департамента стратегического
и инновационного развития,
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации, г. Москва*

Стратегическое управление в современных компаниях (на примере компании «Whoosh»)

Аннотация. Последние два года быстрыми темпами развивается сфера проката электросамокатов (кикшеринга) в России. Постоянно можно увидеть людей, чаще всего молодых, катающихся на этих самокатах. В статье предпринята попытка определить эффективные способы, которые могут помочь занять российской компании “Whoosh” большую долю российского рынка кикшеринга, более чем 50% и увеличить уровень удержания клиентов ежегодно.

Ключевые слова: компании, стратегия, стратегический менеджмент, кикшеринг, инновации.

Введение. Современный мир отличается быстрым развитием различных технологий, в том числе, и инновационных. Сейчас различные инновации довольно быстро входят в нашу жизнь [3], [4]. Так, последние несколько лет быстрыми темпами развивается сфера кикшеринга в России. Благодаря электросамокатам сегодня люди могут ехать со скоростью до 25 км/ч, не имея специальных водительских и прав и прочих документов. Порой взять электросамокат в аренду быстрее, удобнее и надежнее, чем ожидать автобус у остановки вместе, как правило, с большим количеством людей. На электросамокатах можно быстро и удобно добраться практически куда угодно. Количество этого транспортного средства ежегодно растёт большими темпами, поэтому сегодня эти самокаты можно увидеть почти на каждом углу. Электросамокаты можно купить в магазине или взять в аренду с оплатой поминутно. Из-за того, что сфера совсем «молодая», её ещё не успели достаточно отрегулировать, а самое главное найти правильные решения: как с помощью закона регулировать эту сферу.

Несмотря на большое количество плюсов и удобств, к сожалению, есть большое количество недовольных людей, чаще всего из-за большого количества несчастных случаев, в основном, аварий. Согласно августовскому опросу 2/3 жителей Петербурга и Москвы против электроссамокатов. В Париже уже ввели полный запрет на пользование электросамокатов [1]. У самих компаний, владельцев электросамокатов, порой бывают кражи этих элеткросамокатов или их небрежная эксплуатация со стороны клиентов, что портит имущество организации и бьёт по её финансовым результатам.

В связи с этим существует много вопросов о том, как данный рынок будет развиваться дальше. Проблема не только в самих самокатах, но и в людях, которые ими пользуются. Необходимо развить культуру вождения этого транспортного средства и, возможно, даже разработать специальные правила вождения самокатов в правилах дорожного движения (ПДД) в более упрощенном и подходящем варианте для этого вида транспорта.

На момент написания работы Правительство нашей страны разрабатывает всевозможные методы, которые могут сократить количество ДТП и других нежелательных происшествий, связанных с эксплуатацией электросамокатов, и пока что не планирует запрещать электросамокаты. Также на текущий момент разрабатываются специальные дорожные знаки, относящиеся водителям электросамокатов, которые будут запрещать езду на этом транспорте в определённых местах.

Компания “Whoosh”. Компания “Whoosh” – российская организация, которая занимается продажей и сдачей в аренду электросамокатов и электровелосипедов. Работает в 50 городах России, в Казахстане, а также на сегодняшний день работает над внедрением своего бизнеса в странах Латинской Америки, где более благоприятные погодные условия большую часть года. По данным “Трушеринг” 50% доли рынка в России принадлежит компании ВУШ Холдинг [2].

Своей миссией компания считает создание и обеспечение людям такого транспорта, который будет соответствовать следующим характеристикам: технологичность, безопасность и экономия времени. Основная цель компании — это максимизировать прибыль своих акционеров, учитывая потребности своих клиентов и вкладываясь в развитие новых бизнес-направлений. Одной из основных задач “Whoosh” является увеличение транспортной доступности для людей.

Миссия компании, на самом деле, отражает сегодняшний бизнес компании, её усилия и результаты деятельности, но хуже всего пока обстоят дела именно с безопасностью, однако работы над этим у них идут. Например, недавно они уже внедрили в свой бизнес продажу шлемов и планируют оснастить каждый электросамокат ими. Цель точная и ясная, как и у любого хорошего бизнеса, задача, как сделать клиентов довольными, так и заработать на этом бизнесе. А задача бизнеса помогает следовать миссии ВУШ, чтобы как можно большему количеству человек помочь в экономии времени, при использовании технологичным и безопасным транспортным средством.

Анализ внешней и внутренней среды организации.

Для проведения PEST-анализа компании “Whoosh” была составлена таблица. Сначала были расставлены баллы от 1 до 3 в колонке влияния, где 1 – слабое влияние, 2 – умеренное, 3 – высокое влияние. В столбце “оценка” была оценена вероятность изменения каждого фактора от 1 до 5 баллов, где 1 – не изменится, 2 – возможно изменится, 3 – изменится незначительно, 4 – ощутимо изменится, 5 – очень сильно изменится. Вес был рассчитан следующим образом: балл из столбца “влияние”/сумма баллов в столбце “влияние” * средняя оценка (таблица 1).

Таблица 1 – PEST-анализ

Фактор	Пояснение	Влияние	Оценка	Средний балл	Вес
Политические факторы					
Регулирование транспортных средств	Введение новых ограничивающих законов, например, по скорости, по местам, где можно ехать	3	4	3,5	0,48
Поддержка со стороны государства	Поддержка в виде предоставления налоговых льгот	2	2	2	0,18
Экономические факторы					
Курс валюты	Компании не выгоден высокий курс доллара, так как она приобретает зарубежное оборудование	2	3	2,5	0,23
Уровень доходов населения	Важно, чтобы доходы населения росли, а не наоборот, чтобы у компании получалось зарабатывать и не сокращать свои цены на аренду, таким образом сократив рентабельность бизнеса	2	2	2	0,18
Цены на электроэнергию	Чем ниже будет цена на электроэнергию, тем ниже будут операционные затраты компании	3	3	3	0,41
Социальные факторы					
Стремление к экологичности	Существование тренда экологичности требует от бизнеса соответствовать ему, чтобы клиенты выбрали именно данный транспорт	1	1	1	0,05
Возрастное соответствие	Кто предпочитает ехать на электросамокатах. Чаще всего молодое население до 30-35 лет, которое больше предпочитает рисковать на дорогах	1	2	1,5	0,07
Культура езды	Способность осознанно, ответственно и безопасно, стараясь не навредить другим использовать транспортное средство	2	4	3	0,27
Технологические факторы					
Емкость батареи самокатов	Чем больше будет емкость батареи, тем дольше клиент сможет ехать на электросамокате	2	2	2	0,18
Степень развития мобильного приложения	Удобство и простота приложения позволит большему числу людей арендовать самокаты	2	2	2	0,18
Степень прочности в неблагоприятных погодных условиях	В российских погодных условиях бизнес будет сезонным, поэтому, например, зимой самокаты будут на улицах и важно, чтобы они не	2	3	2,5	0,23

	портитесь во время суровых погодных условий				
Сумма влияния		22			

Далее факторы были расположены в таблице 2 в порядке приоритетности (по убыванию по весу) и расписаны к каждому фактору возможные действия.

Таблица 2 – Предложенные решения к каждому фактору

Фактор	Вес	Действия
Регулирование транспортных средств	0,48	Взаимодействие с государством и содействие для более быстрого и эффективного поиска способов регулирования и создание безопасных условий для поездок на электросамокатах
Цены на электроэнергию	0,41	Разработка способов для более эффективного и экономичного использования электроэнергии самокатами и соответствующая тарификация
Культура езды	0,27	Внедрение технологий, способствующих соблюдению правил дорожного движения, например, ограничение скорости в определенных зонах
Курс валюты	0,23	Заключение долгосрочных договоров с поставщиками оборудования и комплектующих, чтобы уменьшить валютные риски, колебания
Степень прочности в неблагоприятных погодных условиях	0,23	Разработка электросамокатов с более прочными материалами к погодным условиям и батарей, которые из-за холода не будут быстро разряжаться
Степень развития мобильного приложения	0,18	Периодическое инвестирование в развитие приложения и проведения опросов среди сотрудников и клиентов о том, какие функции стоило бы добавить для повышения удобства пользования продуктом
Емкость батареи самокатов	0,18	Покупка качественных батарей для достижения максимального срока использования
Уровень доходов населения	0,18	Разработка специальных предложений для клиентов разного достатка
Поддержка со стороны государства	0,18	Участие в проектах по сохранению экологии и развитию транспортных средств, инновациям совместно со Сколково
Возрастное соответствие	0,07	Разработка программы, следящей за скоростью и участками, на которых едет клиент
Стремление к экологичности	0,05	Продвижение бренда как экологичного продукта

Проведем SWOT-анализ для оценки внешних и внутренних факторов.
Сильные стороны:

1. Электросамокаты – хорошая альтернатива, когда, например, поездки на такси дорогие или долго нужно ожидать автобусы. Таким образом, быстро, удобно и за хорошую цену.

2. Электросамокаты находятся на многих разных локациях, то есть довольно доступны и тренд расширения географии бизнеса продолжается.

3. Легко и удобно бронировать электросамокат, практически в два клика.

4. В отличие от своих конкурентов ВУШ сфокусирован только на бизнесе аренды самокатов и велосипедов.

Слабые стороны:

1. Сезонность бизнеса: зависимость от погодных условий, не в любую погоду удобно кататься на самокатах.

2. Высокая конкуренция на рынке электросамокатов крупных игроков: Юрент, Яндекс.

3. Возможная законодательная регуляция может значительно ограничить возможность свободного использования транспортного средства.

4. Недобросовестные клиенты портят самокаты и увеличивают расходы компании на восстановление самокатов.

Возможности:

1. Расширение географии, то есть локаций, где будут находиться электросамокаты, особенно там, где климат теплый практически круглый год.

2. Сделать доступными другие транспортные средства помимо электросамокатов и электровелосипедов для пользователей, благодаря чему расширить ассортимент и потенциально увеличить прибыль.

3. Качественное законодательное регулирование отрасли может помочь сократить число несчастных случаев и ДТП.

Угрозы:

1. Конкуренция продолжает расти и это может привести к тому, что компании-конкуренты будут снижать цены на свои услуги и остальным игрокам на рынке тоже придется снижать, чтобы не потерять долю рынка, а это сокращает маржинальность и прибыльность бизнеса.

2. Очень жесткая регуляция может сократить преимущества пользования электросамокатами и сделать их менее предпочтительным транспортным средством.

По итогам проведенного анализа предложены следующие стратегические действия.

Стратегическое действие 1: Во времена низкой активности можно предложить специальные скидки, реферальные предложения, например, при длительной езде на самокате, чтобы простимулировать спрос, скидки или кэшбек несколько процентов при езде более чем определенное количество минут.

Стратегическое действие 2: В несезон можно проводить разные мероприятия, выставки для клиентов, где будут показывать и рассказывать интересные нововведения и технологии, чтобы компенсировать сильную разницу в доходе по сравнению с сезонным периодом. Например, можно показать

самокаты, управляемые силой мысли, причем такие действительно есть: компании на стадии разработки с иностранными организациями.

Стратегическое действие 3: Внедрение технологий в приложениях компании, отслеживающих и предотвращающих возможность недобросовестных клиентов испортить самокаты.

Стратегическое действие 4: Построение системы наград для клиентов. Например, если новичку тариф 8 руб. за мин, то при преодолении им времени поездок за все время 500 мин., можно снизить тариф с 8 руб. до 7,5 руб. за минуту. Чем больше за все время минут ехал клиент, тем можно предложить ему более дешевый тариф.

Стратегическое действие 5: Предложение для Правительства специального закона, состоящего в том, что будут специальные люди, как сотрудники ГИБДД, отслеживающие то, как эксплуатируют клиенты самокаты. В случае нарушений, таких как езда в запрещенных местах, 2 человека на одном самокате – штраф или другое наказание, соответствующее тяжести, совершенного нарушения.

Стратегия и путь развития компании.

Чтобы увеличивать свою прибыль в перспективе, компания планирует продолжать увеличивать количество самокатов, находящихся в разных локациях, городах, странах и, в целом, общее количество самокатов для увеличения доступности для большего числа клиентов. Также они применяют стратегию роста операционной эффективности, чтобы сохранять маржинальность своего бизнеса на хорошем уровне, что, например, делать европейским конкурентам зарубежом крайне сложно. Компания всячески старается популяризировать данный вид транспорта, причём тот факт, что электросамокаты просто стоят на улицах, отлично работающий маркетинг. Все это компания делает постепенно и развивается большими темпами, что отражается в ее финансовых отчетах. Только за год у них получилось увеличить чистую прибыль в 2 раза, а количество самокатов в парке с 80 тыс. до 130 тыс. Можно сделать вывод, что пока что стратегии компании реализуются успешно.

У компании есть возможности дальнейшего роста и развития. Возможно, ей стоит больше сотрудничать с государством для того, чтобы оперативнее и эффективней разработать всю необходимую законодательную базу для этой сферы. Также заметно и то, что предложения ВУШа и его конкурентов схожи: одинаковые подписки и условия аренды. Возможно, стоит внедрить более уникальные специальные предложения как для постоянных клиентов, так и для новых. Например, они уже при покупке подписки дарят 1 поездку бесплатно, но постоянным клиентам, пользующимся подпиской особых предложений нет. Можно иногда радовать их интересными предложениями. Например, при езде на самокате более 1000 минут за все время – дарим 100 мин. в подарок на дальнейшие поездки и т.п. Это позволит сохранить постоянных клиентов в условиях жесткой конкуренции.

Хорошей идеей может быть внедрение определенных коротких тестов для того, чтобы сделать доступным большие скорости. Например, новичкам можно сделать доступным езду на самокате исключительно до 10-15 км/ч.

Если пользователь пройдет успешно тестирование по правилам безопасности, то ему можно открыть возможность езды на транспорте до 20-25 км/ч. Есть вопросы о том, как это качественно реализовать, но это вполне выполнимо, если тесты будут включать разные сгенерированные, к примеру, искусственным интеллектом ситуационные задания с конкретными фотографиями, которые будут сложнее списать.

Заключение. Подводя итог можно сказать, что сфера аренды электросамокатов слишком нова, поэтому возникают проблемы, с которыми сталкивается компания “Whoosh” сегодня, но они вполне решаемы. Можно предположить, что период, когда люди привыкают к совсем новому транспорту, то есть самокатам, может занять некоторое время и в перспективе им будут пользоваться не только молодежь, но и взрослое поколение, как когда-то люди только-только начинали привыкать и доверять банкоматам. Многим было страшно класть своим тяжелым трудом накопленные денежные средства в какой-то неизвестный для них аппарат. Однако сегодня мы видим, как легко каждый приходит, кладет или снимает деньги из банкомата. Пример не совсем связан с электросамокатами, но важно было показать именно процесс привыкания, а он в случае с использованием самокатов возможен. Это естественная реакция людей на новшество и как показывает история человечества, люди всегда умеют адаптироваться.

Безусловно, привыканию мешают в немалой степени несчастные случаи, ДТП, но это возможно исправить путем внедрения правильной законодательной базы и обеспечения более безопасного транспортного средства и что не менее важно развития культуры езды самих пользователей, как водителей автомобилей, которые учат теории, проводят практики и проходят экзамены для сдачи на права. Конечно, данное транспортное средство потеряет все свое удобство, если и для него нужно будет вводить такие процедуры, как сдача экзаменов и получение специальных прав. Данный вид транспорта и не требует столь серьезных теоретических знаний, как водителям автомобилей, поэтому можно обойтись более простыми, но при этом важными для прохождения специальными заданиями в приложении самой компании, что позволит ей определить, кому сделать доступным больший функционал самокатов, а кому будет небезопасно это сделать.

Список литературы:

1. Данилов Ф. В Париже запретили аренду электросамокатов // Фонтанка.Ру. URL: <https://www.fontanka.ru/2023/08/27/72642203/> (дата обращения: 04.12.2023).
2. Компания “Whoosh”: официальный сайт. URL: <https://whoosh-bike.ru/> (дата обращения: 04.12.2023).
3. Надточий Ю.Б. Инновации как основа экономического роста: сущность понятия «инновация» // Самоуправление. 2021. № 4 (126). С. 517 – 524.
4. Тимошкина Н.А. Основы учебно-исследовательской деятельности студентов: учебно-методическое пособие. – М.: Академия повышения квалификации и профессиональной переподготовки работников образования, 2010. – 60 с.

А. И. Несов,
студент 3 курса факультета «Высшая школа управления»,
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации, г. Москва
*Научный руководитель: Надточий Ю.Б.,
доцент, к.п.н., доцент
департамента стратегического
и инновационного развития,
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации, г. Москва*

Современные стратегии в разных сферах деятельности человека (на примере команды «Madpanda Motorsport»)

Аннотация. Разработанная и используемая стратегия важна в любой сфере жизнедеятельности современного человека. Актуальность проведенной работы заключается в том, что изучая стратегию компании, мы можем предложить рекомендации, которые могут быть полезны для развития компании в будущем.

Ключевые слова: стратегическое управление, стратегия, спортивные команды, инновации.

Командная деятельность в современном мире рассматривается как неотъемлемая часть профессиональной деятельности, а умение работать в команде – как одна из необходимых компетенций любого человека [2]. Особенно важно уметь работать/действовать в спортивной команде.

Компания “Madpanda Motorsport” – это испанская гоночная команда, предоставляющая возможность участия автогонщикам на коммерческой основе.

13 января 2020 года была основана команда Madpanda Motorsport. Расположенная в Барселоне, она является испанской профессиональной гоночной командой, специализирующейся на международных гонках автомобилей GT3 и классических гонках. Они участвуют в соревнованиях на Mercedes-AMG GT3 EVO, которую они назвали "Сакура", а также на Toyota Land Cruiser HDJ80 1993 года выпуска [1, 3].

Команда была создана по инициативе гонщика Эсекиэля Компанка. С момента своего создания Madpanda показала отличные результаты и одержала победу в категории Silver Cup на TotalEnergies 24 часа Спа в 2021 году, самой престижной гонке автомобилей GT в мире. Кроме того, команда стала чемпионом Silver как среди команд, так и среди гонщиков в свой первый год участия, а также завоевала звание чемпиона Silver в мировом чемпионате по кибергонкам Fanatec SRO Esports Championship [5].

Их мастерская расположена всего в 30 минутах езды от трассы Circuit de Barcelona-Catalunya, что позволяет им проводить множество тестов перед началом сезона и продолжать разработку автомобиля благодаря теплему климату в начале года. Они уникальны тем, что члены команды живут недалеко от мастерской, что обеспечивает постоянную связь между всей командой.

Madpanda стремится установить тесные отношения с болельщиками, активно взаимодействуя с ними на социальных медиа и встречаясь с ними лично на мероприятиях с их символом, маскотом «Медвежонком Мадпанда» [7].

Миссия и цели команды.

Миссия гоночной команды "Madpanda Motorsport" – это предоставление эксцентричных и профессиональных гоночных выступлений, продвижение страсти к миру автогонок и создание сильных взаимоотношений с фанатами и партнерами. Они стремятся вдохновить и поддержать как опытных гонщиков, так и новичков в мире автоспорта, содействуя развитию автомобильных технологий и продвижению гоночного искусства.

Цель "Madpanda Motorsport" включает в себя следующие аспекты:

- 1) достижение ведущих позиций в мировых гонках GT3 и гонках классических автомобилей, демонстрируя выдающиеся результаты и победы;
- 2) постоянное развитие и совершенствование гоночных автомобилей и технологий для достижения наивысшей производительности и конкурентоспособности;
- 3) поддержание активных партнерских отношений с различными организациями и брендами для обеспечения финансовой стабильности и ресурсов для команды;
- 4) привлечение и поддержание лояльной и преданной базы болельщиков, взаимодействие с ними и содействие развитию интереса к автогонкам;
- 5) участие в различных мероприятиях и чемпионатах, демонстрируя свою присутствие в мировой гоночной индустрии;
- 6) постоянное развитие своего профессионального состава и обеспечение команды необходимыми знаниями и навыками для достижения выдающихся результатов;
- 7) стремление к поддержанию и расширению своей репутации как выдающейся и уважаемой гоночной команды в мировом автоспорте.

Эти цели и миссия позволяют "Madpanda Motorsport" достигать успешных результатов и продвигать свою команду в мировых автогонках.

Для изучения внешней и внутренней среды команды были выбраны такие инструменты как PEST-анализ [6] и SWOT-анализ.

SWOT-анализ.

SWOT-анализ (анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз) гоночной команды Madpanda Motorsport может выглядеть следующим образом.

Сильные стороны (Strengths):

1. Успешные результаты: Команда демонстрировала отличные результаты, включая победу в категории Silver Cup на TotalEnergies 24 Hours of Spa, что подтверждает ее способность к выдающимся выступлениям.
2. Профессионализм: Команда поддерживает высокий профессиональный стандарт и обладает опытным составом инженеров и механиков.
3. Поддержка сообщества и болельщиков: Madpanda Motorsport активно взаимодействует с болельщиками и строит крепкие отношения с ними, что способствует лояльности фанатов.

4. Близкое расположение к трассе: Мастерская команды находится в непосредственной близости от трассы Circuit de Barcelona-Catalunya, что облегчает проведение тестов и подготовку к гонкам.

5. Партнерские отношения: Команда имеет возможность партнерства с различными организациями и брендами, обеспечивая финансовую стабильность и ресурсы.

Слабые стороны (Weaknesses):

1. Ограниченный бюджет: Ограниченные финансовые ресурсы могут ограничивать команду в доступе к передовым технологиям и оборудованию.

2. Конкурентное поле: Уровень конкуренции в мировых гонках GT3 высок, и команда должна постоянно совершенствовать свои навыки и технику.

3. Слабый менеджмент: Достижение успеха в автогонках требует грамотной работы руководства команды с производителями и организаторами, но на данном этапе этот фронт работы ведется не очень успешно.

Возможности (Opportunities):

1. Рост репутации: Дальнейшие успехи и участие в престижных гонках могут способствовать росту репутации команды.

2. Партнерство и спонсорство: Возможность заключения новых партнерских соглашений и спонсорских сделок, которые могут увеличить финансовую поддержку.

3. Развитие молодых талантов: Привлечение и развитие молодых гонщиков может обеспечить будущее команды.

4. Развитие производственных мощностей и расширение спектра предложения: В первую очередь покупка новых автомобилей других классов позволит привлекать дополнительные инвестиции от спонсоров и пилотов для развития гоночных программ и повышения узнаваемости.

Угрозы (Threats):

1. Финансовые трудности: Ограниченный бюджет может ограничить развитие команды и доступ к передовой технике.

2. Конкуренция: Сильная конкуренция в мировых гонках GT3 требует постоянного совершенствования навыков и техники.

3. Несовершенный менеджмент: В мире автоспорта команды должны всегда развиваться и вовремя использовать возможности, появляющиеся на рынке. Однако руководство компании упустило несколько шансов на заключение выгодных партнерских соглашений. И такие ошибки могут привести к стагнации.

PEST-анализ.

Политические факторы (Political):

1. Лицензирование и регулирование: Гоночная индустрия подвержена строгим нормативам и правилам, что может повлиять на участие команды в различных соревнованиях. Политические изменения в законодательстве могут потребовать соответствующей адаптации.

2. Интернациональные отношения: Интернациональные отношения и геополитические конфликты могут повлиять на возможность участия команды в гонках за рубежом.

Экономические факторы (Economic):

1. Финансовая стабильность: Экономические колебания и нестабильность могут повлиять на финансовое состояние команды и ее способность привлекать инвестиции и спонсорство.

2. Инфляция и курс валют: Изменения в уровне инфляции и валютных курсах могут влиять на бюджет и затраты команды.

Социокультурные факторы (Sociocultural):

1. Популярность автоспорта: Интерес общества к автоспорту и мотивация молодых гонщиков могут влиять на доступность и уровень конкуренции в индустрии.

2. Социокультурные тренды: Изменения в социокультурных предпочтениях, такие как экологические вопросы и общественное мнение, могут повлиять на восприятие гонок и требования к участию команды.

Технологические факторы (Technological):

1. Технические инновации: Быстрое развитие технологий в автоспорте может повлиять на доступность передовых технических решений и оборудования для команды.

2. Телевизионное и онлайн вещание: Технологические изменения в трансляции гонок и прямое онлайн вещание могут влиять на видимость и популярность гонок.

Анализ стратегии "Madpanda Motorsport"

Стратегия компании "Madpanda Motorsport" включает в себя следующие ключевые аспекты:

1. Профессионализм и качество: Madpanda Motorsport стремится к поддержанию высочайших стандартов профессионализма в мире автоспорта. Команда постоянно развивает свои навыки и техническое оборудование, чтобы достичь выдающихся результатов на гоночных трассах.

2. Молодые таланты: Madpanda Motorsport поддерживает и развивает молодых гонщиков, предоставляя им возможность прокачать свои навыки и продвигаться в мире автоспорта.

3. Сотрудничество и партнерства: Команда строит партнерские отношения с различными организациями и брендами, такими как: La Gloriosa, Gentos, Puerta del Abra, что обеспечивает финансовую стабильность и доступ к необходимым ресурсам.

4. Связь с болельщиками: Madpanda Motorsport активно взаимодействует с болельщиками на различных уровнях, включая социальные сети и мероприятия на трассах. Они стремятся создать лояльное и преданное сообщество поклонников.

5. Участие в престижных гонках: Команда стремится участвовать в престижных чемпионатах, таких как: Fanatec GT World challenge, ADAC GT Masters, International GT open; и демонстрировать свои профессиональные навыки и долгожданные победы.

Стратегия Madpanda Motorsport направлена на постоянное совершенствование и достижение лидерства в мире автоспорта, а также на удовлетворение интересов болельщиков и партнеров. Команда стремится оставаться

конкурентоспособной и приносить радость и волнение своим поклонникам на гоночных трассах, а также привлекать новых инвесторов и сильных пилотов (для достижения лучших результатов, что влияет на экономическую успешность проекта).

Рекомендации для развития команды.

На основе проведенного анализа, можно предложить команде следующие стратегические шаги ее развития.

1. Расширение представительства: Команде необходимо начать принимать участие в большем спектре чемпионатов и на другой технике, например GT4, LMP3, LMP2, TCR.

2. Развитие отношений с брендами: Компания имеет достаточно ресурсов для достижения договоренности с маркой производителя автомобилей для начала заводской программы. Это позволит организации плотно кооперировать с брендом, на чьих автомобилях команда выступает, что значительно снизит расходы и сильно улучшит результаты.

3. Перестановки в составе руководства: С нынешним менеджментом компания упускает выгодные и перспективные возможности, а также замедляется в развитии. Привлечение нового управления позволит Madpanda Motorsport выйти на новый уровень в индустрии автомобильного спорта.

4. Более широкое использование различных инноваций в разных аспектах деятельности компании/команды: от менеджмента до технического обслуживания автомобиля [4].

Данная статья посвящена испанской автогоночной команде “Madpanda Motorsport”. Основной целью исследования было разобраться в специфике работы компании, а также определить ее цели и задачи в рамках выбранной стратегии.

Предложенные рекомендации по итогам проведенного исследования, основанные на особенностях стратегического управления, должны помочь компании в дальнейшем развитии.

Список литературы:

1. GTWC Teams // SRO Motorsports Group. URL: <https://www.gt-world-challenge-europe.com/team/619/madpanda-motorsport> (дата обращения: 30.10.2023)

2. Nadtochiy Yu.B., Ivashova V.A., Batov A.V., Chernykh I.N., Surov D.N. Teamwork organization in transport industry // Transportation Research Procedia. V. 63, 2022, pp. 1211-1223. DOI: 10.1016/j.trpro.2022.06.127.

3. Команда // Madpanda. URL: <https://madpandamotorsport.com/en/team/> (дата обращения: 30.10.2023)

4. Надточий Ю.Б. Инновации как основа экономического роста: сущность понятия «инновация» // Самоуправление. 2021. № 4 (126). С. 517 – 524.

5. Новости // Madpanda. URL: <https://madpandamotorsport.com/en/news/> (дата обращения: 30.10.2023)

6. Смирнов Я., Азаренко Н. PEST-анализ // Unisender. URL: <https://www.unisender.com/ru/glossary/pest-analiz/> (дата обращения: 30.10.2023)

7. Фото // Madpanda. URL: <https://madpandamotorsport.com/en/photos/> (дата обращения: 30.10.2023)

А. А. Трофимова,
студентка 3 курса факультета «Высшая школа управления»,
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации, г. Москва
*Научный руководитель: Надточий Ю.Б.,
доцент, к.п.н., доцент
департамента стратегического
и инновационного развития,
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации, г. Москва*

Предпочтения молодежи: анализ целевой аудитории Государственной Третьяковской галереи

Аннотация. Исследование целевой аудитории является критически важным для любого музея, включая Государственную Третьяковскую галерею. Анализ целевой аудитории необходим и помогает понять, кто является потенциальными посетителями, что они ищут в музее и какие мероприятия и выставки могут привлечь их внимание. В данной работе мы рассмотрим потребительское поведение студентов в контексте сегментации посетителей Галерей. На основе исследования 2018 года, проведенном самой Государственной Третьяковской Галереей, мы выявили к каким сегментам относится такая социальная группа как студенты. В ходе работы было проведено эмпирическое исследование в виде опроса. Результаты опроса помогли нам понять, какие мероприятия наиболее актуальны для студентов, что их привлекает и что могло бы их сподвигнуть на повторное посещение Государственной Третьяковской галереи.

Ключевые слова: потребительские предпочтения, целевая аудитория, Государственная Третьяковская галерея, опрос студентов.

Изучение потребительских предпочтений всегда является актуальной темой, так как это имеет важное значение для принятия различных управленческих решений, в том числе, и стратегического значения [2].

Исследование целевой аудитории является критически важным для любого музея, включая Государственную Третьяковскую галерею (далее ГТГ), поскольку оно помогает понять, кто является потенциальными посетителями, что они ищут в музее и какие мероприятия и выставки могут привлечь их внимание. В частности, исследование целевой аудитории Государственной Третьяковской Галереи может помочь улучшить маркетинговый аспект ГТГ.

Целью работы является анализ потребительского поведения студентов в контексте основных сегментов целевой аудитории ГТГ. На основе проведенного эмпирического исследования автором были предложены рекомендации по привлечению студентов. Рекомендации содержат список мероприятий и их краткое содержание.

Сегментация – это процесс разделения рынка на отдельные категории (сегменты) с определённым набором признаков с целью последующей ориентации производственной и сбытовой политики фирмы на удовлетворение конкретных нужд выделенных сегментов [3].

В 2017 году Государственная Третьяковская галерея опубликовала отчет по результатам исследования «Сегментация посетителей художественных музеев». Сегментация позволяет реализовать помощь как с формулировкой релевантных предложений, так и в выстраивании коммуникаций с потребителями, чтобы наиболее эффективно и доступно донести данное предложение для соответствующего сегмента. На рисунке 1 представлено соотношение всех сегментов [4], [5].

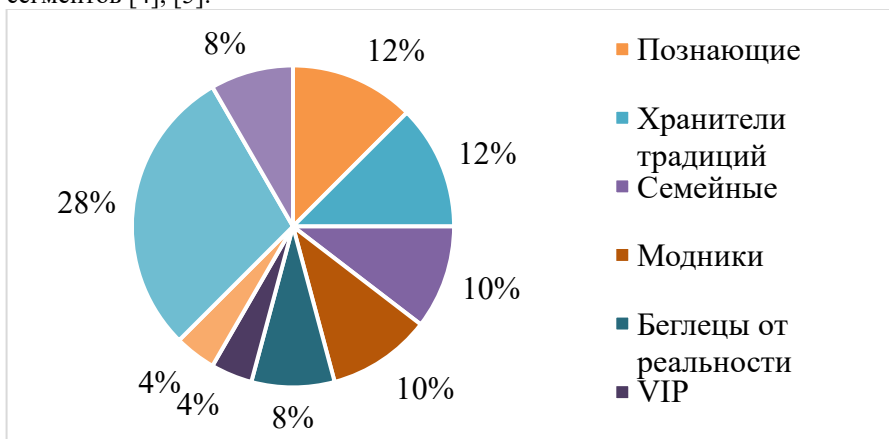


Рисунок 1 – Процентное соотношение всех сегментов посетителей Государственной Третьяковской Галереи

Рассмотрим каждый из сегментов [5].

Первый сегмент – «Познающий». Они составили 12%. Люди, относящиеся к данной категории, активно используют информационные стенды, читают информацию на табличках и используют аудиогид. Для таких людей музеев – это место, где можно получить новую информацию.

Следующий сегмент – «Хранители традиций», они составляют 12%. Представители этого сегмента привязаны к семейным традициям и стремятся их передать детям и внукам. Они ценят преемственность поколений и стремятся к сохранению культурного наследия.

В сегмент «Семейные» входят в первую очередь родители, которые ходят в музей с детьми с целью их просвещения и образования. Для них музей – это лучшее место, где можно провести время с семьёй.

«Модники» составляют 10%. Они посещают те места, которые считаются модными. «Модными» могут считаться как популярные места, ставшие таковыми через медиапространство, так и известные места в узких кругах. «Модники» идут на всё, что является модным, даже если им не нравится.

Основная цель посещения – модная фотография как подтверждение, что они были в этом месте.

Сегмент «Социализаторы» воспринимают музей, как место для общения с близкими. Обычно посещение музея сопровождается диалогами с друзьями или с семьёй. Обычно после музея общение продолжается в кафе или другом месте.

«Беглецы от реальности» посещают музей с целью уйти в другой мир. Это происходит посредством «отключения» от внешнего мира и некоторую изоляцию. Искусство позволяет им насладиться атмосферой, забыть о заботах реального мира и отдохнуть. В.Ю. Дукельский отметил, что «музей – это «пространство публичного одиночества»». Данное выражение отлично отражает суть музея для «беглецов от реальности» [7].

Сегмент «VIP» знаком не только арт-бизнесу. Представители данного сегмента предпочитают наслаждаться искусством в эксклюзивных условиях и готовы платить за это.

В «Профессиональное сообщество» входят профессионалы в области искусства, а также студенты художественных и гуманитарных направлений. Цели посещения различные, но обычно – образовательные или рабочие.

Категория «Туристы» самая многочисленная и составляет 28%. «Туристами» можно считать, как индивидуальных, так и групповых из России и других страны. Обычно за туристов принимается выбор туроператором или туристическим агентством, в какой музей идти [6]. В меньшей степени туристы сами принимают решение.

«Школьные группы» составляют 8%. Под данными группами понимаются организованные, заказные образовательные посещения школьников. Сами школьники редко влияют на выбор музея, за них принимается решение учителями или родителями [4].

В процессе изучения отчета, направленного на исследование сегментов посетителей художественных музеев, стало интересно к какой же из этих категорий относятся студенты в большей степени. Для этого был проведен опрос, призванный подтвердить или опровергнуть следующие гипотезы:

1. Студенты гуманитарных и социальных направлений больше студентов других направлений посещают Государственную Третьяковскую галерею.
2. В большей степени студентов можно отнести к таким сегментам посетителей музеев, как «социализаторы» и «модники».
3. Студенты не готовы платить более 500 рублей за посещение постоянной экспозиции и более 1000 рублей за посещение специальных мероприятий.

Наши респонденты — это студенты. Всего в опросе приняло участие 118 студентов ВУЗов Москвы и Московской области. В большей степени они учатся на социальном и гуманитарном направлениях (рис. 2). А также они интересуют искусством и культурой, путешествиям и личностным ростом (рис.3).

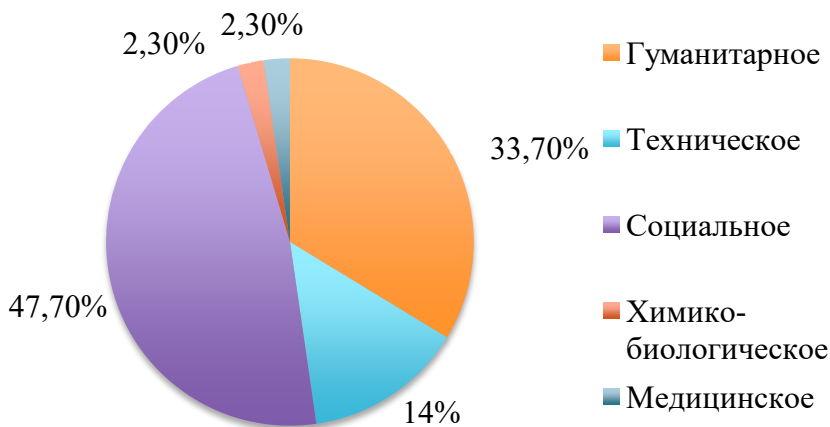


Рисунок 2 – Направление обучения респондентов

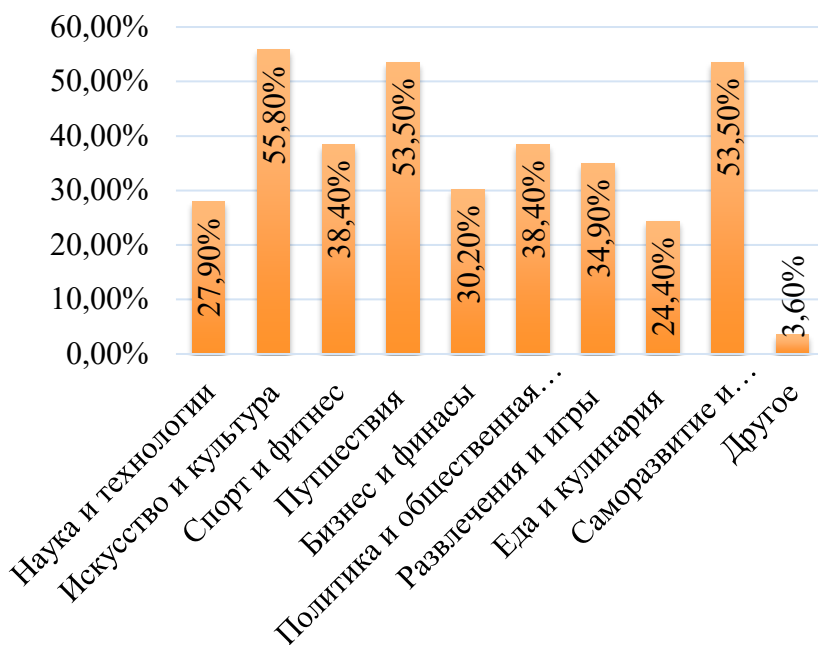


Рисунок 3 – Сферы интересов респондентов

По результатам исследования более 50% респондентов посещают музеи несколько раз в год, что является хорошим результатом, так как повторное

посещение мероприятий креативной индустрии (посещение одного спектакля, концерта, выставки) не свойственно данной сфере бизнеса (рис. 4).

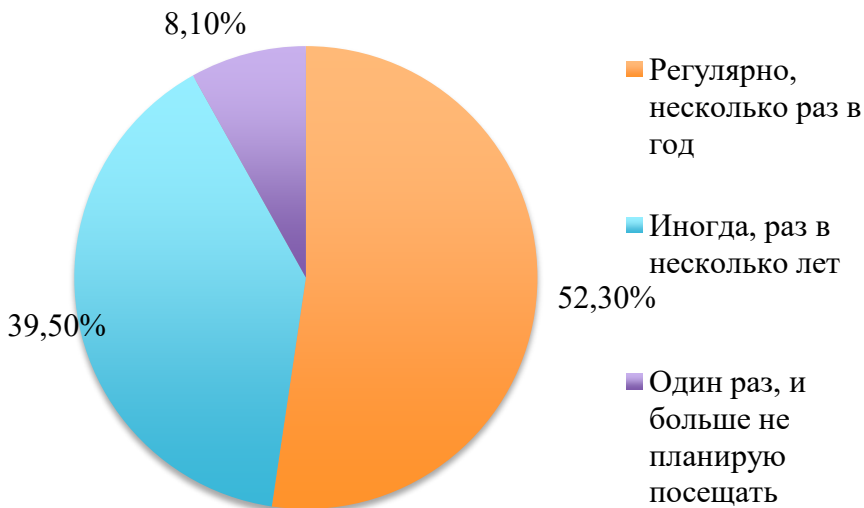


Рисунок 4 – Частота посещения Государственной Третьяковской галереи респондентами

Интересно то, что более 50% студентов вовсе не было в Государственной Третьяковской галерее. Основные цели посещения музеев - отключиться от обычной жизни, а также посещения Галереи служит местом, где студенты могут получения новые знания (рис. 5).

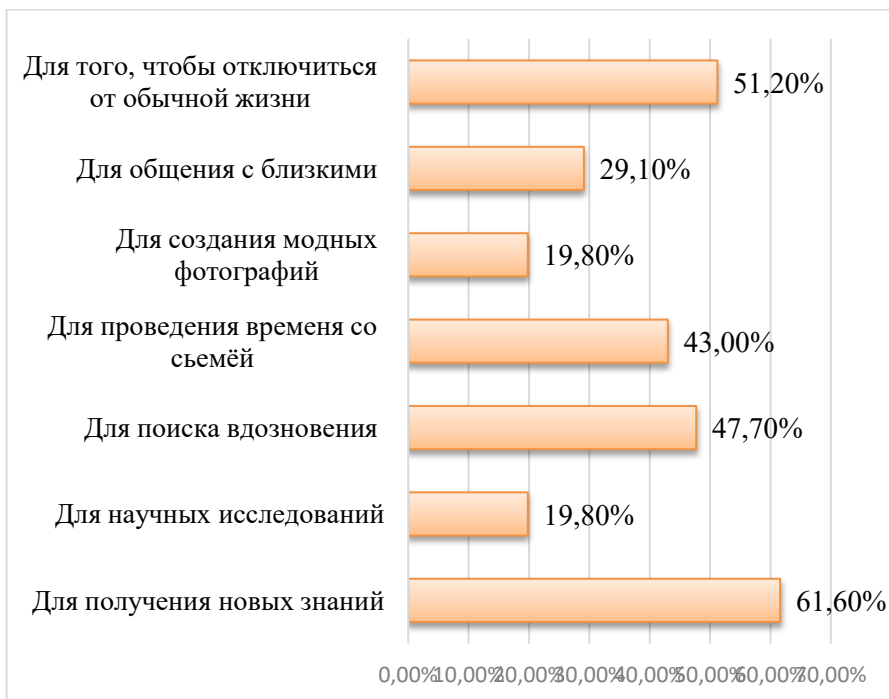


Рисунок 5 – Цель посещения выставок респондентов

По результатам опроса, студенты в большей степени посещают постоянную экспозицию. Можно предположить, что это происходит из-за большей доступности постоянной экспозиции для посещения (рис.6). Постоянная экспозиция в музее – основная форма музейной коммуникации, образовательные и воспитательные цели которой осуществляются путём демонстрации музейных экспонатов, организованных, объяснённых и размещённых в соответствии с разработанной музеем научной концепцией и современными принципами архитектурно-художественных решений [1].

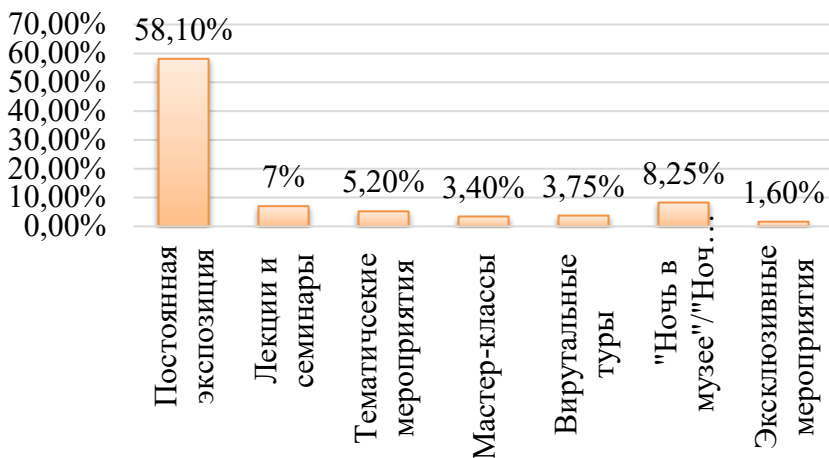


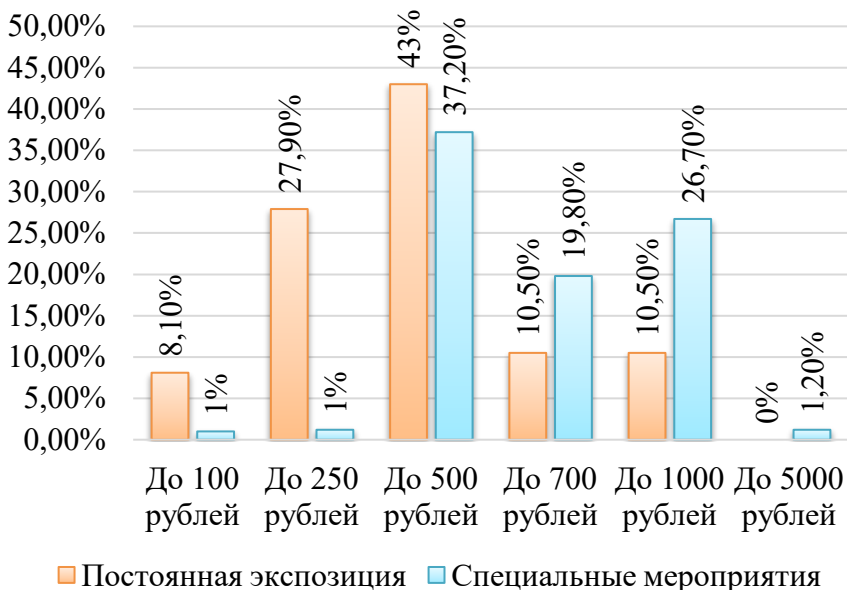
Рисунок 6 – Мероприятия, посещаемые студентами в музеях и галереях

Что касается стоимости билетов, студенты не готовы платить более 500 рублей за посещение постоянной экспозиции (рис. 7) и более 500 рублей за посещение специальных мероприятий (рис. 8). Данное утверждение опровергает нашу гипотезу о том, что студенты не готовы платить более 500 рублей за посещение постоянной экспозиции и более 1000 рублей за посещение специальных мероприятий.

По результатам опроса две из наших гипотез не были подтверждены. Студенты гуманитарных и социальных направлений действительно в большей степени посещают музеи. Студенты в большей степени относятся к категории «познающие», в меньшей степени они являются «социализаторами» и «беглецами от реальности». В большей степени студенты посещают постоянную экспозицию музея. Студенты готовы платить до 500 рублей за постоянную экспозицию и до 500 рублей за специальные мероприятия.

На основе проведенного кабинетного исследования, а также проведенного опроса можно вывести ряд рекомендательных мероприятий, которые бы привлекали различные сегменты целевой аудитории.

Важно поддерживать и повышать посещаемость студентов, которые уже активно посещают Государственную Третьяковскую галерею, а также вовлекать в их участие тех, кто не стремится вовсе посещать подобные музеи и галереи.



лереи.

Рисунок 7 – Сколько студенты готовы платить за посещение постоянной экспозиции и специальных мероприятий и галереи.

На основе вышесказанного важно обратить внимание на комфорт посещения таких сегментов как «социализаторы» и «беглецы от реальности». В данной работе рассмотрим рекомендации именно для этих сегментов.

Для первых важна организация пространства таким образом, чтобы им было удобно поддерживать коммуникацию со своими близкими. Или же создавать мероприятия, которые были бы направлены на активную коммуникацию. Такими мероприятиями могли бы быть: тематические маршруты и экскурсии, где ведущий или экскурсовод мог быть активно вовлекать аудиторию в диалог. Также можно было создать лекции и семинары, различные кружки и клубы, которые могли бы вовлечь посетителей в диалог. Помимо особых мероприятий, галереи и музеи могут организовывать кафе или просто удобные места для препровождения, где посетители могли бы посидеть и отдохнуть после посещения выставки. Например, в Multimedia Art Museum, Moscow на первом этаже организовано небольшое кафе, стоят столики, где удобно отдохнуть и поговорить с друзьями.

«Беглецы от реальности» требуют противоположного. Они направлены не на внешнюю коммуникацию, а на внутренний диалог с собой. Для представителей этого сегмента важна изоляция от внешнего мира, они направлены на личностные эмоции и на предметы искусства, окружающие их. Для них важно организовать взаимодействие «я – искусство» таким образом, чтобы их ничего не отвлекало. Таких людей может привлечь идея виртуального тура по музею. А также создание индивидуальных маршрутов, содержащие наводящие вопросы о соответствующем мнении об экспонатах, а также направленные на образование посетителя. Такие вопросы призваны помочь в комфортных условиях порефлексировать, прочувствовать в полной мере искусство.

Таким образом, студенты являются активными посетителями выставок и музеев, включая Государственную Третьяковскую галерею. Однако для поддержания активного вовлечения студентов важно проводить различные мероприятия для большего вовлечения различных категорий посетителей. Дальнейшее изучение сегментов и их поведения может помочь проводить более эффективные маркетинговые кампании.

Список литературы:

1. Виды и типы музейных экспозиций // Искусствовед. URL: <https://iskusstvoed.ru/2018/08/20/vidy-i-tipy-muzejnyh-jekspozicij/> (дата обращения: 20.05.2023)

2. Егоров Ю.Н., Надточий Ю.Б. Ситуационные факторы потребительских предпочтений // Дискуссия. 2015. № 1 (53). С. 43 – 50.

3. Исаенко Е.В. Сегментация потребителей как основа маркетинговой стратегии организаций потребительской кооперации // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2012. №. 4. С. 9.

4. Петрунина Л. Я. Социальный портрет современного посетителя Третьяковской галереи // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. – 2011. – №. 17 (79). – С. 293-304.

5. Сегментация посетителей художественных музеев // Государственная Третьяковская Галерея. URL: <https://icom-russia.com/upload/фото/Алена%20Агапиева,%20заведующая%20Отделом%20по%20связям%20с%20общественностью%20Государственной%20Третьяковской%20галереи.pdf> (дата обращения: 18.05.2023).

6. Федотова И. В., Смагулов Б. К. Использование сервиса интернет при самостоятельном планировании тура // Региональное развитие: электронный научно-практический журнал. 2016. №. 6. С. 20.

7. Шагабудинова Л. Р. Экспозиция и выставка как основные составляющие музея // Этюды культуры : материалы Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, Томск, 17 апреля 2012. Томск, 2012. С. 137-141.

А. Р. Фасхутдинов,
студент 3 курса факультета «Высшая школа управления»,
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации, г. Москва
*Научный руководитель: Надточий Ю.Б.,
доцент, к.п.н., доцент
департамента стратегического
и инновационного развития,
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации, г. Москва*

Стратегия развития компаний (на примере компании «Xiaomi»)

Аннотация. Стратегия развития компании рассматривается как долгосрочное планирование. Разработка стратегии развития компании является довольно сложным, но важным процессом, определяющим будущее этой компании. Эффективная стратегия обеспечивает компании успешную деятельность, рост, устойчивость и повышение ее конкурентоспособности.

Ключевые слова: стратегия развития, стратегическое управление, инновации, компания.

Инновации в современном мире являются неотъемлемой частью нашей жизни и нет сомнений, что сейчас продукция компаний, которые разрабатывают и внедряют инновации, является наиболее востребованной [3]. В статье изучаются особенности стратегического управления в одной из инновационных компаний – Xiaomi.

Xiaomi - китайский производитель электроники, основанный Лэй Цзюнем в 2010 году. Изначально компания специализировалась на выпуске смартфонов и предлагала устройства с высокими техническими характеристиками по относительно низким ценам. В 2013 году Xiaomi расширила ассортимент своей продукции, добавив к смартфонам такие категории, как телевизоры, смарт-часы, наушники и маршрутизаторы.

Одной из уникальных особенностей компании Xiaomi является использование методов прямого маркетинга для управления продажами и маркетинговой стратегией, что позволяет избежать дополнительных расходов на рекламу. Кроме того, компания со временем обновляет программное обеспечение всех своих устройств, что зачастую повышает уровень удовлетворенности потребителей. В настоящее время Xiaomi является одним из самых успешных производителей электронных устройств в мире и имеет множество поклонников и фанатов по всему миру.

Xiaomi - китайская компания, зарегистрированная как Xiaomi Corporation. Она занимается производством и продажей таких устройств, как смартфоны, ноутбуки, «умные» часы и бытовая техника, а также таких электронных устройств, как сумки, обувь и куртки.

Штаб-квартира компании находится в Пекине, но зарегистрирована она в офшоре на Каймановых островах (территория Великобритании).

Корпорация Xiaomi была основана в апреле 2010 года. Основным направлением деятельности Xiaomi Internet Corporation является производство смартфонов и интеллектуальных устройств на платформе Интернета вещей. Xiaomi придерживается концепции «быть другом пользователя и самой крутой компанией в сознании пользователя», уделяя особое внимание инновациям и стремясь обеспечить высокие стандарты качества обслуживания и операционной эффективности.

По данным Canalys, доля компании на рынке продаж смартфонов во втором квартале 2022 года была третьей по величине в мире. Продукция Xiaomi продается более чем в 100 странах и регионах мира. В августе 2022 года компания в четвертый раз вошла в список крупнейших компаний мира Fortune Global 500, поднявшись на 266-е место, что на 72 пункта выше, чем в 2021 году [4].

На сегодняшний день можно подвести итог работы компании Xiaomi в таблице 1 [2]:

Таблица 1 – Краткая информация о компании Xiaomi

Характеристика	Описание
Тип	Публичная компания
Дата основания	6 апреля 2010 года
Основатель	Лей Цзюнь (Lei Jun)
Штаб-квартира, страна	Пекин, Китай
Продукция	Бытовая и мобильная электроника
Активы	253,68 млрд ¥
Число сотрудников	22 074 человека на 31 декабря 2020 года

Видение, миссия, цель и задача компании Xiaomi.

Если рассматривать видение компании, то можно обратить внимание на заявление основателя компании Лей Цзюнь, он говорит следующее: «Отношения между нашим основным бизнесом по производству смартфонов и экосистемой Интернета вещей будут взаимовыгодными, что приведет к симбиотическим изменениям, а также к дополнительным преимуществам. Наш бизнес AIoT поможет нашему бизнесу по производству смартфонов расширяться до большего количества сценариев приложений, завоевывая сердца большего числа пользователей и в конечном итоге создавая новые экономические секторы для нашей бизнес-модели. Это действительно позволит каждому наслаждаться лучшей жизнью благодаря технологиям и позволит нам в полной мере руководить образом жизни в будущем» [1]. Можно обратить внимание на то, что компания продолжит развивать свои смартфоны, но также будет уделять большое внимание своей «Экосистеме» для своих гаджетов, что является сегодня тенденцией для большинства современных компаний.

Xiaomi выделяет следующую миссию для своей компании – «Миссия компании заключается в постоянном стремлении создавать качественные продукты по справедливым ценам, чтобы жизнь каждого становилась лучше благодаря инновационным технологиям» [4].

PEST-анализ и SWOT-анализ.

Проведенные PEST-анализ (таблица 2) и SWOT-анализ (таблица 3) позволили определить сильные и слабые стороны для компании Xiaomi, а также все возможности для будущего роста и развития.

Таблица 2 – PEST анализ

P – political (политический)	S – sociocultural (социокультурный)
<p>Компания Xiaomi продаёт свои товары во множестве стран и в каждой из них есть свои нюансы. Например сейчас компания сталкивается с рядом проблем с выходом на рынок США, из-за политических отношений США и Китая. Так же компания адаптирует свои гаджеты для каждого рынка изменяя с помощью программного обеспечения некоторые функции. Существуют разные версии: RU (Россия), CN (Китай), GL (Глобальная) и другие.</p>	<p>К сожалению, поскольку Xiaomi является китайским брендом, у него возникают проблемы социокультурного характера. Многие западные потребители считают китайские товары менее качественными, чем другие, и ассоциируют маркировку «Made in China» с низким качеством в целом.</p>
E – economic (экономический)	T – technological (технологический)
<p>Компания Xiaomi находится в особенно выгодном положении, поскольку ее телефоны в основном ориентированы на экономных потребителей. В то время как телефоны премиум-класса от таких производителей, как Samsung и Apple, могут оказаться недоступными для новых пользователей смартфонов в развивающихся странах, телефоны Xiaomi вполне доступны по цене. Поскольку компания Xiaomi считается одним из лучших производителей электроники в этом ценовом диапазоне, новым пользователям при выборе своего первого телефона следует обратить внимание на этот бизнес.</p>	<p>Продукция Xiaomi считается высокотехнологичной. Многих пользователей впечатляют высокотехнологичные функции, которые производителям удастся внедрить в эти недорогие устройства. Это говорит о том, что компания Xiaomi обладает достаточными возможностями для массового производства высококачественной техники по доступной цене.</p>

Таблица 3 – SWOT-анализ

Сильные стороны (Strengths)	Возможности (Opportunities)
<p>Иновации: Xiaomi известна своими инновационными продуктами, включая смартфоны, интеллектуальные устройства и домашнюю технику.</p> <p>Доступность: Xiaomi привлекает многих потребителей, предлагая высококачественную продукцию по конкурентоспособным ценам.</p> <p>Глобальный рынок: Компания Xiaomi успешно вышла на мировые рынки и имеет сильное глобальное присутствие.</p> <p>Сильный бренд: Компания Xiaomi стала признанным брендом в мире электроники и технологий.</p>	<p>Расширение продуктового портфеля: Xiaomi может продолжить расширение своего продуктового портфеля и выйти на новые рынки, такие как "умный дом" и электромобили.</p> <p>Глобальная экспансия: Xiaomi может укрепить свои позиции на мировом рынке, особенно в Северной Америке и Европе.</p> <p>Иновационные технологии: Xiaomi может продолжить инвестировать в исследования и разработки для создания более совершенных технологий.</p>
Слабые стороны (Weaknesses)	Угрозы (Threats)
<p>Зависимость от китайского рынка: Большая часть выручки Xiaomi по-прежнему приходится на китайский рынок, что делает компанию уязвимой к изменениям в этом регионе.</p> <p>Патентные проблемы: Xiaomi сталкивается с юридическими проблемами, связанными с нарушением патентов, которые могут повлиять на ее бизнес.</p> <p>Конкуренты: Конкуренция на рынке электроники и смартфонов очень высока, и Xiaomi приходится постоянно соперничать с другими крупными брендами.</p>	<p>Конкуренция: Крупные конкуренты, такие как Apple и Samsung, представляют серьезную угрозу на рынках электроники и смартфонов.</p> <p>Изменения в законодательстве: Изменения в законодательстве и торговых отношениях между странами могут повлиять на деятельность компании Xiaomi.</p> <p>Кибербезопасность: угрозы кибербезопасности могут нанести ущерб репутации компании и безопасности пользовательских данных.</p>

Основная стратегия компании, этапы ее реализации и ее эффективность.

Основными принципами стратегии Xiaomi являются краудфандинг и минимизация маржи за счет продажи продукции по низким ценам. Компания также продает более высокомаржинальные продукты, такие как аксессуары для смартфонов и других гаджетов.

Компания Xiaomi использует краудфандинг для определения потребности в новых продуктах и осуществляет их массовое производство, получая предоплату от пользователей. Такая бизнес-модель позволяет Xiaomi предвидеть спрос и оптимизировать производство для снижения затрат, тем самым минимизируя маржу.

Другим основным принципом стратегии Xiaomi является продажа продукции по самой низкой цене. Это означает, что компания продает свою продукцию по цене, близкой к себестоимости. Это позволяет увеличить объем продаж и привлечь новых покупателей, которым нужна качественная продукция по доступным ценам.

Эффективность стратегии рассматриваемой компании можно оценить с помощью анализа динамики доли рынка на мировом рынке смартфонов. Каждая компания нацелена на увеличение своей доли на рынке и для этого выстраивается стратегия компании. Ниже приведены данные по динамике на рынке смартфонов (рисунок 1).

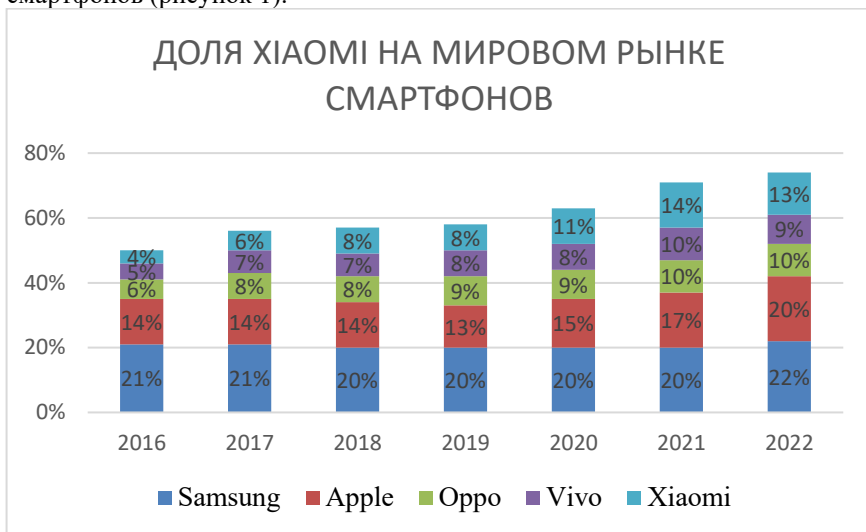


Рисунок 1 - Доля Xiaomi на мировом рынке смартфонов

На диаграмме рисунка 1 виден рост доли компании на мировом рынке, что говорит нам об эффективности стратегии и правильном развитии Xiaomi.

Точки роста компании Xiaomi и рекомендации для ее дальнейшего развития.

Компания Xiaomi достигла значительных успехов благодаря своей стратегии, ориентированной на потребителей и инновационные продукты. Рассмотрим возможные точки роста и составим возможные рекомендации для дальнейшего развития компании Xiaomi (таблица 4).

Таблица 4 – Точки роста и рекомендации для них

Точка роста	Рекомендации
Международное расширение	Продолжение расширения на мировые рынки, включая США и Европу, может сделать Xiaomi более международной компанией и увеличить ее клиентскую базу
Инновации	Инвестиции в исследования и разработки, чтобы продолжать выпускать инновационные продукты и технологии, такие как смартфоны, умные устройства для дома и другие, могут поддержать рост
Диверсификация продуктов	Расширение линейки продуктов, включая умные устройства для дома и другие, поможет разнообразить доходы и укрепить позиции на рынке
Цифровая экосистема	Продолжение развития экосистемы приложений и услуг Xiaomi может укрепить лояльность клиентов и создать дополнительные источники дохода
Партнерства	Сотрудничество с другими технологическими компаниями и провайдерами услуг может создать новые возможности для роста и расширения бизнеса Xiaomi

В заключение отметим, основное видение компании базируется на отношениях между основным бизнесом по производству смартфонов и экосистемой. Миссия компании заключается в постоянном стремлении создавать качественные продукты по справедливым ценам, чтобы жизнь каждого становилась лучше благодаря инновационным технологиям.

Проведя анализ компании можно выделить, что существует много преимуществ у компании и точек роста и развития в будущем, но также есть и слабые места, над которыми можно по работать и улучшить.

Список литературы:

1. Xiaomi, Лэй Цзюнь объявляет о стратегии бренда // Xiaomi today. URL: <https://ru.xiaomitoday.it/Стратегия-бренда-xiaomi-на-ближайшие-10-лет.html> (дата обращения. 27.09.2023).

2. История компании Xiaomi, суббренды и продукция, MIUI, конкуренты // MiBoom: [сайт]. URL: <https://miboomb.ru/obzory/xiaomi> (дата обращения. 27.09.2023).

3. Надточий Ю.Б. Инновации как основа экономического роста: сущность понятия «инновация» // Самоуправление. 2021. № 4 (126). С. 517 – 524.

4. Официальный сайт Xiaomi: [сайт]. URL: <https://www.mi.com/ru/about> (дата обращения. 27.09.2023).

**Фролова К. С.,
Осипова А. М.,
Бодрова П. И.,**

студенты 4 курса факультета «Высшая школа управления»,
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации, г. Москва
*Научный руководитель: Надточий Ю.Б.,
доцент, к.п.н., доцент
департамента стратегического
и инновационного развития,
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации, г. Москва*

Творческий кризис и его влияние на инновационную деятельность: возможности преодоления

Аннотация. Использование различных инноваций неизбежно сопровождает нашу сегодняшнюю жизнь и деятельность. Однако помимо одной стороны, связанной с преимуществами использования инноваций, существует и другая, отрицательная сторона, связанная с их разработкой – творческий кризис. В статье рассматриваются некоторые возможности преодоления творческого кризиса в инновационной деятельности.

Ключевые слова: инновации, инноваторы, творчество, творческий кризис, методы преодоления творческого кризиса.

В основе инновационного подхода лежит повышение эффективности текущей деятельности. Новаторские идеи призваны улучшать качество жизни людей, оптимизировать функционирование производства. Однако современное общество всё чаще сталкивается с проблемами в личной эффективности, замедляющими процессы генерации инновационных идей. Новаторам и инноваторам необходимо не только развивать интеллектуальные способности, следить за актуальными трендами и проблемами современности, но и смотреть под нестандартным углом на стандартные задачи в области своей работы. Креативное мышление – неотъемлемая составляющая инновационной деятельности. В основе прогресса сейчас лежит нестандартный подход и идентичность личности, как неповторимого источника идей [15], [4], [9].

Однако до генерации креативных идей или непосредственно в процессе всё больше людей сталкиваются с внутренними проблемами, нарушающими продуктивность. Тренинги по повышению эффективности, борьбе с прокрастинацией и улучшению ментального здоровья набирают всё большую популярность среди молодежи и более возрастной аудитории. Проведённый опрос показал, что 19 человек из 40 опрошенных систематически страдают выгоранием, 44% из них – молодёжь 18-23 лет. Только менее 10% респондентов в выборке из мужчин и женщин 18-50 лет не замечали симптомов кризиса. Причин творческого кризиса множество, как и последствий, но симптомы у

большинства респондентов схожи. Абсолютное большинство (60% аудитории) выделило в основную симптоматику эмоциональную подавленность и тоску, физическую усталость и утомляемость [14].

Проведенные исследования среди студентов, обучающихся на направлении «Инноватика» показали, что одним из отрицательных моментов своей будущей профессиональной деятельности они считают наличие творческого кризиса, а также интересуются возможностями его преодоления [1], [2], [3].

Творческий кризис – временная потеря способности к созданию объективно новых материальных, культурных и духовных ценностей, сопровождающаяся негативными переживаниями и душевным дискомфортом [7]. Так в своей книге наиболее полно определяет явление публицист Андрей Кашкаров.

Первым, кто описал писательский ступор как особое состояние, был американский психоаналитик австрийского происхождения Эдмунд Берглер в 1947 году [11]. Эдмунд Берглер описывал творческий кризис в таких философских работах, как: "Философия творчества" и "Проблемы творчества". Он был последователем фрейдистской теории и описывал данный феномен – «писательского ступора», как склонность творца к мазохизму и потребностью Сверх-Я в наказании, при этом не беря в расчет очевидные на сегодняшний день предпосылки подобного самочувствия человека. Также, Эдмунд признавал, что кризис возникает в момент противоречия между идеями и реальностью, и творец никаким образом не может найти решение проблемы. Берглер считал, что найти выход можно только тогда, когда личность примет свои ошибки, научится успокаивать «Супер-Эго» и найдет новые и необычные подходы к восстановлению сил.

В современном мире данная теория может быть отчасти отклонена и вызвать массу обсуждений, так как сейчас творческий кризис не является чем-то аномальным, а скорее наоборот, считается абсолютно нормальным этапом в творческом процессе. Основными причинами пагубного состояния являются, в первую очередь, стресс и постоянное напряжение на работе, что может привести к творческому истощению. Во-вторых, предпосылками могут являться окружающие факторы, как политические и экономические положения в мире. Неустойчивое состояние на международной арене, рутинные неприятности и монотонность образа жизни, также, могут вызвать упадок сил и отсутствие вдохновения. В-третьих, личные обстоятельства и излишняя самокритика не являются исключением и могут быть весомым обстоятельством к «творческому ступору».

Таким образом, творческий кризис – это естественный этап, который может помочь творцу переосмыслить свои работы и заставить свой мозг думать в другом направлении и найти новые, оригинальные способы решения препятствий на пути к развитию и понятию себя.

Осознав проблему, мы пытаемся найти способы её решения, ключ к преодолению творческого кризиса лежит в генерации новых идей. Для этого используются различные методы/инструменты. Самый известный метод – мозговой штурм, а также его вариации – обратный, многоступенчатый и другие

[10]. Не менее популярен метод «6 шляп», методы синектики и сновидений, фокальных объектов, морфологический ящик, SCAMPER. В основе большинства техник лежит освобождение сознания, участник должен максимально расслабиться, чтобы настроить мозг на креативные нововведения. Поощряются даже самые сумасшедшие и нереалистичные идеи, так как именно они могут подать направление для будущих разработок.

Другой метод, менее популярный, однако используемый в современных концепциях – ретроспектива. Чаще всего ретроспективный анализ является частью SCRUM-сессий, проводимых в команде [13]. Через оценку прошлых успехов и неудач команда формирует новые цели и тактику их достижения. Для преодоления творческого кризиса ретроспектива помогает оценить прецедентные возможности, интерпретировать былые достижения личности для нового подъёма. Следующий метод нам подсказал директор по стратегическому маркетингу «Сбермегамаркет», способ заключается в поиске вдохновения в простых, рутинных вещах. Выполняя ежедневные, повторяющиеся действия, которые кажутся неинтересными, полезно задуматься об их совершенствовании. Как можно оптимизировать приготовление яичницы? Как сделать работу подразделения более эффективной? – в ответе на эти два вопроса куда больше общего, чем может показаться. Находя вдохновение для инновационных идей в простом, будет проще двигаться к сложному.

Похожий подход применяют спикеры Universal University Британской Высшей Школы Дизайна. Искать новое в повседневном – идея заключается в постоянной раскачке мышц мозга. Пойти домой от метро необычным путём, приготовить ужин из продуктов, которых раньше никогда не было в холодильнике – малейшая новизна в повседневных действиях заставляет мозг работать и генерировать новое, а значит, преодолевать кризис. Иногда для избавления от выгорания достаточно просто «проветриться», многие известные творцы брали паузу между подготовкой своих шедевров.

Так, например всеми известный немецкий композитор Людвиг ван Бетховен, во времена кризиса и невозможности что-либо придумать, уходил на прогулку и вдохновлялся звуками природы. Особенно его воодушевляло пение птиц, он слышал в этом новые неповторимые звуки и мелодии и после этого сразу же принимался создавать свои великие музыкальные шедевры. И действительно, судя по гениальным произведениям данного композитора, можно с уверенностью утверждать, что данный метод имеет место быть и может сильно помочь в случае, если творческий кризис все-таки вас настиг.

Поистине уникальный подход разработал с помощью многочисленных проб и ошибок Сальвадор Дали. В моменты, когда вдохновение и способность придумать что-либо покидали его, Дали садился в свое излюбленное кресло, крепко сжимал в руке ключ и засыпал. В момент же, когда художник полностью погружался в сон рано или поздно ключи выпадал из руки творца и он сразу же просыпался и не теряя ни секунды торопился записывать все идеи, посетившие его во сне. Ведь именно в процессе сна человеческий мозг способен активно работать и генерировать новые образы, мысли, идеи транслируя

их в виде сновидений. Из-за уменьшения потока света и расслабления именно правое полушарие мозга, отвечающее за творчество и креативность, начинает более активную работу, посылая человеку импульсы [12] которые впоследствии создадут гениальные идеи.

Если рассматривать современных деятелей искусства, своим способом борьбы с творческим кризисом поделился художник-абстракционист Бен Скиннер. Он отмечает, что самое главное при проявлении признаков кризиса или выгорания — это не продолжать сидеть и выжимать из себя последние соки в надежде на то, что что-то все-таки получится, а отступить вовремя, отложить всю работу и начаться заниматься чем-то совершенно иным [6]. Необходимо, опять же, отвлечься и делать что-то совершенно не связанное с вашей основной деятельностью. В этот момент мозг переключается, перестает работать на износ и может с помощью расслабления сам по себе сгенерировать что-то совершенно уникальное.

Также стоит сказать о таком человеке, как Джордж Лукас, ведь он создал фильмы, которые покорили сердца миллионов людей по всему миру и мало кто не знает о «Звёздных войнах». И даже такому творческому человеку с потрясающим воображением приходилось в некоторые моменты нелегко, ведь даже его творческий кризис не обошел стороной. Джорджу Лукасу порой было сложно придумать те или иные моменты, детали. Но это его не останавливало так как он знал верный способ справиться с этим - обратиться к окружающим его людям, сценаристам и режиссерам, узнать их мнение. Он обсуждал с ними различные идеи, искал вдохновение в совершенно разных источниках. И это помогало ему справиться с творческим упадком, набраться вдохновения и сотворить инновационную кинокартину.

Говоря о творческом кризисе, нужно отметить, что он может сопровождаться спутником в виде страха чистого листа [5]. Этот страх может быть вызван многими причинами, например у человека может быть много мыслей в голове, и он просто не знает, как их выразить в форме письменного произведения или же картины. Также одной из частых причин становится страх, что получится плохо, а переделать будет сложно. Многих писателей преследует боязнь чистого листа и Маргарет Этвуд не стала исключением. Автор известной книги «Рассказ служанки» также сталкивалась с творческим кризисом и невозможностью генерации идей, создания красивых текстов. Поэтому, она также поделилась мыслью о том, как с этим справиться и ее совет заключается в том, что нужно просто начать писать. Это могут быть отдельные слова, несвязанные фразы, идеи, то есть что угодно. И из этого у Маргарет Этвуд зачастую рождались новые идеи и вдохновение, боязнь чистого листа проходила, и она начинала писать без остановки. И это можно интерпретировать в любую сферу - главное начать.

Резюмируя все подсказки известных гениев и новаторов, создававших гениальные произведения в различных областях, нужно отметить главную общую мысль - не стоит заикливаться на том, что не получается, на невозможности сгенерировать идеи, придумать что-то новое. Необходимо дать мозгу глоток свежего воздуха, а не сидеть и продолжать силой выжимать из себя

идеи и мысли. Нужно отвлечься, окупнуться в совершенно другую атмосферу, поговорить с кем-то, посмотреть идеи других людей и ваш творческий кризис отступит. Так вы сможете посмотреть свежим взглядом на то, что не получалось и сотворить что-то по-настоящему гениальное.

Творческий кризис – явление, с которым сталкиваются не только гении и изобретатели, каждому из нас свойственно расстраиваться и опускать руки, лениться или просто терять интерес к какой-либо активности. Для профилактики выгорания и прокрастинации можно воспользоваться одним быстрым методом, популярным среди менеджеров. В основе лежит простая идея: «Если задачу можно выполнить за две минуты или быстрее — сделайте её сразу, как только она возникла» [8]. Такие дела, как ответ на e-mail, звонок бабушке, вынос мусора – занимают у нас менее 2 минут, однако часто мы их откладываем в долгий ящик, попадая в ловушку прокрастинации. Кажется, что этот метод бесполезен для более серьёзных менеджерских задач, например подготовки презентации. Её действительно вряд ли получится сделать за 2 минуты, однако, если разбить задачу на мелкие подзадачи: накидать план для презентации, найти статьи и иные ресурсы, содержащие нужную информацию, выбрать наиболее важные мысли из текста, скачать шаблон, внести отсеянный текст в шаблон – каждую из этих мелких задач можно выполнить довольно быстро, если приступить к ней сразу. Переходить от общего к частному, быстро разбираясь с мелкими задачами, полезно на биологическом уровне, так как нашему мозгу на хранение и отслеживание задач требуется больше времени, чем на их первоначальную обработку.

Список литературы:

1. Nadtochiy Yu. B. Educational Process Quality from the Viewpoint of Future Innovators and Engineers // *Journal of Advanced Research in Law and Economics*, 2019, v. 10, № 4, pp. 1176-1181.
2. Nadtochiy Yu.B. Future innovators: Advantages and disadvantages of innovation development and implementation // *Espacios*. 2020. Vol. 41 (Issue 05). P. 18.
3. Nadtochiy Yu.B. Innovators: Advantages and Disadvantages of the Future Profession from the Perspective of Students // *WISDOM*. 2022, 4 (3), pp. 112 – 125, DOI: 10.24234/wisdom.v4i3.840
4. Афонасьев М.А., Николаев А.А. Развитие творческого потенциала при разработке инноваций // *Российский экономический интернет-журнал*. 2019. № 4. С. 13.
5. Как победить творческий кризис // *Lenovo*. URL: <https://lenovo.ua/blog/yak-podolati-tvorchu-krizu> (дата обращения: 14.11.2023).
6. Как справиться с творческим кризисом: Пикассо, Поллак и молодые художники дают подсказки // *Культурология.РФ*. URL: <https://kulturologia.ru/blogs/020317/33652/> (дата обращения: 13.11.2023).
7. Кашкаров А. Как преодолеть творческий кризис? М.: Феникс, 2015.
8. Ковалёв Р. Правило двух минут — эффективное средство против прокрастинации // *Shtab*. URL: <https://shtab.app/blog/pravilo-dvukh-minut/> (дата обращения: 13.11.2023).

9. Моисеева Т.В. Социальные инновации: интерсубъективный подход к генерации инновационных идей // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. 2019. Т. 46. № 3. С. 408-418.

10. Мультимедийная лекция "Методы генерации идей": № 2022623907 : заявл. 23.12.2022 : опубл. 11.01.2023 / А. С. Метлева ; заявитель Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия".

11. Писательский ступор: где искать слова, если их нет // Дзен: [сайт]. — URL: <https://dzen.ru/a/YySiR40iC0TkZqaN> (дата обращения: 13.11.2023).

12. Почему лучшие идеи приходят в голову перед сном // RusBase. URL: <https://rb.ru/story/best-ideas-at-night/#:~:text=Вечером%20остановится%20меньше%20света%20и,и%20посылает%20нам%20креативные%20импульсы> (дата обращения: 13.11.2023).

13. Ретроспектива в Scrum — как проводить и зачем вообще нужна ретроспектива в Scrum // LeadStartup. URL: <https://leadstartup.ru/db/scrum-retro> (дата обращения: 13.11.2023).

14. Творческий (и не только) кризис // На основании проведенного опроса URL: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1N61jzHmae4-Dui8Z9fdIkDJ8_HqDij6RpLOVx7QcfMs/edit?usp=sharing (дата обращения: 13.11.2023).

15. Шамов И.В Роль креативности и инноваций в современной деловой культуре // Омский научный вестник. 2015. №3. С. 90.

С. В. Кузьмин,

Белорусский государственный университет,
Ул. Кальварийская,9, 220004, Минск, Беларусь

Цифровая трансформация высшего образования на примере белорусских студентов

Автор рассматривает влияние цифровой трансформации на систему высшего образования Республики Беларусь. Также исследуется проблематика дистанционного обучения, формат которого активно применялся в высших учебных заведениях Республики Беларусь в период с 2020 по 2022 гг. Предметом исследования являются цифровые компетенции студентов и дистанционное образование в Республике Беларусь. Приводятся результаты исследования, проведенного среди студентов различных вузов страны в 2022 году, а также результаты онлайн-опроса преподавателей Беларуси в 2021 году. Цель исследования – выявить, как студенты оценивают свой уровень владения цифровыми компетенциями, как относятся к удаленному формату обучения, и какие видят в нем преимущества и риски. Полученные результаты могут стать базой для разработки мероприятий и программы, направленных на улучшения качества как традиционного, так и дистанционного формата образования с технической, организационной и содержательной стороны.

Ключевые слова: цифровая трансформация, цифровая культура, цифровые технологии, цифровые компетенции, цифровая грамотность, дистанционное образование.

Цифровая трансформация систем высшего образования является неотъемлемым компонентом четвертой промышленной революции, в которую и Беларусь и Россия была вовлечена в XXI веке, ввиду того что сама «Индустрия 4.0» является глобальной [9]. Сейчас трактовка понятия цифровой трансформации варьируется в зависимости от науки и отрасли:

- в промышленности – это внедрение цифровых технологий и платформенных решений в различные отрасли и сферы деятельности [4, с. 112].
- в экономике – смена вектора развития, изменение традиционных рынков, социальных отношений, государственного управления, посредством проникновения в них цифровых технологий [5, с. 102].
- в социологии – процесс достижения населением психологического, социального, экономического комфорта жизнедеятельности за счет освоения цифровых технологий и повышения информационной активности.
- Для сферы образования больше всего подходит определение цифровой трансформации как глобальный виток инноваций, который приводит к оказанию влияния информационно-технологического прогресса повседневных социальных практик на образовательный процесс студентов [1, с. 232].

Основным понятием для понимания протекания процесса цифровой трансформации, является цифровая культура. Существуют различные интерпретации цифровой культуры, однако большинство авторов включают в ее содержание определенный уровень цифровых знаний, цифровые ценности, новые коммуникационные связи, цифровые навыки по использованию знаний информационных технологий, специальные цифровые компетенции по овладению ИКТ и практики применения указанных знаний, навыков и компетенций в конкретной сфере жизнедеятельности (включая сферу экономики и образования). Цифровая культура репрезентирует огромное множество различных моделей, которые сформированы благодаря слиянию цифровых технологий с другими формами знаний и деятельности. В результате могут создаваться различные модели цифровой культуры, которые обусловлены взаимодействием цифровых технологий в разных сферах науки, культуры, политики, права и т.д [7, с. 74].

При рассмотрении цифровой культуры немаловажную роль отводят цифровым компетенциям. Они создаются на базе имеющихся цифровых знаний, однако отличаются своей практической направленностью, применяются для решения конкретных проблем, стоящих в той или иной сфере деятельности.

Цифровые компетенции включают различный набор качеств по использованию информации (поиск, систематизация, анализ); коммуникативных навыков (общение в интернет-среде, работа в социальных сетях); умения работать с базами данных и использовать аналитические программы; умения решать задачи с помощью адекватных цифровых средств и ресурсов. Очевидно, что данные компетенции должны культивироваться как в образовательных

учреждениях, так и в трудовой сфере деятельности, каждым работником отдельно и всеми вместе.

В 2006 г. были приняты рекомендации о **восьми ключевых компетенциях** для XXI века. Цифровая компетенция признана одной из ключевых и по мнению разработчиков предполагает уверенное и критическое использование технологий информационного общества для всех сфер жизни. В основе цифровой компетенции лежат базовые навыки в области информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), а именно: использование компьютеров для поиска, оценки, представления, хранения и обмена информацией, общения через электронные средства и интернет [6, с. 322].

С начала 2010-х гг. стали разрабатываться модели цифровых компетенций населения, известная как DigComp.

На основании практических компетенций можно описать теоретическую модель цифровых компетенций студентов. Данная модель должна включать в себя непосредственно те практические навыки, которые необходимы для успешного освоения цифровых технологий.

Теоретическая модель компетенций включает следующие качества:

1. умение пользоваться персональным компьютером;
2. умение пользоваться программным обеспечением компьютера;
3. работа с поиском, хранением информации;
4. умение пользоваться приложениями для видеоконференций;
5. умение работать с профессиональными программами и аналитическими системами.

Умение пользоваться такими ИКТ, как персональный компьютер и программное обеспечение необходимо в современных реалиях, т.к. почти все современное обучение проходит с использованием новых технологий. Умение пользоваться персональным компьютером позволяет лучше знакомиться и усваивать новые технологии, а также будет необходимо при дальнейшей трудовой деятельности. А умение пользоваться программным обеспечением (например, Microsoft Office) позволяет студентам выполнять свои обязанности: написание рефератов, курсовых и научных работ, презентаций сейчас пишется с использованием персональных компьютеров, а не осуществляется вручную на листе бумаги.

Если раньше вся необходимая информация искалась студентами в университетских библиотеках и конспектах, то сейчас многое можно найти в сети Интернет, в электронных библиотеках. Грамотная работа с поиском информации в сети Интернет позволяет студентам ускорить сбор необходимой для учебы информации, улучшить взаимодействие с ней, оперативно использовать ее в учебном процессе и затем на практике.

В 2020 году в нашей жизни появилась пандемия «Covid-19», которая принесла множество изменений в повседневные привычки людей и в жизнь общества в целом. Вынужденные обстоятельства привели к такой особенности современного общества как онлайн-образование, а также появлению в образовательной среде дистанционного формата обучения.

Дистанционное образование (ДО) на сегодняшний день является одним из наиболее активно развивающихся направлений в мировой образовательной среде. Специалисты в области образования считают дистанционное образование новым стратегическим направлением в развитии образовательных технологий. Данный формат способствует значительному расширению возможностей предоставляемых образовательных услуг обучающимся, широкому использованию идеи маркетингового подхода к обслуживанию студентов. ДО представляет собой высоко технологичный продукт научно-технической революции, стало следствием новой стадии социокультурного и цивилизационного развития общества эпохи информационных и коммуникационных технологий [3, с. 47].

Дистанционное образование позволяет применять технологии и технические средства в независимости от расположения и местонахождения студентов в пространстве и во времени, больше тяготеет к индивидуализации обучения, увеличивает самостоятельность обучаемого. Также данный формат способствует реализации принципа открытости и непрерывности образования на основе информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) [8, с. 20].

При формате ДО учащиеся и преподаватель находятся в разных пространственных локациях, однако постоянно взаимодействуют между собой, благодаря ИКТ, таких как приложения видеоконференций, онлайн чаты, мессенджеры. ДО представляют из себя систему обучения, где преподаватель помимо свойственные ему функции управления процессом, должен преподавать информацию своим студентам с помощью адекватных цифровых средств и ресурсов. Студенты в свою очередь должны обладать саморегуляцией и самоконтролем своей образовательной деятельности. В процессе такого обучения студент самостоятельно осваивает в интерактивном режиме учебные материалы, может взаимодействовать с другими студентами учебной группы с помощью интернет-коммуникационных систем. Одной из ключевых составляющих ДО можно выделить открытость образования, при котором у студентов появляется возможность самостоятельно выбирать необходимые ему предметы, а также планировать скорость погружения в обучение.

К преимуществам дистанционного образования можно отнести:

- Обучение в индивидуальном темпе;
- Свобода и гибкость;
- Доступность;
- Мобильность;
- Технологичность;
- Социальное равенство.

При этом следует отметить, что ДО – это система обучения, а не самообразование. В ней так же присутствует и преподаватель и студент. Преподаватель в этой системе выполняет свойственные ему функции управления процессом. Для этого преподавателям необходимо обладать навыками пользования цифровыми и инфокоммуникационными технологиями, в частности телекоммуникационными системами, электронной почтой, приложениями для видеоконференций, специализированными программами [2, с. 41].

При этом стоит заметить, что успешность усвоения материала также зависит и от эффективности работы технологий: качественно интернет-соединения, работа приложений и сайтов, фиксация посещаемости и отправки заданий. Если техническая сторона работает плохо, то и успешность ДО сводится к нулю.

Поэтому для определения того, как студенты считают цифровые технологии оказывают влияние на образование студентов и насколько успешно происходит внедрение дистанционного обучения в их образовательную среду, был проведен ряд эмпирических исследований. В качестве эмпирических материалов были использованы данные репрезентативного республиканского онлайн-опроса, проведенного в марте-апреле 2022 г. (n=2 666 студентов), а также онлайн-опрос сотрудников (n= 456) ведущего Белорусского государственного университета, проведенный в феврале 2021 г.

В ходе опросов респондентам задавались вопросы о владении цифровыми компетенциями (необходимо было отметить уровень владения определенными цифровыми технологиями), а также о дистанционном образовании: качество его проведения в вузах студентов, трудности использования ИКТ во время дистанционного обучения, перспективы и риски использования такого формата в дальнейшей образовательной среде.

Для изучения уровня владения цифровыми компетенциями у респондентов узнавали их собственное восприятие по поводу владения ИКТ. Для определения данного уровня студентам было предложено оценить свое умение работать с данными ИКТ по шкале от 1 до 5, где 5 – очень хорошо, 1 – очень плохо. В результате были посчитаны средние оценки владения цифровыми компетенциями. Получилось, что почти по всем пунктам студенты оценивали свой уровень владения цифровыми компетенциями не ниже, чем на 4 балла из 5 возможных. По их самооценкам, лучше всего они владеют поисковыми системами (4,8); электронной почтой (4,7); умеют пользоваться персональным компьютером/смартфоном (4,6); пакетом Microsoft Office (4,4), приложениями для видеоконференций и облачными хранилищами (по 4,1 каждый). Хуже всего студенты отметили, что владеют профессиональными программами и информационно-аналитическими системами, однако данный тип цифровых компетенций отличается по направлениям обучения и курсам: технические специальности оценивают свои навыки владения данной цифровой компетенцией на 3,2 балла, и более старшие курсы владеют ей на 1-2 процентного пункта выше, чем студенты первых двух курсов. Данные результаты свидетельствуют о высокой степени владения цифровыми компетенциями студентами.

Согласно республиканскому опросу, почти две трети студентов различных вузов Беларуси полностью или частично обучались на дистанционном образовании. При оценке качества образования в условиях ДО, 21,6% респондентов отметили, что оно повысилось, и почти 60% ответили, что оно «частично повысилось, а частично понизилось». 65% студентов отметили, что учиться с использованием ИКТ было удобно, а 25% оценили ДО как «скорее комфортное, чем неудобное».

Основные изменения, которые появились в результате перехода на дистанционный формат по мнению студентов являются следующие:

- появление гибкости обучения;
- возросшая нагрузка на студентов;
- появление больше свободного времени.

Среди основных достоинств обучения с помощью ИКТ студенты отмечали: экономию времени, связанную с отсутствием необходимости добираться до университета (43,7%); удобство, обусловленное удобством посещения занятий из дома (40,5%); безопасность, связанную со снижением риска заболеваемости коронавирусной инфекцией (16,4%); продуктивность, обусловленную индивидуальным темпом обучения (13,8%) и др.

При этом более активно студенты выделяли негативные черты ДО, с которыми они столкнулись при данном формате обучения. Все эти черты были выделены в 2 основных блока трудностей:

- технико-организационные проблемы;
- эмоционально-психологические проблемы.

В рамках технико-организационных чаще всего студенты указывали проблемы с интернет-соединением (45,5%), сложности в коммуникации с преподавателями и другими студентами (42,2%) и трудности в восприятии информации (40,3%).

Среди эмоционально-психологических проблем выделялись: возросшая нагрузка, усталость (60,5%), сложность самоконтроля, самоорганизации, управления своим временем (52,1%) и снижение мотивации к обучению (46,3%). Увеличение нагрузки связана с неадаптированностью учебных программ к новому формату занятий, а снижение мотивации и самоорганизации – является следствием снижения контроля за студентами, со стороны преподавателей.

Среди основных позитивных аспектов ДО и его перспектив развития в будущем студенты отмечали следующее:

- больше возможностей совмещать работу с учёбой (77,9%);
- доступность образования для людей с ограниченными возможностями (71,0%);
- повышение цифровой культуры студентов (60,4%).

Несмотря на то, что студенты довольно положительно оценивают перспективы дальнейшего развития цифровых технологий и, в частности, ДО, однако они же и отмечают, что не хотели бы полностью переходить на данный формат образования. Наилучшим выходом из ситуации является переход части лекционных занятий и некоторых самостоятельных работ на дистанционку, но семинарские, лабораторные занятия проводить в традиционном формате. Согласно опросу 80% студентов выразили готовность перенести все лекции на ДО, около 45% - семинары.

Однако помимо позитивных аспектов ДО студенты также поделились и своими опасениями по поводу дальнейшего развития этого формата в

Беларуси. Так респонденты среди основных проблем ДО выделяли: существенный рост нагрузки, увеличение количества домашних заданий (41%), неумение само дисциплинироваться (39%), трудности при объективной оценке знаний (35,8%), отсутствие индивидуального подхода (34,3%) и мотивации учиться (33,5%). Также одной из проблем для успешного внедрения ДО студенты выделили низкую цифровую грамотность преподавателей. Для того, чтобы студенты лучше понимали материал, необходимо, чтобы преподаватель имел возможность эти материалы донести. Поэтому проведение специальных занятий и дополнительная подготовка по использованию цифровых технологий по мнению студентов необходима для преподавателей.

Результат онлайн-опроса преподавателей в 2021 году предоставил ряд интересных результатов и выводов. Изначально у большинства преподавателей не было опыта создания онлайн-курсов или проведения онлайн-занятий: особенно характерно это было среди гуманитарных специальностей и тех преподавателей, кому было уже за 40 лет. Иными словами, была низкая цифровая грамотность самих преподавателей. В основном преподаватели молодого возраста поддержали идею дистанционного обучения, в то время как более 50% всех преподавателей считали данный формат как минимум неэффективным, иногда мешающим нормальной коммуникации со студентами.

Около 5% преподавателей согласились, что качество обучения в условиях ДО повысилось, при этом 31% заявили, что оно снизилось по сравнению с периодом традиционного обучения; и почти 60% сказали, что качество обучения такое же, как при традиционном образовании. Среди основных проблем дистанционного формате чаще всего преподаватели указывали два основных пункта:

- Большой объем работы (подготовка онлайн-материалов для занятий, необходимость осваивать информационные технологии, независимо от дисциплины);
- Технические сложности (низкая скорость интернета, нестабильная работа портала, зависания, проблемы со входом в образовательный портал, плохое качество связи).

Тем не менее по результатам работы со студентами на ДО почти 70 % преподавателей согласились бы и в дальнейшем использовать подобный формат для консультаций и контроля за самостоятельной работой студентов, но только 48 % были согласны вести онлайн-лекции, 22 % – лабораторные работы и 17 % – семинары.

После возвращения к традиционному формату обучения, который состоялся в 2022-2023 учебном году студенты высказались по этому вопросу. Они считают данное возвращение старого формата и ухода от дистанционного как минимум неоднозначным.

С одной стороны, студенты хотят хотя бы в частичном виде сохранить дистанционные формы обучения, т.к., по их мнению, ДО даёт возможность самостоятельного планирования своего учебного времени, предоставляет больше свободы и оставляет больше свободного времени на другие занятия.

С другой стороны, студенты отмечают ряд проблем у данного формата обучения, в том числе как технических, так и психологических (низкая скорость интернета, необходимость иметь собственное оборудование, недостаточные цифровые компетенции преподавателей и т.д.)

Независимо от дальнейших условий организации учебного процесса, навыки, приобретённые в период ДО с использованием ИКТ, будут способствовать развитию у студентов компетенций, востребованных на рынке труда в современном обществе. Поэтому для того, чтобы дистанционный формат образования был эффективен в будущем, если к нему предстоит когда-либо вернуться, то необходимо сосредоточиться на:

- решении технических проблем ДО;
- снижении психологической нагрузки на студентов;
- поддержании высокого качества образования и уровня удовлетворенности студентов и ППС.

Библиографические ссылки:

1. Авдеева Е.С. Цифровая трансформация в экономике / Е.С. Авдеева, В.В. Еризко // Россия: тенденции и перспективы развития. – 2018. – № 13-1. – С. 232-238.

2. Андреев А. А. Дидактические основы дистанционного обучения. Учеб. для вузов. – СПб: Питер, 2001 – 536 с.

3. Батура, М. П. Дистанционное образование в вузе: модели и реализация / М. П. Батура и др. // Дистанционное обучение – образовательная среда XXI века: материалы VIII международной научно-методической конференции. (Минск, 5–6 декабря 2013 года). – Минск: БГУИР, 2013. – 407 с.

4. Бахолдина Е.А. Цифровая трансформация промышленности с помощью интернет-технологий / Е.А.Бахолдина, Н.С. Каретников, И.В. Ташник, Д.А. Флоря // Российский внешнеэкономический вестник. – 2018. – № 9. – С. 111-121.

5. Головенчик Г.Г. Цифровая трансформация и экономический рост (на примере белорусской экономики) / Г.Г. Головенчик, М.М. Ковалев // Журн. Белорус. гос. ун-та. Экономика. – 2018. – № 1. – С. 102-121.

6. Головенчик Г.Г. Цифровые компетенции и навыки будущего / Г.Г. Головейчик // Цифровая трансформация образования [Электронный ресурс]: сб. мат. 2-й Межд. науч.-практ. конф., Минск, 27 марта 2019 г. / отв. ред. А. Б. Бельский. – Минск: ГИАЦ Минобразования, 2019. – С. 321-324.

7. Елькина Е. Е. Цифровая культура как область междисциплинарных исследований: методологические подходы и тенденции развития. / Е.Е. Елькина // International Journal of Open Information Technologies, 2018. – № 6(12) – С. 67-78.

8. Жук А.И., Курбацкий А.Н. и др. Концептуальные основы создания и азвития дистанционного образования в Республике Беларусь. – Мн.: Издательство БГУ, 2002 – 20 с.

9. Шваб К. Четвертая промышленная революция. Москва: Эксмо; 2016. 208 с.

И. А. Блинков,

Белорусский государственный университет, г. Минск;
научный руководитель – Л. Г. Титаренко,
доктор социологических наук, профессор

Роль творческого меньшинства в современном мире

В статье рассматриваются труды ряда философов, поднимающих проблему духовного неравенства человечества и связывающих культурно-исторический прогресс с деятельностью творческих личностей. Проанализированы некоторые аспекты самореализации личности в условиях потребительского принуждения и несвободы в обществе потребления. Установлены взаимосвязи между творчеством и самореализацией, отмечена особая роль творчества в процессах самореализации. Указаны потенциально новые «вызовы», стоящие перед современным обществом и возможные шаги по поиску «ответов» на них. Проводится мысль о решающем влиянии избранный части общества на развитие цивилизации.

Ключевые слова: творческое меньшинство; творчество; культура; «вызов»; потребление; идеология; прогресс.

Характерной чертой многих обществ является присутствие в них творческих личностей, того самого меньшинства, которое стремится найти ответы на вызовы, стоящие перед цивилизацией. Именно творческие личности встречают изменения в обществе, распознают, ищут решения, продвигая социум по пути развития. Однако уже не первое десятилетие внимание исследователей направлено на изучение широких масс, без чего, безусловно, рассмотрение меньшинства невозможно. Вспоминая А. Тойнби, мы можем выделить «творческое меньшинство» из общей массы как наиболее выдающихся личностей, обладающих такими характеристиками, которые выделяют их из общей массы, позволяют им осуществлять культурный прогресс [8].

Задачей творческих личностей выступает превращение примитивного общества в цивилизацию. Творческое меньшинство создает все условия, чтобы вести за собой инертное большинство, отвечая на вызовы времени. Такие вызовы приходят извне, а значит и ответ, в поиске которого творческие личности, находится за пределами привычного существования масс людей. Однако именно такой выход за пределы в поиске ответа на вызов, решимость большинства идти за своим творческим меньшинством ведут общество на качественно новый уровень развития, расширяя свои собственные пределы и взгляд на границы возможного.

Актуальность изучения роли творческого меньшинства в современных процессах актуальна в связи с глобальными цивилизационными, культурными и политическими трансформациями в современном мире. В таких процессах творческое меньшинство на протяжении истории давало ответы на вызовы истории, оно формировало основополагающие идеи культуры, в первую очередь, европейской культуры. Портрет представителей творческого меньшинства оформляли многие мыслители, потому отталкиваясь от уже сложившихся

взглядов ряда европейских философов на творческое меньшинство, мы обратим внимание на положение представителей «аристократии духа» в современном мире [1].

Рильке описывал творчество как необходимость нести в себе инновационный потенциал. Одна из проблем и заключается в том, насколько в современном мире, в мире цитирования, возможно творчество, возможны творческие ответы на вызовы. В информационную эпоху становится актуальным продуцирование идей, поиск себя в больших потоках информации, формулирование новых оригинальных идей. Обратим внимание на устоявшееся представление о том, что человек живет «здесь и сейчас», он живет в таком мире, в котором события переменчивы, мнения и настроения сменяются в зависимости от потоков информации, с которыми он сталкивается. Находиться в таком динамичном и переменчивом мире значит находиться в постоянном поле ответственности перед собой и перед миром в целом. Однако еще Ницше указывал на то, что заурядный человек является тем, чем его считают, такой человек постоянно ждёт мнения о себе [4]. Творчество же несет в себе жизнь и новизну. Представители творческого меньшинства провозглашают неочевидную и недоступную для большинства, но познанную ими действительность. Поле ответственности связано со служением чему-то высшему и большему, чем есть сам по себе человек. Х. Ортега-и-Гассет относит благородство и чувство долга в разряд «особых качеств» меньшинства. Помимо этого он приводит также самоотречение и самодисциплину, способность к художественному восприятию и поиск высшего начала. Ответственность вырастает из требовательного отношения к себе [6].

Помимо временной характеристики творчество имеет и пространственную характеристику, потому что ему важно создать и заполнить собой места. Такими местами выступали школы античных философов: Платоновская академия, перипатетическая школа Аристотеля; салоны просветителей XVIII века, да и в наш век массового образования создаются пространства для живой мысли – интеллектуальные клубы и площадки, а также художественные галереи и арт-пространства. В таких пространствах современная культура проживается во времени и допускает творчество к решению актуальных проблем. Укажем и на то, что еще Э. Тоффлер одной из характеристик нового типа общества, описанного им метафорой «третьей волны», выделял появление свободного времени для творчества, то есть возможностей для самореализации посредством творческих актов [9].

В современной культуре основным видом деятельности выступает потребление. Через потребление осуществляется процесс самореализации. Культ потребления выступает доминантной ценностью современного общества. Идентичность личности основывается не на идее работы, а на идее потребления и развлечений. Элвин Тоффлер указывал на то, что в обществе «третьей волны» корпорации будут иметь не только экономическую выгоду, но и иные цели: «Теперь, когда основная задача по построению рынка практически завершена, огромную энергию, которая ранее направлялась на создание всемирной рыночной системы, можно будет употребить на другие цели. Только из одного этого

факта следует множество цивилизационных изменений. Возникнут новые религии. Произведения искусства достигнут дотоле неведомого уровня. Будут сделаны фантастические научные открытия. И, кроме того, появятся совершенно новые социальные и политические институты. Сегодня на карту поставлены не только капитализм или социализм, не только энергия, продовольствие, население, капитал, сырье или работа, на карту поставлена роль рынка в нашей жизни и будущее самой цивилизации» [9]. Однако сам Тоффлер далее пророчески замечает: «Но, вероятно, эти последствия неизбежно скажутся если не на нашей жизни, то на жизни наших детей. За проект введения рынка уплачена определённая цена. Даже в чисто экономических терминах эта цена огромна. За последние три века продуктивность человеческого труда неизмеримо возросла, причём значительная часть этой продуктивности – в обоих секторах – была вложена в проект построения рынка» [9].

В современном обществе реклама и всё новые технологии маркетинга поощряют и мотивируют превышающее потребности человека потребление. Из стремления к самореализации, характерной для человека, идеологии потребления формируют инфантильную личность, не активную и деятельную, а пассивно потребляющую и утоляющую навязанные извне потребности. Жан Бодрийяр указал на феномен потребления следующим образом: «В этом смысле изобилие и потребление – подчеркнём ещё раз, не изобилие и потребление материальных благ, изделий и услуг, а потреблённый образ потребления – составляют именно нашу новую родовую мифологию, мораль современности» [2]. Однако самореализация через потребление не способствует динамике духовного роста, не требует волевых усилий. Потребление не способствует развитию способностей и талантов. Это не путь самовоспитания, самообучения и самоконтроля. Творческое меньшинство реализовывало духовный потенциал через эти аспекты [2].

Охарактеризовав подобным образом современное общество необходимо добавить, что ценность духовного потенциала личности уступает статусной самореализации, в основе которой лежит пустота. Пустота, о которой писал Ж. Бодрийяр: «Но вот мы снова оказались в мрачном и пророческом дискурсе, охваченные ловушкой объекта и его видимой полноты. Однако мы знаем, что объект – ничто, что позади него завязывается пустота человеческих отношений, пустотный рисунок огромной мобилизации производительных и общественных сил, которые тут только что овеществились» [2]. В обществе с утраченной ценностью духовного и творческого потенциала мы теряем суть культуры – её культурных лидеров. Количество вызовов перед современным миром и отсутствие достойных ответов, а также цивилизационный кризис обостряют вопрос о том, способно ли общество, то самое «большинство» распознать своих вдохновителей, попытается ли оно понять творческое меньшинство и принять его. Николай Бердяев писал: «Перед каждой исторической эпохой стоит сложная задача выделения и укрепления своей аристократии» [1]. Общество потребления превращает личность в потребителя, вынуждает его раскрывать свой творческий потенциал посредством потребления. Однако еще Платон описывал философа и

противопоставлял его толпе как человека, который видит саму красоту и видит ее саму по себе, познающего сущность вещи, не только наблюдая множественность этих вещей. По Платону философ рассудителен и ни в коей мере не корыстолюбив, что проявляется в необходимости нести обществу всё то, что усмотрел он сам в своем самосовершенствовании [7].

В современном мире роль творческого меньшинства крайне низка, сведена к историческим минимумам. Ценностная переориентация общества, отказ от духовной самореализации на уровне культуры, на смену которой пришла культура потребления, привели к принятию современным обществом неизменности жизни, то есть полную инертность индивидов, которые не способны раскрыть свои собственные границы. В таком обществе не просто нет запроса на творческие элиты, а происходит массовизация и таких представителей условного творческого меньшинства, которые фактически являются уже готовым продуктом общества потребления, но никак не самостоятельным образованием с фундаментальными основаниями: ценностями и убеждениями. Обратимся к Ницше: «Человечество не представляет собою развития к лучшему, или сильнейшему, или высшему, как в это до сих пор верят. «Прогресс» есть лишь современная идея, иначе говоря, фальшивая идея. Теперешний европеец по своей ценности глубоко ниже европейца эпохи Возрождения, поступательное развитие решительно не представляет собою какой-либо необходимости повышения, усиления» [3].

Существование творческого меньшинства должно особенно ярко подчеркивать всю неоднородность человеческого общества, что является неизбежностью и необходимостью для динамического развития цивилизации. Сегодня отсутствие не просто запроса, но самой способности современным обществом распознать внутри себя хотя бы потребность в разрешении своих проблем – это один из крупнейших вызовов, стоящих перед ним, от ответа на этот вызов будет зависеть его будущее. Практически незначительная роль современного творческого меньшинства сегодня сводится к тому, чтобы в данных условиях показать потребность общества в услугах творческих элит. А это значит, что необходимо вскрыть проблему обманывающегося общества. И даже если современное общество не осознает такой потребности, то вызов очевиден: мир как никогда нуждается в людях с твердыми убеждениями, идеалами, в возвращении таких понятий как «благородство духа», требовательность и долг.

Список литературы

1. Бердяев, Н. Философия неравенства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://platon.net/load/knigi_po_filosofii/istorija_russkaja/berdjaev_n_a_filosofija_neravenstva/15-1-0-3403 . – Дата доступа: 29.12.2023.
2. Бодрийяр, Ж. Общество потребления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/library/basis/3464/3475#t90> . – Дата доступа: 29.12.2023.
3. Ницше, Ф. Антихрист [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.ru/NICSHE/antihristianin.txt> . – Дата доступа: 29.12.2023.

4. Ницше, Ф. По ту сторону добра и зла [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/library/basis/4821> . – Дата доступа: 29.12.2023.
5. Ницше, Ф. Так говорил Заратустра [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lib.ru/NICSH/zaratustra.txt> . – Дата доступа: 29.12.2023.
6. Ортега-и-Гассет, Х. Восстание масс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://platon.net/load/knigi_po_filosofii/filosofija_zhizni/ortega_i_gasset_hose_v_osstanie_mass/1-1-0-613 . – Дата доступа: 29.12.2023.
7. Платон. Государство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://mnk.coinmuseum.ru/upload/library-alexandria/Platon_state.pdf . – Дата доступа: 29.12.2023.
8. Тойнби, А. Постыжение истории [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://library.khpg.org/files/docs/1446489707.pdf> . – Дата доступа: 29.12.2023.
9. Тоффлер, Э. Третья волна представление [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/library/basis/4821> . – Дата доступа: 29.12.2023.

Р. Н. Чернухин,

студент бакалавриата, Национальный государственный Университет физической культуры, спорта и здоровья имени П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург, Россия

К. К. Оганян,

доктор философских наук, профессор кафедры социально-гуманитарных дисциплин им. В.У. Агеевца, Национальный государственный Университет физической культуры, спорта и здоровья имени П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург, Россия

Социологический анализ представлений работодателей о потребностях в молодых специалистах и проблемах с их трудоустройством

Резюме. В статье рассматриваются представления работодателей о потребностях в молодых специалистах. Авторами представлены результаты социологического анализа конкурентоспособности молодых специалистов на российском рынке труда. Раскрыты проблемы их трудоустройства. Даны рекомендации по изменению образовательной политики вуза и государства.

Ключевые слова: работодатель, молодой специалист, выпускник вуза, студент, опыт, начинающий специалист, работник, тренер, НГУ им. П.Ф. Лесгафта, государство, интервьюируемый, конкурентоспособность.

Идеальная модель личности XXI века – это личность многомерная, вбирающая в себя и реализующая достоинства творчески саморазвивающейся, самодостаточной и конкурентоспособной личности [1, с. 100-102].

В условиях жесткой конкуренции на рынке труда наиболее опытные, квалифицированные, целеустремленные, способные, предприимчивые мо-

лодые люди имеют преимущества перед остальными при получении высокооплачиваемой работы. В рамках модернизации образовательной системы внимание учёных все чаще акцентируется на решении проблемы формирования конкурентоспособного специалиста.

«Предпринимаемые вузами, работодателями, органами власти мероприятия по функционированию системы управления конкурентоспособностью студентов носят бессистемный характер. В условиях интеграции современного образования студенты вузов не готовы к серьёзной конкуренции в борьбе за своё будущее, а потребность в профессиональных кадрах в настоящее время является повсеместно высокой» [4, с. 236-237].

Можно с уверенностью сказать, что конкурентоспособность на рынке труда является многозначным понятием, содержание которого в основном определяется тем, что выделяет в качестве объекта конкурентоспособности тот или иной автор.

Под этим подразумевается в том числе разработка и осуществление организационных механизмов, которые ведут к согласованности и совершенствованию взаимодействия высшего образования с рынком труда. В рамках социального партнёрства становятся важными взаимосогласованные действия различных субъектов, которые прямо или косвенно участвуют в формировании и развитии конкурентоспособности выпускников высших учебных заведений на рынке труда.

В результате критического анализа проведено уточнение ключевого понятия «конкурентоспособность выпускника вуза».

Конкурентоспособность выпускника вуза – это способность конкурировать и выигрывать на рынке труда за желаемое рабочее место за счет наилучшего соответствия сформированных в процессе обучения профессиональных компетенций объективным требованиям рабочего места и субъективным предпочтениям работодателя [3, с. 16].

Сущность концептуальных требований к профессиональной компетентности сводится к расширению знаний, умений и навыков, которые необходимы непосредственно для того, чтобы повысить производительность труда в сфере жизнедеятельности в целом.

Замена понятий о чисто трудовых, производственных знаниях, умениях и навыках полной гаммой знаний, умений и навыков, в том числе требуемых для охраны и улучшения здоровья, демографического развития, сохранения и развития традиций и культуры, рационального использования природных ресурсов, защиты окружающей среды и снижения экологического риска для выполнения активной гражданской роли и конкурентоспособности на рынке труда, означает всесторонность учёта интересов индивида и поддержание его в процессе развития [2].

Одна из характерных черт концепции компетентности человека – это повышение роли субъекта в социальных преобразованиях и усовершенствованиях способности его понять динамику процессов развития и воздействия на их ход.

Данные требования профессиональной компетентности определяет образовательная политика государства. По мнению Чернилевского Д.В., понятие свободы выбора должно стать ключевым понятием в образовательной политике как современной, так и будущей России. Однако эта свобода должна пониматься разумно, это свобода в выборе технологий, дифференциации методов и путей образовательной деятельности, которые ведут к личностно, общественно и государственно значимым результатам, заложенным в виде образовательных целей и ценностей в соответствующих философско-образовательных парадигмах, стратегических концепциях и политических доктринах, а также в различных образовательно-воспитательных стандартах [6, с. 17-21].

Какой же должна быть вузовская подготовка специалистов, чтобы им была обеспечена возможность реализовывать свой профессиональный и личностный потенциал, удовлетворяя одновременно потребности общества? Чернилевский Д.В. считает, что решение настоящего вопроса лежит в двух плоскостях:

1. установления требований к будущему специалисту со стороны отдельных хозяйственных субъектов, общества, государства и самой личности;
2. выбора идеализации образовательных технологий, которые соответствуют данным требованиям.

Если абитуриенты и студенты вузов выступают потребителями (покупателями) образовательных услуг, то выпускники представляют собой продавцов профессиональных навыков и знаний, вынужденных конкурировать на рынке труда за рабочие места. Сегодня и в ближайшем будущем на российском рынке труда будет превышение предложения над спросом. В этой ситуации в качестве покупателей выступают организации и предприятия, т.е. работодатели. Также как и студенты, они оказывают сильное влияние на политику высших учебных заведений - производителей образовательных услуг.

Приходится констатировать тот факт, что в настоящее время динамика спроса на рынке труда на специалистов определённой квалификации и определённого профиля находится в противоречии с традиционно сложившейся их подготовкой, с номенклатурой специальностей и специализаций. Проявление последнего выражается, например, в том, что студенты, помимо основных циклов дисциплин и умений, желают также получить дополнительные. На сегодняшний день их интересы смещаются в область менеджмента, экономики, юриспруденции, иностранного языка [7, с. 34-37].

Конкурентоспособная профессиональная компетентность выпускников высших учебных заведений на рынке труда в свете международных требований может быть достигнута при условии существенных преобразований системы высшей профессиональной школы.

Помимо сложностей бюджетного финансирования и недостаточного внимания к высшему профессиональному образованию со стороны государства дают о себе знать недостатки самих механизмов управления, не срабатывающих при наличии противоречий между:

- новизной в управлении учебным заведением и значительным отставанием в организации и качестве процесса обучения;

- требованиями к подготовке конкурентоспособных специалистов и подготовленностью соответствующих педагогических кадров к ее осуществлению;

- готовностью профессорско-преподавательского состава к творческой научно-педагогической деятельности и отсутствием условий для реализации своего потенциала.

Вследствие множества вопросов, возникающих из-за перехода вузов на новый хозяйственный механизм, с большей их самостоятельностью и ответственностью, стоящие на их пороге педагогические инновации не были многими поняты и приняты [8].

Помимо этого, управление не заинтересовывает в нововведениях; стало почти правилом, что педагогическая практика и наука оторваны.

В условиях неопределённости социального заказа и отсутствия в полном объёме стандартов цели высшего профессионального образования могут казаться расплывчатыми, без ясных ориентиров и может быть нечетким управление. Однако социальный заказ определяется рынком. Каждое учебное заведение, осуществляя подготовку специалистов, выбирает для себя требования профессиональной подготовки, которые должны быть не ниже, а возможно даже выше приведенных в государственных образовательных стандартах. В соответствии с этими требованиями профессиональной компетентности выпускников вуз предусматривает для себя методическую и кадровую обеспеченность, нормативы, характер учебной и научно-производственной деятельности.

В настоящее время в центре внимания стоят и такие вопросы, как требования к уровню компетентности и образовательным стандартам и конкурентоспособности выпускников, формирование нового типа личности с высокими нравственными качествами, открытого к сотрудничеству и др.

Необходима инновационная деятельность, в том числе создание новых типов учебных заведений. Здесь речь идет не о смене вывески, некотором изменении структуры управления и частичном совершенствовании обучения, а о качественно новом типе учебного заведения, обеспечивающего опережающее высшее профессиональное обучение и конкурентоспособность выпускников.

Новый тип учебного заведения выражен в его целях, новизна которых состоит в ориентации высшего профессионального обучения на подготовку конкурентоспособного, профессионально компетентного специалиста, готового к сотрудничеству и взаимопониманию людей. Это требует изменения содержания и технологий обучения и их дифференциации в зависимости от особенностей личности и способностей обучающихся, а также от разных уровней обучения внутри одного и различных типов учебных заведений [5].

Для изучения представлений работодателей об особенностях трудоустройства молодых специалистов и возникающих проблем было проведено два интервью с представителями спортивных школ олимпийского резерва по футболу города Санкт-Петербурга.

Один из первых вопросов, заданных в ходе интервью, был связан с оценкой кадровой ситуации. При ответе на данный вопрос работодатели сошлись во мнении, что сейчас нет проблем. Первым было озвучено такое мнение: *«За последние годы я увидел в спортивных школах много качественных специалистов, которые являются выпускниками университета. Они действительно отвечают требованиям РФС и спортивного комитета. Моё личное мнение, что за последние годы стали готовить более качественных и высококвалифицированных специалистов, которые действительно отвечают всем требованиям настоящего тренера и работают очень качественно, на перспективу»*. Представитель второй школы, выделил проблему переизбытка кадров в отрасли.

Представитель одной из ведущих футбольных школ России рассказал про среднее количество молодых специалистов - выпускников вузов, ежегодно принимаемых на работу. *«В нашу школу попадает не так много специалистов, окончивших университет. Это связано с тем, что мы принимаем специалистов, которые уже поработали с детьми на низших ступенях и предпочитаем работников со стажем. Во-первых, им плюс к зарплате, и мы не готовы пока взять непроверенных специалистов, которые только что закончили университет»*.

Представитель другой организации отметил, что они принимают на работу молодого специалиста примерно раз в 3 года. При этом, как подчеркнули интервьюируемые, существует потребность в наличии опыта работы у молодых специалистов. Также одним из критериев является собственный опыт в роли спортсмена, достижения и награды в карьере. В некоторых случаях, приоритетом при трудоустройстве перед другими молодыми специалистами будет окончание футбольной школы работодателя. Это связано с тем, что ему уже известны личностные качества претендента. Большое значение имеют: профессиональные качества; успеваемость выпускника вуза, формализованная в оценках диплома. Тренер с красным дипломом будет иметь преимущество.

К сожалению, студенты не проходят производственную практику в ведущих футбольных школах страны. Молодые специалисты получают практический опыт в ДЮСШ и СШОР среднего уровня чемпионата города, речь идёт не о высшей группе, а о первой и второй лигах Санкт-Петербурга. О стажировках в футбольные клубы элитного эшелона России говорить не приходится, а о международных, тем более.

Из основных параметров, определяющих конкурентоспособность выпускника вуза при трудоустройстве на работу, интервьюируемые выделили: производственную практику, наличие опыта, образование, окончание футбольной школы. Определяющим параметром конкурентоспособности было выделено желание работать в независимости от заработной платы на той или иной работе, связанной непосредственно со своей профессией.

Представители организаций при отборе кандидата на вакантное рабочее место применяют метод экспертной оценки молодых специалистов

(выпускников вузов). Рекомендательные письма ректора и других должностных лиц воспринимаются положительно.

Далее работодателям предлагалось выбрать оптимальный вариант при внедрении инноваций: переобучение сотрудника с большим опытом работы или принятие молодого специалиста без опыта, но с подходящей специализацией. Интервьюируемые затруднились ответить, но выразили своё мнение. *«Скорее всего, мы бы взяли проверенного специалиста с опытом»* и *«Сложный вопрос, всё очень индивидуально»*.

Практика поддержки новых идей характерна для большинства организаций, представляемых интервьюируемыми. *«Начинающие специалисты пришли в нашу школу и внедрили своё современное видение футбола. Ставили совершенно новую модель игры в своих командах, развивали совершенно другие упражнения, нежели более классические тренировки, которые наблюдались у более опытных работников – старшего поколения. Эту идею подхватили другие сотрудники и могу сказать, что школа вышла на новый уровень»*. В другой организации молодые специалисты также продвигают новые идеи в своих командах, но их принятие старшим поколением затруднено.

В организациях ценятся следующие личностные и профессиональные качества: *«Первое – это любовь к своей работе, профессионализм в своём роде деятельности, то есть специалисты не должны работать от звонка до звонка. Они должны всё время посвящать только своему определённому делу. Второе – это естественно честность и равнодушие к тренерскому коллективу, чтобы не было никаких разногласий и ничего не говорилось за спиной. Разумеется порядочность, ответственность и конечно это пунктуальность – тоже один из немаловажных факторов. Ну и конечно профессиональные качества футболиста – они приветствуются в нашей работе»*.

Интервьюируемым была озвучена цитата Генри Форда: «Только два стимула заставляют работать людей: жажда заработной платы и боязнь её потерять». И заданы вопросы: «Насколько актуально данное высказывание для современных выпускников? Существуют ли отдельные инструменты мотивации молодых специалистов?»

Представители организаций ответили, что такие качества у них не ценятся. Уважаются любовь к футболу, любовь к детям. Выпускники не понимают, что сначала нужно чего-то добиться – нужно поработать. И хотят сразу очень много денег, большие гонорары и редко им это удаётся. Они теряют работу и уходят работать по другой должности, что является очень большой ошибкой. Нужно сначала доказать свою состоятельность: «сначала ты работаешь на имя, а потом имя работает на тебя». Отдельные инструменты мотивации молодых выпускников придуманы государством, есть поддержка молодым специалистам в области педагогики.

Потенциальные работники могут рассчитывать на должность тренера и на группы начальной подготовки, на должность ассистента на кафедре Лесгафта или какие-то, возможно, административные должности.

В спортивных школах действительно берут молодых специалистов без опыта работы. Берут над ними наставничество, причём сами директора, но это скорее всего либо спортивные школы, либо футбольные клубы, которые не могут найти, наверное, специалистов с опытом работы со стажем по тем или иным причинам. Это могут быть материальные аспекты, какие-то другие условия, то есть берут студентов. Их действительно учат, берут над ними шефства. И были случаи, когда доходило до того, что молодые специалисты, закончившие институт, становились неплохими специалистами, которые сейчас работают в высшей группе Санкт-Петербурга по футболу. Наставничество существует, но нет специальной программы.

Все работодатели хотят получить опытного специалиста без стажа работы, ещё и молодого – это действительно очень тяжело. Государство должно ввести какие-то определённые правила, при которых СШОР, причём мы берём высших достижений в том или ином виде спорта, обязаны проводить практики одного или двух студентов вузов ежемесячно. Это может быть как Герцена, так и Лесгафта. Чтобы молодой специалист был прикреплен к школе, посвящён во все дела. Где-то даже давать ему проводить занятия, естественно под присмотром работников школы. Некоторые начинающие специалисты зарекомендовали бы себя и попали бы в школу продемонстрировав своё мастерство. То есть не хватает какого-то закона, договорённости между институтом и спортивной школой, футбольными клубами, которые могли бы обучать этих специалистов и понимать, готовы ли они к большой профессиональной жизни или нет. Государству надо увеличить количество тренеров на группах, особенно на начальной подготовке.

Оценка работодателя ситуации с трудоустройством молодых специалистов НГУ им. П.Ф. Лесгафта: *«Я считаю, что ситуация с трудоустройством молодых специалистов НГУ достаточно хорошая. Опять же тяжело говорить за другие кафедры. Если мы говорим о футболе, то тот, кто хочет работать в сфере педагогики, тот может найти работу. Это может быть и частная школа, государственная школа, с точки зрения именно специализации футбола. Образовательная школа учителем физической культуры. Это могут быть спортивные клубы или частные, инструктором по физической культуре. Поэтому кто, я считаю, хочет, тот находит работу по специальности».*

По мнению интервьюируемых основная проблема выпускников, выходящих на рынок, в нехватке опыта работы. *«Любому работодателю нужен опытный специалист, поэтому не всегда доверяют молодёжи. Молодёжь надо готовить. Существует достаточно много частных школ, где требуются помощники тренеров, там этот опыт можно получить. Поэтому, работодатели могут оказать помощь в трудоустройстве в частные школы. Получение в них опыта и вдобавок это небольшой заработок, подработка. Вторая проблема, кроме того, что нужен опыт, это конечно заработок. Всё-таки в сфере педагогики заработки небольшие и не всех они*

устраивают. По этой причине многие выбирают, к примеру, более лёгкий заработок».

В НГУ им. П.Ф. Лесгафта есть центр занятости студентов, который помогает в трудоустройстве и предлагает различные варианты.

Интервьюируемые считают, что уровень профессиональной компетентности современных выпускников НГУ им. П.Ф. Лесгафта достаточно высокий. Это подтверждает опыт совместной работы.

«В нашей организации есть выпускники Лесгафта. Но все они либо уже играли, либо показали свой уровень подготовленности в других лигах детско-юношеского футбола».

«Сейчас на отделении футбола работает 10 тренеров. Да, среди них есть выпускники Лесгафта. Я думаю, что больше половины. 6-7 человек выпускники НГУ им. П.Ф. Лесгафта».

В настоящее время существует проблема рассогласованности целей и задач экономических институтов и институтов образования в отношении трудоустройства специалистов, так как универсальные, общепринятые и проверенные механизмы поддержки конкурентоспособности отсутствуют.

Эффективное управление конкурентоспособностью выпускников вузов возможно посредством регулярной, согласованной поддержки со стороны вуза, предприятий, в том числе, со стороны малого бизнеса, государства, а также выработанного понимания самих выпускников о своем предназначении, профессиональных и личностных склонностях и возможностях, важен интеллектуальный и идейный потенциал.

В целом исследование показало, что возрастает необходимость поиска механизмов координации и интеграции интересов образовательных учреждений и рынка труда, студентов и работодателей. Одним из ключевых направлений работы вуза должно стать формирование эффективных взаимоотношений между рынком труда и образовательными учреждениями, создание системных основ трудоустройства будущих специалистов.

Рекомендации:

Первым делом требуется наладить сотрудничество между вузами и работодателями. Это позволит максимально успешно подготовить специалистов, которые нужны рынку труда.

Государству следует увеличить часы практики, привлечь лучшие футбольные академии страны к стажировкам студентов, прохождению обучающих курсов. Начинающим специалистам необходимо увидеть профессионализм и компетентность высшей пробы, чтобы они не довольствовались менее эффективными методами, как это происходит сейчас.

Важным изменением будет повышение заработанных плат в сфере педагогики, в частности тренерской деятельности. Это обеспечит прекращение оттока кадров и повысит их качество.

Учебным заведениям высшей школы следует вести плотную работу над демонстрацией перспектив будущей профессии специалиста. Нужно показать

студентам все возможные узкопрофильные дисциплины, освоив которые, они смогут стать ценным работником своей сферы.

Список используемых источников

1.Абрекова Л., Худоянц М. О формировании готовности личности к экономической деятельности // Высшее образование в России. - 2011. - № 3. - С. 100-102.

2. Данакин Н.С., Шутенко А.И. Конкурентоспособность выпускников как показатель эффективности современного вуза // Современные проблемы науки и образования. - 2014. - № 6.

3. Оганян К.К. Мотивированность и ориентированность студентов как факторы развития конкурентоспособности выпускников вуза / К.К. Оганян. - СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2017. - 130 с. - С.16.

4. Рынки труда и образовательных услуг России: реалии и перспективы: Монография / Под общ. ред. С.Д. Резника, Р.М. Нижегородцева, Г.А. Резник. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 324 с. - (Научная мысль). - С. 236-237.

5. Сибирская М.П. Педагогические технологии и повышение квалификации инженернопедагогических работников / М.П.Сибирская. - СПб., Наука, 1997. - 193 с.

6. Чернилевский Д., Моисеев В. Непрерывное образование. Второе высшее образование // Высшее образование в России. - 2008. -№ 4. - С. 17-21.

7. Черняк Т. В. Формирование компетентности лидера как фактор конкурентоспособности выпускников вузов // Образование в России. - 2007. - № 6. - С.34-37.

8. Ярошенко С.Н. Ценностные основы становления и развития конкурентоспособности студентов вуза: теоретико-методологический аспект [Текст] : монография / С. Н. Ярошенко. - Челябинск : Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2009. - 151 с.

Ф. С. Рубцов,

студент 4 курса программы бакалавриата
по направлению «Социология»,

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Социальный престиж педагогической профессии в СССР и современной России

Аннотация. В статье раскрывается проблема социального престижа педагогической профессии и его значения для развития общества и народного хозяйства. Анализируя эмпирические данные, обобщая результаты собственных исследований и опираясь на изыскания других отечественных ученых, автор проводит сравнительный анализ социального престижа преподавательской деятельности в советской и современной России.

Ключевые слова: социальный престиж, педагогическая профессия, преподавательская деятельность, народное образование, социально-экономическое развитие.

Abstract. The article reveals the problem of the social prestige of the pedagogical profession and its significance for the development of society and the national economy. Analyzing empirical data, summarizing the results of his own research and relying on the studies of other Russian scientists, the author conducts a comparative analysis of the social prestige of teaching in Soviet and modern Russia.

Key words: social prestige, pedagogical profession, teaching, public education, socio-economic development.

В условиях становления информационного общества и экономики знаний возрастает необходимость исследования науки и образования – социальных институтов, в рамках которых осуществляется производство знаний и, соответственно, их сохранение и передача от одних поколений к другим. Кроме того, требуется совершенствование подходов к управлению научно-образовательной сферой, которые бы способствовали принятию обоснованных и эффективных решений в ответ на возникающие вызовы.

Развитие системы народного образования невозможно без решения проблем ее кадрового обеспечения. В современной России одной из основных проблем выступает дефицит педагогических работников, что было неоднократно акцентировано как автором настоящего исследования, так и другими отечественными учеными [1; 10; 11; 12]. Причем он представляется еще более эксплицитным на фоне эмпирических данных, характеризующих состояние образовательной системы в СССР.

В целях повышения грамотности населения советское государство обеспечивало активное развитие народного образования на всех уровнях. Более чем двукратному увеличению доли грамотного населения в возрасте 9–49 лет в период с 1920 по 1979 год (с 44,1% до 99,8%) [5, с. 36] способствовала, в числе прочего, интенсивная профессиональная подготовка педагогических работников. Так, в 1960–1980-е гг. удельный вес обучающихся по программам высшего образования, реализуемых учебными заведениями просвещения, в общей численности студентов вузов колебался в районе 30% [6, с. 197]. Совершенно другая ситуация наблюдается в настоящий момент: по данным на 2023 год, количество обучающихся по специальностям группы «Образование и педагогические науки» едва превышает 11% от числа студентов бакалавриата, специалитета и магистратуры [7].

Для оценки обеспеченности образовательной системы педагогическими кадрами обычно рассчитывается отношение числа обучающихся к числу преподавателей на конкретном уровне образования. Если в СССР в 1940/41 учебном году на одного учителя в дневной общеобразовательной школе приходилось 29 учеников, то к началу 1980-х гг. значение данного показателя сократилось до 16, а к концу 1980-х гг. – до 13 (табл. 1) [6]. В текущее время в российских школах отношение числа обучающихся по программам начального, основного и среднего общего образования к числу учителей равняется 16 (табл. 2) [8], что соответствует уровню СССР начала 1980-х гг. и свидетельствует о возросшей учебной нагрузке на отечественных педагогов.

Таблица 1. Соотношение численности обучающихся и учителей дневных общеобразовательных школ в СССР

Учебный год	Обучающиеся, тыс. чел.	Учителя, тыс. чел.	Число обучающихся на одного учителя
1940/41	34784	1216	29
1950/51	33314	1433	23
1960/61	33417	1933	17
1970/71	45448	2510	18
1980/81	39546	2517	16
1985/86	41351	2794	15
1987/88	42556	3110	14
1988/89	43053	3206	13

Источник: составлено автором на основе [6].

Таблица 2. Соотношение численности обучающихся по программам начального, основного, среднего общего образования и учителей в России

Учебный год	Обучающиеся, тыс. чел.	Учителя, тыс. чел.	Число обучающихся на одного учителя
2015/16	14770	1127	13
2018/19	16137	1139	14
2019/20	16566	1139	15
2020/21	16894	1139	15
2021/22	17314	1134	15
2022/23	17745	1130	16

Источник: составлено автором на основе [2;8].

Аналогичные результаты получаются при анализе состояния высшего образования в советский и постсоветский период. Численность профессорско-преподавательского персонала вузов в СССР неуклонно возрастала, в то время как в современной России уже на протяжении более 15 лет наблюдается обратная тенденция. В результате в отечественных организациях высшего образования количество студентов на одного преподавателя в 2020-х гг. оказывается ощутимо выше, нежели в 1980-х гг.: 18–19 против 13–15 (табл. 3, 4) [2;6;7]. Стоит отметить, что проблема оттока кадров в российской высшей школе стоит особенно остро: с 2005/06 учебного года до настоящего времени численность ППС сократилась в 1,7 раза – с 359 до 215 тыс. чел. [2;7].

Таблица 3. Соотношение численности студентов вузов и профессорско-преподавательского состава в СССР

Учебный год	Студенты, тыс. чел.	ППС*, тыс. чел.	Число студентов на одного преподавателя
1980/81	5235,2	356,8	15
1987/88	5025,7	370	14
1988/89	4999,2	379,6	13

* Без совместителей.

Источник: составлено автором на основе [6].

Таблица 4. Соотношение численности студентов вузов и профессорско-преподавательского состава в России

Учебный год	Студенты, тыс. чел.	ППС*, тыс. чел.	Число студентов на одного преподавателя
2000/01	4741,4	279,6	17
2005/06	7064,6	358,9	20
2010/11	7049,8	356,8	20
2017/18	4245,9	245,1	17
2018/19	4161,7	236,1	18
2019/20	4068,3	229,3	18
2020/21	4049,3	223,1	18
2021/22	4044,2	217,7	19
2022/23	4130,0	215,1	19

* Без внешних совместителей и работающих по договорам гражданско-правового характера.

Источник: составлено автором на основе [2;7].

Однако соотношение обучающихся и преподавателей не является единственным предиктором трудовой нагрузки последних. Необходимо учитывать, что современные педагоги вынуждены работать в условиях высокой забюрократизированности образовательной системы и выполнять формализованные требования в аспектах делопроизводства, непрерывного обучения и постоянного повышения квалификации, применения новых, в особенности цифровых, технологий и инструментов в образовательной практике и т. д. [12; 13]. Все это при том, что установленные в майских указах целевые показатели средней заработной платы педагогических работников в I–III кварталах 2023 года не были достигнуты:

- на уровне общего образования – по меньшей мере в 39 субъектах РФ;
- на уровне высшего образования – минимум в 40 субъектах РФ [3].

Неудивительно, что социальный престиж педагогической профессии в современной России оказывается заметно ниже, чем в советские годы, о чем свидетельствуют результаты эмпирических исследований.

Опрос, проведенный ВЦИОМом по программе «Советский человек» в 1994 году, позволил выяснить, представителями каких профессий респонденты хотели бы видеть своих детей / внуков. Массовые интеллигентные профессии – врач, учитель, инженер – были наиболее популярны в трех когортах:

- от 25 до 39 лет – 32%;
- от 40 до 54 лет – так же;
- 55 лет и старше – 34%.

При этом у наиболее молодых респондентов (до 25 лет) уже были сформированы иные установки: в своих ответах они чаще отдавали предпочтение таким видам деятельности, как директор банка (23%), бизнесмен, спортсмен (по 20%), офицер, рабочий (по 19%) [4, с. 87].

Сложившаяся на тот момент межпоколенческая дифференциация установок объясняется тем фактом, что социальный опыт представителей когорты младше 25 лет характеризовался началом профессионального пути в период социально-экономического и политического кризиса 1990-х гг., слома старого

порядка и начавшихся (а в некоторых случаях катализированных) на этом фоне институциональных трансформаций, которые охватили и классическое образование. Молодое поколение не разделяло интересубъективные представления старших сограждан о значимости и ценности педагогической профессии, о привлекательности преподавательской деятельности, сконструированные посредством применения управляющими субъектами широкого арсенала социальных технологий. Среди последних особое место занимала пропаганда, которая была направлена на инкорпорирование в аксиологическую парадигму советского общества ценности просвещения и реализовывалась посредством массового издания научно-популярной литературы, учреждения просветительских организаций, музеев науки и техники, создания профильных детских кружков, производства культурной продукции, эксплицирующей особую роль науки и образования, и др. [11, с. 142].

В последние годы в общественном мнении репрезентируется относительно невысокая оценка социального престижа педагогической работы. По результатам опроса ВЦИОМа, проведенного в 2022 году, средний балл, характеризующий привлекательность профессии учителя для подрастающих детей и внуков респондентов, по 5-балльной шкале (5 – наибольшая привлекательность) составляет:

- для девочек – 2,91%;
- для мальчиков – 2,46%.

При этом общественное положение учителей по аналогичной шкале оценивается несколько выше, нежели доходность их трудовой деятельности: 3,19 против 2,73 [9]. Очевидно, что коллективные представления россиян о престиже преподавательской работы в значительной степени детерминированы объективными факторами: уровнем жизни современных педагогов, условиями труда и трудовой нагрузкой в образовательных учреждениях, а также реформами, в рамках которых роль учителя, передающего знания и опыт, замещается ролью тьютора, инструктора, оказывающего образовательные услуги и помогающего ребенку в раскрытии его талантов [13].

Что касается научно-педагогической деятельности, то следует обратить внимание на такой показатель, как численность аспирантов. В России с 2010 по 2019 год его значение сократилось почти вдвое – со 157,4 до 84,3 тыс. чел., однако затем начало расти и к 2022 году увеличилось до 107,7 тыс. чел. [7]. Такая динамика свидетельствует о том, что в последние годы отмечается некоторое повышение привлекательности – в первую очередь, среди молодежи – академической карьерной траектории.

Обеспечение достойного социально-экономического положения педагогов и высокого социального престижа преподавательской деятельности необходимо для закрепления исключительной общественной значимости педагогической профессии, повышения роли и авторитета ее представителей. В противном случае, то есть при девальвации социального статуса преподавателей, происходит снижение уровня и качества подготовки обучающихся на всех уровнях образования, что неминуемо влечет за собой деградацию социального, трудового и культурного потенциала населения.



Рисунок 1. Численность аспирантов и выпуск из аспирантуры, чел.

Источник: [10, с. 72].

Литература

1. Архипова Н. И., Колетвинова Е. Ю., Седова О. Л. Проблемы кадрового обеспечения в условиях модернизации системы высшего профессионального образования в России // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2012. № 10. С. 11–25.

2. Индикаторы образования: 2023: стат. сб. / Н. В. Бондаренко, Т. А. Варламова, Л. М. Гохберг и др. М.: НИУ ВШЭ, 2023. 432 с.

3. Итоги федерального статистического наблюдения в сфере оплаты труда отдельных категорий работников социальной сферы и науки за январь-сентябрь 2023 года [Электронный ресурс]. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/itog-monitor_03-2023.htm (дата обращения: 26.12.2023).

4. Левада Ю. А. Сочинения: проблема человека. М.: Издатель Карпов Е. В., 2011. 526 с.

5. Миронов Б. Н. Развитие грамотности в России и СССР за 1000 лет, X–XX вв. // Studia Humanistica. Исследования по истории и филологии. СПб.: Блиц, 1996. С. 24–46.

6. Народное образование и культура в СССР: стат. сб. М.: Финансы и статистика, 1989. 432 с.

7. Образование [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/education> (дата обращения: 25.12.2023).

8. Общее образование [Электронный ресурс]. URL: https://edu.gov.ru/activity/statistics/general_edu (дата обращения: 25.12.2023).

9. Профессия: учитель! [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/uchitelja-prestizhnost-dokhodnost-privlekatelnost> (дата обращения: 26.12.2023).

10. Рубцов Ф. С. Проблемы кадрового обеспечения российской системы высшего образования // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. 2023. № 3. С. 70–77.

11. Рубцов Ф. С. Управление социальным престижем науки и высшего образования: на примере СССР // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. 2023. № 2. С. 135–143.

12. Савватеев А. В. Манифест спасения массовой школы в России // ЭКО. 2023. № 5. С. 8–19.

13. Четверикова О. Н. Цифровой тоталитаризм. Как это делается в России. М.: Книжный мир, 2022. 400 с.

А. А. Кадомская,

Санкт-Петербургский государственный университет (СПбГУ),
Санкт-Петербург, Россия

Трудности социализации детей из неполных семей

Аннотация. Семья является важным общественным институтом, реализующим важнейшие функции, одной из которых является социализация личности. Однако распад семьи и изменение ее формы в силу различных обстоятельств не может не повлиять на развитие детей и их самореализацию в обществе. В данной статье рассматриваются трудности социализации детей, воспитанных в неполных семьях.

Ключевые слова: семья, неполные семьи, дети, детство, брак, социализация, трудности, проблемы.

Институт семьи и детства по сей день остаётся основополагающим в функционировании и существовании общества. Будучи сложной системой со своими нормами, правилами, обычаями, традициями, устоями, семья состоит, как правило, из родителей и детей, но в силу различных обстоятельств, таких как смерть одного из супругов, развод, уход родителя из семьи и других, она может поменять свою форму и даже в некоторой степени претерпевать частичный распад, подразумевающий неполноту в ее строении. Все это не может не сказаться на формировании личности детей, воспитывающихся в подобных семьях, а также на их социализации в обществе и общении со сверстниками.

Самой распространённой причиной появления неполных семей является развод родителей, такая группа семей является наиболее уязвимой с точки зрения ее воспитательного потенциала [2, с. 7], чаще дети остаются с матерью (число матерей-одиночек достигает порядка 5,6 млн) [1, с. 303], реже с отцом (по данным РБК, 600 тыс. семей состоят из отцов-одиночек и детей), а число неполных семей составляет более 30% (а точнее, по данным РБК со ссылкой

на учёных ФНИСЦ РАН, на момент 2021 года 37,7%), к сожалению, тенденция идёт к нарастанию: по данным Росстата, число неполных семей в России выросло до 6 млн. Но наряду с этим есть и другие причины возникновения данного рода семей: уход одного из супругов, смерть, внебрачное рождение ребёнка.

Рассмотрим возможные проблемы, которые могут возникнуть при социализации ребёнка, воспитанного в неполной семье. Влияние на мальчиков и девочек и их социализацию будет различным, а то, как ребёнок справиться с последствиями развода, зависит от пола родителя, с которым ребёнок останется жить [1, с. 304]. Однако остаётся бесспорным влияние отсутствия отца на развитие личности ребёнка как мужского, так и женского пола: формируется искаженная концепция восприятия себя (иначе, Я-концепции), формируется низкая или неадекватная самооценка, наблюдается тревожность, застенчивость, появляются чувства несовершенства, неуверенности и личной несформированности, а также становятся затруднительными любые взаимодействия со сверстниками противоположного пола [2, с. 8].

Нередко, когда ребенок остаётся жить с матерью, он может неверно интерпретировать роли в семье в силу отсутствия отца. Так как мать в ряде случаев вынуждена искать подработку, чтобы материально обеспечить неполную семью, в попытках заменить второго родителя и дать необходимое воспитание, она зачастую вынуждена проявлять силу, волевой характер и качества, скорее свойственные мужчинам, забывая про материнскую нежность, так необходимую ребёнку (в особенности дочери), формируя у ребёнка неверное представление о социальной роли женщин и присущих им качествах [1, с. 305]. В свою очередь, мальчики, которые остались с матерью, зачастую не обладают всеми мужскими качествами за неимением примера того, как должен вести себя мужчина в семье [1, с. 305].

Часто в неполных семьях родители не ориентируются или ориентируются в меньшей степени на социализацию ребёнка и передачу ему ценностей и верных представлений о жизни, а направляют основную часть энергии на реализацию себя и поиск нового партнёра.

В подростковом возрасте с наступлением зрелости у детей, воспитанных в неполных семьях, чаще наблюдается девиантное поведение, они могут быть более склонными к насилию, чем дети из полных семей [3, с. 784]. Нарушение внутрисемейных отношений снижает и нарушает возможности привития положительных ценностей ребёнку, в следствие чего его социализация становится затруднённой и отличной от детей из других семей [4, с. 116].

Более остро отсутствие отца воспринимают мальчики, чем девочки, будучи выращенными исключительно матерью или пережившими утрату отца, они становятся наиболее уязвимыми и, в ряде случаев, агрессивными [4, с. 116]. Также дети, воспитанные в неполных семьях, менее успешно обучаются в школе [4, с. 117].

Также наблюдается неготовность к созданию семьи, наиболее уязвимыми являются девочки [4, с. 117]. Таким детям сложнее создать семью,

поскольку появляется недоверие к противоположному полу и мысли о том, что можно столкнуться с похожими трудностями; они более рассчитывают на материальные блага, а не на романтические связи, наблюдается пассивность в достижении значительных жизненных целей [4, с. 118].

Ввиду отсутствия одного из родителей дети склонны в большей степени принимать все решения самостоятельно, они чаще могут прожить без чьей-либо помощи и не нуждаются в советах, чаще они доверяют своим друзьям, если таковые есть, и редко советуются с родителями [4, с. 119, 7, с. 2]. Такая ситуация складывается преимущественно из-за того, что родитель, оставшийся с ребёнком один и воспитывающий его без супруга или супруги, вынужден работать усерднее, чтобы содержать себя и ребёнка, однако отсутствие или дефицит внимания отрицательно сказывается на ребенке, поэтому он остаётся предоставленным самому себе [5, с. 60]. В процессе взаимодействия со сверстниками и другими людьми, дети из неполных семей пытаются восполнить недостаток внимания и информации, которые они не могут получить от родителей [4, с. 120]. Дети, которые воспитались в неполной семье, также испытывают трудности с построением межличностных контактов, такой случай носит название социального одиночества [4, с. 120]. У таких детей наблюдается повышение уровня моральной ответственности (в следствие чего они боятся разочаровать кого-либо, появляется тревога), поскольку они наделяются некоторыми социальными ролями, которые выполнял бы отсутствующий родитель [6, с. 68].

Подводя итог, хочется ещё раз подчеркнуть важность семьи в становлении личности ребёнка и его социализации в обществе. В неполной семье в силу различных трудностей становится затруднительной реализация необходимых семейных функций. Дети, воспитанные в подобных семьях, испытывают проблемы в общении со сверстниками, доверии к родителю и лицам противоположного пола, они не получают достаточного количества необходимых для жизни знаний, поэтому выбирают зачастую одиночество. Таким образом, семья должна сохраняться в необходимой для ее существования полноте, важен благоприятный внутренний климат и отсутствие или минимизация ситуаций, благоприятных для возникновения конфликтов, ссор и разногласий, способствующих распаду семьи, для наиболее успешного и полноценного развития личности ребёнка.

Список используемой литературы:

1. Жемчугова, Н. А. Влияние неполной семьи на становление личности мальчиков и девочек подросткового возраста / Н. А. Жемчугова, А. М. Башегурова // Психологическое благополучие современного человека : Материалы Международной заочной научно-практической конференции, Екатеринбург, 11 апреля 2018 года / Отв. ред. С.А. Водяха. Том 2. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет.

2. Бабкунова О.Н.. "Я-концепция личности подростка в неполной отцовской семье в контексте компетентностного подхода в образовании"

Психология и педагогика: методика и проблемы практического применения, по. 6-1, 2009, pp. 7-12.

3. Рождественская, Н. А. Анализ особенностей общения подростков из полных и неполных семей / Н. А. Рождественская // Психологические проблемы современной семьи : сборник тезисов VI-ой Международной научной конференции, Москва - Звенигород - Екатеринбург, 30 сентября – 04 2015 года / Под ред. Карабановой О.А., Захаровой Е.И., Чурбановой С.М., Васягина Н.Н.. Том Часть 2. – Москва - Звенигород - Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2015. – С. 782-790.

4. Иванова, Н. П. Неполная семья: особенности социализации детей / Н. П. Иванова // Социальная педагогика. – 2011. – № 6. – С. 115-121.

5. Сушенкова, С. А. Полоролевая социализация детей из неполных семей / С. А. Сушенкова // Вопросы гуманитарных наук. – 2011. – № 5(55). – С. 54-57.

6. Юлусова О. В. Актуальные проблемы социального воспитания ребенка в неполной семье // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Педагогика. – 2012. – №. 1. – С. 64-69.

7. Курагина, Г. С. Особенности социализации детей из неполных семей / Г. С. Курагина // Академия профессионального образования. – 2015. – № 7. – С. 47-52.

В. Е. Чепурная,
Студентка

Университет «Синергия», Москва,

Цифровизация: определение, нормативно-правовая база, достижения России

Аннотация.

В данной статье рассматривается понятие цифровизации, её показатели, рейтинг субъектов РФ. В наше время важно следить за изменениями, особенно когда они касаются всех сфер жизни общества. На них влияет повышение уровня использования цифровых технологий, внедрение инноваций в повседневную жизнь людей. На федеральном уровне запущены эти изменения, чтобы автоматизировать многие процессы, облегчить жизнь общества, оптимизировать использование ресурсов и снижать затраты. И мы, обычные люди, являемся потребителями результатов цифровой трансформации. Однако преобразования ещё не закончены, поэтому предлагаю посмотреть, какие задачи и цели поставило государство для развития общества.

Ключевые слова: цифровизация, нормативно-правовая база цифровизации, паспорт национального проекта, методика оценки уровня развития информационного общества в субъектах РФ, электронное правительство.

Abstract.

This article discusses the concept of digitalization, its indicators, and the rating of constituent entities of the Russian Federation. Nowadays, it is important to

monitor changes, especially when they affect all spheres of society. They are influenced by the increasing level of use of digital technologies and the introduction of innovations into people's daily lives. These changes have been launched at the federal level to automate many processes, make life easier for society, optimize the use of resources and reduce costs. And we, ordinary people, are consumers of the results of digital transformation. However, the transformations are not finished yet, so I propose to look at what tasks and goals the state has set for the development of society.

Keywords: digitalization, regulatory framework for digitalization, passport of the national project, methodology for assessing the level of development of the information society in the constituent entities of the Russian Federation, e-government.

Многие сейчас слышали про такой процесс, как цифровизация, однако могут не до конца понимать его значение. С чем связано такое явление, кто курирует всю эту деятельность и как это влияет на нашу жизнь? Именно поэтому предлагаю рассмотреть этот вопрос с разных сторон, чтобы после иметь чёткое представление о цифровизации.

Определение.

Если говорить простыми словами, то цифровизация – это внедрение современных цифровых технологий в различные сферы жизни общества.

Уже сейчас для нас слова «умный дом» и «умные часы» не являются чем-то непонятным, потому что мы (благодаря той же цифровизации, кстати) знаем о таких прорывах человечества в технологиях. Вокруг нас мы можем замечать такие уже банальные и привычные для нас вещи, которых раньше не было, например, тот же умный робот-пылесос, который давно вошёл в быт современных людей.

Однако далеко не все знают об этих нововведениях, но почему? А всё лишь из-за того, что цифровизация предполагает собой и наличие электрификации – обустройство электрических сетей. В такой большой России ещё существуют отсталые по развитию регионы, где люди всё ещё живут в индустриальном типе общества с большой долей аграрного типа, но при этом мало используя достижения постиндустриального лишь из-за недостаточной обеспеченности электрическими сетями и другими современными инновациями.

Чтобы регионы развивались, нужно, чтобы все заинтересованные стороны оптимизировали свою работу: федеральное управление издало законы и программы, которые регулировали это развитие, а также дало денежные средства на реализацию этих программ; региональное управление должно оптимально распределить эти средства, чтобы регион достиг поставленных сверху задачи; а муниципальное управление должно выполнить все требования, показывая отличный результат управления ресурсами.

Нормативно-правовая база.

Главными документами здесь являются Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 N 204 (ред. от 21.07.2020) "О национальных целях и

стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года" [1] и Указ Президента Российской Федерации от 21.07.2020 N 474 "О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года" [2]. В этих двух документах расписываются цели не только по цифровизации населения, но и по различному улучшению жизни: возможности для самореализации и развития талантов, комфортная и безопасная среда для жизни, сохранение населения, здоровье и благополучие людей. В этих указах также представлены задачи, которые должны быть выполнены к окончанию указанного срока, поэтому федеральное управление чётко указывает направления развития своей политики.

Поэтому после этих указов появилось Постановление Правительства Российской Федерации от 02.03.2019 N 234 (ред. от 13.05.2022) "О системе управления реализацией национальной программы "Цифровая экономика Российской Федерации" (вместе с "Положением о системе управления реализацией национальной программы "Цифровая экономика Российской Федерации")" [3].

А также утвердили паспорт национального проекта «Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации»» [4]. В этом документе указываются кураторы, руководители и администраторы этого проекта, цели и показатели, задачи и результаты национального проекта и другая информация, которая поможет полно узнать обо всём проекте. Например, среди целей можно увидеть создание устойчивой и безопасной информационно-телекоммуникационной инфраструктуры, большой упор на отечественное программное обеспечение государственными органами, создание экосистемы внедрения цифровых технологий и другие [5].

В состав этой национальной программы входят следующие федеральные проекты [6]:

1. Искусственный интеллект;
2. Нормативное регулирование цифровой среды;
3. Кадры для цифровой экономики;
4. Информационная инфраструктура;
5. Информационная безопасность;
6. Цифровые технологии;
7. Цифровое государственное управление;
8. Обеспечение доступа в Интернет за счёт развития спутниковой связи;
9. Развитие кадрового потенциала ИТ-отрасли.

На федеральном уровне готово направление политики, после чего это доводится до сведения региональной власти. Там уже главы регионов издают свои нормативно-правовые акты, уточняя и конкретизируя поставленные задачи, выделяя и распределяя деньги, которые им передали сверху для реализации этой программы.

Задачи и направление готово, однако как оценивать результаты по окончанию сроков? Именно для этого утвердили методику оценки уровня развития

информационного общества в субъектах Российской Федерации [7]. Здесь указали показатели и индексы, которые должны достичь регионы, чтобы развиться до необходимого указанного уровня цифровизации.

Примерно эти индексы и подындексы выглядят так:

1. Индекс-компонент «Факторы развития информационного общества»:
 - 1.1. Подындекс «Человеческий капитал»:
 - 1.1.1. Уровень образования;
 - 1.1.2. ИКТ навыки;
 - 1.1.3. Научный потенциал;
 - 1.1.4. Специалисты в сфере ИКТ.
 - 1.2. Подындекс «ИКТ инфраструктура».
2. Индекс-компонент «Использование ИКТ для развития»:
 - 2.1. Подындекс «Электронное правительство»:
 - 2.1.1. Использование ИКТ в деятельности ОГВ и ОМС;
 - 2.1.2. Получение населением государственных и муниципальных услуг в электронной форме.
 - 2.2. Подындекс «Использование ИКТ в домохозяйствах и населением»;
 - 2.3. Подындекс «ИКТ в культуре»:
 - 2.3.1. Доступ учреждений культуры к ИКТ;
 - 2.3.2. Использование ИКТ в учреждениях культуры.
 - 2.4. Подындекс «ИКТ в сфере предпринимательства и торговли»:
 - 2.4.1. Доступ предприятий к ИКТ;
 - 2.4.2. Электронная коммерция.
 - 2.5. Подындекс «ИКТ в здравоохранении»:
 - 2.5.1. Оснащенность компьютерами учреждений здравоохранения;
 - 2.5.2. Использование сетевых технологий учреждениями здравоохранения.

Как мы видим, здесь учитываются много факторов, где может примениться цифровизация для облегчения жизни общества. Даже приводятся формулы расчёта оценки уровня развития информационного общества в субъектах. Это показывает, что результаты преобразований можно представить в виде статистики и даже в виде конкретных чисел, процентов.

Ещё в 2015 году был проведён первый мониторинг уровня развития информационного общества в субъектах РФ и представлен на основе этих результатов рейтинг регионов (таблица 1) [8].

Это показало, как развиты регионы, какие показатели у них слишком малы и куда им нужно стремиться. Как мы видим, показатели могут сильно различаться у разных регионов, поэтому для некоторых субъектов важно было развивать свои преимущества, а другим для начала повысить свои показатели до необходимого минимума.

И вот результаты повторного мониторинга в 2021 году, где смотрели рейтинг регионов по качеству предоставления электронных госуслуг [9] (рис. 1).

Таблица 1. Рейтинг по уровню развития информационного общества за 2015 год (Таблица взята из документа: [методика](#))

№	Наименование субъекта РФ	Значение индекса
1	г. Москва	0,6631
2	г. Санкт-Петербург	0,6075
3	Ханты-Мансийский автономный округ — Югра	0,5220
4	Ямало-Ненецкий автономный округ	0,5214
5	Калининградская область	0,5069
6	Тюменская область	0,5007
7	Новосибирская область	0,4981
8	Свердловская область	0,4967
9	Хабаровский край	0,4910
10	Республика Карелия	0,4892
11	Республика Татарстан	0,4885
12	Сахалинская область	0,4872
13	Чувашская Республика	0,4853
14	Калужская область	0,4842
15	Магаданская область	0,4834
16	Мурманская область	0,4810
17	Ярославская область	0,4793
18	Томская область	0,4712
19	Нижегородская область	0,4698
20	Владимирская область	0,4695
21	Пензенская область	0,4659
22	Приморский край	0,4658
23	Пермский край	0,4633
24	Челябинская область	0,4606
25	Ростовская область	0,4604
26	Республика Марий Эл	0,4601
27	Кемеровская область	0,4568
28	Самарская область	0,4568
29	Республика Коми	0,4560
30	Московская область	0,4556
31	Республика Башкортостан	0,4550
32	Белгородская область	0,4529
33	Ставропольский край	0,4517
34	Тульская область	0,4515
35	Красноярский край	0,4511
36	Камчатский край	0,4510
37	Удмуртская Республика	0,4487
38	Рязанская область	0,4486
39	Омская область	0,4479
40	Вологодская область	0,4472
41	Тверская область	0,4460
42	Новгородская область	0,4444

43	Иркутская область	0,4375
44	Архангельская область	0,4343
45	Псковская область	0,4330
46	Воронежская область	0,4326
47	Астраханская область	0,4312
48	Республика Хакасия	0,4309
49	Тамбовская область	0,4292
50	Ульяновская область	0,4280
51	Смоленская область	0,4278
52	Саратовская область	0,4263
53	Республика Саха (Якутия)	0,4247
54	Ленинградская область	0,4209
55	Чукотский авт. округ	0,4208
56	Краснодарский край	0,4200
57	Волгоградская область	0,4191
58	Липецкая область	0,4163
59	Оренбургская область	0,4157
60	Республика Мордовия	0,4153
61	Ивановская область	0,4132
62	Республика Адыгея	0,4121
63	Курганская область	0,4120
64	Республика Бурятия	0,4110
65	Костромская область	0,4089
66	Кировская область	0,4079
67	Орловская область	0,4073
68	Алтайский край	0,4023
69	Республика Калмыкия	0,3990
70	Республика Алтай	0,3967
71	Еврейская автономная область	0,3911
72	Забайкальский край	0,3883
73	Брянская область	0,3856
74	Курская область	0,3833
75	Амурская область	0,3812
76	Карачаево-Черкесская Республика	0,3714
77	Республика Северная Осетия- Алания	0,3689
78	Республика Тыва	0,3655
79	Кабардино-Балкарская Республика	0,3613
80	Ненецкий автономный округ	0,3401
81	Республика Ингушетия	0,3342
82	Республика Дагестан	0,3306
83	Чеченская Республика	0,3259
84	г. Севастополь	—
85	Республика Крым	—

Как мы видим, есть регионы, где показатели отличные, где результаты средние и где совсем маленькие показатели. Естественно, нужно смотреть на причины таких низких результатов и исправлять положение.

СУБЪЕКТ РФ	БАЛЛЫ	СУБЪЕКТ РФ	БАЛЛЫ
1 МОСКВА	95,84	43 ХАБАРОВСКИЙ КРАЙ	38,83
2 МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	84,19	44 АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	38,39
3 ТУЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	83,67	45 КЕМЕРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ-КУЗБАСС	38,35
4 САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	80,60	46 ОРЕНБУРГСКАЯ ОБЛАСТЬ	37,95
5 РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	72,77	47 ОРЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	37,70
6 НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ	72,13	48 ВЛАДИМИРСКАЯ ОБЛАСТЬ	37,61
7 СТАВРОПОЛЬСКИЙ КРАЙ	70,16	49 САРАТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	37,40
8 БЕЛГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	68,64	50 ТВЕРСКАЯ ОБЛАСТЬ	36,59
9 ПЕНЗЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	67,39	51 КИРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	36,04
10 САМАРСКАЯ ОБЛАСТЬ	67,03	52 РЕСПУБЛИКА КАРЕЛИЯ	35,68
11 РЕСПУБЛИКА САХА (ЯКУТИЯ)	65,85	53 МАГАДАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	35,57
12 ТЮМЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	63,59	54 РЕСПУБЛИКА ХАКАСИЯ	35,30
13 РЕСПУБЛИКА БАШКОРТОСТАН	61,32	55 КУРГАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	35,22
14 ЯРОСЛАВСКАЯ ОБЛАСТЬ	59,44	56 КУРСКАЯ ОБЛАСТЬ	33,33
15 РЕСПУБЛИКА ТАТАРСТАН	58,33	57 ЕВРЕЙСКАЯ АВТОНОМНАЯ ОБЛАСТЬ	32,62
16 ВОРОНЕЖСКАЯ ОБЛАСТЬ	55,13	58 РЕСПУБЛИКА АДЫГЕЯ (АДЫГЕЯ)	32,03
17 КОСТРОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	54,85	59 КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	31,79
18 КРАСНОЯРСКИЙ КРАЙ	54,56	60 ТОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	31,68
19 УЛЬЯНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	54,30	61 РЕСПУБЛИКА АЛТАЙ	30,75
20 КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ	51,24	62 ИРКУТСКАЯ ОБЛАСТЬ	30,42
21 ХАНТЫ-МАНСИЙСКИЙ АВТОНОМНЫЙ ОКРУГ - ЮГРА	50,35	63 КАМЧАТСКИЙ КРАЙ	29,74
22 ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ	50,17	64 НОВГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	29,40
23 САХАЛИНСКАЯ ОБЛАСТЬ	49,95	65 ЧУКОТСКИЙ АВТОНОМНЫЙ ОКРУГ	28,93
24 СМОЛЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	49,12	66 ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	28,74
25 ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	48,67	67 РЕСПУБЛИКА СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ - АЛАНИЯ	28,65
26 ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	48,14	68 ИВАНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	28,56
27 РЕСПУБЛИКА КРЫМ	47,07	69 РЕСПУБЛИКА КОМИ	28,34
28 КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ	46,22	70 РЕСПУБЛИКА ТЫВА	28,04
29 АЛТАЙСКИЙ КРАЙ	45,84	71 НЕНЕЦКИЙ АВТОНОМНЫЙ ОКРУГ	26,73
30 ВОЛГОГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	45,83	72 БРЯНСКАЯ ОБЛАСТЬ	26,64
31 РЕСПУБЛИКА БУРЯТИЯ	44,60	73 РЕСПУБЛИКА МОРДОВИЯ	25,93
32 УДМУРТСКАЯ РЕСПУБЛИКА	44,37	74 ЗАБАЙКАЛЬСКИЙ КРАЙ	25,88
33 МУРМАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	43,26	75 РЕСПУБЛИКА КАЛМЫКИЯ	25,05
34 КАБАРДИНО-БАЛКАРСКАЯ РЕСПУБЛИКА	42,72	76 РЕСПУБЛИКА МАРИЙ ЭЛ	24,55
35 СЕВАСТОПОЛЬ	42,54	77 РЕСПУБЛИКА ДАГЕСТАН	24,24
36 ЯМАЛО-НЕНЕЦКИЙ АВТОНОМНЫЙ ОКРУГ	42,43	78 ЧУВАШСКАЯ РЕСПУБЛИКА	24,09
37 ПЕРМСКИЙ КРАЙ	42,42	79 ПСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	23,84
38 ЛИПЕЦКАЯ ОБЛАСТЬ	42,32	80 АСТРАХАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	23,71
39 НИЖЕГОРДСКАЯ ОБЛАСТЬ	42,00	81 ТАМБОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	23,65
40 АМУРСКАЯ ОБЛАСТЬ	41,16	82 РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	22,04
41 СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	41,07	83 КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКАЯ РЕСПУБЛИКА	11,25
42 ПРИМОРСКИЙ КРАЙ	40,64	84 РЕСПУБЛИКА ИНГУШЕТИЯ	8,35
		85 ЧЕЧЕНСКАЯ РЕСПУБЛИКА	5,77

Рисунок 1. Рейтинг регионов по качеству предоставления электронных госуслуг (таблица взята с сайта: TADVISER)

И ведь не только регионы должны постоянно развиваться в цифровизации. Государственные органы в первую очередь на своём примере должны показать, как оптимизировать свою работу и как использовать новые технологии в своей работе.

Например, предоставление госуслуг в электронной форме оказало влияние на создание так называемого Электронного правительства [10]. Был большой переход всех регионов и муниципалитетов на электронное межведомственное взаимодействие. Государство поставило задачу повысить доступность получения услуги в электронном виде во всех регионах, что также влияет на уровень цифровизации в стране.

Именно для Электронного правительства была придумана СМЭВ – система межведомственного электронного взаимодействия [11]. Мало просто предоставить услуги населению, нужно ещё, чтобы процесс получения услуги был быстрым и без сложных административных процедур. Поэтому и придумали СМЭВ, чтобы сами ведомства и их информационные системы и базы взаимодействовали между собой, обмениваясь всей необходимой информацией.

Благодаря всем этим системам развиваются и сами государственные органы. Создаются различные единые реестры, где информация постоянно актуализируется, документооборот ФОИВ происходит моментально, а электронной подписью заверяются документы на расстоянии.

Существует также рейтинг руководителей цифровой трансформации федерального (РЦТ) и регионального уровней (РРЦТ) [12]. 6 марта 2023 года прошло совещание этих руководителей с заместителем Председателя Правительства Дмитрием Чернышенко и Министром цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Максудом Шадаевым. На этом совещании рассматривалось качество работы руководителей цифровой трансформации, после чего составлялся рейтинг. Среди лучших можно увидеть Росрезерв, Росаккредитация, Казначейство России, Рособнадзор, ФНС России и другие. А вот ниже всех в рейтинге были ФАС РФ, Росархив, Минюст России, Ростуризм и другие.

Как мы видим, в цифровой трансформации задействованы не только регионы и их органы власти, но и федеральный уровень.

Сейчас же есть следующие приоритеты и направления, например, цифровизация взаимодействия с населением и бизнесом, повышение доступности медицинских услуг, цифровизация образования, цифровизация транспортной инфраструктуры и другие направления развития общества [13].

Достижения России.

Чтобы люди сами своими глазами увидели, чего достигла Россия за последние несколько лет, была организована Международная выставка-форум «Россия» на ВДНХ. И даже это было регламентировано Указом Президента от 29.03.2023 №215 «Об Организационном комитете по подготовке и проведению Международной выставки-форума «Россия»» [14].

Целями создания этой выставки была демонстрация важнейших достижений РФ в различных отраслях экономики, промышленности, энергетики, агропромышленного комплекса, транспорта, строительства, науки и культуры,

положительного опыта развития субъектов РФ, содействия дальнейшему международному сотрудничеству.

Здесь принимали участие не только регионы, показывая, чем они богаты и какие инновации у них есть, но и органы власти и государственные корпорации, которые тоже показывали свою историю развития и последние разработки.

Для современного государственного управления приобретает значение подготовка профессиональных квалифицированных кадров, способных решать актуальные задачи с учетом изменяющихся условий и развития межкультурных коммуникаций. [15] Достижения в сфере цифровизации позволяют государственному управлению реагировать на вызовы современного общества и позволяют эффективно решать задачи на разных уровнях взаимодействия субъектов и объектов управления.

Литература:

1. Указ Президента РФ от 07.05.2018 N 204 (ред. от 21.07.2020) "О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года". [Электронный доступ] (Дата обращения: 10.12.2023) // Сайт: КонсультантПлюс.

2. Указ Президента РФ от 21.07.2020 N 474 "О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года". [Электронный доступ] (Дата обращения: 10.12.2023) // Сайт: КонсультантПлюс.

3. Постановление Правительства РФ от 02.03.2019 N 234 (ред. от 13.05.2022) "О системе управления реализацией национальной программы "Цифровая экономика Российской Федерации" (вместе с "Положением о системе управления реализацией национальной программы "Цифровая экономика Российской Федерации")" [Электронный доступ] (Дата обращения: 10.12.2023) // Сайт: КонсультантПлюс.

4. "Паспорт национального проекта "Национальная программа "Цифровая экономика Российской Федерации" (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 04.06.2019 N 7). [Электронный доступ] (Дата обращения: 10.12.2023) // Сайт: КонсультантПлюс.

5. TADVISER. Статья «Национальная программа «Цифровая экономика» Российской Федерации». [Электронный доступ] (Дата обращения: 10.12.2023) // Сайт:

https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%9D%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D0%B0_%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F_%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B9_%D0%A4%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8

6. Сайт Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций. Статья «Цифровая экономика РФ». [Электронный доступ] (Дата обращения: 10.12.2023) // Сайт: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/>

7. Сайт Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций. Статья «Методика оценки уровня развития информационного общества в субъектах Российской Федерации». [Электронный доступ] (Дата обращения: 10.12.2023) // Сайт: <https://digital.gov.ru/ru/documents/4949/>

8. Сайт Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций. Статья «Мониторинг региональной информатизации». [Электронный доступ] (Дата обращения: 10.12.2023) // Сайт: https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/783/?utm_referrer=https%3a%2f%2fwww.google.com%2f#section-docs

9. TADVISER. Статья «Рейтинги регионов России по развитию информационных технологий». [Электронный доступ] (Дата обращения: 10.12.2023) // Сайт:

https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A0%D0%B5%D0%B9%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D0%B8_%D1%80%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8_%D0%BF%D0%BE_%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%8E%D0%B8%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D1%85_%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B9

10. TADVISER. Статья «Электронное правительство России». [Электронный доступ] (Дата обращения: 10.12.2023) // Сайт:

https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%AD%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B5_%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8

11. TADVISER. Статья «Система межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ)». [Электронный доступ] (Дата обращения: 10.12.2023) // Сайт:

https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BA%D1%82:%D0%A1%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0_%D0%BC%D0%B5%D0%B6%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%BC%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D1%8D%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%B2%D0%B7%D0%B0%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%B9%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B8%D1%8F_%28%D0%A1%D0%9C%D0%AD%D0%92%29

12. TADVISER. Статья «Рейтинг руководителей цифровой трансформации федеральных ведомств». [Электронный доступ] (Дата обращения: 10.12.2023) // Сайт:

<https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A0%D0%B5%D0%B9%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D1%80%D1%83%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B9%D1%86%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8%D1%84%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D1%85%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%BC%D1%81%D1%82%D0%B2>

13. TADVISER. Статья «Цифровизация регионов России». [Электронный доступ] (Дата обращения: 10.12.2023) // Сайт: <https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F%D1%80%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8>

14. Указ Президента Российской Федерации от 29.03.2023 №215 «Об Организационном комитете по подготовке и проведению Международной выставки-форума «Россия»». [Электронный доступ] (Дата обращения: 10.12.2023) // Сайт: КонсультантПлюс.

15. Байнова, М. С. Фрейман Д. Д. Цифровизация общества и современное антикризисное управление // Глобальные социальные процессы 3.0: социальное управление и экономическое развитие в цифровом обществе : сборник статей, Санкт-Петербург, 17 декабря 2021 года / Российско-Китайский Центр сравнительных социальных, экономических и политических исследований направления «Социология» СПбГУ; Российско-китайское социологическое студенческое научное общество СПбГУ. – Санкт-Петербург: Центр научно-информационных технологий "Астерион", 2022. – С. 148-153. – EDN DIFLZJ

Чжан Чжици,

аспирант 1 курса,

факультет социологии СПбГУ

Анализ текущей ситуации с управлением человеческими ресурсами на китайских и российских предприятиях

Аннотация. С развитием и прогрессом экономики национальные предприятия стали уделять больше внимания управлению человеческими ресурсами. Управление человеческими ресурсами тесно связано с развитием страны и предприятия и стало ключевым фактором устойчивого развития страны и предприятия. Являясь незаменимой и важной отраслью в области менеджмента, управление человеческими ресурсами накопило много профессиональных знаний в теории и на практике, но в целом текущим исследованиям моделей управления человеческими ресурсами по-прежнему не хватает инноваций.

Ключевые слова: Китай; Россия; корпоративные человеческие ресурсы; модель управления; сравнение

Abstract. With the development and progress of the economy, national enterprises began to pay more attention to human resource management. Human resource management is closely linked to the development of the country and the enterprise and has become a key factor in the sustainable development of the country and the enterprise. As an indispensable and important industry in the field of management, human resource management has accumulated a lot of professional knowledge in theory and practice, but in general, current research on human resource management models still lacks innovation.

Keywords: China; Russia; Corporate human resources; management model; comparison

1. Текущая ситуация с управлением человеческими ресурсами на китайских предприятиях

Эволюция методов управления человеческими ресурсами в Китае основана на уникальной культуре двухтысячелетней практики управления. В то же время формирование научной системы управления человеческими ресурсами в Китае происходит на полвека позже, чем в Западной Европе и Соединенных Штатах. Управление человеческими ресурсами в большей степени зависит от национальных традиций, устоявшихся правил взаимодействия и моделей ситуационного понимания, которые можно рассматривать как отражение культурных норм. Эти традиции сильно отличаются в разных странах, что оказывает большое влияние на управление персоналом.

В то же время мы должны признать, что опыт Востока в успешном преодолении последствий современного глобального экономического кризиса имеет очевидные преимущества в некоторых аспектах, позволяя им накопить достаточно человеческих ресурсов, чтобы пережить кризис. Можно сказать, что замечательные достижения Китая в построении рыночной экономики сравнимы с успехом административных реформ в Южной Корее и Сингапуре. Причина, по которой восточные страны смогли добиться такого успеха, заключается именно в особенностях их управления человеческими ресурсами, или, скорее, в стратегии выживания, которая была сформирована более двух тысяч лет назад и укоренилась в поведенческом сознании и культуре.

Китайская модель управления обычно включает в себя следующие характеристики:

1. Личное доверие (семейные отношения);
2. Деловая репутация;
3. Жесткое управление со стороны начальника;
4. Строгий контроль за подчиненными.

Одной из главных характеристик китайского менеджмента являются превосходные навыки, сформированные работниками за годы трудовой практики. Это общая идея китайской цивилизации для практики управления человеческими ресурсами. Еще одной особенностью китайского менеджмента является желание тотально контролировать поведение подчиненных на рабочем

месте. Это стремление к полному контролю над корпоративной деятельностью обнажает глубокое чувство заботы о будущем. Это чувство отражается, к примеру, в привычке китайцев использовать деньги для измерения успеха своей жизни и откладывать деньги на черный день. Китайские сотрудники должны проявлять большое усердие и лояльность не столько к компании, сколько лично к начальнику. Если начальник обращается с просьбой к сотруднику от своего личного имени, даже если оно подчеркнуто в вежливой форме, это определенно заставит сотрудника принять меры. Профсоюзы Китая уделяют внимание сотрудничеству с корпоративным руководством. В китайских компаниях открытые конфликты или даже забастовки практически невозможны.

Таким образом, можно выделить следующие характеристики традиционной китайской модели управления, которые также применимы к управлению человеческими ресурсами:

1. Китайская управленческая культура может существенно повлиять на отношение сотрудников к своим обязанностям и их взаимоотношения с компанией.

2. Строгая дисциплина, уважение к начальству, отсутствие фамильярности в рабочих коммуникациях между начальниками и коллективом.

3. Состав управленческого персонала более лаконичен.

4. Сотрудники уверены в себе и самодостаточны.

5. Строгое разделение труда.

Таким образом, в традиционной китайской системе управления человеческими ресурсами нет логики западного менеджмента, но на основе конфуцианской философии и систематического опыта древнекитайских мыслителей был сформирован набор четко структурированных методов управления человеческими ресурсами. Жесткий, централизованный стиль управления китайских компаний, естественно, влияет на инициативу сотрудников, и также значительно снижает личное чувство ответственности сотрудников. Владелец компании старается держать все аспекты деловой деятельности компании под своим единоличным контролем и не желает диверсифицировать эту деятельность, разделяя управленческую ответственность. В сочетании с традиционной осторожностью китайских предпринимателей, они установили свои собственные жесткие ограничения в управлении компаниями. Обычно после того, как новая компания отделяется от материнской компании, ответственность за ее управление несут члены управленческой семьи. Если компания со временем будет развиваться, она все равно сможет функционировать как семейный бизнес.

Долгое время экономика Китая полагалась на большое количество рабочей силы и большой объем инвестиций для достижения быстрого развития, но за последние десять лет темпы роста начали снижаться. Одна из фундаментальных причин заключается в том, что система управления человеческими ресурсами на уровне реального сектора экономики несовершенна и не может способствовать полной реализации трудового потенциала работников. Например, Гао Фэн отметил, что в управлении современными китайскими

предприятиями существуют очевидные проблемы, в том числе в области оценки персонала и технологии управления персоналом.

В частности, эти проблемы включают:

1. Неструктурированная система оценки;
2. Широко используются западные методы, но не адаптированы к конкретным условиям страны;
3. Персонал не поддерживает процедуры оценки персонала;
4. Игнорирование отзывов менеджеров по персоналу;
5. Трудно выбрать оптимальный метод оценки и стандарт.

Естественно, такой способ управления компанией и человеческими ресурсами не соответствует общей тенденции глобального менеджмента и требует обновления методов. Большое население Китая и невысокий уровень оплаты труда по ряду специальностей и отраслей привели к занижению стоимости человеческого капитала. Кроме того, долгое время китайское академическое сообщество не уделяло достаточного внимания вопросам управления человеческими ресурсами. Однако, ситуация стала меняться. Китай начал активно изучать труды зарубежных ученых. Но многие крупные китайские компании ищут свой подход к управлению человеческими ресурсами.

2. Текущая ситуация с управлением человеческими ресурсами на российских предприятиях

Развитие управления человеческими ресурсами в России в основном соответствует тенденциям Китая. Главным образом, это переход от присущей бывшему Советскому Союзу модели управления к рыночно-ориентированному менеджменту, а также смешение различных зарубежных адаптивных моделей, которые привели к нынешним в целом смешанным методам управления персоналом. В России существует такой взгляд на управление человеческими ресурсами, что управление персоналом и управление человеческими ресурсами - это одна и та же модель управления. Оба термина можно встретить в российских научных кругах и на практике, но термин «управление персоналом» считается более распространенным. В зарубежных организациях обычно используется термин «управление человеческими ресурсами». Российская модель управления в настоящее время находится в стадии формирования, и на ее формирование оказали влияние методы управления компаниями США и Японии.

Эти два стиля диаметрально противоположны и имеют мало общего, но российская модель обладает как характеристиками менеджмента в американском стиле, так и влиянием управления персоналом в японском стиле.

Сходство с американской моделью: прежде всего - это индивидуальный процесс и ответственность за принятие решений. Менеджеры являются беспорочными лидерами в команде, но их волнует атмосфера и возможные конфликты внутри коллектива. Компании в Соединенных Штатах также внедряют личную ответственность за принятие решений, но у каждого сотрудника есть четкие обязанности. Сотрудники не боятся проявлять инициативу, не боятся критиковать руководство и могут высказывать свое мнение по различным

управленческим решениям, потому что, если правила работы ими не нарушаются, они не могут быть уволенным.

Сходство с японской моделью: возможности для обучения более широкие. Менеджмент в США не включает затраты на обучение персонала, поскольку считается, что сотрудники обязаны вкладывать собственные средства в повышение своих профессиональных навыков, поскольку это напрямую связано с доходами сотрудников в компании. Во многих же российских компаниях, как в Японии, сотрудники постоянно проходят обучение. Проводятся обучающие курсы и семинары, сотрудники направляются для участия в курсах повышения квалификации, к примеру, по иностранному языку и компьютерным технологиям, их обучают использованию новых методов бухгалтерского учета и т.д., и все расходы несет компания. По сравнению с Соединенными Штатами российские компании очень щедры, но есть отличие: сотрудники не получают сразу прибавку к зарплате после обучения, но при том же уровне заработной платы они будут работать на качественно новом уровне, что скажется на их карьерном росте.

Можно сказать, что суть советского метода управления человеческими ресурсами заключалась в привычке не зарабатывать деньги, а получать их. Люди отдавали приоритет обычной работе с низкими, но стабильными доходами. Руководящие должности занимали опытные эксперты, имевшие большой опыт корпоративной работы, но они ничего не понимали в менеджменте, психологии, социологии и маркетинге. Невозможно было внедрить принципиально новые методы управления, но была жесткая конкуренция за высокие премии, чтобы мотивировать сотрудников хорошо выполнять свою работу.

Но теперь всё изменилось. В настоящее время особенности российского управления человеческими ресурсами нашли отражение в следующих аспектах:

1. Практика принятия кадровых решений. Теперь доминирует принятие решений, основанное на научном управлении персоналом. Менеджеры по персоналу играют ключевую роль в принятии кадровых решений;

2. Стратегическое планирование – определение долгосрочных задач организации бизнеса и подбор персонала под реализацию этих задач;

3. Трудовые отношения. Как правило, предпочитается долгосрочная занятость, но при подписании срочных трудовых договоров;

4. Практика подбора персонала - придается большое значение лояльности к компании и ее HR-бренду, к коллективистским тенденциям;

5. Продвижение по службе и занятие должности - в большинстве организаций четко не оговариваются формальные принципы и политика заполнения вакантных должностей, но есть планирование карьеры. Успех часто зависит от опыта, навыков и образования;

6. Организация работы и рабочие правила и предписания - существует большое количество трудовых правил, норм и предписываний, но работники часто работают и на основе неписаных правил, спонтанно формирующихся в каждой организации, поэтому корпоративная культура играет очень важную роль.

Таким образом, можно сказать, что в России и Китае существует много очень похожих корпоративных моделей управления человеческими ресурсами. В целом, следует отметить важность дальнейших сравнительных экономико-социологических исследований человеческих ресурсов российских и китайских компаний.

Список литературы:

1. Ван Фэй. Дилеммы и решения, с которыми сталкивается управленческий учет на предприятии в эпоху больших данных. Журнал "Хэбэй Энтерпрайз". 2023 (03), с. 21-22. 王飞. 大数据时代企业管理会计面临的困境与解决对策. 河北企业期刊. 2023 (03) , 21-22 页.

2. Гао Юаньюань. Анализ применения управленческого учета на предприятии в эпоху интеллектуального бухгалтерского учета. Цифровая теория управления китайским бизнесом, 2022 (10): С. 206-207. 高元元. 智能会计时代下企业管理会计应用分析. 数字化中国企业管理理论, 2022(10): 206-207 页.

3. Ван Янь. Развитие модели управления человеческими ресурсами японских предприятий и ее вдохновение. "Академический форум" 2003 г. № 004/74-77. 王艳. 日本企业人力资源管理模式的发展及其启示. 《学术论坛》2003 年第 004 期/74-77.

4. Чжан Цайся, Лян Юаньфань. Управление человеческими ресурсами. 2012. 张彩霞, 梁远帆. 人力资源管理. 2012 年.

5. Дин Юэ. Исследование по применению BRP в информационном построении управления предприятием. Журнал по менеджменту. 2022(17), С. 87-88. 丁玥. BRP 在企业管理信息化建设中的运用研究. 管理类杂志. 2022(17),87-88 页.

7. Чжао Фуцзюнь, Чжу Синлун. Изучение модели корпоративного управления Китая на основе сравнения китайской и российской структур корпоративного управления. 2021.12. 赵福军, 朱兴龙. 从中俄公司治理结构比较中探索中国公司治理模式 2021.12.

8. Е Чжаоя, Петров А. В. Экономическая социология в Китае // Общество. Среда. Развитие. 2017. №1. С. 33-38.

9. Петров А. В., Чжи Ц., Байнова М. С., Петрова А. А. Человеческий капитал сельских регионов современного Китая // Пространственная экономика. 2023. Т. 19. № 1. С. 147-167.

10. Петров А. В., Садырова М. С. Теоретические дискуссии об исследованиях социальной ответственности бизнеса: проблемы и перспективы // Общество. Среда. Развитие. 2023, №3. С. 9-14.

И. Н. Лобан,

Белорусский государственный университет, г. Минск, Республика Беларусь
научный руководитель: Титаренко Лариса Григорьевна,
доктор социологических наук, профессор

Социальные и институциональные факторы экономического развития

Из широкого набора факторов экономического развития были проанализированы знание и доверие. В статье рассматривается взаимосвязь между качеством образования и уровнем экономического развития. Сравниваются данные о затратах на высшее образование в разных странах в долях от ВВП и в расчёте на одного студента. Анализируются расходы России и стран Скандинавии на национальную систему образования. Утверждается, что вклад государства в образование является существенным при построении стратегии экономического развития. В связи с этим анализируется связь фактора доверия и устойчивости социальных институтов. Анализируются данные, отражающие доли транзакционного сектора в формировании ВВП США и России. Выдвигается предположение, что уровень образования и доверия в обществе положительно сказывается на экономике государства и моральности в обществе.

Ключевые слова: знание; образование; факторы экономического развития; доверие; благо; социальные институты.

Сфера исследования факторов экономического развития очень широка. Ученые исследуют различные факторы, влияющие на экономический рост и индексы, его отражающие. Внимание обращается на уровень рождаемости, качество образования, гендерное равенство, уровень здравоохранения, степень внедрения инноваций в экономику, устойчивость институциональной среды и др.

В разные эпохи основным фактором производства являлись различные феномены. В доиндустриальную эпоху это была сила, приложенная для обработки земли, в эпоху индустриального общества основным фактором был машинный труд, а для постиндустриальной эпохи, в которую переходит всё большее количество обществ, основным источником производства является знание, интеллект [1, с. 330]. Мы считаем, что в первую очередь стоит обратить внимание именно на знание как фактор экономического развития.

В странах, входящих в ОЭСР, отмечается рост инвестиций в образовательные и научные проекты, и этот рост превышает инвестиции в технику и оборудование (машинный труд) [5]. Это свидетельствует о переходе к новому типу экономики – постиндустриальному.

Так как в современных условиях знание приобретает всё большую ценность, страны, которые уже являются лидерами по качеству образования, являются более экономически развитыми, граждане таких государств имеют более высокий уровень уровня материального обеспечения. В России совокупные расходы на систему образования составляют 4,6% от ВВП [3], в то время как в скандинавских странах это 6,5-8,5% от валового внутреннего продукта

[6]. Это следует учитывать для построения стратегии развития странам, которые пока не вступили в постиндустриальную стадию.

Таблица 1

Затраты на высшее образование в отдельных странах мира: в долях от ВВП и в расчете на одного студента [8, р. 310-312].

Страна	% от ВВП	долл. США на 1 студента	Страна	% от ВВП	долл. США на 1 студента
Дания	2,72	24241	Израиль	1,25	5718
Малайзия	2,70	11790	Великобритания	1,07	8502
Швеция	2,18	13724	Мексика	1,04	-
Норвегия	2,09	19244	Португалия	1,00	4821
Финляндия	2,08	10810	Франция	0,99	8010
Канада	1,88	15490	Бразилия	0,91	3986
Самоа	1,59	14165	Чехия	0,88	5486
Тунис	1,46	4619	Италия	0,87	3784
Литва	1,42	4253	Индия	0,83	2559
США	1,41	9629	Аргентина	0,70	-
Швейцария	1,40	18980	Россия	0,62	1024
Кабо-Верде	1,38	20729	Япония	0,54	4821
Бельгия	1,37	11213	Китай	0,50	-
Греция	1,30	5696	Казахстан	0,39	-
Австрия	1,29	11891	Таджикистан	0,34	-
Голландия	1,29	11767	Индонезия	0,28	-
Ирландия	1,19	10122	Азербайджан	0,19	-

Следующий фактор является важным для поддержания устойчивости социальных институтов. Этим фактором является доверие. Согласно Фрэнсису Фукуяме, доверие – это ожидание от членов общества предсказуемого, честного поведения. Это ощущение того, что люди будут соблюдать общественные нормы [7]. Также он пишет, что «недоверие, распространенное в обществе, налагает на всю его экономическую деятельность что-то вроде дополнительной пошлины, которую обществам с высоким уровнем доверия платить не приходится» [7, с. 55]. Отмечается, что скоординированность, и, соответственно, устойчивость социальных институтов зависит от уровня доверия в них [2, с. 12–14].

Высокий уровень доверия между людьми позволяет строить сплочённые группы и формировать эффективные институты, что, в свою очередь, положительно сказывается на экономике. Доверие также можно понимать как сознательный риск, идя на который, акторы решают проблемы в обход формальных норм, опираясь на личные связи. Это позволяет затрачивать меньше ресурсов для производства того или иного блага. Соответственно, чем ниже уровень доверия, тем больше ресурсов затрачивается на производство благ. Издержки, которые возникают вследствие в том числе и низкого уровня доверия, называют транзакционными.

Таблица 2

Доля транзакционного сектора (%) в частном и общественном секторах экономики США, в ВВП США в 1870–1970 гг. [9, p. 121]

Year	Transaction costs from private sector	Transaction costs from public sector	Total transaction cost sector in % of US GDP
1870	22.5%	3.6%	26.1%
1890	29.1%	3.6%	32.7%
1910	31.5%	3.7%	35.2%
1930	38.2%	8.2%	46.3%
1950	40.3%	10.9%	51.2%
1970	40.8%	13.9%	54.7%

За 2002-2010 год доля сектора транзакций в формировании ВВП России составила 64,9% [4, с. 58].

В связи с растущим уровнем социальных требований, корпорации начинают удовлетворять не только потребность собственников в производстве максимального количества благ, но и потребности местного населения, рабочих, менеджеров, поставщиков и т.д. В каком-то смысле корпорации становятся моральными агентами в социуме.

Естественно, что транзакционные издержки будут расти, но повышая доверие в обществе, корпорации могут замедлить этот рост. Таким образом, доверие является важным элементом для построения бизнеса [10].

Из приведённых выше данных можно сделать вывод, что знание и доверие являются важными факторами для построения и укрепления социальных институтов. Обычно, чем более ценно знание в обществе, тем выше уровень производительности и уровень экономического развития. А доверие приводит к увеличению эффективности работы социальных институтов. Каждая страна, которая находится в переходе от индустриального общества к постиндустриальному, уделяя внимание этим факторам, добилась больших успехов как в сугубо производственной, так и в моральной сфере.

Список литературы

1. Белл Д. социальные рамки информационного общества: Новая технологическая волна на западе. – М., 1986.
2. Вольчик В. (2011). Институты, экономическая координация и неявное знание / TERRA ECONOMICUS, Т. 9, № 2, с. 17, 19–20.
3. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации. Проект. М. 2008.
4. Лебедев Д. (2011). Транзакционно-сетевой подход к оценке институциональных изменений / Проблемы современной экономики. № 4, с. 58.
5. Мильнер Б. Управление знаниями в современной экономике / Проблемы теории и практики управления. 2006. № 9.
6. Савицкая Е.В., Давыдова Е.А. Начальное и среднее профессиональное образование: итоги мониторинга. Экономика образования. 2006. № 2

7. Фукуяма Ф. (2004). Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию, Москва.
8. Higher education in the World 2006. The Financing of Universities. L., 2005. P. 310-312.
9. North D., Wallis D. (1986). Measuring the transactional sector in the American Economy, Chicago.
10. Sultan F, Urban G., Shankar V., Bart I. (2002). Determinants and role of trust in e-business: a large scale empirical study. Working Paper of MIT Sloan School of Management.

А. О. Янечко,

студентка ФГАОУ ВО Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики», НИУ ВШЭ - Санкт-Петербург,
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

Роль социального капитала и доступа к Интернету в определении паттернов использования медицинских услуг пожилыми людьми в городе и сельской местности на основе РМЭЗ

Аннотация: В статье рассматривается влияние социального капитала и доступа к Интернету на поведенческие привычки, связанные со сферой здоровья, у пожилых людей из городской и сельской местностей; исследование использует бинарную логистическую регрессию для анализа данных РМЭЗ и ответа на исследовательский вопрос.

Ключевые слова: *социальный капитал, Интернет, пожилые, здоровье*

Abstract: The article examines the influence of social capital and access to the Internet on behavioral habits related to health among elderly individuals from urban and rural areas. The study employs binary logistic regression to analyze the data from RLMS and address the research question.

Keywords: *social capital, Internet, elderly, health*

Влияние социальной среды на человека было изучено еще в ранних социологических работах, начиная с «Самоубийства» Дюркгейма [5]. Автор отметил, что несмотря на изменения в численности населения, уровень самоубийств оставался почти неизменным, указывая на то, что на людей влияли другие аспекты жизни общества, в частности, разобщенность между индивидами в обществе, атомизация ее членов.

Явление, отмеченное Дюркгеймом, было позднее определено как «социальный капитал» – «качество и количество социальных отношений, встроенных в нормы общественного взаимодействия» [4]. Этот фактор оказывает влияние на качество жизни общества и индивидуально на каждого человека. В качестве ключевых компонентов социального капитала выделяют доверие к другим, взаимопомощь и сеть связей между людьми (социальные сети) [17].

Современные методы измерения социального капитала также включают такие компоненты как доверие к окружающим, дружеские связи, взаимность в оказании услуг и вопросы управления, а также анализ социальных сетей [6, 106-122; 3, 108-121).

За последние два десятилетия интерес к социальному капиталу и его связи со здоровьем значительно возрос. Различия в состояниях здоровья объясняются разным доступом к социальным ресурсам [16], а также неравномерным распределением здоровья между социальными классами [20]. Социальный капитал выступает как посредник между классом и здоровьем, особенно в странах с низкими государственными расходами на здравоохранение. Доверие внутри сообщества считается ключевым фактором для здоровья в контексте социального капитала [19]; также важно обращать внимание на общее национальное социальное доверие [8, 1022–1029]. Активное взаимодействие с другими людьми и высокий уровень доверия к ним связаны с хорошим здоровьем [12]. На макроуровне социальный капитал связан с улучшением медицинской помощи и способствует предотвращению заболеваний [24, 371–379]. Он также формирует социальные нормы, влияющие на здоровье [13, 174–190].

В России социальный капитал был изучен в контексте кризиса смертности после распада Советского Союза [9, 2029–2043]. Распад государства вызвал социальную дезинтеграцию, оказывая влияние на здоровье людей: регионы с высокой социальной дезорганизацией имели более низкую продолжительность жизни [2, 121–142]. В ходе другого исследования в России было выделено две теории о взаимосвязи социального капитала и здоровья [18, 2732–2741]. Одна связывает человеческий капитал, такой как образование и социальный класс, с воздействием социального капитала на здоровье, в то время как другая такой связи не предполагает. Проведенное исследование подчеркивает, что уровень образования сильнее всего влияет на связь между социальным капиталом и здоровьем, но и другие аспекты человеческого капитала должны приниматься во внимание.

Социальный капитал у пожилых людей привлекает внимание в российском научном сообществе, особенно из-за ограничений на формирование новых социальных связей в этой возрастной группе [11]. Уменьшение социальной активности и связей может привести к снижению социального капитала у пожилых людей.

Различия в социальной инфраструктуре городов и сельской местности также важны [10, 114-126]. Отставание сельских районов в технологиях и качестве услуг может влиять на социальный капитал и его воздействие на здоровье в этих областях. Типы социальных связей, наличие новых технологий и качество услуг – все это факторы, которые могут различно влиять на социальный капитал и его связь с здоровьем у пожилых людей в сельской местности и в городах [7, 143-159]. Соседи, родственники и друзья – акторы, насыщающие социальный капитал пожилого человека. Исследования [25, 751–765] указывают, что разные типы отношений (с партнерами, друзьями, соседями) могут различно влиять на здоровье пожилых людей. Например, брак или наличие

постоянного партнера ассоциируются с более медленным ухудшением памяти, а контакты с соседями благотворно влияют на психическое здоровье [14].

Увеличение онлайн-контактов у пожилых людей улучшает как физическое, так и психическое здоровье [15, 2277–2297]. Онлайн-связи имеют большее воздействие в сельских районах, где они способствуют социальной активности и укреплению социальных связей [23]. Также интернет играет роль в возможностях коммуникации для пожилых людей по вопросам здоровья, например, для общения с врачами или записи на прием в больницу [1, 75–80].

В настоящий момент нет статей, затрагивающих различия, существующие в эффекте социального капитала или использования интернета на поведение пожилых из сельской и городской местностей в России в медицинской сфере. Цель этой работы – получить недостающую информацию.

Опираясь на изученную литературу, можно поставить **исследовательский вопрос** следующим образом:

Влияют ли социальный капитал и доступ в интернет на паттерны использования медицинских услуг пожилыми людьми в городе и в сельской местности?

Исследовательский вопрос и изученная литература дают возможность выдвинуть следующие **гипотезы**:

1. Социальный капитал влияет на все паттерны использования медицинских услуг пожилыми людьми в сельской местности.
2. Социальный капитал влияет на ограниченное число паттернов использования медицинских услуг пожилыми людьми в городской местности.
3. Доступ в интернет влияет на все паттерны использования медицинских услуг пожилыми людьми в городской местности.
4. Доступ в интернет влияет на ограниченное число паттернов использования медицинских услуг пожилыми людьми в городской местности.

Методология

В качестве источника данных используются данные 31 волны Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ [21]. Это последние доступные данные, собранные в 2022 году; следовательно, на их основе можно строить предположения о текущем состоянии общества. Для данного исследования были выбраны представительные данные по отдельным лицам («Данные по индивидам IBM SPSS»). Изначально было собрано 11979 наблюдений перед дальнейшими манипуляциями. После отбора только лиц в возрасте 60 лет и старше, представляющих интерес для данной работы, осталось 3407 наблюдений [22].

Переменные в данном исследовании были выбраны из РМЭЗ НИУ ВШЭ в соответствии с их актуальностью для концепций из литературного обзора; после переменные были разделены на тематические блоки.

1. *социодемографические характеристики*: место жительства, пол респондента, возраст, уровень образования. Первая переменная используется как указатель на место жительства человека для отнесения к городской или

сельской среде, коим и является одна из социодемографических характеристик; остальные переменные используются в качестве контрольных переменных.

2. *паттерны использования медицинских услуг*: наличие или отсутствие медицинской страховки, наличие или отсутствие практики посещения врача в целях профилактики, наличие или отсутствие предпочтения посетить врача в случае болезни вместо самолечения.

Данные переменные являются зависимыми переменными.

3. *социальный капитал*: наличие или отсутствие партнера в жизни индивида, наличие или отсутствие детей, наличие или отсутствие занятости, подразумевающей контакты с лицами вне семьи.

Как было определено в обзоре литературы, одной из основных составляющих социального капитала является участие в социальных сетях [17]. Соответственно, для переменной социального капитала подбирались переменные, позволяющие измерить уровень вовлеченности пожилых людей в социальные сети. На основе трех переменных из этого блока путем сложения их значений создана переменная «социальный капитал».

4. *доступ к интернету*: наличие или отсутствие доступа к интернету, наличие или отсутствие факта использования Интернета для общения, наличие или отсутствие факта использования Интернета для доступа к социальным сетям.

На основе трех переменных из этого блока путем сложения их значений создана переменная «доступ к интернету».

Аналитическая часть

В отобранных для анализа переменных встречается много пропусков. В переменных, связанных с использованием интернета, отсутствует более половины значений (более 1750 из 3407); также более 1250 значений отсутствуют в переменной, связанной с предпочтением в сторону обращения к врачу в случае болезни или предпочтением самолечением.

Используя Little's MCAR test, определяем, что пропуски в данных не случайны. Можно предположить, что отсутствующие значения в переменных, относящихся к интернету, связаны с возрастом респондентов. Отсутствие значений в переменной, связанной с предпочтением (или отсутствие оно) посещать врача вместо самолечения в период болезни, может быть связано с недостаточной осведомленностью о доступных медицинских услугах или желанием использовать альтернативные (в том числе нетрадиционные) методы лечения. Пропуски в данных были заполнены с помощью метода missRanger в R. Получаем 3407 строк без пропусков.

К группе респондентов из городской местности были отнесены опрошенные из региональных центров и больших городов, к респондентам из сельской местности были отнесены опрошенные из деревень и поселков городского типа (ПГТ). В группе респондентов из городской местности 2290 человек, в группе респондентов из сельской местности 1117 человек.

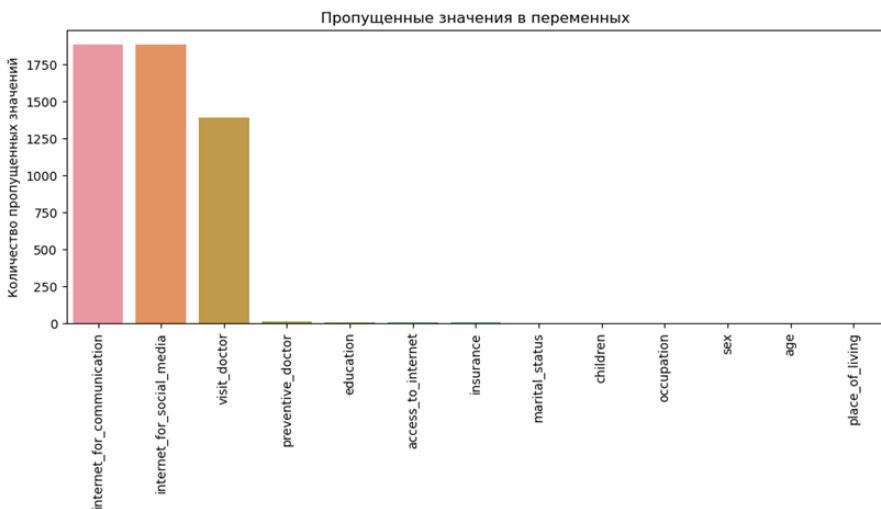


Рис. 1. Изображение количества пропущенных значений в отобранных из РМЭЗ переменных после фильтрации данных по возрасту респондентов.

В этой работе используются бинарные логистические модели, поскольку у нас есть бинарные зависимые переменные. Модели помогут определить наличие или отсутствие влияния социального капитала и использования интернета на паттерны использования медицинских услуг пожилыми людьми в городе и сельской местности.

Респонденты из городской местности

В случае прогнозирования наличия или отсутствия страховки, единственным значимым предиктором для прогнозирования результата является «социальный капитал». Его отношение шансов составляет 5.29, что означает, что с каждым увеличением значения социального капитала на одну единицу вероятность того, что у респондента будет медицинская страховка, увеличивается на 429%.

В случае прогнозирования предпочтения посещать врача при появлении болезни (или отсутствия такого предпочтения) единственной значимой переменной является «образование». Её отношение шансов составляет 1.13, что означает, что с каждым увеличением уровня образования вероятность того, что респондент предпочтет обратиться к врачу при появлении болезни, увеличивается на 13%.

Что касается посещения врача в качестве профилактической меры, как «социальный капитал», так и переменная «использование интернета» считаются значимыми переменными. Для «социального капитала» отношение шансов составляет 1.31, что означает, что с каждым увеличением социального капитала на одну единицу вероятность того, что респондент посещает врача не во время болезни, а для проверки состояния здоровья, увеличивается на 31%. Что касается

«использования интернета», его отношение шансов составляет 1.30, что означает, что с каждым увеличением значения переменной «использование интернета» на одну единицу вероятность того, что респондент посещает врача не во время болезни, а для проверки состояния здоровья, увеличивается на 30%.

Несмотря на обнаруженные статистически значимые переменные, модели, созданные на основе данных по респондентам из городских пространств, показывают невысокий уровень объяснительной способности: они объясняют лишь 5,3%, 0,7% и 1,3% вариаций в исследуемых переменных.

<i>Predictors</i>	insurance			visit_doctor			preventive_doctor		
	<i>Odds Ratios</i>	<i>std. Error</i>	<i>p</i>	<i>Odds Ratios</i>	<i>std. Error</i>	<i>p</i>	<i>Odds Ratios</i>	<i>std. Error</i>	<i>p</i>
(Intercept)	0.00	0.00	< 0.001	0.22	0.06	< 0.001	0.06	0.02	< 0.001
sex [female]	0.81	0.30	0.572	1.19	0.13	0.109	1.22	0.15	0.113
education	1.44	0.28	0.062	1.13	0.05	0.004	1.06	0.05	0.261
social capital	5.29	1.54	< 0.001	0.93	0.06	0.272	1.31	0.11	0.001
using internet	1.41	0.46	0.295	1.08	0.09	0.369	1.30	0.13	0.006
Observations	2290			2290			2290		
R ² Tjur	0.053			0.007			0.013		

Рис. 2. Результаты бинарной логистической регрессии по данным респондентов из городской местности.

Респонденты из сельской местности

В случае прогнозирования наличия или отсутствия страховки, единственным значимым предиктором для прогнозирования результата является «социальный капитал», как и в случае с городскими респондентами. Его отношение шансов составляет 5.77, что означает, что с каждым увеличением значения социального капитала на одну единицу вероятность того, что у респондента будет страховка, увеличивается на 477%.

В случае прогнозирования предпочтения посещать врача при появлении болезни (или отсутствия такого предпочтения) единственной значимой переменной является «пол». В случае, если респондент женского пола, отношение шансов составляет 1.77, что означает, что женщина предпочтет обратиться к врачу при появлении болезни на 77% чаще, чем мужчина.

Что касается посещения врача в качестве профилактической меры, значимой переменной является «социальный капитал». Для «социального капитала» отношение шансов составляет 1.67, что означает, что с каждым увеличением социального капитала на одну единицу вероятность того, что респондент посещает врача не во время болезни, а для проверки состояния здоровья, увеличивается на 67%.

Несмотря на обнаруженные статистически значимые переменные, модели, созданные на основе данных по респондентам из сельских пространств, показывают невысокий уровень объяснительной способности: они объясняют лишь 2,3%, 1,9% и 3% вариаций в исследуемых переменных.

Predictors	insurance			visit_doctor			preventive_doctor		
	Odds Ratios	std. Error	p	Odds Ratios	std. Error	p	Odds Ratios	std. Error	p
(Intercept)	0.00	0.00	<0.001	0.23	0.08	<0.001	0.04	0.02	<0.001
sex [female]	1.75	1.07	0.357	1.77	0.28	<0.001	1.30	0.22	0.125
education	0.96	0.25	0.867	1.04	0.06	0.434	1.09	0.07	0.178
social capital	5.77	2.83	<0.001	0.92	0.10	0.442	1.67	0.21	<0.001
using internet	0.91	0.48	0.856	1.11	0.15	0.448	1.25	0.19	0.151
Observations	1117			1117			1117		
R ² Tjur	0.023			0.019			0.030		

Рис. 3. Результаты бинарной логистической регрессии по данным респондентов из сельской местности.

Вывод

В ходе анализа мы выяснили, что **социальный капитал** влияет на ограниченное число паттернов использования медицинских услуг пожилыми людьми как в городской, так и сельской местности; это опровергает первую гипотезу и подтверждает вторую. Социальный капитал был значимым предиктором для определения наличия или отсутствия страховки как среди сельского, так и среди городского населения. Также социальный капитал оказался значимым для обеих групп для предсказания посещения врача в качестве профилактической меры. **Доступ в интернет** влияет на ограниченное число паттернов использования медицинских услуг пожилыми людьми как в городской, так и сельской местности; это опровергает третью гипотезу и подтверждает четвертую. В исследовании данная переменная оказалась значимой только для предсказания посещения врача в качестве профилактической меры для респондентов из городской среды. **Ни социальный капитал, ни доступ к интернету** не были значимыми для определения предпочтения респондентов похода ко врачу вместо альтернативных практик во время болезни.

Важно отметить, что все модели имеют низкий уровень объяснительной способности. Это может быть связано с неполной релевантностью переменных из РМЭЗ НИУ ВШЭ для отражения концептов «социальный капитал» и «использование интернета».

В дальнейших исследованиях на эту тему можно собрать данные, которые были бы более сфокусированы на респондентах из возрастной группы 60+ лет, а также затрагивали бы вопросы их социального капитала, использования интернета и отношения к нему, а поведения, связанного с использованием медицинских структур и услуг. Таким образом можно будет избежать неполных данных и более обоснованно ответить на поставленный исследовательский вопрос.

Список источников

1. Bujnowska-Fedak, M. M., & Mastalerz-Migas, A. (2014). Usage of Medical Internet and E-Health Services by the Elderly. In *Advances in Experimental*

Medicine and Biology, 75–80. Springer Nature.
https://doi.org/10.1007/5584_2014_74

2. Brown, J. V., & Rusinova, N. L. (2010). Unequal Soviet Childhoods and Post-Soviet Health Inequalities. *International Review of Modern Sociology*, 36(2), 121–142. <http://www.jstor.org/stable/41421386>

3. Chetty, R., Jackson, M.O., Kuchler, T. et al. (2022). Social capital I: measurement and associations with economic mobility. *Nature*, 608, 108–121. <https://doi.org/10.1038/s41586-022-04996-4>

4. Coleman, J.S. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge, MA: The Belknap Press of Harvard University Press.

5. Durkheim, E. (1951). *Suicide*. New York: Free Press.

6. Forsell, T., Tower, J., & Polman, R. (2020). Development of a Scale to Measure Social Capital in Recreation and Sport Clubs. *Leisure Sciences*, 42(1), 106–122. <https://doi.org/10.1080/01490400.2018.1442268>

7. Galkin K. A. (2022). Between Material And Social: Neighborhood Relations Of Elderly People "Inside" Infrastructural Deficiency. *Sociological Science and Social Practice*, 10(1(37)), 143-159.

8. Jen, M., Sund, E. R., Johnston, R., & Jones, K. (2010). Trustful societies, trustful individuals, and health: An analysis of self-rated health and social trust using the World Value Survey. *Health & Place*, 16(5), 1022–1029. <https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2010.06.008>

9. Kennedy, B. P., Kawachi, I., & Brainerd, E. L. (1998). The role of social capital in the Russian mortality crisis. *World Development*, 26(11), 2029–2043. [https://doi.org/10.1016/s0305-750x\(98\)00094-1](https://doi.org/10.1016/s0305-750x(98)00094-1)

10. Komarova E. V. & Akifyeva L. V. (2022). Factors and indicators influencing the development of social infrastructure in rural areas. *Vestnik NGIEI*, (7 (134)), 114-126. doi: 10.24412/2227-9407-2022-7-114-126

11. Kuziner, E. N. (2021). The role of social capital in overcoming the social exclusion of older people. <https://doi.org/10.46726/Sb.2021.12>

12. Kawachi, Subramanian, and Kim. (2008). *Social Capital and Health*. In Springer eBooks. <https://doi.org/10.1007/978-0-387-71311-3>

13. Kawachi, I., and Berkman, L. (2000). *Social Cohesion, Social Capital, and Health*. In: Berkman, L.F. and Kawachi, I. Eds., *Social Epidemiology*, Oxford University Press, New York, 174-190.

14. Li, Y., Kabayama, M., Tseng, W., & Kamide, K. (2022). The presence of neighbours in informal supportive interactions is important for mental health in later life. *Archives of Gerontology and Geriatrics*, 100, 104627. <https://doi.org/10.1016/j.archger.2022.104627>

15. Liu, T., & Song, J. (2022). Health Consequences of Online Social Capital among Middle-Aged and Older Adults in China. *Applied Research in Quality of Life*, 17(4), 2277–2297. <https://doi.org/10.1007/s11482-021-10033-9>

16. Moore, S., & Kawachi, I. (2017). Twenty years of social capital and health research: a glossary

17. Putnam R. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York, NY: Simon & Schuster.
18. Rojas, Y., & Carlson, P. (2006). The stratification of social capital and its consequences for self-rated health in Taganrog, Russia. *Social Science & Medicine*, 62(11), 2732–2741. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2005.11.007>
19. Rusinova N., & Safronov V. (2014). The meaning of social capital for health in European countries. <https://doi.org/10.19181/socjour.2014.20.4.235>
20. Rusinova N., & Safronov V. (2020). Mediators of structural inequalities in regards to health in Europe: Social capital of close social circle and social trust. <https://doi.org/10.19181/socjour.2014.20.4.235>
21. Russian Longitudinal Monitoring Survey HSE. (n.d.). <https://www.hse.ru/rhms/>
22. World Health Organization: WHO. (2020). Ageing. www.who.int
23. Yang, Y., Zeng, D., & Yang, F. (2022). Internet Use and Subjective Well-Being of the Elderly: An Analysis of the Mediating Effect Based on Social Capital. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(19), 12087. <https://doi.org/10.3390/ijerph191912087>
24. Younsi, M., & Chakroun, M. (2016). Does social capital determine health? Empirical evidence from MENA countries. *The Social Science Journal*, 53(3), 371–379. doi:10.1016/j.soscij.2014.08.008
25. Zahodne, L. B., Ajrouch, K. J., Sharifian, N., & Antonucci, T. C. (2019). Social relations and age-related change in memory. *Psychology and Aging*, 34(6), 751–765. <https://doi.org/10.1037/pag0000369>

Ю. И. Заморина,

магистрант кафедры связей с общественностью и рекламы Института философии человека ФГБОУ ВО «Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена»

Н. Н. Покровская,

доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры связей с общественностью и рекламы Института философии человека ФГБОУ ВО «Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена»

Традиционные и новые методы измерения запоминаемости и узнаваемости образовательных учреждений на рынке услуг: сравнительный анализ

Аннотация. Возможности комбинирования и совместного использования различных методов анализа для повышения точности и достоверности полученных данных предъявляет особые требования к организации исследований. Авторы обосновывают применение нового подхода, основанного на использовании современных технологий и аналитических методов. Результаты исследования могут быть полезны для разработки маркетинговых стратегий

образовательных учреждений и повышения их конкурентоспособности на рынке.

Ключевые слова: репутация, запоминаемость, узнаваемость, опросные методы исследования, социальные медиа

Abstract. The possibility of combining and sharing various analysis methods to improve the accuracy and reliability of the data obtained places special requirements on the organization of research. The authors substantiate the application of a new approach based on the use of modern technologies and analytical methods. The results of the study can be useful for developing marketing strategies of educational institutions and increasing their competitiveness in the market.

Keywords: Reputation, memorability, recognition, survey research methods, social media.

В мире сегодняшней ожесточенной конкуренции за каждого потребителя, репутация, запоминаемость и узнаваемость бренда играют ключевую роль в формировании успешной стратегии маркетинга. Так как легко воспринимаемое и узнаваемое рекламное сообщение приводит непосредственно к увеличению продаж и установлению долгосрочных связей с целевой аудиторией. В свою очередь, репутация бренда отражает общее мнение и восприятие потребителей о компании, ее продуктах или услугах. Она основывается на опыте взаимодействия потребителей с брендом и может быть сформирована как положительными, так и отрицательными впечатлениями.

С другой стороны, запоминаемость бренда определяет его способность оставаться в памяти потребителей. Это связано с тем, насколько успешно бренд привлекает и удерживает внимание целевой аудитории. Со временем запоминаемость бренда может развиваться и усиливаться благодаря маркетинговым кампаниям, инновациям и повышению осведомленности потребителей о нем.

Уровень узнаваемости бренда, связан с его способностью быть отличным от конкурентов и вызывать мгновенные ассоциации у потребителей. Таким образом, бренды выделяются среди множества аналогичных продуктов и создают уникальное впечатление у потребителей, позволяя им принимать быстрые и информированные решения о покупке.

Для маркетолога все вышеописанные факторы становятся неотъемлемыми элементами стратегии продвижения и удержания клиентов. А для потребителя служат ориентирами при принятии окончательного решения о покупке.

Репутация бренда может обеспечить высокую лояльность и повысить конкурентоспособность на рынке. Так как именно она часто расценивается, как надежный показатель качества продуктов или услуг, создавая эмоциональную привязанность и удовлетворение от взаимодействия. В свою очередь, успешная запоминаемость и узнаваемость создают преимущество и способствуют повышению осведомленности.

В данной работе мы рассмотрим, что конкретно подразумевают под собой такие термины, как «запоминаемость» и «узнаваемость». Подробно проанализируем, что такое «репутация» и на чем она основывается. А также изучим как можно измерить эти показатели, не ограничиваясь только проведением различных видов социальных опросов.

Репутация (англ. reputation) – это закрепившаяся за кем-либо или чем-либо добрая или худая слава, на основе четкого критерия [3]. Другими словами, это собирательное мнение о бренде в целом, которое формируется на основе опыта взаимодействия потребителей с каким-либо объектом. Репутация является важным показателем доверия, связанным с восприятием самой организации, отражая общую оценку и мнение потребителей о конкретных услугах или продуктах. Однако свойства, присущие объекту (продукт, идея, человек, компания), становятся частью его репутации только тогда, когда об этих свойствах известно окружающим [4]. Почему это так важно? Потребители предпочитают отдавать свое предпочтение исключительно компаниям с хорошей репутацией, так как чувствуют большую уверенность в качестве и надежности предлагаемого продукта или услуги. Соответственно отрицательная сторона может лишь отпугнуть и привести к потере доверия, что понесет за собой значительные убытки.

Таким образом, положительная репутация оказывает существенное влияние на:

1. Привлечение новых клиентов: потенциальные клиенты, ознакомившись с положительными отзывами и рекомендациями, будут склонны выбрать конкретную компанию среди множества конкурентов.

2. Крепкую связь с уже сформированной базой: оправдывая ожидания, целевая аудитория склонна продолжать отдавать предпочтение тому или иному учреждению или продукта, не ища альтернативы.

3. Привлечение и удержание высококвалифицированных сотрудников и партнеров для дальнейшего развития и роста.

4. Ценообразование: компании с прочной репутацией могут иметь возможность устанавливать более высокие цены за свои продукты или услуги. Потребители готовы платить больше за бренды, которые имеют положительную репутацию, поскольку они уже ассоциируются с качеством и надежностью.

5. Положительную реакцию в кризисных ситуациях: компании с устойчивой репутацией легче преодолевают кризисные ситуации. Имея хорошую репутацию, они могут основываться на доверии клиентов, партнеров и общественности, что помогает минимизировать потери и восстановиться после кризиса более успешно.

Эти факторы демонстрируют, что репутация имеет существенное влияние на успех и развитие компании, ее отношения с клиентами, партнерами и общественностью, а также на ее финансовые результаты и рост. Поэтому крайне важно уделять внимание своей репутации и стремиться установить и поддерживать положительное восприятие у всех заинтересованных сторон.

Формирование репутации основывается на некоторых ключевых аспектах:

1. Качество продукта или услуги: один из основных факторов формирования репутации – это качество предлагаемого продукта. Соответствие ожиданиям потребителя помогает создать положительный образ, что способствует укреплению позиций на рынке.

2. Уровень обслуживания клиентов: качество обслуживания также имеет огромное значение в формировании репутации. Если целевая аудитория получает высокий уровень поддержки, быстрые и эффективные решения проблем, это лишь создает дополнительные и укрепляет уже сформированные, положительные впечатления, что также способствует лишь укреплению доверительных отношений.

3. Этические принципы и ответственность: образовательные или другие иные организации, которые придерживаются высоких этических стандартов и проявляют социальную ответственность, обычно наследуют положительную тенденцию укрепления позиции на рынке. Вклад в общество, охрана окружающей среды и соблюдение законов - все это способы формирования репутации как надежного и ответственного объекта.

4. Рекомендации и отзывы: положительные отзывы и рекомендации, могут сыграть решающую роль на принятие решений, убеждая потребителей в надежности и качестве предлагаемых продуктов или услуг.

5. Связь с общественностью и медиапространство: необходимо устанавливать позитивное общественное восприятие через коммуникацию с журналистами, публикацию пресс-релизов, участие в общественных мероприятиях и поддержку различных благотворительных организаций.

В целом социальное управление подразумевает процесс управлением репутаций, что служит ориентиром, который помогает потребителю определить, кому и какому продукту или услуге можно доверять для установления долгосрочных взаимоотношений. Или описывая данный процесс другими словами, то можно смело утверждать, что управление репутацией - это попытка преодолеть пропасть между тем, как объект позиционирует себя и тем, как ее видят другие [6].

Жизненно важным условием процветания компании, по мнению Л.С. Сальниковой, является необходимость постоянно формировать и направлять целевым аудиториям нужные информационные потоки [1]. Компании, которые стремятся к созданию положительной репутации, часто инвестируют в маркетинговые и PR-кампании, чтобы привлечь внимание к своим достижениям и улучшить свое восприятие среди целевой аудитории. Тем самым определяя, насколько потребители верят в надежность и качество продуктов или предоставляемых услуг.

Запоминаемость является одним из основных показателей эффективности рекламных компаний и играет ключевую роль в психологии потребителя. Любое рекламное сообщение, которое легко запоминается, имеет большой шанс привлечь внимание потенциальных потребителей и вызвать желаемую реакцию, а точнее побуждение к конкретному действию, например, как покупка

определенного товара или услуги. Создание прочных и позитивных ассоциаций с брендом или услугой помогает установить долгосрочную связь с целевой аудиторией, укрепляя лояльность и мотивируя вернуться снова. В свою очередь, легко узнаваемый дизайн или логотип компании помогают потребителям быстро идентифицировать предлагаемый продукт или услугу, создавая уверенность в правильном выборе и делая процесс покупки более легким и быстрым. Таким образом, вышеописанные факторы являются важными концепциями в области маркетинга и в контексте продвижения они означают следующее:

Запоминание рекламного сообщения – это способность адресата воспроизвести суть сообщения после непосредственного его просмотра и восприятия [5]. Иными словами – это некая способность рекламного сообщения цепляться, и оставаться в памяти целевой аудитории на продолжительный временной отрезок времени. Для обеспечения хорошего запоминания рекламного материала немецкие психологи сформулировали некоторые требования к транслируемому сообщению, обеспечивающие его эффективность [7]:

- 1) рекламное предложение необходимо разделять на отдельные части и предлагать последовательно каждую особо;
- 2) паузы между отдельными предложениями не должны быть слишком длинными, чтобы не утратилось впечатление от предыдущего воздействия.

Узнаваемость – это степень осведомленности о бренде потенциальных клиентов компании, от которой напрямую зависит ее статус на рынке. Этот показатель важен для всех, кто хочет увеличить успешность и эффективность своего бизнеса, однако для коммерческих брендов он имеет особое значение, так как влияет на долю продаж и рост прибыли [2]. Когда бренд или продукт легко узнаваем, потребители могут связать его с предыдущими впечатлениями, опытом использования или знакомством с рекламой. Создать ее можно через повторение символов, логотипов, цветовых схем, дизайна упаковки и других элементов брендинга, которые становятся характерными и отличительными перед альтернативными вариантами.

Данные показатели играют важную роль в успешном продвижении и маркетинге по нескольким причинам:

1. Дифференциация от конкурентов: это особенно важно в насыщенных отраслях, где множество брендов борются за внимание потребителей.
2. Привлечение внимания: если потребители знакомы с брендом и вспоминают рекламное сообщение, это может лишь стимулировать их интерес и заинтересованность в подробном изучении нового продукта или услуги.
3. Установление долгосрочных отношений: имея положительные впечатления и ассоциации, потребители склонны быть более лояльными и продолжать отдавать приоритет определенному товару или услуге в будущем.
4. Распространение рекомендаций или другими словами запуск сарафанного радио: запоминаемые и узнаваемые рекламные сообщения могут стать предметом обсуждения и широкого распространения положительных откликов среди потребителей. Они могут рассказывать о нем своим друзьям, коллегам и семье, что способствует популяризации бренда.

Эти концепции могут быть реализованы через целый ряд маркетинговых стратегий, включая использование сильных слоганов, уникального дизайна или же через повторения сообщений. Понимание, насколько хорошо потребители запоминают информацию о продуктах, брендах и рекламных кампаниях, а также насколько легко им узнать эти элементы в будущем, является ключевым фактором успеха.

Использование различных методов и инструментов для измерения запоминаемости и узнаваемости позволяет маркетологам получить ценную информацию о том, насколько успешно рекламные сообщения взаимодействуют с целевой аудиторией. Далее, подробнее рассмотрим некоторые примеры, которые помогут для дальнейшей оптимизации маркетинговых кампаний и достижения успеха.

Опросы являются одним из наиболее распространенных и более упрощенных методов измерения запоминаемости и узнаваемости. При проведении опросов респондентам предлагается серия вопросов, которые оценивают способность участников опроса запомнить и узнать конкретные элементы, такие как логотипы, слоганы или рекламные сообщения. Респонденты могут оценить степень запоминаемости и узнаваемости на числовой шкале или выбрать ответ из представленных вариантов. Однако данный метод имеет свои ограничения, такие как возможность искажения информации из-за намеренного или незавершенного запоминания, а также субъективных оценок. Важно учитывать факторы, которые могут повлиять на ответы респондентов, такие как эффект угадывания или ложных воспоминаний.

Фокус-группы, с другой стороны, предоставляют возможность глубже изучить уровень восприятия и узнаваемости, позволяя участникам обсуждать свои впечатления и ассоциации более развернуто. Участники могут описать свои предыдущие воспоминания о рекламных кампаниях, брендах или продуктах, а также предоставить свои мнения о том, что именно делает рекламное сообщение запоминаемым или узнаваемым. В фокус-группах могут проводиться также различные виды активностей, такие как демонстрация рекламных материалов, обсуждение их содержания и воздействия, а также визуальное и ассоциативное тестирование, для более точной оценки вышеописанных факторов. Всё же фокус-группы также могут иметь ограниченное количество участников и их мнения могут быть предвзятыми или не отражать общее мнение целевой аудитории.

Важно отметить, что традиционные методы также могут использоваться совместно с другими инструментами и метриками для более всесторонней оценки. Например, сочетание опросов с использованием электроэнцефалографии (EEG) может помочь измерить активность мозга во время процесса запоминания и узнавания. Этот подход может предоставить более объективную информацию о воздействии рекламы на мозговую активность и эмоциональную реакцию респондентов. Однако данный способ считается более трудоемким и затратным. Впрочем, не стоит ставить на традиционных методах крест. Гарри Беквит в своей работе «Продавая незримое» уделяет особое

внимание проведению опросов, считая, что данный способ всё же значительно помогает своевременно заметить проблемные области, давая ясное представление о том, каким делом вы занимаетесь [8].

С развитием социальных сетей стали доступны новые инструменты для измерения запоминаемости и узнаваемости. Анализ данных из социальных сетей позволяет отслеживать упоминания бренда или продукта, а также изучать реакции пользователей на них. Это может быть осуществлено путем мониторинга хэштегов, упоминаний бренда в комментариях и обсуждениях, а также анализа эмоциональных реакций пользователей.

Анализ данных с помощью веб-трафика и социальных медиа может включать несколько этапов и методов. Ниже рассмотрим подробнее этот процесс:

1. **Определение метрик:** первый шаг в анализе данных - определить ключевые метрики, которые будут использоваться для измерения запоминаемости и узнаваемости. Например, это может быть количество посещений веб-сайта, продолжительность пребывания на странице, количество лайков, комментариев, репостов в социальном пространстве и другие показатели, отражающие прямое взаимодействие пользователей с контентом.

2. **Сбор данных:** для сбора данных можно использовать такие инструменты аналитики веб-трафика, как Google Analytics, Яндекс.Метрика или другие аналитические инструменты.

3. **Следующий шаг - фильтрация и обработка данных:** некоторые данные могут быть несущественными или содержать так называемый «шум», поэтому важно провести предварительную обработку. Это может включать удаление дубликатов, фильтрацию ботов, спама и другие доступные методы.

4. **Визуализация данных:** чтобы лучше понять данные, их можно визуализировать с помощью различных инструментов. Например, построить график количества посещений веб-сайта в течение определенного временного периода или диаграмму социального взаимодействия с постами в социальных медиа.

5. **После обработки и визуализации данных необходимо провести анализ трендов и паттернов:** например, можно выявить наиболее популярные страницы или посты, оценить их влияние на запоминаемость и узнаваемость. Также, можно проанализировать показатели в различных группах пользователей, чтобы понять, кто проявляет больший интерес к публикуемому контенту.

6. **Сравнение показателей:** для более объективной оценки можно сравнить свои показатели со средними значениями в конкретной отрасли или с конкурентами. Это поможет определить, насколько успешным является рекламный посыл и где есть потенциал для улучшения.

7. **Принятие решений и оптимизация:** на основе результатов анализа данных можно принимать конкретные решения и разрабатывать стратегии для оптимизации контента и улучшения запоминаемости и узнаваемости.

Это могут быть изменения в дизайне веб-сайта, оптимизация контента для поисковых систем и социальных медиа, улучшение взаимодействия и другое.

Важно отметить, что анализ данных измерения запоминаемости и узнаваемости с помощью веб-трафика и социальных медиа является непрерывным процессом. После внесения изменений и оптимизации контента может потребоваться повторный анализ данных, чтобы оценить эффективность внесенных изменений и дальнейшие возможности для улучшения.

Таким образом, репутация, запоминаемость и узнаваемость бренда являются важными составляющими, помогающими формировать устойчивое конкурентное преимущество и успешную стратегию продвижения на рынке. Для потребителя эти факторы служат главными ориентирами при выборе и создают условия для удовлетворения потребностей и повышения лояльности. Частое повторение рекламных сообщений способствует укреплению запоминания и улучшению узнаваемости бренда. При этом, следует учитывать, что слишком частое повторение может вызвать эффект привыкания, и реклама может перестать привлекать внимание целевой аудитории. Также не стоит забывать о такой важной составляющей эффективной рекламы, как контекст, в котором она транслируется. Соответствие рекламного сообщения интересам и ценностям потребителя повышает запоминаемость и позитивное восприятие, вызывая большее внимание и эмоциональную реакцию. Сильные эмоциональные реакции, лучше запоминаются и оставляют более глубокий след в сознании и подсознании потребителя.

В целом, понимание процесса усвоения информации и факторов, влияющих на запоминаемость и узнаваемость рекламы, является важным для разработки эффективных рекламных стратегий. Использование и комбинация методов, описанных в данной работе, может помочь рекламодателям и брендам достичь лучших результатов и улучшить восприятие рекламных сообщений потребителями.

Список литературы

1. Ананьева Л. Ю. Повышение уровня припоминания сути рекламного обращения / образовательный портал «справочник». – дата написания статьи: 25.10.2019.
2. Гарри Беквит Продавая незримое. М: Альпина бизнес букс, Москва, 2004.
3. Кичаев А. Как управлять репутацией и сценариями своей жизни. Бренд-коучинг и психонергетика лидера, М: ИГ Весь, 2012.
4. Куранов Е.Ю. Управление репутацией компании с использованием методов конкурентной разведки: дис. магистра экономики. Уральский гос. эконом. университет, Екатеринбург, 2014.
5. Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы / Серия: Мастера психологии СПб, 2008.
6. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии: учебник для бакалавров. – М.: Издательство Юрайт, 2013.
7. Утаник А. Как повысить узнаваемость бренда в сети, 2018.

У. Д. Карпова,

Белорусский государственный университет, Минск, Беларусь

Научный руководитель: Л.Г. Титаренко

Образ современной женщины в рекламе: от стереотипизации до фемвертайзинга

В статье исследуется образ современной женщины в рекламе, рассматривается его эволюция от стереотипизации до фемвертайзинга. Автор анализирует современные тенденции в рекламе с учетом социальных изменений. Сначала рассматриваются те стереотипные образы женщин, которые долгое время преобладали в рекламе. Однако с течением времени реклама стала менять свое отношение к женщинам. Фемвертайзинг – новая тенденция в рекламе, которая стремится представлять женщин в более реалистичном свете, основываясь на их собственных амбициях, силе и самореализации. Рекламные кампании, которые поддерживают фемвертайзинг, призывают к осознанности и эмпатии.

Ключевые слова: гендерный стереотип, женский образ, коммерческая реклама, фемвертайзинг

Современные образы в рекламе являются одним из главных инструментов в маркетинге. Обуславливается данный факт тем, что при фокусе только на товар, предназначенный для продажи, внимание потенциальных покупателей не заостряется, реклама не запоминается, что, в свою очередь, не стимулирует продажи. Именно для повышения статуса товара, его запоминаемости и обсуждаемости среди потенциальных потребителей используются определённые образы, которые трансформируют обыденное восприятие бытового товара, элемента гардероба, трансформируют его в «уникальный» и «особенный» [6]. Независимо от вида рекламируемого товара: парфюмерия, косметика, бытовая химия, автомобили, ивенты и др. – наиболее популярным и успешным образом является образ женщины.

Для успешного продвижения рекламного ролика, плаката, фото важно, чтобы он был понятен большой аудитории; соответственно, реклама транслирует ценности, нормы, стереотипы и стандарты определенной культуры [1]. Важно учитывать типологию рекламы, так как каждый тип имеет разные функции в социуме и использует отличные друг от друга образы. В статье будут описаны образы женщин в коммерческой рекламе.

Коммерческая реклама является самым распространенным видом рекламной продукции. Основной ее целью является продажа конкретного вида продукции, перевод внимания потребителя от аналогичного продукта конкурентов [3]. Для выявления динамики изменения женских образов в коммерческой рекламе были взяты тенденции рекламы 20 века и рекламы 21 века.

Вследствие того, что реклама транслирует нормы, ценности и стереотипы своей культуры, женщина в коммерческой рекламе 20 века представлена хозяйственной, скромной. Женщины в такой рекламе советуются друг с другом о преимуществах нового продукта. Так, рекламируя продукты питания, активно используется один из самых известных культурных стереотипов о том, что

хозяйство должна вести женщина. Отличие между странами состоит в том, что разные культуры используют разные способы для выражения данного стереотипа. Например, США и Япония изображали желание угодить мужчине. Англия и Франция – удовольствие при ведении хозяйства, за которое нужно бороться. В США ярким маркером рекламы являлась социальная власть мужчины, во многих рекламных постерах женщина приносила мужчине завтрак, сидела перед ним на коленях, часто использовались фразы в рекламных видеороликах, вроде «Мой муж попробовал этот товар, и я решила тоже» и так далее [2].

Второй вектор становления образа женщины – это его сексуализация. Наиболее часто такой маркетинговый прием используется в рекламе одежды, алкоголя и продуктов, целевой аудиторией которых являются мужчины. Наиболее эффективны типы рекламы, которые вызывают чувство страха, удивления, возбуждения, поэтому маркетологи часто пользуются приемом трансляции женского тела в рекламе. Такая реклама может выглядеть естественно, например женские ноги в рекламе носков и колготок, а может сексуализировать женщин и объективизировать женское тело [5]. Ярким примером прямого сексуального призыва в коммерческой рекламе является реклама бренда нижнего белья Wonderbra, где женщина, одетая в белье вышеупомянутого бренда, говорит: «Смотрите мне в глаза. Я сказала глаза». Следствием такой рекламы становится факт, что даже при уместной трансляции женского тела сексуализация может выражаться вербально [5].

Для современной рекламной индустрии характерным явлением становится прослеживание трансформации визуальных презентаций женских образов и приобретение новых черт, влияющих на содержание категорий красоты и отражающих тенденции нынешней эпохи. Вместе с тем, как в прошлом, так и в современной культуре сохраняются тенденции осмысления женщины и её образа сквозь призму категории её телесности, другими словами, - посредством соответствия признанных в данной культуре стандартов красоты и моделей успешности [1]. Важно отметить, что в рекламе ранее не учитывались род деятельности женщин, их социальная позиция, интеллектуальные способности и т.д. В рекламной сфере возник новый феномен – фемвертайзинг. Фемвертайзинг противопоставляется рекламе, эксплуатирующей женский образ прежде всего как сексуальный [7]. В трансформирующемся современном обществе повышена осознанность людей. Это создает ответственность у самих предпринимателей, нацеленных на совмещение двух составляющих бизнеса: рост продаж и выстраивание лояльных отношений с клиентом. Потребители ожидают, что компании займут определенную позицию по экологическим, социальным вопросам, в том числе, и по гендерным, потребители стали более чувствительны к тому, как бренды откликаются на их ценностно окрашенные потребности. Сегодня феминизм в рекламе в основном фокусируется на таких темах, как женское здоровье и внешний вид (бодипозитивное движение). Реклама, мода и другие культурные явления всегда служили в качестве лакмусовой бумажки, отражающей постоянные инновации и происходящие в мире изменения. В соответствии с этим появление специального термина

«фемвертайзинг» является явным свидетельством того, что место и роль женщины в современном мире переосмысливается [4].

Э. Бекер-Херби, предлагает пять принципов, согласно которым рекламная кампания может считаться фемвертайзингом:

1. Репрезентация женщин в рекламе с абсолютно разными характеристиками (разного возраста, расы, этничности);
2. Наличие в рекламе посылы, поддерживающего женщин;
3. Уход от типичных женских образов и гендерных стереотипов;
4. Исключение доминирующего мужского взгляда;
5. Рекламная кампания должна искренне стремиться к социальным изменениям, запускать свои программы поддержки женщин [7].

При анализе современной коммерческой рекламы, в которой появляются образы женщин, можно отметить, что, хотя она представлена для больших масс населения, ее посыл является довольно индивидуализированным. Примером может являться реклама kotex, девиз которой звучит как «Двигайся вперед» и адресован в первую очередь женщинам. Также современная реклама указывает на экономическую эмансипированность женщин: послы на покупку продукта идут напрямую к женщинам. Одним из последних примеров является реклама Lamoda, в которой транслируется призыв к женщинам сделать самой себе подарок, купив их товар.

Послы в рекламе сосредоточены на повышении самооценки и развитии уверенности в себе. Создателям кампаний важно вступить в ценностный резонанс с потребительницами, но при этом не вызвать слишком сильного отклика или отторжения, ассоциируемого с рекламой, что могло бы отразиться на прибыли или восприятии их рекламных продуктов. Нарратив части кампаний построен на манифестах, высказываниях, на подсвечивании женской повестки. Остальная же часть сфокусирована на расширении женской репрезентации и открытии новых историй, которые не демонстрировались прежде в кампаниях в стиле коммерческого реализма. Можно заметить тенденцию на артикуляцию женской силы, стойкости, уверенности, достоинства, тех сюжетов или историй, которые связаны с уникальным профессиональным женским опытом [7].

Тематику женского успеха, карьеры, бизнеса можно рассматривать как отдельную тенденцию в современном рекламном пространстве [7].

Список использованных источников

1. Бубенкова, А.Д. Тенденции визуализации женского образа в современной рекламе индустрии красоты / А.Д. Бубенкова // Парадигма: философско-культурологический альманах. – 2021. – С.155-162;
2. Герасимова, Д.А. Сравнительный анализ гендерных стереотипов в мужественных и женственных культурах на материале текстов мировой рекламы XX века / Д.А. Герасимова. – М.: МГУ, 2012. – С. 86-96;
3. Гилева, Е.А. Основные характеристики коммерческой рекламы / Е.А. Гилева // Форум молодых ученых: СМИ (медиа) и массовые коммуникации. – 2018. – С. 115-118;

4. Клестова, Ю.В. Feminism as a marketing strategy / Ю.В. Клестова // student. - №5. – 2021. – С 27-33.

5. Любимова, С.А. Формирование стереотипного образа современной женщины в американском рекламном дискурсе 20-х годов прошлого века / С.А. Любимова // ScienceRise: языкознание и литературоведение. – 2014. - №2. – С.117-121;

6. Макарова, Т.Л. Современные образы в рекламе индустрии моды / Т.Л. Макарова // Гуманитарный акцент: языкознание и литературоведение. – 2018. – С. 33-40;

7. Панарина, Е.С. Рекламный гендерный перформанс: как фемвертайзинг репрезентирует женщин / Е.С. Панарина // Интеракция. Интервью. Интерпретация. - Т. 13. № 1. - 2021. - С. 63–88.

Л. С. Баженова,

Санкт-Петербургский государственный университет

Изучение иностранного языка как фактор формирования профессиональной карьеры выпускников

В современной научной литературе нет общего определения карьеры. Ее определяют как: жизненный путь, поприще; быстрое и успешное продвижение в профессии и отдельных областях жизнедеятельности человека; поступательное продвижение; достижение известности и славы, или материальной выгоды; профессию, род занятий; переход от одних уровней, этапов, ступеней профессионализма к другим, как процесс профессионализации; последовательность работ и перехода от одной работы к другой; естественная потребность человека; получение полномочий; самоопределение; самореализация; осознанная позиция и поведение. Важно заметить, что в современном понимании карьера может рассматриваться не только как продвижение по службе. Также понятие карьеры не означает непременно и постоянное движение вверх по организационной иерархии. В целом, опираясь на современные психолого-педагогические исследования, можно заключить, что карьера — это осознанное поведение личности, направленное на самореализацию личности в профессии, характеризующееся переходом от одних уровней, этапов профессионализма к другим.

Еще 10–15 лет назад профессий, требовавших уверенного владения иностранной речью было совсем немного. Так или иначе, все они были связаны с переводческой и преподавательской деятельностью. Прочим специалистам умение изъясняться на иностранном языке нисколько не мешало преуспевать в профессии и строить карьеру. На сегодняшний день ситуация начала постепенно меняться. Компании все чаще стали привлекать работников, владеющих иностранным языком. К тому же, если раньше, в первую очередь, был необходим английский язык, то сейчас стали важны и другие языки, например, китайский. Изучение китайского языка в России имеет более чем 300-летнюю историю. На протяжении всех этих лет интерес к китайскому языку то падал,

то возрастал. В 2004 г. после непродолжительного отдаления, Китай и Россия вновь стали сближаться, руководствуясь глобальными стратегическими соображениями. В 2006–2007 гг. китайская и российская стороны активизировали сотрудничество в сфере культуры и провели Год Китая в России и Год России в Китае. В России интерес к китайскому языку стремительно растет. Всплеск интереса к китаистике в России обозначился в начале 2000-х гг. и с тех пор идет по нарастающей. Особое значение приобретает наметившаяся с 2014 г. переориентация вектора российской политики на Восток, и активное сотрудничество России и Китая в рамках ШОС и БРИКС. Например, по состоянию на конец 2017 г. в России было организовано уже 17 Институтов Конфуция и 5 Классов Конфуция. По данным исследования «Культура китайской письменности: тенденции распространения китайского языка в России», в 1997 г. количество изучавших китайский язык в России составляло около 5 тыс. человек, в 2007 г. их количество увеличилось до 17 тыс., а в 2017 г., уже 56 тыс. человек стали изучать китайский язык [1].

В последние годы проводимая правительством КНР политика приносит немалую пользу в продвижении и русского языка. Примером может служить провозглашенный председателем КНР Си Цзиньпином осенью 2013 г. многосторонний и многоформатный проект «Один пояс - один путь». Благодаря близости географического положения и взаимодополняемости экономического развития, Россия является одной из самых важных стран ареала экономического пояса Шёлкового пути. В настоящее время русскому языку как иностранному обучают в более чем 300 вузах КНР, в частности, русский язык преподаётся и для студентов неязыковых вузов, а также в ряде средних школ северо-востока страны: более 30 таких школ действует в провинциях Ляонин и Цзилинь [2]. Современный этап развития общества можно охарактеризовать активной интеграцией России и Китая в мировое культурное, научное, экономическое и информационное пространство. Это находит свое отражение, как в политике, так и в образовании, культуре, экономике и других сферах жизни. Все больше и больше людей вовлекаются в непосредственные взаимоотношения с представителями других стран. Такое взаимодействие, как в профессиональной, так и в повседневной жизни не может происходить без владения иностранным языком. В связи с чем, знание иностранного языка становится распространенным требованием, предъявляемым работодателем на современном рынке труда. Поэтому все больше людей изучают иностранный язык всеми возможными способами (репетиторы, курсы и т.д.), что становится неотъемлемым элементом системы непрерывного образования.

Литература

1. Китайский язык становится популярным в России // [Russian.china.org.cn](http://russian.china.org.cn/content_41309901.htm). 2017. URL: http://russian.china.org.cn/exclusive/txt/2017-07/29/content_41309901.htm (дата посещения: 10.12.2023).

2. Marina Antropova, Sun Yat-Sen, Olga Mashkina, Xiao Jingyu. Русский язык в Китае: вызовы и ответы // *CCS&ES*. 2018. №1.

Влияние спорта и здорового образа жизни на феномен «здорового» тела (от античности до наших дней)

Аннотация. Занятие спортом и поддержание физического здоровья среди населения разных стран не потеряет свою актуальность в течение многих лет. В целом, здоровый образ жизни подразумевает не только поддержание себя в отличной физической форме, но и затрагивает такие важные составляющие как ментальное здоровье, отказ от привычек, которые в той или иной степени наносят вред организму.

Однако в настоящее время среди людей (в особенности это касается молодежи) прослеживается тенденция поддержания здорового образа жизни не для укрепления своего организма, а в угоду общественному мнению. Так, забота о собственном здоровье отошла на второй план, сменяясь «объективным» отношением к своей внешности. Различные СМИ, социальные сети, мода и общество в целом начали внушать и диктовать людям общепринятые «идеалы» тела; 90-60-90 – тот самый код из чисел, идеализирующий человеческое тело в современном обществе потребления.

Ключевые слова: физическая культура, спорт, здоровый образ жизни, товар, мода

Начиная разговор о проблематике объективации внешности, необходимо разобраться в актуальности данного вопроса:

- люди сталкиваются с проблемами как физического, так и ментального здоровья, в особенности это касается тех, кто проживает в мегаполисах и достаточно крупных городах. Например, нервозность, стресс, различного рода зависимости и т.д.

- повышение проблем значимости имиджа в условиях общества потребления. Образ и репутация стали теми важными умениями, с помощью которых возможно беспроблемно преподнести себя в обществе, например, перед работодателями, избирателями, клиентами и т.д.;

- посредством особых механизмов масс-медиа, Интернет и социальные сети вывели эротизм за рамки: на уровень общественности, и подобного рода реклама становится агрессивной и навязчивой [2, с. 69-75].

Интерес к телу человека не является чем-то новым и неисследованным, на каждом этапе развития человечества отношение ко внешности изменялось под влиянием различных исторических факторов. В данной статье нами будут рассмотрены следующие особо значимые исторические периоды: античность – отправная точка изучения телесности; средневековье – культура и духовность являются приоритетными над телесным; XX век – Жан Бодрийяр и общество потребления; настоящее время – физическая культура и спорт стали трендом и модой.

Как уже говорилось выше началом изучения человеческой телесности считаются времена античности, когда философия и искусство того времени начали

отделять тело от души. Первым, кто начал изучать физическую привлекательность, был известный философ Пифагор. Дошедшие до нас источники, например, древнегреческие скульптуры, помогают нам сделать вывод, что жители Древней Греции приветствовали и считали гармонично развитой личностью человека, который обладал атлетической, физической привлекательностью. Правильные пропорции тела, соответствующие правилам золотого сечения, можно было добиться с помощью занятий физической культурой и воспитанием, вследствие чего такие тренированные атлеты были полезны и успешны на полях сражений.

Что же касается периода средневековья, то здесь философия тела и его восхваления уходит на второй план, сменяясь приоритетом культурного и духовного развития. В этот отрезок времени человек является воплощением Божественного замысла и им движет лишь прославление Всевышнего (это можно связать с распространением христианства по миру). Тело человека в средневековье считалось храмом или оковами самого важного – души; таким образом тело воспринималось как что-то низкое и греховное [4, с. 84-87]. А изучение телесности не являлось необходимым, деятели искусства не делали телесную оболочку объектом своего ремесла.

В 50-е годы XX века исследования проблематики природы тела человека актуализируются, это связано с приходом нового философского течения – постмодернизм. Основным представителем направления является французский социолог Жан Бодрийяр, который считал, что мотив тела становится вездесущим. Тело трансформировалось в товар и это неизбежно в итоге приводит к еще большему отчуждению людей от самих себя. Реклама в масс-медиа, агрессивная пропаганда массового спорта, одержимость поддержанием здоровья, которое возможно лишь при употреблении лекарственных средств или прибеганию к медицинским услугам, и как итог – человек обладает телом-товаром, красота, идеальные пропорции и ухоженность которого является признаком престижа в обществе. В своем известном труде «Общество потребления: его мифы и структуры» социолог выделяет отдельную главу под названием «Тело – самый прекрасный объект потребления» [1, с. 269], в которой он размышляет о том, что в настоящее время формируется новая этика отношения к телу, основанная на фанатичной привязанности к нему.

Что касается настоящего времени, то современные стандарты красоты требуют от людей ряда чрезмерных усилий для достижения идеального тела, что и отражается в большей степени на молодом поколении каждого государства. Сейчас дети рождаются условно с телефонами в руках, обладая широким выбором социальных сетей, в которых постоянно происходит навязывание модельного типа внешности, в таком случае подрастающее поколение формируется под этим влиянием с мыслями о «стандарте» красоты.

Те, кто не подпадает под общепринятые «идеалы», подвергаются гонениям со стороны сверстников [6, с. 201-203] и кибербуллингу от незнакомых людей в социальных сетях, вследствие чего у таких молодых юношей и девушек развиваются комплексы, которые в той или иной степени способны привести к самым плачевным последствиям. Таким образом, уже с ранних лет, под влиянием внешних

факторов, подростки прибегают к действиям по устранению или преобразованию «изъянов», которые не вписываются в современное общество потребления.

Заложенные природой физиологические изменения, происходящие в подростковом возрасте, не остаются незамеченными, вследствие этого подростки еще более остро и критично реагируют на собственные недостатки во внешности – появление депрессии и подавленности. Особое внимание стоит уделить кумирам подрастающего поколения (блогеры, тик-токеры, актеры, модели и т.д.), которые являют собой идеал внешности, из-за чего у подростков усиливается недовольство собой, например, одной из распространенных болезней среди молодежи является РПП (расстройство пищевого поведения). И следующее за ним одно из заболеваний – анорексия – согласно Федеральной Службе по надзору в сфере защиты прав потребителя и благополучия человека, убивает больше людей, чем любое другое психического расстройство [7].

В таком случае возникает актуальный для настоящего времени вопрос: «Является ли тогда поддержание здорового образа жизни и занятие спортом некими модными течениями или трендами?». Каждый человек преследует свои собственные цели, занимаясь спортом; так, согласно опросу ВЦИОМ (2021 год), основной целью занятия спортом для 63 % опрошенных россиян является поддержание и укрепление собственного здоровья, для 12 % опрошенных спорт – это средство для поднятия своего настроения, и для 8 % опрошенных спорт помогает снять усталость и поддержать работоспособность. Также в список ответов вошла такая категория, как «нравится/быть привлекательным» [3]. Можно сделать вывод, что наличие данного ответ уже поднимает проблематику объективации и самообъективации.

Что же касается спорта как моды, то XXI век – это век, когда люди всячески стараются следить за своим внешним видом. В настоящее время из каждого смартфона и телевизора мы можем услышать новости про спорт, а каждый блогер старается проецировать на свою аудиторию правильность занятия спортом. Кто-то из них выпускает гайды и курсы по похудению, цена которых варьируется от тысяч до сотен тысяч рублей. Однако остается открытым вопрос о компетентности и профессиональности данных «экспертов» и их информации, которую они преподносят своим покупателям. Так, мы можем видеть, что спорт и здоровый образ жизни также преобразовались в некий товар, который можно приобрести за определенную сумму. Курсы и гайды являются исключительно теоретическим материалом, и проверить их правдивость остается открытым вопросом – люди верят и покупают такие «теоретические знания», которые в большей степени возможно отыскать в книгах или на просторах Интернета и своей актуальности и весомости они не потеряют. Тут стоит вопрос о том, что люди склонны доверять лидерам общественного мнения, так называемым инфлюэнсерам, которые в достаточной степени обладают навыками психологического влияния и манипулирования.

Крепкий и нерушимый союз моды и спорта – явление, которое образовалось достаточно недавно, но с каждым годом крепнет. Начиная примерно с 19 века спортивные элементы начали проникать в бытовой гардероб обычных

людей, так, например, некогда принадлежащий элемент к зимним видам спорта – комбинезон сейчас является обыденным и достаточно удобным элементом гардероба и неспортсменов. Особое внимание стоит уделить и обуви, а именно – кедам и кроссовкам, которые изначально создавались для спортсменов, но сейчас без них не обходится ни один гардероб человека. Спорт и мода все сильнее переплетаются друг с другом, множество модных домов (Gucci, Fendi, Balenciaga и т.п.) начали выпускать линейки одежды, которые позволяли бы свободно заниматься спортивной деятельностью.

Спорт и мода, которые изначально были независимыми сферами общественной жизни людей, в настоящее время имеют много общего. Большое количество спортсменов сейчас являются амбассадорами тех или иных популярных марок одежды. Тем самым, через моду происходит активная популяризация спорта и здорового образа жизни в массах, однако не всегда люди стараются угнаться за спортом как за действительно необходимой сферой поддержания жизнедеятельности, а совсем наоборот – стремятся показать лишь то, что они следят за модными течениями современного мира, отдавая за это невероятное количество денежных средств.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что поддержание физического здоровья и занятие спортом не потеряют своей актуальности в обществе, пока люди следят за модой. Однако, как уже говорилось выше, в обществе потребления стремление к поддержанию здоровья является всего лишь некоторой идеализированной картинкой, с помощью которой большое количество, в особенности молодых людей, стараются показать другим свои покупательские возможности. Что касается тела, то люди под влиянием общества и все больше появляющихся трендов будут стремиться к идеальной внешности всеми возможными путями, затрачивая на воплощение идеальной внешности, признанной и продвигаемой в обществе за счет моды, собственные силы, время и деньги.

Список литературы

1. Бодрийяр Жан. Общество потребления. Его мифы и структуры / Пер. с фр. послесл. и примеч. Е. А. Самарской. – М.: Республика; Культурная революция, 2006. – 269 с. – (Мыслители XX века). ISBN 5-250-01894-7
2. Бугуева, Н. А. Телесность человека как социокультурный феномен / Н. А. Бугуева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2007. – № 16. – С. 69-75
3. ВЦИОМ Спортивная Россия – 2021 / ВЦИОМ [Электронный ресурс] // ВЦИОМ: [сайт]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/sportivnaja-rossija> (дата обращения 17.11.2023).
4. Гриднева Е. А. Тело как знак личности / Е. А. Гриднева, Т. С. Бухранова // Коммуникативистика XXI века: перспективы развития социально-гуманитарного знания: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. – 2010. – Т. 19. – С. 84-87.
5. Максимов, А. А. Спортивное волонтерство как новый тренд для молодежи / А. А. Максимов, Р. Б. Паньч, С. С. Петровский // Система ценностей современного общества. – 2015. – № 39. – 141-146.

6. Петрякова, К. А. Влияния общества: идеализирование подростками культа тела / К. А. Петрякова, Л. А. Лазаренко // МЦНС “Наука и просвещение”. – 2020. – С.201-203.

7. Расстройства пищевого поведения. Что это? / [Электронный ресурс] // Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителя и благополучия человека: [сайт]. — URL: <https://cgon.rosпотrebnadzor.ru/naseleniyu/zdorovyy-obraz-zhizni/rasstroistva-pishheвого-povedeniya-cto-eto/> (дата обращения: 16.12.2023).

8. Сохань, И. В. Производство женской телесности в современном обществе: культ худобы и тирания стройности / И. В. Сохань // Женщина в российском обществе. – 2014. – № 2 (71). – С. 68-77.

9. Фаздалова, А. Р. Спорт - мировой тренд / А. Р. Фаздалова // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2019. – № 4 (32). – С. 349-352.

И. Г. Брудик,

магистрант 3 курса, ГМУ-м-3-211

кафедры Государственного и муниципального управления

Института экономики и управления ФГАОУ ВО

«КФУ им. В.И. Вернадского»

Министерство промышленной политики Республики Крым,

консультант отдела инновационной

политики управления анализа и перспективного развития

Научный руководитель: Бугаева Т. Н., к.э.н., доцент,

Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И.Вернадского»,

г. Симферополь, Республика Крым, Россия

Анализ эффективности промышленной политики в Республике Крым

Аннотация. В данной статье произведен анализ эффективности промышленной политики в Республике Крым, определены объемы отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами, выявлены основные барьеры, которые препятствуют её осуществлению и предложены конкретные меры, которые могли бы способствовать развитию промышленности в регионе.

Ключевые слова: Республика Крым, промышленная политика, инвестиции, объем отгруженных товаров собственного производства, региональная поддержка, субсидии, СЭЗ.

Annotation.

This article analyzes the effectiveness of industrial policy in the Republic of Crimea, determines the volume of shipped goods of its own production, works and services performed on its own, identifies the main barriers that impede its implementation and suggests specific measures that could contribute to the development of the industry in the region.

Keywords: Republic of Crimea, industrial policy, investments, volume of shipped goods of own production, regional support, subsidies, SEZ.

Актуальность исследования. Современный этап социально-экономического развития Республики Крым характеризуется системными реформами, затрагивающими все сферы народного хозяйства. Одним из важных факторов эффективности происходящих преобразований является успешное развитие промышленности и реализация государственной промышленной политики. Именно в промышленности создается наибольшая доля валового национального продукта, сконцентрирована значительная часть трудовых ресурсов, внедряется максимальное количество инноваций. В последние годы усиливается интерес государственных органов власти и управления к вопросам выбора приоритетов развития промышленности, но на практике зачастую это происходит без учета научного опыта, без научных изысканий.

Цель статьи – анализ эффективности промышленной политики в Республике Крым.

Изложение основного материала. Реализация промышленной политики на региональном уровне является составной и неотъемлемой частью государственной промышленной политики. Сложность процессов, происходящих в промышленности региона, требует комплексного научно обоснованного подхода к анализу и оценке производственного потенциала промышленности, а также выработке механизмов и инструментов реализации промышленной политики на региональном уровне.

Промышленный комплекс является важной составляющей в экономике Крыма, и результаты его деятельности непосредственно оказывают влияние на социально-экономическое развитие региона.

В течение 2022 г. наибольший вклад в формирование ВРП Республики Крым внесли предприятия ключевых секторов экономики региона:

- промышленности, где было создано 17,0 % всей валовой добавленной стоимости;
- деятельность с недвижимым имуществом – 15,5 % всей валовой добавленной стоимости;
- торговли оптовой и розничной; ремонта автотранспортных средств и мотоциклов – 13,2 %;
- строительства – 8,8 % [4, с. 257].

Таким образом, развитие промышленного сектора Республики Крым (РК) способствует решению следующих социальных проблем: обеспечение роста уровня и качества жизни населения и снижению уровня безработицы. В настоящее время промышленный сектор экономики обеспечивает рабочими местами более 100 тыс. крымчан и формирует до 30 - 35 % поступлений сводного бюджета РК [6, с. 397].

Структура промышленности Крыма включает в себя добычу полезных ископаемых, обрабатывающее производство, производство и распределение электроэнергии, газа и воды. В промышленном производстве Республики Крым сосредоточено более 2 тыс. предприятий.

На региональном уровне обобщающим показателем, который характеризует уровень развития промышленности, является объем отгруженных

товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами. В таблице 1.1 рассмотрим данный показатель.

Таблица 1.1 – Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами (в фактически действовавших ценах) по видам экономической деятельности) в 2016-2022 годах [3].

Показатель	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Абсол. прирост, млн. руб	Темпы роста, %
Добыча полезных ископаемых	12,04	10,79	14,37	10,99	13,37	11,73	11,94	-0,10	99,2
Обрабатывающие производства	74,10	78,65	93,54	99,09	107,9	115,3	143,56	69,46	193,7
Обеспечение электрической энергией, газом и паром, кондиционирование воздуха	28,60	35,38	37,02	37,76	49,76	60,03	48,60	19,99	169,9
Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	4,82	6,18	6,46	8,50	9,14	9,41	9,29	4,47	192,7

Как видно из приведенной таблицы за период 2016-2022 гг. объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами вырос как в обрабатывающей промышленности на 193,7 %, так и в отрасли водоснабжение, водоотведение на 192,7 %. Положительный показатель также наблюдался в отрасли «обеспечение электрической энергией, газом и паром, кондиционирование воздуха». При этом в отрасли «добыча полезных ископаемых» наблюдается незначительное снижение объема отгруженных товаров собственного производства на 1 %.

Ключевой проблемой конкурентоспособности промышленного производства Крыма и воспроизводственного процесса в целом является продолжение эксплуатации физически и морально устаревших основных средств, свидетельствующее о необходимости долгожданных структурных преобразований в экономике [1, с. 117].

Чтобы улучшить инвестиционный климат, правительство республики приняло программу «Экономическое развитие и инновационная экономика», ориентированную на весь спектр предприятий [5].

Кроме того, в конце 2014 года Правительство Российской Федерации приняло закон о свободной экономической зоне (СЭЗ) в Крыму и Севастополе. С этого момента предприниматели, которые приходят в республику с инвестициями, пользуются привилегиями. Им гарантировано снижение ставок налогов, освобождение от таможенных сборов, налога на имущество, земельного налога, льготные условия кредитования и т. д.

Местным жителям СЭЗ дает, прежде всего, рабочие места. Только за 2021 год более девяти тысяч крымчан нашли работу в компаниях-резидентах свободной экономической зоны.

Анализ текущего положения дел в экономике и социальной сфере Республики Крым показал, что на современном этапе в приоритетах региональной промышленной политики должны быть следующие направления:

Первое направление. Промышленное развитие периферийных территорий. Это направление должно включать в себя:

а) развитие транспортной инфраструктуры, в том числе инвестиции в строительство складских терминалов, перегрузочных комплексов, транспортно-логистических комплексов [2, с. 512];

б) инвестиции в развитие энергетической и коммунальной инфраструктуры в малых районных центрах;

в) развитие бизнес-инфраструктуры в районных центрах; создание бизнес-инкубаторов;

г) формирование режима наибольшего благоприятствования для предпринимателей, готовых вкладываться в развитие промышленного производства на периферии, вплоть до полного освобождения от региональных налогов в первые три года деятельности.

д) разработка и реализация программ территорий опережающего развития.

Второе направление. Поддержка малого и среднего предпринимательства, вывод на новый качественный уровень мер государственной поддержки малых и средних предприятий. Это направление должно включать:

а) либерализацию налогового законодательства;

б) оказание финансовой, инфраструктурной, имущественной, юридической, информационно-консультационной и иной поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства;

в) расширение доступа к льготному кредитованию для субъектов малого и среднего предпринимательства, других институтов развития;

г) создание новых и развитие действующих организаций инфраструктуры поддержки бизнеса.

Третье направление. Восстановление системы начального и среднего профессионального образования. Включает в себя открытие профессиональных лицеев и колледжей во всех районных центрах, подготовку учебно-методического обеспечения; подготовку кадрового состава.

Реализация данных направлений региональной промышленной политики позволит минимизировать последствия структурных дисбалансов в экономике Республики Крым.

Вывод. Необходимо изменить приоритеты региональной промышленной политики. Предпочтение должно отдаваться государственной поддержке бизнес-проектов, ориентированных на периферийные территории, а также на поддержку малого и среднего бизнеса. На основе проведенного анализа предлагается комплекс мер, совершенствования региональной промышленной политики, распределенных на три направления. Первое: промышленное развитие периферийных территорий. Второе: поддержка малого и среднего предпринимательства, вывод на новый качественный уровень мер государственной поддержки малых и средних предприятий. Третье: восстановление системы начального и среднего профессионального образования.

Литература

1. Гербер, Ю. Б. Приоритизация развития промышленности в Республике Крым / Ю. Б. Гербер, Е. А. Самолук // Устойчивость экосистем в условиях цифровой нестабильности. – Симферополь: Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, 2023. – С. 116-118.

2. Колпакова, Н. С. Оценка развития моногородов: опыт Республики Крым / Н. С. Колпакова // Экономика и предпринимательство. – 2021. – № 5(130). – С. 511-514.

3. Официальные статистические публикации Республики Крым [Электронный ресурс] / Управление Федеральной службы государственной статистики по Республике Крым и г. Севастополю: сайт. - Режим доступа: <https://crimea.gks.ru/> (дата обращения: 29.09.2023).

4. Пархоменко, Д. А. Анализ деятельности промышленного комплекса Республики Крым / Д. А. Пархоменко // Теория и практика финансовых, правовых и учетно-аналитических аспектов развития: управление регионом в условиях цифровой экономики: сборник материалов региональной конференции студентов, магистрантов, аспирантов, сотрудников предприятий, преподавателей, Симферополь, 25 февраля 2021 года / Университет экономики и управления. – Симферополь: Университет экономики и управления, 2021. – С. 256-259. – EDN ZJZFBA.

5. Развитие промышленного комплекса [Электронный ресурс]: Государственная программа Республики Крым: утверждена Постановлением Совета Министров Республики Крым от 24.12.2021 N 837// «КонсультантПлюс»: справочная система по законодательству РФ: [сайт]. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 29.09.2023).

6. Симоненко, Ю. Д. Оценка динамики развития промышленности Республики Крым / Ю. Д. Симоненко, О. П. Добровольская // Проблемы и перспективы развития системы учета, аудита и государственного управления в условиях цифровой экономики. – Симферополь: Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, 2022. – С. 396-399.

Ж. С. Аширбекова,
Докторант Образовательной программы «Социология»,
Казахский национальный университет им. аль-Фараби, г. Алматы,
Республика Казахстан
<https://orcid.org/0000-0002-8868-6363>

Социально-правовые аспекты трудоустройства людей с инвалидностью в Казахстане

Аннотация. Независимо от того, насколько развито то или иное общество и продвинулось медицинское обслуживание, проблема инвалидности как социального явления остается одной из актуальных тем государственной политики, которую следует изучать с разных ракурсов. В частности, одним из вопросов, который больше всего волнует государство, является проблема трудового статуса и занятости граждан с ограниченными возможностями. В статье рассматривается законодательство Республики Казахстан по защите трудовых прав граждан с инвалидностью, анализируется, на каком уровне они защищены в стране, насколько актуальные вопросы занятости данной группы отражены в соответствующих законах, соответствуют ли последние международным стандартам. Кроме того, целью исследовательской работы является выявление ключевых вопросов в области совместимости данного законодательства с задачами создания полноценного социального инклюзивного общества, обеспечивающего более высокие стандарты обеспечения занятости граждан с ограниченными возможностями. В ходе изучения данной темы были проанализированы законодательные акты, затрагивающие трудовые права людей с инвалидностью, статистические данные, опубликованные на официальных государственных сайтах страны, исследования отечественных и зарубежных авторов. Сравнительный анализ передовых практик развитых стран мира, касающихся занятости граждан с инвалидностью на рынке труда, позволяет сформировать рекомендации по улучшению ситуации в Казахстане по данному вопросу.

Ключевые слова: инвалидность, лицо с инвалидностью, социальная политика, занятость граждан с инвалидностью, рынок труда.

Введение

Одной из целей демократического государства является достижение социального благосостояния всех групп населения. Согласно первому пункту первой статьи Конституции, «Республика Казахстан утверждает себя демократическим, светским, правовым и социальным государством, высшими ценностями которого являются человек, его жизнь, права и свободы» [1]. Данная статья подчеркивает, что главное богатство страны - его граждане, что предполагает создание равных возможностей и условий для людей, представляющих разные социальные группы. Особое место в государственной политике Казахстана занимает такая категория граждан как люди с инвалидностью.

Данные Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан свидетельствуют о том, что

численность людей с инвалидностью, относящихся к 1,2,3 группам старше 18 лет, по состоянию на 28 июня 2022 года достигла 605770 человек [1]. Для интеграции данных граждан на рынке труда правительством на основе положений Конституции и с учетом международных стандартов последовательно было принято несколько важных законов и программ, затрагивающих права данной группы граждан. Тем не менее, практика трудового неравенства в отношении граждан с ограниченными возможностями все еще сохраняются.

Исходя из этого основными вопросами данной исследовательской работы являются: 1) каким образом законодательство в стране будет способствовать тому, чтобы правительство лучше защищало трудовые права граждан с ограниченными возможностями и необходимые для них особые условия труда; 2) возможно ли в полной мере создать инклюзивную трудовую среду для граждан с ограниченными возможностями в Казахстане. Поставленные вопросы на сегодняшний день остаются актуальными с учетом трудовой практики в стране, недостаточно рассматриваются с научной точки зрения, и требуют всестороннего анализа.

Поскольку одной из сфер, где не соблюдаются права граждан с ограниченными возможностями, а личное достоинство сильно ущемляется, является рынок труда, то данный объект часто привлекает внимание исследователей. И.В. Межибовская, которая систематически изучала особенности трудовых отношений после обретения независимости Казахстаном в 1991 году и построения рыночного общества, подчеркивала важность постановки вопроса о социально-трудовой реабилитации людей с инвалидностью. Она рекомендует в качестве важного компонента трудовой реабилитации рассматривать занятость, но не просто как отдельную сферу, а как совокупную область деятельности. Также исследователь указывает, что уровень, качество и степень рационального трудоустройства зависят в большой степени от правового регулирования, правильного определения правового статуса органов, задействованных в организации рационального трудоустройства, согласованности всех его компонентов, определения их правовой сущности и т.д. [2, с. 82].

В результате своего исследования правового регулирования социальной защиты инвалидов в Республике Казахстан И.С. Сактаганова и М.Н. Аябекова утверждают, что большинство новых нетрудоспособных среди samozанятого населения, как правило, не могут предоставить справки о трудоустройстве, поэтому их ошибочно регистрируют как «безработных». Таким образом, официальная распространенность инвалидности среди безработного населения завышена и, соответственно, таким образом занижается распространенность инвалидности среди занятых. Поэтому, до тех пор, пока Министерство труда и социальной защиты населения РК не будет разбивать категорию лиц, вновь получившую инвалидность, на более общепризнанные категории - samozанятых, наемных работников, безработных или экономически неактивных, важно правильно учитывать данную возникающую в итоге неточность [3, С. 60].

Сансызбаев Г.Н., Аширбекова Л.Ж., Алахунова Т.С. в статье «Зарубежный опыт трудоустройства и социальной защиты инвалидов» на основе

исследования многолетнего зарубежного опыта утверждают, поскольку сейчас люди с ограниченными возможностями трудятся наравне со всеми, необходимо отстаивать права людей с инвалидностью на равный доступ к трудоустройству, сформировать новое представление об их возможностях, воплощать новые технологии и реализовать инновационные проекты, направленные на продвижение инклюзивного и ответственного отношения к трудоустройству людей с инвалидностью [4, С. 28].

Казахстанские исследователи М.М. Koishibayeva, Y.L. Nechayeva, V.M. Kapitsyn отмечают, что в настоящее время уровень осведомленности населения о проблемах инвалидов повышается, и отношение к ним изменилось, что обусловлено как информационной деятельностью НПО и освещением в социальных сетях, так и реализацией государственного медиа-плана. Масс медиа рассказывают о людях с ограниченными возможностями, которые стремятся интегрироваться в общества и добились успехов в своей работе [5, С.4]. Таким образом, проведенное авторами исследование показывает, что социальной инклюзии людей с инвалидностью в казахстанском обществе способствует как развитие политики в отношении инвалидов, так и создание разных государственных, бизнес и общественных институций, ориентированных на поддержку данной группы людей.

Исследователи Alan Roulstone и Colin Barnes предлагают несколько объяснений роста трудностей трудоустройства людей с ограниченными возможностями, отмечают, что принимаемые в связи с этим политические решения хотя и являются правильными, но не полностью реализованными [6, С. 3]. В целом о том, что проблема занятости граждан с инвалидностью сохраняется и в развитых странах, показывает анализ работ таких авторов как: David Etherington и Jo Ingold [7], Colin Barnes и Geoffrey Mercer [8].

Объектом исследования в данной статье является уровень защиты трудовых прав лиц с ограниченными возможностями в рамках законодательных актов в Казахстане, предметом исследования выступает правовой статус и условия труда граждан с ограниченными возможностями. По нашему мнению, граждане с ограниченными возможностями должны иметь право выбирать наиболее удобный для них вид труда, который может быть как в зоне самозанятости, так и контрактной работы в частном или государственном секторе рынка труда.

Методология исследования

Для всестороннего анализа тематики исследования, достижения научного результата и получения убедительных выводов и ценных рекомендаций было использовано несколько специальных научных методов. В ходе написания научной работы было проведено комплексное исследование государственно-правового уровня законодательства, обеспечивающего защиту прав граждан с ограниченными возможностями. Вместе с тем, системно-структурные и классификационные методы помогли систематизировать основные вопросы защиты трудовых прав граждан с ограниченными возможностями в Казахстане. Методы анализа и синтеза применялись как в ходе обзора работ

исследователей в данной области, так и при рассмотрении законов, принятых в Казахстане, непосредственно затрагивающих данную тему. При описании сложного комплекса государственной политики, проводимой в рамках занятости граждан с ограниченными возможностями, был использован метод индукции, при рассмотрении передового опыта в других юрисдикциях в этой области также сравнительный метод. Применение вышеуказанных методов позволяет нам анализировать и рассматривать научно-теоретические и прикладные правовые аспекты проводимой государством политики в рамках защиты трудовых прав граждан с инвалидностью.

В ходе написания научной работы были рассмотрены законодательные материалы и другая информация, размещенные на официальных интернет-сайтах государственных организаций. Этапы исследовательской работы включили в себя: а) современное определение инвалидности; б) систематизация и анализ собранных материалов о законодательных актах и сопутствующей информации; в) обобщение результатов анализа информации.

Основная часть

Для начала остановимся на понятиях «инвалид» и «инвалидность». Как показывает историко-библиографический анализ, слово «инвалид» применялось еще во времена Гая Юлия Цезаря. Им признавался воин, лишившийся большого пальца руки и не имеющий из-за этого возможности пользоваться оружием. До XIX века этот термин применялся исключительно к воинам и другим лицам, пострадавшим от военных действий. Этим и объясняется его дословный перевод. «Инвалид» означает «слабый», «немошный».

В середине XIX века инвалидами стали называть людей, утративших возможность приобрести заработок из-за болезни или травмы, связанной с производством. Таким образом, термины «инвалид», «инвалидность», «нетрудоспособность», а также их степень и стадии сливались в одно понятие [2, б. 5-6].

После Второй мировой войны в русле общего движения по формулированию и защите прав человека в целом и отдельных категорий населения в частности происходит формирование понятия «инвалид», относящегося ко всем лицам, имеющим физические, психические или интеллектуальные ограничения жизнедеятельности [9, б.18].

В настоящее время широко распространены разные модели инвалидности. К новейшей парадигме инвалидности относится ее трактовка в рамках модели незанятости как формы безработицы. В рамках данной модели в будущем возможна ликвидация понятия «инвалид» и смысловое объединение лиц с ограниченными возможностями с безработными. Это возможно в том случае, если общество ликвидирует ранее упомянутые типы ограничительных барьеров, но в обществе не будут существовать условия для занятости всех инвалидов. В таком случае только часть инвалидов, а именно нетрудоспособные или безработные, будут идентифицироваться как отличные от других сегментов населения и будут получать пособия по безработице, наряду с другими безработными категориями населения из одного финансового источника. Возникает

более широкая трактовка понятия «безработный» и, что более необычно, новое уникальное смысловое объединение инвалидов и здоровых людей на основании отсутствия трудовой занятости и наполнения новым смыслом категории «безработный». Лица с ограниченными возможностями, имеющие работу, абсолютно ничем не будут отличаться или выделяться от остальных с точки зрения отношения к ним общества [9, б. 16].

Хотя, по нашему мнению, реализация данной модели инвалидности поставит людей с инвалидностью в один ряд с людьми без инвалидности, приведёт к их равенству, устранению барьеров в интеграции и социализации, людей с инвалидностью, но люди с инвалидностью, которые не имеют возможности трудиться из-за специфики уровня здоровья, в любом случае требуют заботы со стороны государства.

Республика Казахстан ратифицировала Конвенцию ООН о правах инвалидов 15 февраля 2015 года. После принятия в стране «Плана по улучшению прав и качества жизни лиц с инвалидностью на 2012-2015 годы», положение людей с ограниченными возможностями значительно улучшилось, как отмечают исследователи [5, С. 1355]. Постановлением Правительства Республики Казахстан от 28 мая 2019 года №326 был утвержден последний «Национальный план по обеспечению прав и улучшению качества жизни лиц с инвалидностью в Республике Казахстан до 2025 года».

В связи с тем, что на сегодняшний день страна позиционирует себя как демократическое, социальное и правовое государство, что требует формирование реального, безбарьерного, доступного рынка труда, обеспечения полностью неконкурентоспособных граждан гарантированным рабочим местом в сфере занятости граждан. Позиция, которая подчеркивается здесь, заключается в том, что очень важно, чтобы государство создало полноценные условия для реализации прав людей с ограниченными возможностями наравне с правами других людей. Для этого существует много причин. Как комментирует Л.Н. Нацун, полноценное участие людей с инвалидностью в производстве экономических благ отвечает не только их собственным интересам, но и интересам общества в целом, обеспечивая ему дополнительные трудовые ресурсы, повышая общий уровень благосостояния, спрос на потребительские товары, снижая иждивенческую нагрузку на работающих граждан. Все эти положительные эффекты делают задачи, связанные с вовлечением инвалидов в трудовую деятельность, неотъемлемой частью современной социально-экономической политики развитых стран. Способность государств учитывать потребности инвалидов и возможности работодателей, во многом определяет ситуацию на рынке труда [10, б. 664].

Кроме того, в ответ на рост числа пожилых работников, получающих пособия вне работы, и людей с долгосрочным плохим здоровьем, а вместе с ним и увеличением государственных расходов, большинство развитых стран предлагают реформировать свое социальное положение и выйти на рынок труда, чтобы «активизировать» эти группы и облегчить их функционирование [8, С. 145-146].

По-прежнему можно сказать, что в стране не хватает общих подходов к беспрепятственной занятости граждан с ограниченными возможностями между рынком труда и работодателями в сфере занятости. Однако на последних этапах актуальность данной проблемы возрастает. Трудовые права граждан с ограниченными возможностями в целом регулируются целым рядом законов. Закон Республики Казахстан от 13 апреля 2005 года «О социальной защите лиц с инвалидностью в Республике Казахстан» является основным законодательным актом. В сфере регулирования труда следует отметить Трудовой кодекс Республики Казахстан от 23 ноября 2015 года, Закон Республики Казахстан «О занятости населения» от 6 апреля 2016 года, а также другие принятые нормативно-правовые акты.

В Конституции Республики Казахстан четко указано, что каждый имеет право на свободу труда, свободный выбор вида деятельности и профессии, каждый имеет право на условия труда в соответствии с требованиями безопасности и чистоты, на получение недискриминационного вознаграждения за труд, а также на социальную защиту от безработицы [11]. То есть наглядно показано, что все граждане государства, в том числе и с ограниченными возможностями, имеют право без какой-либо дискриминации заниматься достойным видом труда на доступном, инклюзивном рынке труда, получать равную всем заработную плату.

Образование, переобучение, трудовая реабилитация и трудовое обеспечение лиц с ограниченными возможностями являются предметом рассмотрения Закона «О социальной защите лиц с инвалидностью в Республике Казахстан». В частности, в статьях главы 3 «О правах лиц с инвалидностью и их социальной защите» поднимаются следующие вопросы, которые рассмотрим более подробно.

Во-первых, детям с инвалидностью, инвалидам первой и второй групп при поступлении в организации образования, дающие среднее профессиональное и высшее профессиональное образования предусмотрены специальные квоты приема. Кроме того, по специальному государственному заказу в технических и профессиональных учебных заведениях предоставляются специальные стипендии, которые реализуются организациями, осуществляющими образовательную деятельность на основании специальной лицензии на профессиональное обучение (переобучение) лиц с инвалидностью.

Во-вторых, гарантируются программы профессиональной подготовки, право на труд, позволяющие гражданам с ограниченными возможностями заниматься творчеством, раскрывать свои способности и профессионально реабилитироваться.

В-третьих, для граждан с ограниченными возможностями установлены квоты рабочих мест в размере от двух до четырех процентов от рабочих мест вне тяжелых, вредных, опасных условий труда. Обеспечение дополнительными рабочими местами и создание специальных социальных рабочих мест для граждан с ограниченными возможностями достигается через развитие частного, малого, среднего предпринимательства в стране.

В-четвертых, гражданам с инвалидностью первой и второй групп установлен дополнительный оплачиваемый отпуск продолжительностью не более тридцати шести часов в неделю и не менее шести дней.

В-пятых, гражданам с ограниченными возможностями не разрешается устраиваться на ночные работы без их добровольного согласия, конечно, если не запрещено по состоянию здоровья, и только с их согласия разрешается оставаться на ночную работу.

В-шестых, работодателям по их инициативе не разрешается отказываться от заключения трудового договора с гражданами с инвалидностью, их продвижения, перевода и увольнения по мотиву инвалидности без согласия лица с инвалидностью.

Кроме того, одним из доказательств того, что в последние годы страна уделяет пристальное внимание данному сектору занятости, является создание в 2020 году «Атласа профессий и специальностей, предлагаемых лицам с инвалидностью в Республике Казахстан» в качестве помощи в трудоустройстве граждан с инвалидностью. Известно, что после пандемии COVID-19 на рынке труда произошли значительные изменения, связанные со значительным расширением применения современных технологий дистанционной работы. После пандемии сложилась ситуация, когда людям с инвалидностью стало удобнее работать удаленно. В данном атласе представлен список примерно 16 тысяч профессий и специальностей, связанных с тремя группами инвалидности. Особенность данного атласа заключается в том, что граждан с инвалидностью можно разделить на различные категории в связи с ограничениями их трудовой деятельности, что обеспечивает комфортную, не причиняющую вреда здоровью профессию [12].

Для людей с ограниченными возможностями на предприятиях предусмотрены квоты от 2 до 4%. Однако сейчас эта квота выполняется неэффективно. Если на предприятии работает от 50 до 100 человек, то квота для людей с ограниченными возможностями должна быть 2%, при численности работников 100-250 человек - 3%, при численности работников 250 и выше - 4%. В случае неполучения работодателем граждан с ограниченными возможностями, за каждое рабочее место, предусмотренное квотой, будет выплачиваться взнос в государственный Фонд социального страхования по 42 500 тенге один раз в квартал [13].

Тем не менее, мы считаем необходимым, чтобы специальные органы тщательно контролировали выполнение указанной квоты в полном соответствии с правилами и часто мониторили реализацию вышеуказанных законов.

В целях развития индивидуального предпринимательства граждан с инвалидностью необходимо оказывать еще большую поддержку со стороны государства. В связи с этим Исмаилов Б.С. дает следующие рекомендации: специализированным предприятиям при общественных объединениях инвалидов, а также лицам с инвалидностью, осуществляющим индивидуальную предпринимательскую деятельность, местные органы государственной власти и предприятия могут оказывать помощь в предоставлении на льготных условиях

нежилых помещений, земельных участков, в приобретении сырья и сбыте продукции [14, б.10].

Япония как одно из ведущих развитых государств мира успешно поддерживает людей с инвалидностью. Исследователь Siti Nurhayati отмечает, что «законы Японии эффективно реализуются в трудоустройстве граждан с инвалидностью. Но, хотя подход Японии основан на использовании квот в сфере занятости, они не были бы продуктивными без дополнительной законодательной и специальной политики, и, кроме того, не были бы реализованы в качестве дополнения, если бы административные органы управления правительства Японии не использовали различные субсидии на проживание и обучение, и значительную общественную профессиональную реабилитацию» [15, С. 12].

Можно сказать, что политика Казахстана в сфере занятости граждан с инвалидностью в определенной мере аналогична опыту Японии. В стране центры занятости населения тесно сотрудничают с работодателями, предоставляя специальные рабочие места гражданам с инвалидностью. Государство субсидирует оплату труда лиц с инвалидностью и создает специальное рабочее место для трудоустройства инвалидов на основании договора, заключенного работодателем с территориальным подразделением Центра занятости населения [16].

Jody Heymann, Elizabeth Wong и Willetta Waisath отмечают, что вопрос занятости граждан с инвалидностью является одним из актуальных во всем мире. Одним из вопросов, которому необходимо найти решение, остается тот факт, что люди с ограниченными возможностями часто исключаются из рабочей силы из-за социальных барьеров, предвзятости и дискриминации. Всемирное исследование здравоохранения служит одним из немногих глобальных источников данных, позволяет сравнивать показатели занятости среди людей с ограниченными возможностями в разных странах, и оно демонстрирует наличие различия между этой группой и обычными людьми. Данные этого опроса показывают, что в зависимости от регионов и уровня дохода уровень занятости людей с ограниченными возможностями значительно ниже, чем у работников, не имеющих инвалидности. Исследование департамента по экономическим и социальным вопросам Организации Объединенных Наций (ООН), охватившее 91 страну и территорию, продемонстрировало, что показатели соотношения занятости к численности населения на 24 процента ниже для людей с ограниченными возможностями [17, б. 25].

В то время как европейские страны имеют сильные трудовые законы, которые, учитывая дисбаланс правительства в трудовых отношениях, основаны на защите не только слабой группы меньшинств, но и всех рабочих от несправедливости, которая может возникнуть со стороны работодателей. Кроме того, профсоюзы являются важной силой в трудовых отношениях. Сложная система переговоров ведется между профсоюзами и работодателями. В связи с этим в случае возникновения какого-либо спора с работодателем работники могут жаловаться представителям профсоюзов или юристам, занимающимся спорами о трудовых отношениях [18, С. 11].

По нашему мнению, на рынке труда страны необходима деятельность сильных профсоюзов, защищающих трудовые права граждан с инвалидностью. В ряде случаев наблюдается, что многие профсоюзы слабы и не могут реально участвовать в процессе защиты прав граждан в случаях их нарушения, чему также может препятствовать и несовершенство трудового законодательства в целом. Одной из проблем современного рынка труда является неполное функционирование профсоюзных организаций. Поэтому, мы считаем, что в стране необходимо сформировать сильный институт профсоюзов. Для этого надо опираться также на зарубежный опыт деятельности профсоюзов, что позволит достичь более высокого уровня защиты интересов работников на рабочем месте, в том числе граждан с инвалидностью.

Заключение

Как мы видим, в целом законодательно уже максимально созданы условия занятости граждан с ограниченными возможностями. Принятые законы обязывают работодателей страны создавать здоровые и безопасные условия труда в соответствии с потребностями граждан с инвалидностью.

Понятно, что полная занятость важна для экономической независимости и социальной интеграции граждан в государстве. В том числе трудовая занятость повышает финансовую независимость лиц с инвалидностью, открывает путь к выполнению ряда гражданских и прав человека в их отношении.

В заключении выделим следующие рекомендации, важные для повышения эффективности в сфере занятости людей с инвалидностью в стране:

- всестороннее информирование, применение различных схем и вспомогательных технологий в трудоустройстве граждан с инвалидностью;
- вовлечение различных ассоциаций, организаций в инициативы по включению в общество граждан с инвалидностью;
- помощь в повышении квалификации по поиску работы и возможностях трудоустройства людей с инвалидностью, что обеспечит на разных этапах более тесный контакт соискателей с ограниченными возможностями и работодателей;
- укрепление института профсоюзов как контролера условий труда граждан с активной инвалидностью на рынке труда;
- обеспечение граждан с инвалидностью инклюзивным рабочим местом, что позволит устранить барьеры в их функционировании, полностью подключит их к рынку труда.

Литература

1. Сведения об инвалидах / Информационный портал. Социальная защита лиц с инвалидностью. <https://inva.gov.kz/ru/highcharts> Дата обращения в сайт: 18.01.2023
2. Межибовская И.В. Социально-трудовая реабилитация инвалидов в Республике Казахстан: (теоретико-правовой сборник). Алматы, Баспа, 1997, 128 с.
3. Saktaganova I.S. , Ayabekova M.N. Legal regulation of social security of disabled persons in the republic of Kazakhstan. Вестник КазНУ. Серия юридическая. №4 (84). 2017, с. 55-61.

4. Сансызбаева Г.Н., Аширбекова Л.Ж., Алахунова Т. С. Зарубежный опыт трудоустройства и социальной защиты инвалидов. Вестник КазНУ. Серия экономическая. №3 (109). 2015, стр. 25-29.
5. Manarbek M. Koishibayeva, Yelena L. Nechayeva A., Vladimir M. Kapitsyn. National plans to ensure the rights of persons with disabilities in Kazakhstan—amendments to the legislation. *Disability & Society* 2020, vol. 35, No. 8, p. 1356-1359.
6. Alan Roulstone, Colin Barnes. *Working futures?: Disabled people, policy and social inclusion*, Copyright Date: 2005, Edition: 1 Published by: Bristol University Press, Policy Press, p. 368.
7. David Etherington & Jo Ingold. *Disabled People, Work and Welfare: Is Employment Really the Answer?*. Editors: Grover, Chris, Piggott, Linda The policy press, university of Bristol 2015, p. 293
8. Barnes, Colin, & Mercer, Geoffrey. *Independent Futures: Creating User-led Disability Services in a Disabling society// Physical Disability and Rehabilitation Sourcebook Disability special series*, Editors: Angela L. Williams, Omnigraphics, Incorporated, 2019, p. 264
9. Думбаев А.Е., Попова Т.В. Инвалид, общество и право. - Алматы: ТОО «Верна», 2006. 180 стр.
10. Нацун Л.Н. «Поддерживаемое трудоустройство» инвалидов: обзор мирового опыта. Вестник УрФУ. Серия экономика и управление. 2017. Том 16. № 4. С. 663–680.
11. <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K950001000>. Дата обращения в сайт: 20.01.2023
12. Атлас рекомендуемых профессий и занятий для лиц с инвалидностью в Республике Казахстан. Нур-Султан, 2020. 230 стр.
13. ru.sputnik.kz/20210201/kazakhstanskie-rabotodateli-kvoty-invalidy-16178886.html. Дата обращения в сайт: 20.01.2023
14. Исмаилов Б.С. Перспективы социальной и правовой защиты прав инвалидов в республике Узбекистан на современном этапе. Евразийский Союз Ученых (ЕСУ). № 1(82), 2021, С.6-12.
15. Siti Nurhayati. Social inclusion for persons with disabilities through access to employment in Indonesia. Volume 2, Issue 1, June 2020, p. 22.
16. <https://www.gov.kz/memleket/entities/enbek/documents/details/6085?lang=ru>. Дата обращения в сайт: 20.01.2023
17. Jody Heumann, Elizabeth Wong, Willetta Waisath. A Comparative Overview of Disability-Related Employment Laws and Policies in 193 Countries. *Journal of Disability Policy Studies* 2022, Vol. 33(1) p. 25–34,
18. Aude Lejeune, Julie Ringelheim. Workers with Disabilities Between Legal Changes and Persisting Exclusion: How Contradictory Rights Shape Legal Mobilization. *Law & Society Review*. Vol. 53, No 4 (DECEMBER 2019), pp. 983-1015.

И. В. Щеглаков,

студент ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный институт»,
г. Чита, Забайкальский край

Научный руководитель: **Богодухова Е. Е.**, старший преподаватель кафедры
русского языка как иностранного ФГБОУ ВО
«Забайкальский государственный университет»

Приграничные районы России и Китая: миграция культур и сохранение идентичности

Аннотация: Статья анализирует и обобщает опыт исследования и описания российско-китайского приграничного взаимодействия в социокультурном аспекте. Исследование связывает проблему с феноменом трансграничья и трансграничной культуры, даёт оценку текущему состоянию и динамике вопроса и связывает это локальное явление с историко-социальным положением страны. В статье рассматриваются разные плоскости вопроса (реальные и абстрактные), на анализе которых конструируется модель трансграничного взаимодействия, описываются риски и возможности потери идентичности и самосознания культурами русской и китайской.

Ключевые слова: Россия и Китай, культура, культурная миграция, трансгранижье, территория, идентичность.

Самые активные территории культурно-социального взаимодействия КНР и РФ можно обозначить двумя парами: Забайкальский край (Чита) — Дунбэй (Маньчжурия) и Амурская область (Благовещенск) — Хэйлунцзян (Хэйхэ). Несмотря на то, что и Хабаровский край и Приморский край тоже граничат с Китаем (а приморье активно взаимодействует ещё и с Кореей) культурная близость там не так ярко выражена, как на рассматриваемых территориях. Это решение связано, в первую очередь, с доступностью материала для исследования, ведь в этих сосредоточиях наглядно видно то самое культурное взаимодействие. Тесное соседство пограничья вполне может разрушить антонимию «свой–чужой», установку, формирующуюся ещё в детстве и играющую важную роль в сознательной жизни человека. Вместе с тем она открывает большое поле возможностей для человека современного. В условиях миграции культур современный мобильный человек сможет лучше понять и вникнуть в культуру соседа, ведь ему и так уже доступно мышление со взглядом на «мир без границ», которое подарил ему своей открытостью век социального постмодернизма [6; 7]. Результаты исследований, посвящённых пограничью, констатируют изменения в сознании его жителей. Например, тенденцию к отмиранию агрессивного по отношению к чужой культуре в угоду позитивному или деинсталляции образов барьера, границы между коммуникантами (что порой становится преградой более сильной, чем языковой барьер) [6]. Во многом и сама суть исследования склоняется к постмодерну, порождением которого является русско-китайское погранижье в его сегодняшнем состоянии, к тенденциям метафизического и эфемерного. Общество этих территорий более близко к модели современного трансграничного человека, живущего в поликультурной среде. И именно к данному типу пограничья уместно присоединить

префикс «транс-», который подразумевает «преодоление заданных пределов» и «культурное взаимодействие, процесс» [7].

Но почему важно обозначать исследуемую территорию трансграничем? В чём его принципиальные отличия и почему это так важно в социокультурном дискурсе? Обратимся к работе Д. В. Сергеева о сущности понятия. По мнению Сергеева, пограничье является лишь местом «соприкосновения культур», оно предельно и статично, а вот трансграничье формируется в условиях взаимодействия и коммуникации [7]. Конкретно в вопросе русско-китайского приграничья и стоит рассуждать об этом тесном взаимодействии (конкретные примеры будут приведены в следующих абзацах, что прекрасно проиллюстрирует написанное). И, несмотря на то, что на первый взгляд проблема русско-китайского трансграничья далека от крупных социальных трансформаций, она, как явление культурной миграции, берёт начало в девяностых и нулевых, когда наша страна, среди прочего, была подвержена изменениям и влиянию извне, под действием открытия «нерушимой» границы. Во многом и российский социум становился трансграничем, активно заимствуя и сплавливая элементы других народов, что до этого, с учётом советской идеологии, было недоступно. О тоталитарной сущности границы в эпоху СССР, как в геополитике, так и в массовом сознании, пишет О. Бредникова. Её мнение и исследовательский опыт подтверждают выдвинутую теорию о связи развития тесных социокультурных взаимодействий приграничья с открытостью эпохи миллениума в нашей стране, как противовеса идеям прошлого. Бредникова уверена, что само определение «граница» в советском государстве играло важнейшую роль не только как картографическая единица, но и как метафизический сепаратор в проблеме «свой-чужой» [2]. Она описывает метафорику границы в разных слоях социума, проводя параллель с закрытостью режима и даёт важное замечание: «даже местное население приграничных территорий плохо представляло, что происходит за запретной зоной» [2, 276 с.]. Постсоветское осмысление роли границы, а особенно на приграничье, как раз и даёт толчок к формированию трансграничного сотрудничества и различных культурологических явлений в его рамках.

В теме пограничья есть смысл говорить не только о миграции культур, но и об особой культуре русско-китайского трансграничья. Среди её особенностей можно выделить: смешение двух культур приграничья и их стереотипно-поверхностное изображение, особая языковая среда — пиджин или пре-пиджин, который на каждом отдельном отрезке территории трансграничья также может иметь свои отличительные черты [9] и торговля как основная сфера коммуникации. К слову, о последнем: торгово-туристические отношения внесли весомый вклад в формирование культуры трансграничья, став феноменом своего времени на этих территориях — челночестве. О его влиянии, предпосылках формирования и посреднической роли, рассказывается в другой работе автора данного исследования [8]. Из этой статьи стоит вычленить и отдельно рассмотреть информацию об особенном переходном типе массового сознания китайской стороны, которая в годы рассвета челночества стала стороной культуру принимающей, жители которой хоть и стараются подражать национальным особенностям соседа, но всё равно остаются в них

несведущими. Это выражается, например, в двуязычности городской среды, от вывесок и визиток, до обладания каждым торговцем русского «варианта» своего имени. Или ещё популярный пример — различные сувениры по тематике самых разных эстетических периодов России. Всё это, конечно, выполнено с серьёзными ошибками, начиная с орфографических и грамматических, заканчивая границами стереотипов. С позиции российской стороны культурные заимствования менее ощутимы, тем не менее, проникновения в культурный код прочны (язык, кухня и пр.). Трудно сказать, происходит или происходил ли здесь процесс культурогенеза, и действительно ли эта трансграничная культура осязаема. Действительно, учитывая отличительные особенности общества приграничья неправильно будет говорить об одном лишь культурном обмене и взаимодействии, но и объективная реальность не позволяет подстроить эту реальность под модель общей культуры. Трансграничье, в данном случае, скорее условно и метафизически обусловлено, как и его культура. Привлекая возможности социологии и философии культуры рассмотрим факт существования культуры трансграничья как пример постмодернистской теории симулякров. Как сказано в выдуманном эпиграфе Бодрийяра, культура трансграничья — «истина, которой нет» или иллюзия иллюзии [1, 5 с.]. Однако, опять же по заветам Бодрийяра, современный социум таков, что этот симулякр нами воспринимается как объективная реальность и та трансграничная культура, о которой мы говорим, вполне осязаема, но строится на образе территории, законов которой мы не до конца понимаем [там же, с. 5-8].

Слияние культур, как одна из социокультурных особенностей трансграничья, здесь работает в противовес гибкости русского мира к заимствованиям с Запада, что в тенденцию ввело петровское время, и при этом помогает более ясно увидеть схожесть обществ России и Китая. Исследователи замечают, что наши культуры стоят на понятных друг другу постулатах, однако ключевые этапы развития русской и китайской цивилизаций разнятся принципиально, что ярче всего выражено в духовной сфере. Если российское общество, самосознание и государственность строилось с опорой на православный вектор, Китай с его философскими воззрениями не был подвержен религиозным установкам. Среди прочего важнейшее место занимают: этноцентризм китайского менталитета и следование собственному пути, открытость к проникновению и дуализм русской культуры, разные понимания роли человека в государстве, мире, семье [4; 5]. Можно предположить, что одновременно богатство и самобытность наших народностей — один из ключевых факторов сохранения сущности «я» в сознании трансграничного социума. Но между тем, некоторые коммуникативные помехи при таком длительном взаимодействии упраздняются, так, например, отголоски китайской этноцентристской модели китайского сознания «Чжун-Вай» (середина и окраина) вы в процессе коммуникации не заметите, как и образ горделивого русского человека.

Конечно, вопрос идентичности на территории трансграничья стоит особняком. М. И. Гомбоева так пишет о трансграничье: «пространство, где действует комплекс взаимно ориентированных участников, согласующих свои

действия с действиями Другого» [3]. И по сути своей культурное взаимодействие на русско-китайском трансграничье сводится к модели закона спроса и предложения: приезжие (русские на китайскую сторону или китайцы на русскую) создают спрос на элементы своей культуры, а местные жители этот «товар» предоставляют. Товарные отношения не требуют усваивать эти элементы глубоко, разбираться в национальном сознании и образе жизни коммуниканта, да и вообще вся культура, транслируемая на таких территориях, поверхностна: основные элементы кухни, стили каких-либо эпох (эстетика советского союза, «бандитских» 90-х или России при Путине), стереотипы, языковые заимствования (в виде контактного языка) и т. п. Транслируется ли своя культура, или культура приграничного народа, этот принцип остаётся неизменным. Во многом маргинальное состояние трансграничья обусловлена этой самой коммуникативной «ленью» с проблесками интереса, будь то у студентов или у исследователей [8, 43 с.]. С другой стороны, это позволяет разделять две культуры, сохранять их особенности. В пограничных Хэйхэ и Маньчжурии центры полностью перестроены на русское русло, с уже оговоренным суррогатным обликом, а спальные районы расположены далеко от сердца города. Когда для российских Читы или Благовещенска конструировать города подобным образом будет дико. Из возможных причин способности пограничного Китая к мимикрии опять же выделим торговый фактор: вспыхнувший и не исчезнувший интерес к недорогим оптовым товарам «made in China» у челночников детерминирует сложившуюся ситуацию. Обозначенная мимикрия может сильно сказаться на культурном осмыслении, идентичности приграничного населения КНР, создать модель, пусть и только эфемерную, пограничья, усвоить условную трансграничную культуру лучше собственной, иллюзию иллюзии, о которой уже говорилось. Однако это большой материал уже для крупных эмпирических исследований, как в поле социологии и культурологии, так и лингвистики, поведенческих и геополитических наук.

Русско-китайское трансграничье уже вполне точно можно понимать как модель маргинальности, но сохранившей свой шарм и неподражаемость. Ведь двигаясь по схожей траектории с судьбой всей страны, которая из переходного состояния уже вышла, своего финала русско-китайское трансграничье пока не получило. В таком же переходном состоянии оно находится и в массовом понимании, и в объективной реальности: не тормозит социум и конкретно влияет на него слабо, имеет свою культуру, которая, возможно, существует, хоть и в неясных координатах, продолжает обсуждаться и исследоваться, является сосудом для тесного взаимодействия, но не искажает исходные культуры и не культурогенезирует новые. Трансграничье как реализация культурных контактов пограничного региона в своей дуалистической природе не является серьёзной проблемой в вопросе идентичности социума, а скорее становится формой реализации, являясь продуктом своего времени и определённой географии.

Список литературы

1. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции [пер. с фр. А. Качалова]. – М.: ПОСТУМ, 2017. – С. 5–8

2. Бредникова О. Последний рубеж. // Отечественные записки. – 2002. – № 6. – С. 276–285.
3. Гомбоева М. И. Социокультурная специфика Восточно-Забайкальского трансграничья. // Теоретико-методологическое осмысление феномена трансграничья: материалы научно-практической конференции «Трансграничие в изменяющемся мире: Россия – Китай – Монголия». – Чита, 2006. – 41 с.
4. Горобец Л. А. Взаимодействие культур России и Китая: проблема культурной совместимости. // Вестник Челябинского государственного университета – 2012 – № 18 (272). – С. 13-14
5. Ма Фэншу. Российско-китайские отношения в контексте сравнительного анализа культур. // Вестник РУДН. Серия: Политология – 2012 – № 2. – С. 6-11
6. Сергеев Д. В. Край. Пограничье. Трансграничье. Лимитрофа // Трансграничье в изменяющемся мире: Сб. статей. – Чита – Хулуьбуир: Изд-во ЗабГГПУ им. Н.Г. Чернышевского – Ч. 1. – 2005 – С. 25–32.
7. Сергеев Д. В. Постмодернистская модель в осмыслении понятий «Пограничье, Трансграничье, Лимитрофа». // Философия и будущее цивилизации: Тезисы докладов и выступлений IV Российского философского конгресса. – Т. 4. – М.: Современные тетради – 2005. – С. 390–391.
8. Щеглаков И. В. Роль челночества в российско-китайском диалоге культур трансграничья в XXI веке. // Глобальные социальные процессы 4.0: социокультурные трансформации в системе современных обществ: сборник статей / Под ред. А. В. Петрова (отв. ред.). – СПб.: Астерион, 2023. – С. 41–45
9. Ян Цзе. Забайкальско-маньчжурский препиджин: опыт социолингвистического исследования. // Вопросы языкознания – 2007 – № 2. – С. 71–74.

К. К. Коротков,

студент 2 курса, факультет государственного и муниципального управления,
Негосударственное образовательное частное учреждение высшего
образования «Московский финансово-промышленный
университет „Синергия“»

Анализ капиталовложений в отечественные решения в сфере информационных технологий

Аннотация. Как одну из национальных целей развития Российской Федерации, президент выделил: увеличение вложений в отечественные решения в сфере информационных технологий в четыре раза по сравнению с показателем 2019 года. [1]

Данный доклад посвящен анализу инвестиций в отечественные разработки в сфере информационных технологий. Одна из целей заключается в оценке роста инвестиций в отечественные информационные технологии. В данном докладе рассмотрен уровень работы за 4 года, задача, которая была поставлена президентом - это увеличение инвестиций в 4 раза за 11 лет работы, вот и посмотрим к чему мы пришли.

Направлением диалога общества и государства в информационной сфере является также создание Открытого правительства. Современным требованием цифрового общества является повышение качества государственного управления через участие общества в принятии решений различного уровня и общественном контроле. Принципы открытости органов власти включают информационная открытость, вовлеченность гражданского общества, подотчетность органов власти. Концепция Открытого правительства включает раскрытие информации, взаимодействие со СМИ, работа с обращениями граждан и общественных организаций. [2]

В данном докладе я планирую проанализировать бюджетирование цифровизации в нашем государстве за период 2019 - 2022 годы, анализ позволит определить экономическую заинтересованность государства в развитии цифровых технологии, а также поможет понять уровень реалистичности планов, основываясь на их реализации в финансовом эквиваленте.

Выбор периода для анализа был сознательным, именно период после 2019 года следует считать новейшей историей как для нашей страны, так и для всего мира в целом. 2019 год был последним «международно-стабильным», далее нашу жизнь наполнила череда интереснейших событий, которые послужили толчком для развития великого множества отраслей экономики. Особенно для развития цифровизации в период общей изоляции, вызванной коронавирусом. Поэтому, для сравнения того как было в «спокойный» год, как стало в кризисный год и к чему все пришло на современном этапе.

В 2019 году исполнение государственной программы «Цифровое общество» (утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 года № 313.) составило 218.376,8 млн рублей, или 91,0% к уточненной росписи.



Рисунок 31

Стоит отметить, что в реализации проекта государство было склонно доверять частному сектору экономики, от этого практически половина бюджета была затрачена на субсидирование внебюджетных проектов. Финансирование некоммерческих и бюджетных учреждений в сумме составило 17,7% от

общего количества расходов. Сложившийся уровень исполнения расходов федерального бюджета по данной программе обусловлен следующими основными причинами:

- экономия, сложившаяся в результате проведения конкурсных процедур;
- экономия по расходам на организацию конференций, симпозиумов, семинаров и иных аналогичных мероприятий в связи с проведением мероприятий на площадках Аналитического центра и без привлечения зарубежных экспертов;
- предоставление субсидий юридическим лицам, индивидуальным предпринимателям, физическим лицам – производителям товаров, работ, услуг на основании заявок в соответствии с заключенными соглашениями (договорами), а также после подтверждения юридическими лицами фактических объемов выполненных работ (оказанных услуг);
- перечисление взносов в Европейскую аудиовизуальную обсерваторию и Европейский вещательный союз в соответствии с поступившими счетами международных организаций;
- длительность прохождения экспертизы проектно-сметной документации и достоверности сметной стоимости строительства объектов;
- оплата работ «по факту» на основании актов выполненных работ в соответствии с условиями заключенных государственных контрактов;
- экономия средств в связи с корректировкой плана командировок;
- заявительный характер выплаты пособий и компенсаций. [3]

На основании представленной информации, можно сделать вывод о том, что исполнение государственной программы "Цифровое общество" в Российской Федерации было достаточно эффективным. Появление экономии в результате проведения конкурсных процедур, а также оптимизация расходов на конференции и семинары, свидетельствуют о том, что процесс управления бюджетом программы был рациональным. Также следует отметить, что предоставление субсидий частному сектору экономики, включая некоммерческие и бюджетные учреждения, способствовало эффективному использованию бюджетных средств. В целом, основные причины успешного исполнения расходов федерального бюджета по данной программе связаны с экономией, контролем над процессом выполнения работ, а также эффективным расходованием средств с учетом заявительного характера выплат.

Также, список программ, которые способствовали цифровизации государства можно отнести национальный проект «Цифровая экономика Российской Федерации», исполнение бюджета на данный проект составило 73,4%. Уровень исполнения расходов федерального бюджета на реализацию федерального проекта «Нормативное регулирование цифровой среды» в 2019 году составил 48,8%. Неполное исполнение по федеральному проекту обусловлено экономией в процессе реализации запланированных результатов. Уровень

исполнения расходов федерального бюджета на реализацию федерального проекта «Информационная инфраструктура» в 2019 году составил 83,9%. Неполное исполнение по федеральному проекту обусловлено оплатой работ «по факту» на основании актов выполненных работ, экономией, образовавшейся в ходе проведения конкурсных процедур, а также поздним заключением соглашений с субъектами Российской Федерации. Уровень исполнения расходов федерального бюджета на реализацию федерального проекта «Кадры для цифровой экономики» в 2019 году составил 41,9%. Неполное исполнение по федеральному проекту обусловлено экономией, образовавшейся в ходе проведения конкурсных процедур, а также поздним принятием нормативного правового акта, регулирующего порядок предоставления субсидии, и, как следствие, поздним заключением соглашения о предоставлении субсидии (декабрь 2019 года). Уровень исполнения расходов федерального бюджета на реализацию федерального проекта «Информационная безопасность» в 2019 году составил 39,8%. Неполное исполнение по федеральному проекту обусловлено экономией, образовавшейся в ходе проведения конкурсных процедур, а также поздним принятием нормативного правового акта, регулирующего порядок предоставления субсидий юридическим лицам, и, как следствие, поздним заключением соглашения о предоставлении субсидии (декабрь 2019 года). Уровень исполнения расходов федерального бюджета на реализацию федерального проекта «Цифровые технологии» в 2019 году составил 58,3%. Неполное исполнение по федеральному проекту обусловлено поздним заключением соглашений о предоставлении субсидий юридическим лицам, а также экономией, образовавшейся в ходе проведения конкурсных процедур. Уровень исполнения расходов федерального бюджета на реализацию федерального проекта «Цифровое государственное управление» в 2019 году составил 84,1%. Неполное исполнение по федеральному проекту обусловлено оплатой «по факту» на основании актов выполненных работ (услуг). [4]

Анализ данных о выполнении федеральных проектов в 2019 году позволяет сделать вывод о значительных трудностях, с которыми столкнулись проекты, направленные на цифровизацию государства. Неполное исполнение расходов федерального бюджета на ряд проектов связано с различными факторами, такими как экономия в ходе проведения конкурсных процедур, позднее заключение соглашений о предоставлении субсидий, а также отсутствие нормативно-правовой базы. Отмечается, что большинство трудностей связаны с отсутствием необходимой нормативно-правовой базы, что могло замедлить реализацию проектов. Тем не менее, высокий уровень исполнения расходов на федеральный проект "Цифровое государственное управление" свидетельствует о том, что в некоторых случаях проекты продвигались успешно. Предпринимаемые меры для решения указанных проблем могут способствовать улучшению ситуации в будущем.

В 2020 году исполнение государственной программы «Цифровое общество» (утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 года No 313.) составило 238.629,4 млн рублей, или 98,5% к

уточненной росписи. Основными достижениями в ходе реализации программы выделяют следующее:

- увеличение доли пользователей информационно телекоммуникационной сети Интернет, не сталкивавшихся с проблемами информационной безопасности, в общей численности населения, использовавшего информационно-телекоммуникационную сеть Интернет в течение года, с 70,7% до 71,1%;
- увеличение доли домашних хозяйств, имеющих возможность широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети Интернет, в общем числе домашних хозяйств с 73,6% до 76,0%;
- рост числа опорных центров обработки данных в федеральных округах с 3 до 4 единиц.

При анализе таблицы, предложенной Минфином России, основных направлений расходов бюджета на реализацию программы, можно сделать вывод, что процентное соотношение расходов осталось в прежнем виде, как и в 2019 году. Однако, стоит заметить, что субсидии в некоммерческий сектор экономики увеличились в 1,5 раза по отношению с 2019 годом, а инвестирование в коммерческие организации повысилось практически на 10.000 млн рублей. Данный показатель роста смело можно назвать качественным, тк по данным Росстата инфляция в 2020 году составила 4,9% [5], значит она не сильно повлияла на инвестирование в цифровизацию. А так же с учетом кризиса коронавируса исполнение бюджета в размере 98% указывает нам на то, что кризис не сумел повлиять на реализацию программы. [6]

Реализация программы «Цифровая экономика Российской Федерации». В 2020 году уровень реализации расходов по этой программе составил 97%. Это очень хороший показатель по сравнению с 2019 годом, уровень исполнения бюджета увеличился на 23,6 пп. Уровень исполнения расходов федерального бюджета на реализацию федерального проекта «Нормативное регулирование цифровой среды» в 2020 году составил 64,6%. Неполное исполнение по федеральному проекту обусловлено несвоевременным финансированием затрат Фондом «Сколково». Уровень исполнения расходов федерального бюджета на реализацию федерального проекта «Информационная инфраструктура» в 2020 году составил 98,7%. Уровень исполнения расходов федерального бюджета на реализацию федерального проекта «Кадры для цифровой экономики» в 2020 году составил 94,5%. Тут хочется обратить особое внимание, так как исполнение бюджета увеличилось более чем в два раза с предыдущего года, что означает о росте специалистов в этой отрасли. Уровень исполнения расходов федерального бюджета на реализацию федерального проекта «Информационная безопасность» в 2020 году составил 97,6%. Уровень исполнения расходов федерального бюджета на реализацию федерального проекта «Цифровые технологии» в 2020 году составил 99,7%. Уровень исполнения расходов федерального бюджета на реализацию федерального проекта «Цифровое государственное управление» в 2020 году составил 93,6%. Неполное исполнение по федеральному проекту обусловлено неисполнением в установленные сроки исполнителями по государственным контрактам своих обязательств. [7]

Основные направления расходов федерального бюджета по государственной программе «Информационное общество»

млн рублей



Рисунок 32

Анализируя данные о реализации программы "Цифровая экономика Российской Федерации" в 2020 году, можно отметить значительный прогресс по сравнению с предыдущими годами. Уровень реализации расходов по программе составил 97%, что является очень хорошим показателем. В частности, повысился уровень исполнения бюджета на реализацию федерального проекта "Информационная инфраструктура" (98,7%) и "Цифровые технологии" (99,7%). Однако, существуют недостатки в исполнении по отдельным проектам, таким как "Нормативное регулирование цифровой среды" и "Цифровое государственное управление", что объясняется проблемами с финансированием и исполнением государственных контрактов. Тем не менее, в целом можно сказать, что программу "Цифровая экономика Российской Федерации" удалось реализовать на высоком уровне, а повышение уровня исполнения бюджета свидетельствует о росте специалистов в сфере цифровой экономики.

По итогам 2021 года бюджет программы «Цифровое общество» был исполнен на 97,3%, общая сумма исполнения составила 275.655,7 млн рублей. Стоит отметить, что в процентном эквиваленте исполнение бюджета упало по сравнению с 2020 годом, однако сумма исполненных средств стала выше. С учетом инфляции 2021 года, которая составила 8,4%, можно сделать вывод, что количественного роста в финансировании государственной программы «цифровое общество» не произошло. В качестве основных достижений по цифровизации страны можно назвать новую услугу по изготовлению современных загранчных паспортов, за 2021 год было изготовлено свыше одного миллиона бланков загранчных паспортов нового поколения. Также, к главным достижениям этого года можно отнести создание нового социально-значимого сервиса «Пушкинская карта», проект позволил молодежи получать доступ к проведению культурного досуга за счет средств государства. Сервис

«Госуслуги авто» дал возможность водителям отказаться от физической версии свидетельства о регистрации транспортного средства, в пользу, как нынче модно говорить, его диджитал версии. [8]

Уровень исполнения расходов федерального бюджета на реализацию национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» в 2021 году составил 95,8%, что на 1,2 пп меньше, чем в прошлом году, когда был замечен сильный прирост. «Нормативное регулирование цифровой среды» в 2021 году составил 64,9%. Показатель остался на уровне предыдущего года, что ни может не говорить о стабильности. Связать данный показатель могу с тем, что основная часть базовых нормативно-правовых документов является готовой, дальнейшие средства шли на стабильное поддержание стабильного формирования новой нормативно-правовой базы. Уровень исполнения расходов федерального бюджета на реализацию федерального проекта «Информационная инфраструктура» в 2021 году составил 99,0%. В качественном эквиваленте данный показатель незначительно вырос по отношению с предыдущим годом. Уровень исполнения расходов федерального бюджета на реализацию федерального проекта «Кадры для цифровой экономики» в 2021 году составил 97,8%. Данный проект также показало незначительный прирост в процентном эквиваленте. Уровень исполнения расходов федерального бюджета на реализацию федерального проекта «Информационная безопасность» в 2021 году составил 98,2%. Уровень исполнения расходов федерального бюджета на реализацию федерального проекта «Цифровые технологии» в 2021 году составил 99,9%. Самый высокий показатель среди всех проектов, он дает нам возможность понять, что развитие отечественных цифровых технологий выполняется в соответствии со всеми поставленными планами. Уровень исполнения расходов федерального бюджета на реализацию федерального проекта «Цифровое государственное управление» в 2021 году составил 91,9%. По отношению к 2020 году исполнение бюджета данного проекта показало незначительный отрицательный рост. Однако, данный показатель можно связать с тем, что в 2021 году появился новый проект, и часть сил была направлена на его реализацию, который называется «Искусственный интеллект» и показатель исполнения бюджета составил 98,6%.

Наиболее значимыми достижениями в цифровизации страны в 2021 году стало внедрение новых услуг, таких как изготовление современных заграничных паспортов, создание социально-значимого сервиса "Пушкинская карта" и разработка сервиса "Госуслуги авто". Эти инициативы предоставили гражданам новые возможности в сфере государственных услуг и упростили процесс взаимодействия с государством. По отношению к федеральному бюджету и выполнению проектов в сфере цифровой экономики, уровень исполнения расходов в 2021 году был разнообразен. Некоторые проекты, такие как "Информационная инфраструктура" и "Информационная безопасность", показали высокий уровень исполнения, но другие, например "Цифровое государственное управление", оказались немного ниже ожидаемого. Однако новый проект "Искусственный интеллект" достиг высокого уровня исполнения бюджета. В целом, анализ финансового исполнения программы "Цифровое

общество" и проектов в сфере цифровой экономики позволяет сделать вывод о разнообразных результатах в различных областях цифровизации, требующих более детального изучения и принятия соответствующих мер для улучшения эффективности и результативности будущих инвестиций. [9]

Предварительные итоги в рамках государственной программы «Информационное общество» говорят нам о том, что исполнение бюджета составило 95,9% или 349,3 из 364,3 запланированных миллиардов рублей. Данный показатель сильно превосходит показатель предыдущего года, несмотря на то, что в процентном соотношении год показал отрицательный рост. К основным достижениям я отнёс следующее:

- 14721 населенный пункт с численностью населения от 100 до 500 человек обеспечен универсальными услугами связи;
- более 10,4 тыс. доменов обеспечены российскими сертификатами безопасности;
- в рамках опытной эксплуатации системы мониторинга фишинговых сайтов выявлено 79,7 тыс. и заблокировано более 28,9 тыс. фишинговых сайтов;
- Российским фондом развития информационных технологий поддержано 68 проектов общей стоимостью 23,1 млрд рублей на сумму грантов 15,4 млрд рублей;
- оказаны универсальные услуги подвижной радиотелефонной связи с использованием базовых станций в 1869 населенных пунктах с численностью населения от 100 до 500 человек;
- 3249 населенных пунктов с численностью населения от 100 до 500 человек обеспечены услугами мобильной связи. [10]

В рамках национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» в 2022 году исполнение бюджета составило 92,6%. В ходе этой программы были реализованы следующие федеральные проекты:

- «Нормативное регулирование цифровой среды» - исполнение бюджета 74,3%;
- «Информационная инфраструктура» - исполнение бюджета 99,7%;
- «Кадры для цифровой экономики» - исполнение бюджета 99,5%;
- «Информационная безопасность» - исполнение бюджета 99,9%;
- «Цифровые технологии» - исполнение бюджета 100%;
- «Цифровое государственное управление» - исполнение бюджета 96,9%;
- «Искусственный интеллект» - исполнение бюджета 97,0%;
- «Развитие кадрового потенциала ИТ-отрасли» - исполнение бюджета 98,3%;
- «Обеспечение доступа в интернет за счет развития спутниковой связи» - исполнение бюджета 10,5%; [11]

В рамках национальной программы "Цифровая экономика Российской Федерации" в 2022 году было достигнуто общее исполнение бюджета на

уровне 92,6%. Это свидетельствует о значительном прогрессе в развитии цифровой экономики страны. Результаты исполнения бюджета по федеральным проектам также впечатляют: большинство из них потребовали значительных ресурсов, однако исполнение бюджета было оценено на достаточно высоком уровне. Анализируя данные по федеральным проектам, можно отметить, что большинство из них были выполнены близко к или выше 90% от установленного бюджета, что является важным достижением и свидетельствует о серьезной работе, проведенной в рамках национальной программы. Особо следует выделить федеральные проекты "Информационная инфраструктура", "Кадры для цифровой экономики", "Информационная безопасность", "Цифровые технологии", "Искусственный интеллект", и "Развитие кадрового потенциала ИТ-отрасли" с высокими показателями исполнения бюджета. Однако проект по обеспечению доступа в интернет за счет развития спутниковой связи требует дополнительного внимания и улучшения, так как его исполнение составило только 10,5%. Этот результат показывает потребность в дополнительных мерах и инвестициях для развития данного направления в цифровой экономике. Таким образом, хотя программа достигла впечатляющих результатов в целом, она также показала области, которые требуют дальнейшего внимания и улучшения. Дальнейшее развитие программы должно быть ориентировано на поддержку устойчивого и равномерного развития цифровой экономики в России.

Анализируя результаты четырехлетней реализации национальных целей в сфере цифровой экономики, можно отметить значительный рост инвестиций в отечественные ИТ-решения. За период 2019-2022 годов инвестирование увеличилось в 1,6 раза, что свидетельствует о растущем интересе к современным технологиям и их значимости для экономики страны. Средний показатель реализации бюджета государственной программы "Цифровое общество" за этот период составил 95,7%, что указывает на успешное выполнение поставленных задач в цифровой сфере. Однако средний показатель реализации бюджета национальной программы "Цифровая экономика Российской Федерации" за тот же период оказался ниже и составил 89,7%, что указывает на некоторые сложности в реализации этой программы. В целом, результаты показывают положительную динамику в цифровой сфере, однако также указывают на необходимость более эффективного использования бюджета и фокусировки на определенных аспектах национальных программ для достижения более высоких результатов.

Источники:

1. Указ Президента Российской Федерации от 21.07.2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года».
2. Байнова, М. С. Цифровизация общества и современное антикризисное управление / М. С. Байнова, Д. Д. Фрейман // Глобальные социальные процессы 3.0: социальное управление и экономическое развитие в цифровом обществе : сборник статей, Санкт-Петербург, 17 декабря 2021 года / Российско-Китайский Центр сравнительных социальных, экономических и политических исследований направления «Социология» СПбГУ; Российско-китайское социологическое

студенческое научное общество СПбГУ. – Санкт-Петербург: Центр научно-информационных технологий "Астерион", 2022. – С. 148-153. – EDN DIFLZJ.

3. Исполнение федерального бюджета и бюджетов бюджетной системы Российской Федерации за 2019 год «Информационное общество» (стр. 58-59) https://minfin.gov.ru/common/upload/library/2020/03/main/Ispolnenie_FB_RF_za_2019_god_predv.itogi.pdf?ysclid=lph4v4lcw2118783016.

4. Исполнение федерального бюджета и бюджетов бюджетной системы Российской Федерации за 2019 год «Цифровая экономика Российской Федерации» (стр. 95-96) https://minfin.gov.ru/common/upload/library/2020/03/main/Ispolnenie_FB_RF_za_2019_god_predv.itogi.pdf?ysclid=lph4v4lcw2118783016.

5. РБК - Росстат оценил инфляцию в России по итогам 2020 года в 4,9% <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5fedfbc9a79470d6e01be72?ysclid=lq2cw20vlg136196646>

6. Исполнение федерального бюджета и бюджетов бюджетной системы Российской Федерации за 2020 «Информационное общество» (стр. 56-58) https://minfin.gov.ru/ru/document/?id_4=132980-&ysclid=lq25vicmi7206932177.

7. Исполнение федерального бюджета и бюджетов бюджетной системы Российской Федерации за 2020 год «Цифровая экономика Российской Федерации» (стр. 92-93) https://minfin.gov.ru/ru/document/?id_4=132980-&ysclid=lq25vicmi7206932177

8. Исполнение федерального бюджета и бюджетов бюджетной системы Российской Федерации за 2021 «Информационное общество» (стр. 48-49) https://minfin.gov.ru/ru/document?id_4=300261-informatsionnoe_illyustrirovanoe_izdanie_ispolnenie_federalnogo_byudzhetov_byudzhetov_byudzhetnoi_sistemy_rossiiskoi_federatsii_za_2021_god&ysclid=lq25zriwl1458988975

9. Исполнение федерального бюджета и бюджетов бюджетной системы Российской Федерации за 2021 год «Цифровая экономика Российской Федерации» (стр. 67-70) https://minfin.gov.ru/ru/document?id_4=300261-informatsionnoe_illyustrirovanoe_izdanie_ispolnenie_federalnogo_byudzhetov_byudzhetov_byudzhetnoi_sistemy_rossiiskoi_federatsii_za_2021_god&ysclid=lq25zriwl1458988975

10. Исполнение федерального бюджета и бюджетов бюджетной системы Российской Федерации за 2022 (предварительные итоги) «Информационное общество» (стр. 61-63) https://minfin.gov.ru/ru/document?id_4=301723-ispolnenie_federalnogo_byudzhetov_byudzhetov_byudzhetnoi_sistemy_rossiiskoi_federatsii_za_2022_predvaritelnye_itogi&ysclid=lph99q5arp674986322.

11. Исполнение федерального бюджета и бюджетов бюджетной системы Российской Федерации за 2022 год (предварительные итоги) «Цифровая экономика Российской Федерации» (стр. 84-87). https://minfin.gov.ru/ru/document?id_4=301723-ispolnenie_federalnogo_byudzhetov_byudzhetov_byudzhetnoi_sistemy_rossiiskoi_federatsii_za_2022_predvaritelnye_itogi&ysclid=lph99q5arp674986322.

С. Б. Дугарова,
кандидат философских наук, доцент кафедры восточных языков
Санкт-Петербургского государственного экономического университета,
г. Санкт-Петербург

Человеческий потенциал в концепции «Сообщества единой судьбы человечества» КНР

Аннотация: В статье рассматривается роль человеческого потенциала в новаторской концепции Си Цзиньпина «сообщества единой судьбы человечества», которая в настоящее время определяет основное направление политики КНР.

Ключевые слова: Китай, человеческий потенциал, сообщество единой судьбы человечества, ценности, конфуцианство

Концепция «сообщества единой судьбы человечества» была впервые упомянута в докладе Си Цзиньпина в марте 2013 г. На XIX съезде Китайской коммунистической партии КНР были сформулированы основные цели по продвижению и развитию данной концепции. В частности, был сделан упор на расширение работы с людьми. Также было сказано, что концепция неразрывно связана с развитием «китайской мечты» [5].

Современная культура подвержена невиданным за всю историю развития человечества глобальным изменениям, что превращает ее в единое социокультурное пространство. Китай в настоящее время переживает масштабные перемены, связанные с качественными изменениями во всех сферах социальной жизни. Эти социальные изменения происходят на фоне антропологического кризиса, влекущего за собой искажение нравственных и духовных ценностей, потерю культурной, личностной и национальной идентичности. В связи с этим ориентиром для общественного сознания и общества в целом становится такая концепция, которая охватывает человеческий потенциал. Концепция «сообщества единой судьбы человечества» в китайском толковании подразумевает объединение всех народов перед лицом общих проблем экологии и безопасности, необходимость гармонии между общими интересами мирного развития. Данная концепция предполагает такое развитие, при котором общая система регулирования мирного развития основана на гармонии национальных, политических, культурных, экономических интересах.

Возникновение концепции «сообщества единой судьбы человечества» является продолжением развития китайской цивилизации, имеющей более пяти тысяч лет истории развития, но эта концепция принадлежит всему миру, так как в целях всеобщей безопасности Китай призывает весь мир к сплочению и гармоничному развитию.

С древних времен категория «гармонии» является одной из основных ценностей в китайской обществу [3, С.15]. Данный термин встречается еще в конфуцианском учении, где он является одним из главных принципов общественной организации. В его основе заложено сознательное преодоление полярных интересов и мнений, стремление общества как системы сохранить динамическое равновесие [4, С.54]. Данный концепт выражает ключевой смысл стабильности отношений в семье и обществе.

Сосуществование человека и всех вещей является центральным и наиболее ценным в философской системе Китая. В философии Мэн-цзы через полное развитие своей собственной природы человек не только может познать Небо, но и стать единым с Небом. А когда человек развивает свое «не терпящее страданий сердце», он обретает добродетель гуманности. Так постепенно исчезают эгоизм и себялюбие, и человек приходит к пониманию отсутствия различий между ним и другими, между индивидом и космосом. То есть, человек отождествляется с космосом как целым. Это ведет к пониманию принципа «все вещи достигают полноты в нас самих» [2].

У Конфуция от Неба исходят моральные качества человека посредством Дао (Путь). Следование Дао указывает на определенную сторону рационального поведения человека и его нравственное совершенствование, конечной целью которого является овладение этико-политическими принципами жэнь, ли, и, синь, чжи и т.д. Овладевшая этими принципами личность становится цзюньцзы (благородный муж). Конфуцианство выработало рационалистическую концепцию «устойчивого» развития государства и общества как непосредственного продолжения упорядоченного космоса, как социальной сферы господства законов природы». Упорядочивающее рациональное воздействие высших принципов природных сил на общество отразилось в формулах «совпадающее единство Неба и человека», «взаимный отклик Неба и человека», «разграничение Неба и человека», в которых выразилась модель устойчивого развития ноосферной и вселенской ориентации [1, с.92].

Развитие человеческого потенциала является приоритетным направлением в современном Китае как во внутренней, так и во внешней политике. Человеческий потенциал является ресурсом первой важности в социально-экономическом развитии страны. В приоритетном порядке формируется структура человеческого потенциала, вкладываются инвестиции в его освоение, всячески активизируются инновационные инициативы и творческие способности человеческого потенциала. Осуществление развития человеческого потенциала нацелено также на повышение качества рабочей силы с помощью повышения культурного уровня и квалификации трудящихся. Основной вектор его развития также заключается в консолидации человеческого потенциала, создании единства и стабильного гармоничного развития. Внутренняя стабильность будет определять внешнюю, что будет способствовать формированию такого «сообщества», внутри которого будет создаваться вектор в одном направлении «судьбы». Человеческий потенциал будет определять стабильность как самого Китая, так и всего человечества.

Список литературы:

1. Абрамова Н. А., Юйшина Е. А. Конфуцианский рационализм как духовный ресурс цивилизационного развития. Чита: ЧитГУ, 2005. С. 92.
2. Идеалистическое направление конфуцианства: Мэн-цзы [Электронный ресурс]. URL: <http://religa.narod.ru/fen/fen07.htm> (дата обращения 02.08.2022).
3. Озорнина А. С. Региональные практики в построении гармоничного китайского общества. Чита, 2011.

4. Перемолов Л. С. Конфуцианство и современный стратегический курс КНР. М.: Издательство ЛКИ, 2007. С. 54-56.

5. Си Цзинпин цзай чжунго гунчандан ди шицзю цы цюаньго дайбяо дахуэй шан дэ баогао [Доклад Си Цзиньпина на XIX Всекитайском съезде КПК] URL: https://www.fmprc.gov.cn/rus/zxxx/202210/t20221026_10792071.html [дата обращения: 27.12.2023]

6. Чжэн Цзелань. Китайская традиционная культура в концепции «Сообщества единой судьбы человечества» URL: <https://russiancouncil.ru/blogs/zhengjielan/kitayskaya-traditsionnaya-kultura-v-kontseptsii-soobshchestva-edinoy-s/?ysclid=lqo5mixqrk722397271> [дата обращения: 28.12.2023]

А. А. Петрова,

доцент кафедры истории Нового и новейшего времени,
Институт истории, Санкт-Петербургский государственный университет

Испанские путешественники и ученые о России эпохи «великих реформ» Александра II

Россия эпохи Александра II привлекала внимание и испанских ученых. Особый интерес вызывали достижения в области лесных наук. Проблема лесоводства была в XIX в. одной из самых актуальных в Европе. В ряде стран Европы были организованы высшие и средние учебные заведения, сыгравшие важную роль в подготовке специалистов по охране и воспроизводству лесов. В 50–60-е гг. XIX века в Испании, отстававшей в этом вопросе от других европейских стран, лесным наукам уделялось огромное внимание. В 1848 г. было создано первое в стране высшее учебное заведение для подготовки специалистов по лесоводству и лесному хозяйству «Escuela de los Ingenieros de Montes» (Школа лесных инженеров).

Следует отметить, что в России лесоводство и лесохозяйственное образование возникли еще в петровскую эпоху. А в 1803 г. в Царском Селе было открыто сначала Лесное училище, а затем Лесной институт (ныне Лесотехническая Академия), существовало также среднее учебное заведение — Лисинское училище (близ Петербурга), а также начальные лесные школы (с 1834 г.). Создавались опытные лесничества, где проводились научные исследования и проходили практику будущие лесоводы — высококвалифицированные специалисты в сфере лесного хозяйства. В России первым таким лесничеством было Лисинское — одно из старейших в мире, выделенное еще в 1787 г. То есть проблеме лесов уделялось большое внимание. Именно поэтому, в 1864 г., известный испанский лесовод, преподаватель Школы лесных инженеров близ Мадрида М. Лагуна и Вильянуэва направился в командировку в Австрию и Россию, прежде всего для изучения системы подготовки лесоводов и системы управления лесами в этих странах. В 1866 г. в Мадриде был опубликован его отчет об этой поездке «Лесная экскурсия по Австрийской и Российской империям»¹.

¹ *Laguna y Villanueva M. Excursión forestal por los Imperios de Austria y Rusia. Madrid, 1866.*

Автор охарактеризовал свою поездку по России как «легкую экскурсию», поверхностную, без деталей, так как не знал язык, мало находился в России и видел лишь незначительную часть этой огромной Империи¹.

Основное внимание в своем отчете о поездке в Россию М. Лагуна уделил рассказу о системе лесохозяйственного и лесотехнического образования в России. Он побывал в Лесном институте в Царском Селе, ознакомился с учебными планами этого высшего учебного заведения и преподавателями, которые, как особо отмечал он, учились в основном в Германии². Он ознакомился с опытным лесничеством в Лисино, где студенты проходили практику, а также с системой оценки их знаний. Ему понравилось и Лисинское училище (среднее лесное учебное заведение), где готовили егерей и лесников. Он отметил также, что многие из учащихся получают стипендии от государства, после чего они должны отработать в государственной лесной службе 10 лет³. Вообще в России лесоводству и подготовке кадров, по мнению М. Лагуны, уделялось большое внимание, что неплохо было бы, как он считал, воспринять и Испании⁴. Управление лесами и лесным хозяйством, по мнению испанского ученого, также вполне соответствовало поставленным задачам. Автор при этом отмечал, что в целом система управления построена по немецкому образцу, однако с учетом особенностей Российской Империи⁵.

И хотя отчет о пребывании в России носил сугубо деловой характер, тем не менее (в отличие от той части своей книги, которая была посвящена Австрии) М. Лагуна и Вильянуэва не смог удержаться от описания впечатления от путешествия, поскольку «для нас, — писал автор, — всегда много нового в этих далеких землях»⁶.

Несколько страниц своего отчета он посвятил Петербургу и Москве, а вернее тому, о чем, как отмечал он сам, он не должен был писать в отчете. «Я ничего не буду говорить о великолепии Петербурга, — писал ученый, — о его просторных площадях <...>, улицах таких, как Невский, протяженность которого около 3 км, о гранитных набережных, которые берут в плен величественную Неву — реку с самой чистой водой в Европе <...>, о превосходных мостах через Неву; ничего не скажу, наконец, об этом грандиозном ансамбле королевских дворцов и роскошных зданий — жилищ знати Московии...» «А ведь чуть больше века тому назад здесь были пустынные болота», — замечал М. Лагуна и Вильянуэва. И далее он писал: «Петр Великий и Петербург показывают, на что способен человек, который по-настоящему хочет осуществить свой замысел»⁷. «Но если, — отмечает автор, — Петербург поражает своим

¹ Ibid. P. 85.

² Ibid. P. 93.

³ Ibid. P. 101.

⁴ Ibid. P. 112–113.

⁵ Ibid. P. 113.

⁶ Ibid.

⁷ Ibid. P. 85–86.

великолепием и в чем-то напоминает, но не уступает, а порой и превосходит Париж и Берлин, то в Москве путешественник не верит, что он находится в Европе». Москва, по мнению испанского лесовода, «город ни с чем несравнимый». В Петербурге его потрясли также белые ночи («*noches del norte*»). Он пишет о магии этих ночей, замечая при этом, что в Петербурге летом не зажигают фонарей, так как в этом нет необходимости¹.

Таким образом, сугубо официальный отчет является свидетельством определенных достижений России, в том числе и благодаря реформам Александра II. В данном случае — это лесные науки и система профессионального образования. М. Лагуна и Вильянуэва побывал в России еще до начала драматических событий 1868–1874 гг. в Испании, которые завершили переход страны от абсолютизма к демократической конституционной монархии.

Литература:

1. Laguna y Villanueva M. Excursión forestal por los Imperios de Austria y Rusia. Madrid, 1866.

С. П. Головачева,

магистрант кафедры связей с общественностью и рекламы Института философии человека ФГБОУ ВО «Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена», г. Санкт-Петербург,

И. А. Ильина,

кандидат филологических наук, доцент, Институт философии человека ФГБОУ ВО «Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена», г. Санкт-Петербург

Роль визуальной составляющей в образовательных технологиях

Аннотация. В данной работе рассматривается влияние визуальных элементов на образовательные процессы. Работа акцентирует внимание на том, как графика, видео, анимация, инфографика и другие визуальные средства стали ключевыми инструментами обучения и способствуют улучшению понимания учебного материала. Текст также обсуждает возможности интерактивных образовательных сред, подчеркивая их важность для более глубокого обучения и развития аналитических способностей учащихся.

Ключевые слова: образовательные технологии, визуальные элементы, обучение, учебный материал, интерактивные среды, аналитические способности.

Annotation: this paper examines the influence of visual elements on educational processes. The work focuses on how graphics, video, animation, infographics and other visual tools have become key learning tools and contribute to improving the understanding of educational material. The text also discusses the possibilities of interactive educational environments, emphasizing their importance for deeper learning and the development of analytical abilities of students.

¹ Ibid. P. 87–88.

Keywords: educational technologies, visual elements, teaching, educational material, interactive environments, analytical abilities.

В современном мире образования динамичное развитие технологий существенно повлияло на процессы обучения и передачи знаний. Вместе с тем, визуальные элементы стали неотъемлемой частью образовательных технологий, сыграв ключевую роль в совершенствовании методов обучения и понимания учебного материала. Графика, видео, анимация, инфографика, виртуальная и дополненная реальность, и другие визуальные средства стали не только эффективным инструментом преподавателей, но и важным фактором, повышающим мотивацию и вовлеченность учащихся в образовательный процесс.

В свете этих изменений становится ясным, что изучение роли визуальной составляющей в образовательных технологиях является важным направлением исследования, так как это позволяет лучше понять, каким образом эти технологии могут эффективно влиять на усвоение знаний и развитие навыков учащихся. Существенное развитие в области информационных технологий и интернета открывает новые возможности для создания интерактивных и многомерных образовательных сред, способствуя более глубокому и полноценному обучению, а также развитию креативного мышления и аналитических способностей.

В данной работе особое внимание уделяется анализу влияния визуальных элементов на качество обучения, основные принципы и методы их применения, а также потенциальные вызовы и перспективы внедрения визуальных технологий в образовательный процесс. Раскрытие этой темы способно дать новый взгляд на современные подходы к обучению, а также помочь в создании эффективных стратегий использования визуальных средств для оптимизации образовательного процесса и повышения его результативности.

В частности, рассмотрение влияния визуальных элементов на качество обучения открывает возможности для выявления наиболее эффективных методов применения таких элементов в различных образовательных контекстах, а также понимания их влияния на мотивацию учащихся и их познавательные процессы. С учетом разнообразия стилей обучения и индивидуальных предпочтений студентов, изучение визуальной составляющей в образовательных технологиях становится ключевым для создания адаптивных и персонализированных подходов к обучению.

Более того, с учетом ускоренного темпа развития информационных технологий и все большего использования онлайн-образования, изучение роли визуальной составляющей помогает преодолеть вызовы, связанные с дистанционным обучением, и улучшить взаимодействие между преподавателями и учащимися, создавая более динамичное и привлекательное обучающее окружение.

Таким образом, данное исследование ставит перед собой задачу не только выявить значимость визуальной составляющей в образовательных технологиях, но и предложить конкретные рекомендации по оптимальному использованию визуальных средств в образовательных практиках, учитывая

особенности целевой аудитории, цели обучения и современные требования к качеству образования.

В современном образовании визуальные элементы играют фундаментальную роль в улучшении и оптимизации образовательного процесса. Графика, диаграммы, видео, анимации, инфографика и другие визуальные средства не только способствуют более эффективному усвоению материала студентами, но и обеспечивают более активное участие студентов в образовательном процессе.

Важность визуальных элементов в образовательном процессе проявляется в их способности представить информацию более наглядно и понятно. Использование визуальных элементов помогает визуализировать сложные и абстрактные концепции, делая их более доступными и понятными для студентов. Это, в свою очередь, способствует более глубокому пониманию материала и облегчает процесс запоминания информации.[1]

Более того, визуальные элементы стимулируют креативное мышление и воображение студентов. Они могут помочь студентам увидеть взаимосвязи между различными концепциями и идеями, что способствует развитию аналитических и критических навыков. Визуальные элементы также могут способствовать углубленному анализу информации и помогать студентам видеть более широкую картину, что способствует развитию их критического мышления.[2]

Также, использование визуальных элементов может значительно повысить мотивацию студентов. Цветные и привлекательные визуальные материалы могут заинтересовать студентов и поддерживать их интерес к учебному процессу. Визуальные элементы могут сделать обучение более интересным и увлекательным, что в конечном итоге может привести к более полному и продуктивному усвоению знаний.[1]

Таким образом, визуальные элементы играют неотъемлемую роль в образовательном процессе, способствуя более глубокому пониманию и запоминанию материала, развитию аналитических навыков и мотивации студентов к обучению.[3]

В настоящее время мультимедийные технологии становятся все более популярными и широко используются в образовательных целях. Их эффективность в обучении подтверждается многочисленными исследованиями, которые указывают на положительное влияние мультимедийных средств на процесс обучения и усвоение знаний студентами.[4]

Одним из основных преимуществ мультимедийных технологий является их способность сделать обучение более интересным и привлекательным для студентов. Использование видеороликов, анимации, звуковых эффектов и других мультимедийных средств может существенно повысить мотивацию студентов и заинтересовать их в учебном материале.

Кроме того, мультимедийные технологии позволяют создавать более наглядные и привлекательные учебные материалы. Использование графики, диаграмм, визуальных эффектов и других мультимедийных элементов помогает визуализировать сложные концепции и абстрактные идеи, что делает их более

понятными и доступными для студентов. Это в свою очередь способствует более глубокому усвоению материала и повышает эффективность обучения.[5]

Важным аспектом эффективности мультимедийных технологий является их способность адаптироваться к различным стилям обучения и потребностям студентов. Мультимедийные технологии позволяют создавать гибкие и персонализированные образовательные программы, учитывающие индивидуальные особенности и потребности студентов. Это позволяет обеспечить более эффективное и продуктивное обучение в зависимости от уровня знаний и интересов студентов.

Наконец, эффективность мультимедийных технологий подтверждается их способностью улучшить восприятие информации студентами и улучшить качество усвоения материала. Использование разнообразных мультимедийных средств позволяет создавать более динамичное и интерактивное обучающее окружение, что в конечном итоге способствует улучшению успеваемости студентов и повышению качества образования.[7]

Одним из ключевых аспектов эффективности мультимедийных технологий является их способность обеспечивать более глубокое погружение студентов в учебный материал. Виртуальная реальность (VR) и дополненная реальность (AR) становятся все более популярными среди образовательных технологий, позволяя создавать иммерсивные среды обучения. Это позволяет студентам буквально погружаться в предметную область и взаимодействовать с материалом в более глубоком и практическом контексте, что способствует более глубокому пониманию и запоминанию информации.

Стоит отметить, что мультимедийные технологии обеспечивают более гибкие и разнообразные методы оценки успеваемости студентов. Они позволяют использовать интерактивные тесты, игровые подходы и другие формы оценки, что помогает оценить уровень понимания и оценить академический прогресс студентов более точно. Это важно для создания более адаптивных образовательных программ и улучшения качества обучения в целом.[6]

Таким образом, эффективность мультимедийных технологий в обучении проявляется в их способности повысить мотивацию студентов, сделать обучение более доступным и интересным, а также обеспечить более глубокое и полноценное погружение студентов в учебный материал.

В настоящее время образовательные программы, нацеленные на обучение созданию и производству визуального контента, представляют собой значимый инструмент в развитии навыков студентов и подготовке их к успешной карьере в области креативных искусств и дизайна. В результате стремительного развития цифровых технологий и с ростом конкуренции на рынке, спрос на квалифицированных специалистов, обладающих глубокими знаниями в области визуального контента, постоянно увеличивается.[8]

Эти образовательные программы широко охватывают различные аспекты процесса создания визуального контента, начиная с основных принципов дизайна и композиции, и продвигаются к более специализированным темам, включающим работу с различными графическими инструментами, фотографией,

видеопроизводством и анимацией. Практическая ориентированность этих программ обеспечивает студентам ценные знания и умения, необходимые для эффективного применения в реальной профессиональной деятельности.

Наряду с этим, особое внимание в этих программах уделяется развитию творческого мышления и художественного восприятия у студентов. Студентам предоставляются возможности для экспериментов и самовыражения, что способствует развитию их уникального творческого потенциала. Они обучаются не только создавать визуальный контент, но и эффективно передавать эмоции, идеи и концепции через свои произведения.[9]

Более того, многие из этих программ акцентируют внимание на развитии технических навыков студентов в использовании современных программных средств и инструментов, широко применяемых в индустрии визуального контента. Студенты получают практический опыт работы с последними технологическими достижениями и учатся адаптировать свои знания под разнообразные требования современного рынка.

Такие образовательные программы играют важную роль в подготовке квалифицированных специалистов, готовых эффективно решать задачи, стоящие перед ними в сфере визуального контента, и отвечать на постоянно меняющиеся потребности современной индустрии. Также программы активно интегрируют современные тенденции и инновации, такие как виртуальная и дополненная реальность, в рамках обучения. Студентам предоставляется возможность погрузиться в уникальные образовательные среды и экспериментировать с новыми формами визуального изображения, что способствует расширению их креативного потенциала и подготавливает их к работе с передовыми технологиями в области визуального контента.[10]

Кроме того, эти программы стремятся обучать студентов не только техническим аспектам производства визуального контента, но и важным аспектам медиа-этики и культурного контекста. Студенты учатся создавать визуальный контент, учитывая социокультурные особенности и ценности различных аудиторий, что помогает им развивать более глубокое понимание влияния визуального контента на общественное мнение и культурные процессы.

Таким образом, образовательные программы представляют собой не только средство для приобретения технических навыков, но и площадку для развития творческого мышления, культурной осведомленности и ответственного подхода к созданию визуального контента в современном информационном обществе.

Стоит также отметить, что в ближайшем будущем ожидается значительный рост важности образования, связанного с визуальным оформлением контента, в силу увеличения числа цифровых платформ и расширения присутствия визуального контента во всех сферах жизни. С развитием социальных медиа, онлайн-платформ, потокового видео и виртуальной реальности, визуальный контент становится все более привлекательным и эффективным способом коммуникации и взаимодействия с аудиторией.[8]

Одной из ключевых тенденций, которая ожидается в будущем, является увеличение спроса на специалистов, обладающих навыками создания высококачественного и оригинального визуального контента. Это касается не только области маркетинга и рекламы, но и сферы образования, научной деятельности, медицины, архитектуры и дизайна. Визуальный контент становится важным средством для передачи сложной информации и идей в доступной и убедительной форме.

В то же время ожидается усиление тенденций по интеграции новейших технологий в образовательные программы, связанные с визуальным контентом. Это включает в себя более широкое использование виртуальной и дополненной реальности в учебных процессах, а также интенсивное применение искусственного интеллекта и алгоритмов обработки данных для создания инновационного и персонализированного визуального контента.

Еще одной тенденцией является увеличение значимости адаптивного дизайна и мобильной оптимизации визуального контента. С увеличением числа пользователей, обращающихся к контенту через мобильные устройства, создание визуального контента, адаптированного под различные форматы экранов и разрешения, становится приоритетной задачей для профессионалов в области визуального оформления.

В заключение, роль визуальной составляющей в образовательных технологиях оказывает значительное влияние на эффективность обучения и усвоение знаний студентами. Визуальные элементы играют важную роль в содействии визуализации сложных концепций и идей, что способствует более глубокому пониманию материала и повышению усвоения информации.

Они также способствуют повышению мотивации студентов и создают более интересное и привлекательное учебное окружение. Развитие современных мультимедийных технологий и интеграция виртуальной и дополненной реальности открывают новые возможности для создания более увлекательных и погружающих образовательных сред, способствуя более глубокому и практическому обучению.

Важно отметить, что адаптация учебных материалов к визуальным предпочтениям студентов играет ключевую роль в создании более персонализированных и гибких подходов к обучению, что в конечном итоге способствует более эффективному усвоению материала и повышению мотивации студентов.

С учетом растущей значимости визуальной составляющей в образовательных технологиях, важно продолжать развивать инновационные подходы к интеграции визуальных элементов в образовательные программы и создавать более доступное и привлекательное обучающее окружение для студентов различных возрастов и образовательных потребностей. Это позволит оптимизировать образовательный процесс и обеспечить более эффективное усвоение знаний в современном образовательном контексте.

Список литературы:

1. Борисов В. В. "Использование графических средств в образовательных технологиях». 2018. -с. 35-37.

2. Гриняев, С. В. "Визуальные технологии в современном образовании". В сборнике "Инновации в образовании». 2015 -с. 105.
3. Ильин, В. Н. (2018). "Использование мультимедийных средств в образовательном процессе". В журнале "Педагогика и психология".
4. Кларк, Р. С., и Майер, Р. Е. «Электронное обучение и наука обучения: Проверенные рекомендации для пользователей и разработчиков мультимедийного обучения.» 2018 -с. 96-98.
5. Лор, Л. Л. «Создание графики для обучения и профессиональной деятельности: Уроки визуальной грамотности.» 2014 -с. 21-23.
6. Мельникова Т. И. "Роль графических средств в формировании образовательной среды". В сборнике "Современные образовательные технологии». 2013. -с. 56-57.
7. Петрова, О. В. "Визуализация знаний в образовательном процессе". В сборнике "Инновации в образовании". 2013. -с. 74-76.
8. Пласс, Дж. Л., Хомер, Б. Д., и Хейвард, Е. О. «Факторы дизайна для образовательно эффективных анимаций и симуляций. Журнал высшего образования в области вычислений» 2020 -с. 31-34.
9. Смёрдал, О., и Грегори, Дж. «Значимость визуализаций». 2019 -с. 115-117.
10. Тверски, Б., Моррисон, Дж. Б., и Бетранкур, М. «Анимация: может ли она облегчить обучение?» 2018 -с. 247-262.

А. И. Агеева,

выпускница, Социология, СПбГУ
Санкт-Петербург, Россия

Д. И. Васильева,

аспирантка, Теория и история культуры, искусства, СПбГУ
Санкт-Петербург, Россия

Социально-экономические последствия процесса уберизации

Ключевые слова: бизнес-модель Uber, уберизация, прекаризация, рынок труда.

Аннотация: В данной статье рассматривается влияние бизнес-модели Uber на рынок труда, социально-экономические институты и социально-трудовые отношения.

Бизнес-модель Uber, как и подобные ей платформы, существует в формате р2р, при этом исполнители услуг не являются официально трудоустроенными по трудовому договору сотрудниками компании, чью платформу они используют для работы. Бизнес-модель Uber изначально была применена к сфере перевозок пассажиров, но сейчас помимо рынка такси уберизация проникала и в другие сферы экономики: например, сфера доставки продуктов (Яндекс.Еда, Самокат). Социально-правовые и трудовые отношения бизнес-модели Uber нередко являются предметом судебных разбирательств. Например, в ряде стран запрещен Uber по ряду причин, начиная от трудностей, связанных

с лицензированием деятельности такси и ответственными за качество получаемых услуг, и заканчивая проблемами социально-правовой защищенности работников такси. Однако, как это отражается на социально-экономических институтах и социально-трудовых отношениях?

Основным социально-экономическим последствием уберизации является прекаризация — это развитие социально-трудовых отношений современного общества, которая предполагает переход к таким формам найма рабочей силы, при которых все большее число людей вынуждено самостоятельно выстраивать свою трудовую стратегию в условиях нестабильности и отсутствия гарантий занятости [1, с. 35–36]. Прекаризация увеличивает как экономическую, так и социальную уязвимость работников, а также способствует разрушению профессиональной идентичности.

П. Бурдые изучал феномен прекарности [5, с.82] и считал, что прекарная занятость является частью режима господства нового вида, основанного на создании обобщенного и постоянного состояния отсутствия безопасности, направленного на принуждение работников к подчинению и принятию эксплуатации. Г. Стэндинг выделял виды трудовых гарантий [3, с.26], которых лишены люди, относящиеся к прекариату: гарантия рынка труда, гарантия занятости, гарантия рабочего места, охрана труда, гарантии воспроизводства навыков, гарантии представительства. Также исследователи выделяют следующие элементы процесса прекаризации [4, с.100]: нестабильная занятость или отсутствие гарантий занятости, связанных с защитой от самовольных увольнений, регулированием процесса найма и увольнения; нестабильность содержания труда; нестабильность дохода; отсутствие дополнительных ресурсов, позволяющих работнику сохранять свое место на рынке труда; низкая позиция работника во властной иерархии компании; ограниченный доступ к социальным ресурсам.

В качестве причин возникновения прекаризации исследователи выделяют следующие [1, с. 37-38]: возникновение потребности в применении новых форм социально-трудовых отношений и соответствующих им социально-экономических и правовых условий; создание организационных форм, благодаря чему просиходит процесс воспроизводства прекаризации в системе трудовых отношений; формирование нового типа работника и встраивание его в социальную структуру современного общества, которая при этом оставляет возможность относительной независимости по отношению к обществу и государству; закрепление практики прекаризированных социально-трудовых отношений в виде социальной нормы, закона, принятого порядка, с помощью которых осуществляется социальный контроль над соответствующими практиками трудового поведения.

Можно выявить элементы влияния процесса прекаризации на жизнь работников [2, с. 150; 6, с. 23]. В первую очередь, поглощение жизни работой, а то есть ненормированный рабочий день, который законодательно не регулируется; затем, отсутствие самоидентификации и ограничение социальных связей, то есть работнику невозможно определять себя через работу, быть

причастным к сообществу и социализироваться; страх и неуверенность в будущем, то есть отсутствие социальной защищенности.

Таким образом, прекаризация качественно снижает уровень жизни и социально-правовую защищенность работника, работающего в рамках бизнес-модели Uber. Но в то же время прекаризация самовоспроизводится благодаря существующим социально-экономическим институтам, недостаточности государственного регулирования и закреплённости практики прекаризированных социально-трудовых отношений в виде социальной нормы.

Список источников:

1. Логинова, Л.В. Прекаризация в системе социально-трудовых отношений: проблемы и перспективы институционализации. / Л.В. Логинова. – Санкт-Петербург: Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Социология. Выпуск 3., 2016. – с. 34-47
2. Лютов Н.Л., Войтковская И.В. Водители такси, выполняющие работу через онлайн-платформы: каковы правовые последствия уберизации труда? / Н.Л. Лютов, И.В. Войтковская. – М.: Актуальные проблемы российского права, №6, 2020. – с. 149- 159
3. Стендинг, Г. Прекариат: новый опасный класс. / Г. Стендинг – М.: Ад Маргинем Пресс, 2014. - 400 с.
4. Шкаратан О.А., Карачаровский В.В., Гасюкова Е.Н. Прекариат: теория и эмпирический анализ. / О.А. Шкаратан, В.В. Карачаровский, Е.Н. Гасюкова - Социологические исследования, №12, 2015. - с. 99-110.
5. Bourdieu P. Job Insecurity is Everywhere Now. / P. Bourdieu Acts of resistance: Against the Tyranny of the Market, 1998 – 108 с.
6. Gill R., Pratt A. In the Social Factory: Immaterial Labour, Precariousness and Cultural Work. / R. Gill, A. Pratt – Theory, Culture and Society, 2008.

И. Д. Синюкович,

Белорусский государственный университет, г. Минск, Республика Беларусь
научный руководитель – Титаренко Лариса Григорьевна,
доктор социологических наук, профессор

О наступлении новых средних веков

Аннотация. В данной статье на основе анализа эссе У. Эко «Средние века уже начались» актуализирована тема потенциального наступления «Новых Средних веков». Эта концепция впервые появилась в XVIII в. в среде романтиков, и получила своё широкое распространение уже в XX в. Напрямую сравнивать Средние века и современность нельзя, так как подобная процедура будет некорректной. Тем не менее, можно выделить сходство обеих эпох по основным характеристикам, что даёт более глубокое понимание происходящим в современном мире событиям.

Ключевые слова: Средние века, «Новое Средневековье», У. Эко, в-себя-бытие, для-себя-бытие.

Нам, как представителям человеческого рода, чрезвычайно нравится обнаруживать нечто новое. Вечно находиться «новая Римская империя», «новый Наполеон», «новый Эйнштейн» и т.д. Нужно лишь вставить нужное слово. Связано это в первую очередь с особенностями восприятия человеком неизвестного. Мы всегда ищем либо различия, либо сходства. Последнее позволяет лучше всего понять неизвестный предмет, так как имеется возможность провести аналогию на основе характеристик уже известного, и сделать относительно точное предположение. Всё описанное является особенностями нашего восприятия действительности, о чём никогда нельзя забывать.

Тем не менее, это весьма ярко характеризует окружающий мир, так как подобие не появляется просто так. За ним всегда кроются реальные процессы. Именно поэтому сейчас нельзя игнорировать такую концепцию, как наступление «Новых средних веков».

Она не нова, так как её начали разрабатывать ещё романтики XVIII века, в частности немецкий натурфилософ и поэт Новалис, изложивший её в произведении «Христианство или Европа». Дальнейший толчок концепция получила уже в XX веке благодаря труду Н.А. Бердяева «Новое средневековье» и, опосредованно, «Закату Европы» О. Шпенглера, как «переосмысления наследия эпохи Средних веков в контексте наступления кризиса эпохи модерна» [2].

В дальнейшем «Новые средних века» появились в информационном поле из-за работы Роберта Вакки «Ближайшее средневековое будущее», реакцией на которую является эссе итальянского философа Умберто Эко «Средние века уже начались» 1972 года. Именно его мы и рассмотрим в данной работе.

У. Эко с первых страниц обозначает проблематичность сравнения нашего времени со Средневековьем. Последнее является слишком продолжительным периодом, неоднородным по своему содержанию: VII век и XIV века также драматически отличаются друг от друга, как XIV от XVIII. Сам итальянский философ пишет, что «... сравнение вполне определенного исторического момента (сегодня) с почти тысячелетним периодом во многом отдаёт бессмысленной игрой, и было бы таковой, если бы и в самом деле имело место» [3, с. 259]

В связи с этим У. Эко лишь разрабатывает гипотезу «Нового Средневековья», для чего проводит своеобразный «лабораторный эксперимент». Его результаты можно интерпретировать достаточно широко. В последующем изложении мы кратко раскроем этот эксперимент.

Начать необходимо с того, что Средневековье имеет некоторое количество признаков, отличающих его от других эпох. К ним относятся чрезвычайно сильная децентрализация власти, порождающая феодализм; формализация, ритуализация общественных действий; специфические формы научного знания и искусства; общая неуверенность; а также крайняя эклектичность всей действительности. Именно их сочетание и позволяет нам называть Средние века таковыми.

Децентрализация происходит после крушения великой империи, которая подчиняла своей власти огромные территории. В своё время это была Римская империя, сейчас же её место занимает США. Несмотря на продолжение

существования этого государства и по сей день, своё влияние оно продолжает терять. В связи с этим в мире образуется всё новые, более маленькие независимые образования.

Но это касается политической карты мира, подлинное раздробление идёт внутри стран, причём самых развитых. Сейчас крупный банк является, по сути своей, независимым от центральной власти образованием. То же самое в большей степени касается и транснациональных корпораций. Они даже не нуждаются в полиции, так как имеют собственные службы безопасности, и не имеют потребности в государственном регулировании. Центральная власть разрушается, так как необходимость в ней отпадает.

Стремление сохранить общественное устройство приводит к ритуализации отношений. Всё Средневековье было пронизано ритуалами, начиная с отношений между государствами, и заканчивая бытовыми мелочами. Нынешняя эпоха точно так же грешит этим. Огромное количество действий, выполняемых нами каждый день, являются, по сути, необязательными формальностями.

Чрезвычайно важными для Средних веков являются особенности их искусства и специфика интеллектуальной деятельности. Последняя характеризуется обращением к авторитетам. Средневековый интеллигент был убеждён, что всё было придумано задолго до него. Именно поэтому он не рисковал приписывать себе оригинальные мысли, и, как правило, занимался компиляцией идей уже общепризнанных авторитетов. Это чрезвычайно похоже на состояние современных наук, в особенности гуманитарных, где лишь единичные представители занимаются созданием новых концептов.

Одновременно с этим, ссылка на авторитет позволяет преподнести любую информацию, которая необходима автору интерпретации. Подобный подход позволяет эффективней влиять на аудиторию и освобождает от нападков и критики. В данном месте будет уместно процитировать самого У. Эко: «По сути, средневековый человек прекрасно знает, что из авторитета можно сделать все что хочешь. «У авторитета восковой нос, форму которого можно изменять по желанию», - говорил Алан де Лилль в XII веке» [3, с. 266]. Этот же принцип сейчас массово применяется во всех сферах, связанных с производством и распространением информации.

Схожим образом дело состоит и с искусством. Средние века – эпоха отсутствия чёткого разделения между искусством и обычными предметами ремесленного производства. Уникальные артефакты, которые украшали дворцы королей и императоров, отличались от обычных изделий лишь дороговизной материалов. В наше время точно также грань размывается, а искусством может стать инсталляция из совершенно не примечательных и даже странных предметов.

Всё вышеописанное порождает эклектичность эпохи. Раннее средневековье было названо «Тёмными веками» уже в Новое время. Это стереотип, который мешает нам правильно воспринимать этот этап развития человечества. Промежуток V-X веков является невероятно насыщенным временем постоянного культурного обмена и сосуществованием самых удивительных компиляций различных идей. Подобным отмечается и всё средневековье: невероятной

вариативностью. Трудно не согласиться, что в этом описании мы видим наше время, в которое возможны самые невероятные сочетания абсолютно несочетаемых вещей.

С эклектичностью связана и общая неуверенность эпохи. Слишком много вариантов развития событий, слишком много вещей, выходящих за рамки понимания. И единственное, что обнаруживает для себя человек во всём этом хаосе окружающей жизни – это образ неминуемого конца, апокалипсиса. Идеей скорого конца жило Средневековье, сходные представления являются крайне популярными и в XX, и XXI веках.

Соответственно, основные характеристики Средних веков, сочетание которых только и образует эту эпоху, присутствует во второй половине XX века, то есть во время написания рассматриваемого эссе. Более того, они имеют место и в XXI веке. Значит, наше время действительно можно назвать «Новыми средними веками». Этот тезис У. Эко и обосновывал посредством изложенного выше «лабораторного эксперимента». Тем не менее, как ранее мы утверждали, эти данные можно очень широко трактовать, поэтому нужно в заключении дать необходимые комментарии к позиции итальянского философа.

Наше время можно действительно считать «Новыми Средневековьем», только если мы будем правильно понимать эпоху Средних веков. У. Эко утверждает, «что средневековые кризисы были залогом дальнейшего развития, временем создания новых идей, новых перспектив и нового человека»[1, с. 110]. Для итальянского философа эти «темные» в общественном сознании века время невероятно светлое. Это эпоха появления действительно новых процессов, которые не подчинялись старым, уже изжившим себя тенденциям.

Нынешнее время, начавшееся после двух мировых войн, является «Новым Средневековьем» именно в этом смысле. Мы живём во время глобального переустройства общества, его качественных, кардинальных изменений. Современный мир – эпоха закладывания тех тенденций, которые будут развиваться в дальнейшем.

Г.Ф.В. Гегель в предисловии к «Феноменологии духа» привёл пример: чтобы показать дуб, можно преподнести аудитории лишь жёлудь, так как он содержит в себе всё будущее дерево. Это соответствует категориям в-себе-бытия (жёлудь) и для-себя-бытия (дуб).

Средние века – это в-себе-бытие будущего европейского мира, а эпоха XIX - нач. XX веков – для-себя-бытие. Нынешнее время – в-себе-бытие нового человеческого общества, которое сможет развиваться только в будущем. Именно это и объясняет сходство по основным критериям двух столь далёких друг от друга эпох. Подобное же может раскрыть причину видимой хаотичности, неопределённости и непонятности окружающей действительности.

Вариантов развития будущего слишком много, так как ещё не сформировались основные тенденции для дальнейшего развития. Мы варимся в «кипящем котле», что не является чем-то негативным. Нынешняя эпоха – время свободы, когда действительно определяется будущее, причём достаточно далёкое от нас.

Именно эту мысль, пытается, с точки зрения автора, донести до читателя У. Эко. Поэтому итальянский философ при всех современных проблемах оценивает происходящее с нескрываемым оптимизмом, так как за «Новыми Средними веками» обязательно последует «Новое Возрождение».

Библиографические ссылки

1. Папушина А. А. Внутреннее Средневековье Умберто Эко // Vox medii aevi. — 2017. — № 1. — С. 107–119.

2. Черняев А. В., Бердникова А. Ю. Основные вехи рецепции идей трактата Н. А. Бердяева «Новое Средневековье» на Западе / А. В. Черняев, А. Ю. Бердникова – Текст электронный // <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-vehi-retseptsii-idey-tractata-n-a-berdyayeva-novoe-srednevekovie-na-zapade/viewer/> (дата обращения: 29.12.2023).

3. Эко У. Средние века уже начались / пер. с ит. Е. Балаховской // Иностранная литература. — 1994. — № 4. — С. 258–267.

А. П. Морозова

магистрант кафедры связей с общественностью и рекламы
Института философии человека ФГБОУ ВО
«Российский государственный
педагогический университет им. А. И. Герцена»,

И. А. Ильина,

кандидат филологических наук,
доцент кафедры связей с общественностью и рекламы
Института философии человека ФГБОУ ВО «Российский государственный
педагогический университет им. А. И. Герцена», г. Санкт-Петербург

Диджитал сторителлинг в структуре образовательных технологий гуманной кинологии

Аннотация: в статье рассматривается влияние диджитал сторителлинга на обучение в гуманной кинологии. Диджитал сторителлинг представляет собой процесс создания и передачи историй с использованием цифровых средств, таких как тексты, изображения, видео, анимация и звук. В контексте гуманной кинологии, это может быть использовано для создания интерактивных материалов о взаимодействии человека с собакой. Рассказ о собственном опыте также считается мощным инструментом, способным вызвать доверие и интерес у потенциальных клиентов. Исследование предполагает анализ того, как использование диджитал сторителлинга может улучшить подходы к обучению в гуманной кинологии.

Ключевые слова: диджитал сторителлинг, гуманная кинология, обучение, интерактивные материалы, взаимодействие человека с собакой, рассказ о собственном опыте, клиенты.

Abstract: the article examines the influence of digital storytelling on training in humane cynology. Digital storytelling is the process of creating and transmitting stories using digital means such as texts, images, videos, animation and sound. In

the context of humane cynology, this can be used to create interactive materials about human-dog interaction. Telling about your own experience is also considered a powerful tool that can arouse the trust and interest of potential customers. The study involves an analysis of how the use of digital storytelling can improve approaches to training in humane cynology.

Keywords: digital storytelling, humane cynology, training, interactive materials, human-dog interaction, a story about one's own experience, clients.

В наше время цифровая технология имеет все более значительное влияние на различные отрасли, включая сферу образования. Одной из сфер, которая не осталась в стороне, является гуманная кинология - наука, занимающаяся исследованием и взаимодействием между человеком и собакой. В последние годы диджитал сторителлинг стал одним из важных инструментов, применяемых в обучении и образовании. В данной работе я рассмотрю влияние диджитал сторителлинга на подходы в обучении в гуманной кинологии.

Диджитал сторителлинг — это процесс создания и передачи историй с использованием цифровых средств. Он включает в себя использование различных мультимедийных элементов, таких как тексты, изображения, видео, анимация и звук, чтобы сделать историю более привлекательной и понятной для аудитории. В контексте гуманной кинологии, диджитал сторителлинг может быть использован для создания интерактивных обучающих материалов о взаимодействии человека с собакой.

Личный рассказ собственного опыта — это мощный инструмент, который может повлиять на выбор услуги у гуманного кинолога. В данной статье мы рассмотрим, как именно рассказ о собственном опыте может вызвать доверие и интерес у потенциальных клиентов, и почему такой подход может быть эффективным.

Когда люди ищут услуги гуманного кинолога, они обычно хотят уверенности в квалификации и профессионализме специалиста. Личный рассказ о собственном опыте может быть исключительно полезным в этом отношении. Когда кинолог делится своими навыками, знаниями и реальными случаями из своей практики, это создает прямой контакт с потенциальным клиентом и позволяет ему узнать больше о том, какой результат можно ожидать от работы с этим специалистом.

Личный рассказ о собственном опыте также помогает установить эмоциональное соединение между гуманным кинологом и клиентом. Когда специалист рассказывает о своих успехах и трудностях, это позволяет клиенту почувствовать, что кинолог настоящий человек, который понимает их ситуацию и может помочь им. Эмоциональное соединение с клиентом может быть решающим фактором при выборе услуги, так как люди обычно обращаются к тем специалистам, которые вызывают у них доверие и чувство комфорта.

Кроме того, личный рассказ о собственном опыте может помочь клиенту лучше понять, какие именно проблемы и вопросы можно решить с помощью услуг гуманного кинолога. Когда гуманная кинология дает примеры

реальных случаев, в которых он помог решить проблемы поведения у собак, это помогает клиенту увидеть, что их ситуация не уникальна и можно найти подходящее решение. Это создает уверенность в том, что выбор услуги гуманного кинолога - правильное решение.

Наконец, личный рассказ о собственном опыте может быть средством для продвижения услуг гуманного кинолога. Когда клиент узнает о реальных успехах и результативности работы гуманного кинолога, это может стимулировать их принять решение об обращении за услугами. Часто люди ищут рекомендации и отзывы от других клиентов, но личный исторический рассказ гуманного кинолога имеет особую значимость, так как это непосредственное свидетельство о его профессионализме и успешности.

В целом, личный рассказ о собственном опыте гуманного кинолога может быть мощным инструментом, который способен положительно повлиять на выбор услуги у него. Он помогает установить доверие, создает эмоциональное соединение с клиентом, помогает клиенту понять, что их проблема не уникальна, и может быть успешно решена, а также служит средством для продвижения услуг гуманного кинолога. Поэтому гуманным кинологам следует активно использовать такой подход в своей работе для привлечения и удержания клиентов.

Создание интерактивных онлайн курсов и тренингов в гуманной кинологии с помощью диджитал сторителлинга позволяет эффективно передавать знания и навыки пользователям. В таких курсах уделяется особое внимание интерактивности и участие пользователя, что способствует более глубокому погружению и активному участию в процессе обучения.

Одним из преимуществ интерактивных курсов является возможность персонализации обучения. Пользователи могут выбирать необходимые модули и темы в соответствии с своими интересами и уровнем знаний. Это помогает им освоить материалы в своем собственном темпе и получить информацию, которая будет наиболее полезной и актуальной для их ситуации. [1]

Дополнительные мультимедийные элементы, такие как видео ролики, диаграммы, анимации и примеры из реальной жизни, также могут сделать обучение более интересным и понятным. Видео материалы позволяют демонстрировать навыки и приемы в действии, диаграммы и анимации помогают визуализировать сложные концепты, а примеры из реальной жизни помогают увидеть, как теория применяется на практике. [2]

Разработка виртуальных тренировочных сред в гуманной кинологии открывает широкие возможности для обучения и практики навыков собаководства. Одним из наиболее эффективных инструментов является использование виртуальной реальности (VR), которая позволяет создавать симуляции, максимально приближенные к реальным ситуациям.

Виртуальные тренировочные среды включают в себя различные сценарии и игровые ситуации, в которых пользователи могут взаимодействовать с виртуальными собаками. Это может быть тренировка команд, обучение различным навыкам и поведением, а также работа над проблемным поведением у собаки.

Одной из основных преимуществ виртуальных тренировочных сред является возможность повторения и практики навыков без фактического присутствия собаки. Пользователи могут экспериментировать, испытывать различные методы обучения и наблюдать результаты своих действий в виртуальной среде. Такой подход позволяет снизить степень риска и ошибок, которые могут возникнуть при работе с реальными собаками. [3]

Другим преимуществом виртуальных тренировочных сред является возможность индивидуальной настройки и персонализации. Пользователи могут выбрать различные параметры симуляции, такие как порода собаки, уровень сложности, тип поведения, чтобы адаптировать тренировку под свои потребности и цели.

Диджитал сторителлинг также предоставляет возможность создания виртуальных собак, которые могут быть использованы для обучения и тренировки студентов гуманной кинологии. Эти виртуальные собаки могут иметь различные характеристики и поведения, и студенты могут практиковать свои навыки взаимодействия с ними, получая обратную связь и советы от виртуальных инструкторов.

Несмотря на все положительные аспекты использования диджитал сторителлинга в гуманной кинологии, следует учитывать и некоторые ограничения. Например, виртуальные собаки не могут полностью заменить реальных собак в тренировке и взаимодействии. Реальные собаки имеют свои уникальные особенности и индивидуальные потребности, и требуют реального межличностного взаимодействия.

Однако, использование диджитал сторителлинга в гуманной кинологии не направлено на полную замену реальных собак, а скорее на дополнение и обогащение обучающего процесса. Виртуальные собаки могут использоваться для обучения теории, демонстрации правильных техник и подготовки к практической тренировке с реальными собаками. [4]

Например, с помощью диджитал сторителлинга можно создать моделированные ситуации и сценарии, в которых пользователи могут практиковать свои навыки взаимодействия с собаками. Это может включать в себя виртуальные испытания, где пользователи должны применять свои знания и навыки, чтобы решать различные проблемы или тренировать виртуальную собаку. [5]

Такой подход позволяет пользователям учиться и совершенствоваться в своем собственном темпе и без риска для реальных собак. Они могут экспериментировать с разными подходами, получать обратную связь и наставничество от виртуальных персонажей и тренеров, и, в конечном счете, подготовиться к взаимодействию с реальными собаками.

Кроме того, использование диджитал сторителлинга может быть полезно для обучения теоретическим аспектам гуманной кинологии. Виртуальные модели собак могут помочь визуализировать различные анатомические и поведенческие аспекты собак, позволяя пользователям более глубоко понять и усвоить теорию. [6]

Подробнее рассмотрим, как личный пример применения гуманной кинологии может вдохновить и убедить множество опекунов собак в улучшении качества жизни своих питомцев.

1. Познание потребностей собак:

Личный пример применения гуманной кинологии позволяет опекунам обозреть и понять потребности и желания их питомцев. Это может включать в себя понимание естественных поведенческих инстинктов собак, а также физических и эмоциональных потребностей. Демонстрация личных усилий в обеспечении благополучия своей собаки может вдохновить других владельцев собак на то же самое.

2. Применение позитивного укрепления:

Личный пример применения гуманной кинологии также может показать преимущества использования позитивного укрепления в тренировке собак. Позитивное укрепление означает популяризацию похвалы, вознаграждений и дружественного общения вместо наказания и жестокого обращения с животными. Продемонстрировав, как позитивное укрепление содействует развитию желаемых навыков и хорошего поведения у собак, вы можете побудить других владельцев к принятию этого подхода.

3. Распространение экологического подхода:

В наше время все больше людей обращают внимание на этические и экологические аспекты ухода за животными. Применение гуманной кинологии, которая уделяет особое внимание благополучию и комфорту собак, соответствует этой тенденции. Личный пример, демонстрирующий, как можно улучшить качество жизни собак через гуманную кинологию, может быть мощным инструментом в поощрении экологического подхода к собаководству.

4. Обмен опытом:

Один из самых ценных аспектов личного примера - возможность обмениваться опытом с другими опекунами. Вы можете поделиться своими историями успеха, проблемами и советами, вдохновив других на подобные усилия. Большой коллектив собаководов, стремящихся к улучшению качества жизни своих питомцев, способен оказать значительное влияние на культуру собаководства и побудить других присоединиться к движению гуманной кинологии. [7]

Личный пример является мощным инструментом в воздействии на других опекунов и поощрении применения гуманной кинологии для улучшения качества жизни собак. От знакомства с потребностями собак до применения позитивного укрепления и распространения экологического подхода, каждый опекун может сделать значительный вклад в повышение качества жизни своего питомца и вдохновить других присоединиться к этому движению. Личный пример — это не только гарантия лучшей жизни для собак, но и шаг в направлении создания более гармоничного и этичного собаководства.

Диджитал-сторителлинг или цифровое рассказывание историй играет ключевую роль в современной педагогике, в том числе и в гуманной кинологии. Это мощный инструмент, который влияет на подходы к обучению и

позволяет создавать более интерактивные и привлекательные обучающие материалы для понимания и применения принципов гуманной кинологии. [8]

Диджитал-сторителлинг открывает возможности для создания интерактивных обучающих материалов. [9] Это включает в себя различные форматы, такие как видеоуроки, интерактивные презентации, электронные книги и веб-сайты. Эти материалы могут быть с легкостью доступными и распространяемыми через различные платформы и средства коммуникации. Всё это способствует активному вовлечению учащихся и повышению их мотивации к изучению гуманной кинологии.

Список литературы:

6. Аннет Симмонс в своей книге «Сторителлинг. Как использовать силу историй». 2012. – с. 25.

7. Гикенко Любовь. Жизнь, как чудо. Как я нашла дело жизни. URL: <https://syntone.ru/article/lyubov-ginenko-zhizn-kak-chudo-kak-ya-nashla-delo-zhizni/> (дата обращения: 03.11.2023).
3. Горшкова Оксана Владимировна Активные методы обучения: формы и цели применения // Концепт. 2017. №S3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktivnye-metody-obucheniya-formy-i-tseli-primeneniya> (дата обращения: 03.11.2023).

2. Горшкова Оксана Владимировна Активные методы обучения: формы и цели применения // Концепт. 2017. №S3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktivnye-metody-obucheniya-formy-i-tseli-primeneniya> (дата обращения: 03.11.2023).

9. Ермолаева Ж.Е., Лапухова О.В., Герасимова И.Н., Смирнова В.А. Стори-теллинг как педагогическая техника передачи явного и неявного знания в вузе // Образовательные технологии. 2017. № 1. С. 73-90.

4. Ламова Настя. Журнал УСК функции взаимодействия человека и собаки // Повышаем уровень нормы: кинология как сфера услуг. 2022. URL: <https://kinology-university.ru/journal-june#showall9> (дата обращения: 07.11.2023).

8. Назарова О.С. ЦИФРОВОЙ СТОРИТЕЛЛИНГ КАК СОВРЕМЕННАЯ ОБРАЗОВА

1. Омарова Сафура Караулбековна Современные тенденции образования в эпоху цифровизации // Педагогика. Вопросы теории и практики. 2018. №1 (9). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyye-tendentsii-obrazovaniya-v-epohu-tsifrovizatsii> (дата обращения: 03.11.2023).

5. Р. Макки «Сториномика: маркетинг, основанный на историях, в пост-рекламном мире». 2018. – с. 232-248.

3. Рындак Валентина Григорьевна ТЕОРИЯ И ОПЫТ ЦИФРОВИЗАЦИИ В СИСТЕМЕ ИНКЛЮЗИВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ // Вестн. Сам. гос. техн. ун-та. Сер. Психолого-педагогич. науки. 2021. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-i-opyt-tsifrovizatsii-v-sisteme-inklyuzivnogo-obrazovaniya> (дата обращения: 03.11.2023).

Т. А. Михайлова,

доцент кафедры социологии факультета ФИСМО
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», г. Краснодар, РФ

Значимость массового спорта в повседневной жизни людей

Резюме. В данной работе в тезисной форме излагаются вопросы важности здоровья, здорового образа жизни, культуры здоровья населения, значимости массового спорта в повседневной жизни и пр. Рассматриваются социальные программы и стратегии в сфере физической культуры и спорта, которые реализуются в нашей стране, приводятся результаты социологических опросов населения по данной тематике.

Ключевые слова: массовый спорт; физическая культура; здоровье; здоровый образ жизни; культура здоровья.

К проблематике спорта, физической культуры и здорового образа жизни людей, к вопросам отношения граждан к своей физической активности и здоровью и пр. все больше устремлено внимание ученых и управленцев. По мнению Т.А. Михайловой, Е.С. Студеникиной [3], интерес к данным вопросам «связан в том числе с ростом значимости спорта, физкультуры и здорового образа жизни в общественном сознании и государственной политике».

Актуальность исследования очевидна, поскольку здоровье является важным ресурсом каждого человека и требует должного внимания и заботы.

На территории РФ, реализуются разнообразные социальные стратегии и программы для населения, среди которых «Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года», федеральный проект «Спорт — норма жизни», Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс «Готов к труду и обороне» (ГТО) и пр.

Например, согласно данным ВЦИОМ на 2021 год, больше половины россиян занимаются спортом и физической культурой, основной целью которых является поддержание здоровья, улучшение настроения, снятие усталости и пр. [1].

Согласно итогам, проведенного рейтинга регионов РФ по приверженности людей к здоровому образу жизни на 2022 год на основании нескольких критериев (среди прочих – занятия спортом и условия труда и пр.), Краснодарский край занял 14 место набрав 78,8 баллов [7].

Для улучшения самочувствия человека, укрепления его здоровья, совершенствования физических и психологических качеств, физического воспитания, желания вести здоровый образ жизни и придерживаться культуры здоровья и пр. в нашей стране продвигается в социум массовый спорт. Массовый спорт, как правило предполагает самостоятельные занятия людей или участие в коллективных спортивных мероприятиях [4].

Здоровье относится к базовому капиталу человека, именно его наличие способствует в полной мере трудиться и добиваться поставленных целей, покорять новые вершины, помогать людям, быть нужным для общества. Здоровье – это источник силы, работоспособности, выносливости, возможности

вести энергичную и творческую жизнь. Очень важно с самого детства прививать детям культуру здоровья, желание вести здоровый образ жизни и заботиться о себе [2].

В Постановлении Правительства РФ «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Информационное общество» [6], среди задач, определенных в соответствии с национальными целями, является «сохранение населения, здоровье и благополучие людей». Задача предполагает, активизацию граждан к занятиям физической культурой и спортом, с помощью различных цифровых приложений и платформ, в том числе цифровой платформы «Физическая культура и спорт». В частности, на едином портале государственных и муниципальных услуг, с помощью данной платформы, можно записать ребенка в организацию спортивной подготовки. Или выполнив определенный спортивный норматив, спортсмену могут присвоить, практически сразу спортивный разряд или звание.

Здоровый образ жизни предполагает осознанное поведение и мышление, направленное на бережное отношение к своему здоровью и близких людей, что в дальнейшем делает возможным успешное решение повседневных задач.

Культура здоровья человека «комплексное понятие, предусматривающее осознанный образ и стиль жизни, мышления и поведения личности, который направлен на профилактику заболеваний (физических, социальных, психологических и пр.), укрепление и оздоровление организма и охрану здоровья, посредством занятий физической культурой и спортом» [5].

Литература:

1. ВЦИОМ URL.: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheski-obzor/sportivnaja-rossija> (дата обращения 30.09.2023).
2. Михайлова Т.А., Студеникина Е.С., Усова Л. В. Физкультура и спорт в повседневной жизни молодежи Кубани // Общество: социология, психология, педагогика» № 5. Краснодар 2020. С. 53-58.
3. Михайлова Т.А., Студеникина Е.С. Проблемы спорта и физической культуры в российских социологических исследованиях: история и перспективы развития // Человек. Сообщество. Управление. 2017. Том 18. №4. С. 121-136.
4. Михайлова Т.А. Обеспечение здоровья и благополучия молодежи посредством занятий физической культурой и спортом // Материалы Всероссийской научно-практической конференции IX Столыпинские чтения по теме «Проблемы научного обеспечения регионального развития и повышения качества жизни граждан России: взаимодействие власти, высшей школы и бизнеса» в честь 100-летия КубГУ. Краснодар. 2020.
5. Михайлова Т.А. Социальная значимость культуры здоровья и здорового образа жизни российской молодежи // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Отечественная социология на современном этапе: достижения, проблемы, перспективы» (к 30-летию социологического образования в Кубанском государственном университете). Краснодар. 2023.

6. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 N 313 (ред. от 29.04.2023) "Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Информационное общество". URL.: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162184/98627a9e01ff54cdaec4e2f605eaea92223157fb/ (дата обращения 06.10.2023).

7. Рейтинг зож. URL.: <https://kuban24.tv/item/krasnodarskij-kraj-zanyal-14-mesto-v-rejtinge-regionov-rf-po-priverzhennosti-zozh#> (дата обращения: 15.10.2023)

Гао Цин,

аспирант кафедры философии,

Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия

Современная трансформация китайской традиционной культуры в процессе глобализации

Аннотация. Как показывает анализ китайских научных публикаций, проблема современной трансформации традиционной китайской культуры, является одной из сложных. С одной стороны, влияние западной культуры через процесс всеобъемлющей вестернизации; с другой, стоит вопрос о ее переосмыслении в китайском стиле, так как ее элементы повлияли на творческую трансформацию китайской культуры. Научные дискуссии о соотношении западной и традиционной культуры существуют в китайской теории культуры почти сто лет. Поэтому сегодня, в условиях глобализирующего мира изучение и понимание современной трансформации китайской традиционной культуры, дальнейшее развитие ее в многообразии культурных процессов и явлений, требует комплексного анализа процессов взаимной интеграции китайской и современной мировой культуры. Это может стать одним из путей для реального содействия процессу современной трансформации традиционной культуры, для построения новой социалистической культуры.

Ключевые слова: глобализация, культурная глобализация, экономическая глобализация, китайская традиционная культура, современная трансформация китайской культуры, западная культура, культурная интеграция.

В рамках научных дискуссий сегодня продолжается обсуждение того что такое глобализация. Один из исследователей процесса глобализации, Кэпинг Ю считает, что глобализация – это исторический процесс, который постоянно меняется и постепенно созревает. Анализируя ее как целое, он определяет, что основная особенность глобализации состоит в том, что благодаря экономической интеграции сформировалась неразрывная и все более укрепляющаяся взаимосвязь в мире. Зародившись как экономическая интеграция, глобализация, выйдя за пределы экономической жизни, неизбежно оказывает глубокое влияние на всю социальную жизнь, включая политическую и культурную. Экономическая глобализация не только сильно изменила методы человеческого производства, потребления и обмена, но также повлияла на человеческое мышление и поведение, оказав тем самым огромное влияние на национальную культуру [1].

Нет сомнений в том, что экономическая глобализация способствовала интеграции различных этнических культур, что постепенно привело к процессу адаптации «сосуществования» человека в разных культурах. Культурная интеграция, отражаясь на уровне образа жизни, формирует основы для конвергенции, порождающей массовую культуру, которая вначале зарождается на уровне ценностей, порождаемых сближением рыночных концепций.

Однако по сравнению с экономической глобализацией, культурная глобализация часто имеет более сложные и неопределенные характеристики. Экономическая глобализация и интеграция не могут устранить различия в интересах различных национальных государств и даже в определенном смысле усилить дифференциацию культурных интересов. В мире с разнообразными интересами стереть многообразие национальных культур еще более нереально. Кроме того, устойчивость национальной культуры и своеобразие экономики определяют дальнейшее существование национальных культурных различий. Поэтому при продолжающемся ускорении экономической глобализации тенденция мирового культурного развития в XXI веке заключается в том, что различные культуры, вступая в межкультурные отношения, достигают диалога и определенной степени общения. Общение занимает доминирующее положение. Это дает основание сказать, что культурная глобализация – это диалог и процесс общения.

В соответствии с этой тенденцией, развитие китайской традиционной культуры сталкивается с существующими проблемами и реальным состоянием трех аспектов, которые необходимо разрешить в целях сохранения традиционной культуры и формирования культуры с китайской спецификой. В трактовке Кэпинг Ю они представлены следующим образом: сохранение субъективности национальной культуры (следовательно, речь идет о культурной идентичности); культурная адаптация к рыночным отношениям; выход китайской культуры в глобальное культурное пространство.

Анализируя проблему культурной идентичности Кэпинг Ю учитывает, что, во-первых, она должна быть сохранена. Тенденция глобализации культурного развития сильно отличается от тенденции глобализации экономического развития. Ее невозможно реализовать путем замены одной культуры другой, а можно лишь постепенно развивая обмен и интеграцию различных этнических культур, используя при этом преимущества и универсальность каждой этнической культуры. Интеграция национальных культур должна основываться на признании национальной субъективности культуры. Это достигается, по мнению Кэпинг Ю, благодаря признания культурного своеобразия и уважения к особенностям развития каждой этнической культуры. Поэтому развитие национальной культуры можно достичь, только впитывая передовой (доминирующей) культурой культурные своеобразия различных этнических групп, что в последующем позволит интегрированию их в национальную культуру. Таким образом, можно заключить, что при культурном многообразии Китая, речь идет о том, что доминирующая, ханьская, культура является основанием для этого процесса, который обеспечит единство в многообразии и многообразие культур в их единстве.

Размышляя о месте культуры в рыночной экономике, Кэпинг Ю отмечает, что конфликт между рыночной экономикой и традиционной китайской культурой проявляется, в первую очередь, в различиях базовых ценностей. В отличие от концепций традиционной культуры «ценить справедливость выше прибыли» и «относительно себя и других», основными принципами рыночной экономики являются «преследование и конкуренция интересов», а также «верховенство закона». Правильное понимание и разрешение этого противоречия, которое ведет к конфликту, является одним из ключевых вопросов адаптации традиционной культуры к рыночной экономике. Его разрешение позволит традиционной культуре выполнить свою роль в условиях рыночной экономики.

Вопрос вхождения традиционной культуры в глобализационное пространство Кэпинг Ю предлагает разрешать более категорично. Отмечая, что пришло время китайской культуре добиться больших успехов, он констатирует, что, только «выйдя на глобальный уровень», мы сможем ускорить столкновение и интеграцию китайской и иностранных культур. А благодаря объективной критике существующих культурных различий, благодаря правильному культурному выбору, сможем не только укоренить китайскую культуру в глобальном культурном мире, но обеспечить ей процветание. Поэтому, «выход» — лучший способ всесторонне продемонстрировать миру прекрасную культуру китайской нации, всесторонне продвигать ее в новых исторических условиях. А этому будут способствовать процесс непрерывных инноваций, практика культурных обменов между цивилизациями и диалог, которые и будут способствовать совместному содействию развития культурного разнообразия в мире. И он заключает, что на данном этапе развития глобализации и китайской культуры, этот аспект еще не может быть реализован. Таким образом, если в региональном масштабе, ханьская культура становится основой для формирования национальной, то, китайская традиционная культура имеет также основания стать для культур мира основой для их интеграции.

В ответ на вышеизложенные позиции мы пытаемся предложить некоторые основные пути обоснования современной трансформации китайской традиционной культуры.

Во-первых, необходимо в полной мере раскрыть главную роль всех сторон общества в современной трансформации китайской традиционной культуры. С одной стороны, китайское общество стабильно, его основные системы консолидированы, а международное влияние китайской культуры значительно возросло. С другой стороны, модернизация Китая достигла нового этапа и сталкивается с серьезными проблемами, включая утрату национальных идеалов и убеждений, упадок морали, трансформацию социальных ценностей, моделей поведения и мышления, а также старых идей, которые были представлены в традиционных ценностях. По словам Фэн Цзыи, в разрешении этих и аналогичных проблем и вопросов, которые отражают процесс современной трансформации китайской традиционной культуры, главную роль должны сыграть правительство, различные организации всех уровней, широкие народные массы и заокеанский китайский мир [2]. И в этот научный и социальный

диалог ведущие представители западной культурной цивилизации также должны быть максимально включены в дискуссию. Только вместе можно рассматривать вопросы глобализации культуры, роль каждой культуры в этом процессе и место китайской традиционной культуры в общем потоке культурного многообразия.

Во-вторых, возникает проблема творческой трансформации традиционной культуры для ее адаптации к рыночной экономике и новым условиям развития общества. В условиях рыночной экономики уже невозможно полностью вернуться к традиционной семейной этике, брачной этике и внедоговорным межличностным отношениям. Но мы не можем полностью игнорировать роль традиционной морали в воспитании и для развития наших этических культурных качеств, традиционной морали. Ключевым моментом здесь является правильное понимание того, что мы практикуем социалистическую рыночную экономику, а не капиталистическую. При анализе аналогичной ситуации Чэнь Сяньда замечает, что требования нашей социалистической системы к семье, межличностным отношениям, морали и ценностям соответствуют сущности и культурным генам традиционной культуры [3]. Поэтому позитивные факторы традиционной культуры должны быть тем духовным основанием, которому предстоит регулировать социалистическую рыночную экономику.

В-третьих. В современной трансформации мировой культуры китайская традиционная культура, несомненно, по-прежнему является одним из важным элементом глобальной культуры. Поэтому при анализе происходящих процессов, которые влекут за собой культурную трансформацию, необходимо придерживаться глобального культурного взгляда на культурное многообразное сосуществование. Мы должны исходить из того факта, что в современном мире благодаря культурному обмену, диалогу, интеграции и экспорту инноваций в цивилизационном пространстве сосуществуют и развиваются уникальные культуры. И здесь можно вновь обратиться к Чэнь Сяньда, который сказал, что мы должны внести свой вклад в построение международной цивилизации, в новый порядок. Но это не хаотичный процесс. Чтобы оперировать к объективной реальности, необходимо объективно, научно и реалистично анализировать, обобщать не только национальную культуру, но и изучать, понимать и иностранную культуру, а это значит – изучать сильные стороны друг друга, уничтожать то, что разрушает человечество, сохраняя то, что будет интегрировано и доступно для внедрения инноваций. Но для этого, прежде всего, необходимо знать собственную национальную культурную систему, которая вливается в мировой процесс – процесс глобализации.

Список литературы

1. 俞可平. 现代化和全球化双重变奏下的中国文化发展逻辑[J]. 学术月刊, 2006 (04): 14-24. DOI:10.19862/j.cnki.xsyk.2006.04.002. = Кэпин Ю. Логика развития китайской культуры в условиях двойных изменений модернизации и глобализации // Academic Monthly, 2006 (04). С. 14-24. DOI:10.19862/j.cnki.xsyk.2006.04.002.

2. 丰子义《全球化与民族文化的发展》，载《哲学研究》，2001（3）= Фэн Цзыи. Глобализация и развитие национальной культуры // Философские исследования. 2001 № 3

3. 陈先达. 中国传统文化的创造性转化和发展[J]. 前线, 2017(02):33-38. = Чэнь Сянда. Творческая трансформация и развитие китайской традиционной культуры // Frontline. 2017. № 2. С. 33-38.

Т. Е. Борисенко,
учащийся

Московская область, г. Краснознаменск,
гимназия № 1, 10 Б класс

Атеизм в современном Китае: научные позиции западных и китайских исследователей

Аннотация. Современная ситуация общественного развития в Китае характеризуется поиском ее теоретического обоснования. Китайские ученые, религиоведы, философы, изучая и анализируя атеистическую политику и религиозную мысль, приходят к выводу, что религия в Китае является культурным достоянием, а атеизм – идеологией. Ставя себе задачу формировать атеизм с китайской спецификой, они изучают его типы и исторические этапы. Американские исследователи обращаются к результатам социологических исследований религиозного предпочтения. Здесь проявляются разные подходы к анализу атеизма как явления в Китае.

Ключевые слова: религия в Китае, государственная политика по отношению к религии, атеизм в Китае, типы китайского атеизма, исторические этапы китайского атеизма, социологические исследования религии и атеизма в Китае.

По данным социологических исследований исследовательского центра Pew, которые проводили западные социологи, в Китае самое большое в мире нерелигиозное население.

В государстве официально признаются пять религий: буддизм, католицизм, даосизм, ислам и протестантизм. Исповедование любой другой веры формально не приветствуется, хотя это часто допускается, особенно в случае китайских праздников, посвященных традиционным верованиям [10]. Эта информация подтверждается данными с официального сайта портала правительства Китая: китайцы в основном исповедуют буддизм, даосизм, ислам, католицизм и христианство (протестантизм). Граждане Китая могут свободно выбирать, выражать свои убеждения и указывать свою религиозную принадлежность [1]. Что касается православия, то это направление христианства в Китае воспринимают как религию национальных меньшинств. Его поддерживают, считая культурным наследием русских [7].

При всей правовой поддержке вероисповедания, которое осуществляют китайцы, КПК пропагандирует атеизм [9]. В 2017 году официальная

газета партии предостерегла членов КПК от религиозных убеждений, назвав это «духовной анестезией» [10].

Как правительство Китая, так и КПК, официально позиционируют себя как атеистические. Но религия в Китае не запрещена официально, а китайская Конституция защищает свободу вероисповедания. По этому поводу Ван Вэйгуан [1] пишет, что на Национальной конференции по религиозной работе Си Цзиньпин подчеркнул, что члены партии должны быть стойкими марксистскими атеистами, укреплять свои идеалы и убеждения, помнить о целях партии.

По словам российского исследователя Китая Ломанова А.В., в середине 2010-х гг. партийно-государственный лидер Си Цзиньпин провозгласил курс на «китаизацию» религий под руководством КПК [4, с. 89].

В декабре 2001 г. ЦК КПК и Госсовет КНР созвали первое всекитайское совещание по религиозной работе [4, с. 90].

В целях пропаганды научного атеизма в китайских СМИ издается серия статей по монографии Ли Шэня «История атеизма в Китае» [2].

Китайское атеистическое общество, анализируя ситуацию религиозной деятельности и религиозного просвещения в Китае, проводит ежегодно свои заседания [3, с. 41]. Оно было организовано в 1978 году как национальное академическое общество под руководством Китайской академии общественных наук. С именем профессора Жэнь Цзию, известного философа и религиоведа Китая, связано его основание. В середине 1990-х годов Китайское атеистическое общество активно контактировало с религиоведами и атеистами и посвятило себя созданию марксистских религиоведческих исследований [8, с. 58].

В апреле 2016 года генеральный секретарь Си Цзиньпин четко заявил на Национальной конференции религиозной работы: «Приверженность марксистскому атеизму является основным принципом» [1].

Джон Пауэрс пишет [12], что Конституция Китая разрешает только практику «обычной религиозной деятельности» (正常的宗教活动), которую определяют как практику, которая осуществляется в то время и в тех местах, которые одобрены государством, где поддерживают правительство и его политику.

По данным отчета¹ исследовательского центра Pew [13] осенью 2023 г. только 13% взрослых китайцев считают, что религия (цзунцзяо) «очень важна» или «довольно важна» в их жизни. Понятие религии (宗教- цзунцзяо) сегодня в Китае трактуется как понятие, которое пришло в китайский язык вначале из Японии, потом с европейскими миссионерами. По данным Pew оно обычно означает формальное членство в какой-либо организации, религиозную организацию или публичную приверженность системе религиозных убеждений [14].

Признавая право граждан на вероисповедание, КПК поддерживает атеизм в качестве своей официальной идеологии. По данным Pew, согласно

¹ Как отмечено в документах центра Pew, они сами не проводят исследования в Китае, а используют данные их статистических отчетов, информационных источников китайских университетов.

анализу статистических данных 2018 года [14], только треть взрослых китайцев идентифицируют себя как атеисты (*у шен лунь чжэ* 无神论者).

Вэйсян Ло и Фейниан Чен [15] пишут, что подавляющее число взрослых жителей материкового Китая считают себя нерелигиозными. В то же время важно отметить, что религия имеет глубокие корни в китайском обществе, а буддизм и даосизм пронизывают китайскую культуру на протяжении более тысяч лет. Эти религиозные традиции сыграли значительную роль в формировании китайской культуры.

В соответствии с марксистской точкой зрения, согласно которой религия — это временное явление, которое исчезнет по мере развития общества, правящая КПК поддерживает и пропагандирует атеизм через систему воспитания и образования. Так, например, детям до 18 лет по Конституции запрещено иметь какие-либо религиозные убеждения (*宗教- мисин*), придерживаться религии (*宗教- цзунцзяо*) [7].

Антирелигиозная пропаганда начинается в школе. Школьники узнают, что религия — это «феодалное суеверие» (*封建迷信*); пережиток прошлого, который сдерживает страну и несет ответственность за многие ее проблемы [12].

В процессе обучения школьники узнают, что религии являются чисто человеческими творениями, что Бога и других сверхъестественных существ не существует, что все религии имеют предсказуемую траекторию от зарождения до возрастающей популярности, за которой следует их неизбежный упадок и исчезновение.

Исследованию и анализу атеизма уделяется большое внимание в Китае.

Анализируя работы, Хуан Яньхун отмечает, что исследования марксистского атеизма в Китае прошли три основных этапа исторического развития [8, с. 55]. К первому он относит исследования марксистского атеизма в период социалистической революции и строительства. В период реформ и открытости развивался этап изучения марксистского атеизма. В третий период, в современное время — период исследований марксистского атеизма в Китае. В отношении понятий «научный атеизм» и «марксистский атеизм», он пишет, что первый используется в научных кругах, а второй — в партийных и государственных документах. Так же как этапы становления атеизма, он рассматривает и проблемы [8, с. 56], которые были основными на этих этапах. Поэтому к первому этапу относятся проблемы изучения истории марксистского атеизма; ко второму — объект исследования и сфера применения марксистского атеизма. А на третьем этапе встают вопросы и проблемы атеистического образования.

В исследовании Фэнган Ян определяются следующие формы китайского атеизма: 1) ленинский атеизм, который поддерживает искоренение и подавление религии; 2) модернистский просветительский атеизм, который поддерживает ограничения посредством научного образования; 3) умеренный атеизм, который защищает религиозную терпимость, принижая при этом социально-экономическую основу религии. И делает заключение, что воинствующий атеизм и атеизм просвещения продолжают доминировать в религиозных взглядах среди китайских чиновников [11].

Работа Моу Чжунцзянь [6] посвящена уже характеристике типов атеистов. Он определяет следующие типы атеистов: первый, это те, которые не верят не только в религию, но и не имеют другие убеждения и идеалы. Следующий – это «воинствующий атеист», представленный французскими материалистами XVIII века, которые имели одну веру – это гуманизм. Третий тип – это атеист, верующий в исторический материализм, которого можно назвать умеренным атеистом. Моу Чжунцзянь определяет, что сегодня популярный тип – это «научный атеист», который преувеличивает важность борьбы между атеизмом и теизмом, а различия в идеологии и верованиях изображает как главный спор о том, «кто кого побеждает».

Отношение к атеизму, как и к религии, в научной мысли Китая еще обсуждается. Но вот в работе Лю Фуцзюнь выражена мысль, которая определяет все атеистическую политику. Он писал, что атеистическая мысль в теоретической системе социализма с китайской спецификой является китайской версией марксистской атеистической мысли [5, с. 37]. Следовательно, китайские специалисты в области исследования религии и атеизма воспринимают марксистский атеизм как идеологию, которая позволяет им формировать атеизм с китайской спецификой.

Если сопоставить и сравнить направления исследований западных и китайских специалистов в области исследований атеизма, то видно следующее. Западные ученые уделяют внимание количественной стороне вопроса. Их интересует процентное соотношение верующих-неверующих. Китайские специалисты – качественному состоянию. Они стремятся сформировать атеистическое учение, которое должно быть с китайской спецификой. Поэтому они исследуют этапы атеизма в Китае, его сущность как марксистскую идеологию, которая должна прививаться со школы.

Список литературы

1. Ван Вэйгуан. Приверженность марксистскому атеизму является основным принципом [王伟光：坚持马克思主义无神论是大原则] [Электронный ресурс] Сеть исследований марксизма 07.03.2022 URL: https://mzzj.tj.gov.cn/ZTZL1384/ZTHG6230/mkszywsl/202203/t20220307_5822936.html (дата обращения 31.10.2023) (на китайском яз.)
2. «История атеизма в Китае», серия 70 – Последствия веры в древних китайских богов [《中国无神论史》连载 70——中国古代神祇信仰的余波] [Электронный ресурс] International Cult Research International Cult Research URL: <https://user.guancha.cn/main/content?id=658416&s=fwtjgzwz> (дата обращения 10.11.2023) (на китайском яз.)
3. Китайское атеистическое общество провело свою ежегодную научную конференцию, председателем которой был избран Чжу Сяомин [электронный ресурс]: China Overseas Chinese Network 19 августа 2013 г. 07:41 = [中国无神论学会召开学术年会 朱晓明当选为理事长 2013年08月19日 07:41 来源：中国侨网] URL: <http://cpc.people.com.cn/n/2013/0819/c87228-22607872.html> (дата обращения 29.10.2023) (на китайском яз.)

4. Ломанов А.В. Адаптация и китаизация: современная религиозная политика руководства КПК // Международная аналитика. 2021. № 12 (4) . С. 88-105.

5. Лю Фуцзюнь. Предварительное исследование атеизма в теоретической системе социализма с китайской спецификой // Журнал Ляонинского педагогического университета (издание по социальным наукам). 2022. Т. 45. №. 1 . С. 37-45 = [刘福军. 中国特色社会主义理论体系中的无神论思想初探. (J) 辽宁师范大学学报(社会科学版)第45卷第1期: 37-45. 2022年1月: 37-45] DOI: 10.16216/j.cnki.lsxhbk.202201037

6. Моу Чжунцзянь. Китайские социалисты должны быть умеренными атеистами = [牟钟鉴: 中国的社会主义者应当是温和的无神论者] [Электронный ресурс] URL: <https://www.aisixiang.com/data/140042.html> (дата обращения 29.11.2023) (на китайском яз.)

7. Обзор китайских религий = [中国宗教概况: 中国政府门户网站 www.gov.cn 来源: 宗教局] [электронный ресурс] Портал правительства Китая www.gov.cn Источник: Бюро по делам религии. URL: https://www.gov.cn/test/2005-06/22/content_8406.htm (дата обращения 01.12.2023) (на китайском яз.)

8. Хуан Яньхун. Краткая история исследовательской мысли марксистского атеизма в Новом Китае // Наука и атеизм. Выпуск 5, 2022 г. С. 55-68,89 = [黄艳红. 新中国马克思主义无神论研究思想史述略: 《科学与无神论》2022年第5期: 55-68, 89]

9. Chinese Communist Party promotes atheism, but many members still partake in religious customs. [electronic resource] Pew Research Center URL: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/09/05/chinese-communist-party-promotes-atheism-but-many-members-still-partake-in-religious-customs> (application 12.12.2023)

10. Eleanor Albert & Lindsay Maizland. Religion in China. [electronic resource] Council on Foreign Relations URL: <https://www.cfr.org/backgrounder/religion-china#chapter-title-0-3> (application 12.12.2023)

11. Fenggang Yang. Chinese Marxist Atheism and Its Policy Implications [electronic resource] Oxford Academic. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199735655.003.0003> URL: <https://academic.oup.com/book/5463/chapter-abstract/148348136?redirected-From=fulltext> ((application 12.12.2023)

12. John Powers. China's religion problem: Why the Chinese Communist Party views religions beliefs as a threat. [electronic resource] University of Nottingham. Asia Research Institute URL: <https://theasiadialogue.com/2019/10/17/chinas-religion-problem-why-the-chinese-communist-party-views-religious-belief-as-a-threat> (application 29.11..2023)

13. Measuring Religion in China [electronic resource] Pew Research Center URL: <https://www.pewresearch.org/religion/2023/08/30/measuring-religion-in-china> (application 12.12.2023)

14. Non-religion. [electronic resource] Pew Research Center URL: <https://www.pewresearch.org/religion/2023/08/30/non-religion/> (application 10.12.2023)

15. Weixiang Luo, Feinian Chen. The Salience of Religion Under an Atheist State: Implications for Subjective Well-Being in Contemporary China // *Social Forces*, Volume 100, Issue 2, December 2021, Pages 852–878, <https://doi.org/10.1093/sf/soab049> URL: <https://academic.oup.com/sf/article/100/2/852/6277442> (application 07.12.2023)

А. В. Кобылкина,
аспирант кафедры философии
Забайкальского государственного университета
г. Чита, Россия

Формирование бикультурной личности иностранных студентов в процессе ресоциализации

Аннотация. Статья посвящена исследованию формирования бикультурной личности иностранных студентов в процессе ресоциализации в новой социокультурной среде в контексте реализации Россией и Китаем программ международной академической мобильности.

Ключевые слова: иностранные студенты, процесс ресоциализации, аккультурация, интериоризация, бикультурализм, международная академическая мобильность

В настоящее время, в период глобального расширения и укрепления международных связей и сотрудничества в области высшего образования и науки, правительства России и Китая уделяют особое внимание разработке программ международной академической мобильности.

Международная академическая мобильность представляет собой трансграничные перемещения студентов, аспирантов, преподавателей и представителей различных научных сообществ в контексте сотрудничества по направлениям высшего образования.

Межгосударственные перемещения в данном случае могут быть краткосрочными, среднесрочными или долгосрочными; физическими или виртуальными; односторонними или взаимными. Для измерения международной академической мобильности исследователи выделяют несколько видов деятельности. Это такие, как, например, международные поездки для прохождения обучения, стажировок, практик или проведения научных исследований; участие в международных конференциях и проектах; чтение лекций за рубежом; научно-исследовательское сотрудничество [5].

Международная академическая мобильность является одним из инструментов процесса ресоциализации иностранных студентов, который, в свою очередь, представляет важный аспект успешной адаптации к новой образовательной системе и интеграции в новую социокультурную среду.

В процессе ресоциализации иностранные студенты осваивают широкий спектр профессиональных знаний, умений и навыков; формируют глобальные перспективы; приобретают международный опыт и контакты; расширяют свой кругозор и знакомятся с различными социальными особенностями и культурными традициями.

В рамках данного процесса иностранные студенты также активно вступают во взаимодействие с культурой принимающей страны, в результате чего у них формируется бикультурное сознание, основанное на синтезе двух культурных идентичностей.

Формирование бикультурного сознания происходит в результате прохождения студентами процессов психологической аккультурации и интериоризации, которые являются основными фазами процесса ресоциализации.

Аккультурация – это процесс изменения отношения и поведения, испытываемый людьми, живущими в мультикультурных обществах или вступившими в контакт с другой культурой [3]. Такие контакты и изменения могут происходить во время колонизации, военного вторжения, миграции или пребывания в инокультурной среде, например, во время международного туризма, обучения или командировки за границей.

Многие исследователи предлагают разграничивать аккультурацию в коллективном аспекте, как изменение культуры социума, и в индивидуальном аспекте, что сопровождается изменением психологии человека, трансформацией ценностных ориентаций, поведенческих моделей, социальных установок и т.д. В 1967 году Д. Грейсвелл вводит термин психологическая аккультурация, который был определен им как изменения, которые человек испытывает в результате контакта с другими культурами или участвуя в аккультурации, которую претерпевает его культурная или этническая группа [2].

Интериоризация или интернализация представляет собой формирование внутреннего мира человека под воздействием объективных и интересубъективных структур [1]. Иными словами, индивидуальное вхождение в другую культуру или общество проявляется через интериоризацию – включение внешней предметной деятельности (новые практики, знания, ценности, нормы, обычаи, традиции, язык, стереотипы, устойчивые поведенческие образы, представления, умонастроения, верования и т.д.) во внутреннюю психическую деятельность человека.

Таким образом, в процессе ресоциализации, а именно при интеграции в новую культуру и ее освоения посредством интериоризации, расширяется духовный опыт личности, формируется ее новая соотношенность по отношению к иной культуре, переосмысливаются основополагающие характеристики культуры, что способствует формированию бикультурной личности.

Бикультурализм, по мнению Джеймса Редмонда и Дж. Моффата, представляет собой понимание и признание двух культур, что способствует формированию способности легко функционировать в любой из них [4].

Результатом процесса бикультурализма выступает бикультурная личность – человек, который успешно адаптировался к этому процессу.

Также стоит отметить, что бикультурализм считается успешным, если человек приобретает некоторые аспекты принимающей культуры, сохраняя при этом некоторые аспекты своего культурного наследия.

Бикультурная личность, по мнению большинства исследователей (Рут Бенедикт, Джулиан Стэннард, Джордж Питер Мердок, Маргарет Мид и др.), представляет собой способность человека функционировать одновременно в двух культурных пространствах в условиях мультикультурного общества, воспринимать мир одновременно с двух различных точек зрения и эффективно адаптироваться к различным культурным контекстам.

Период обучения иностранных студентов в новом культурном пространстве имеет достаточную длительность для формирования бикультурной личности.

Бикультурная личность иностранного студента рассматривается как личность, которая обладает двумя культурными идентичностями в результате ресоциализации в новой культурной среде, и включает в понимание своего «Я» характеристики, которые приняты в другой культуре.

Бикультурализм иностранных студентов может происходить по-разному, в зависимости от различных факторов: включая происхождение, место рождения, образование, религию, личные интересы, цели, индивидуальные обстоятельства, мотивацию и готовность к межкультурному взаимодействию.

Однако изучение языка новой культуры является одним из самых важных условий при формировании бикультурной личности, поскольку владение им на достаточно высоком уровне раскрывает культурный код, ценности, паттерны поведения, расширяет знания и понимания новой культуры, а также может способствовать лучшему взаимопониманию и сотрудничеству между представителями разных культур.

В процессе бикультурации у иностранных студентов также развивается бикультурная эффективность – вера или уверенность в своей способности эффективно и удовлетворительно жить в пределах двух культурных групп без необходимости идти на компромисс со своим собственным чувством культурной идентичности.

Бикультурная эффективность считается решающим фактором в приобретении и развитии бикультурных навыков и напрямую связана со способностью человека развивать бикультурную компетентность.

Анализируя вышесказанное, можно сделать следующий вывод. Иностранные студенты, в рамках участия в программах международной академической мобильности, проходят процесс ресоциализации, вступают в контакт с новой культурной средой, вследствие чего у них формируется бикультурная идентичность. Бикультурация позволяет студентам овладеть характеристиками еще одной культурой без ущерба для ценности своей собственной.

Бикультурные личности часто оказываются уверенными в себе, хорошо адаптированными, открытыми для различных мировоззрений и социально толерантными. Также они способны демонстрировать поведенческую и

когнитивную гибкость в различных условиях, выступать в качестве культурных посредников.

Список литературы

1. Интериоризация // Большая российская энциклопедия 2004-2017 URL: <https://old.bigenc.ru/psychology/text/2014359> (дата обращения: 18.12.2023).
2. David L Sam. Acculturation // International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition).2015. – P. 68–74.
3. Edward A. Delgado-Romero, Debra Mollen, Charles R. Ridley. Racial and Ethnic Minorities, Counseling of. // Encyclopedia of Applied Psychology. 2004. – P. 211–215.
4. James F. Redmond, James G. Moffat. Comprehensive Design for Bilingual-Bicultural Education. // Chicago Board of Education, Ill. Dept. of Government Funded Programs. 1974. – P. 76.
5. Wenqin Shen, Xin Xu, Xiaona Wang. Reconceptualising international academic mobility in the global knowledge system: towards a new research agenda // Higher Education 84 (3). 2022. – Pp. 1317–1342.

Чжао Хун,

аспирант кафедры философии,
Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия
преподаватель,
Цилиньский педагогический институт инженерных
технологий, г.Чанчунь, КНР

Теория культурной глобализации в работах китайских философов

Аннотация. В статье представлены позиции некоторых китайских философов на проблему соотношения культуры и глобализации, которая рассматривается ими как культурная глобализация. Научные дискуссии, которые проходят сегодня в академической среде Китая, не сформировали концепции культурной глобализации, так как еще не сложилась единая научная позиция по этому вопросу.

Ключевые слова: глобализация, культура, культурная глобализация, культурное взаимодействие, китайские философы о культурной глобализации.

Процессы маркетизации и информатизации, международный товарооборот, в условиях глобального развития продолжают развиваться во всем мире, что приводит к перемещению из экономической и технологической областей в политическую и культурную. Суперрегиональный характер коммуникаций, транспорта и сетей ускоряет культурную интеграцию разных наций и стран. Это явилось одним из факторов, по замечанию Лю Хуаньмин, широкого распространения такого явления, как глобальная культурная интеграция [2]. Следствием этого стали такие процессы, как глобальная культурная

интеграция, мировая культурная конвергенция и глобальная культурная гомогенизация.

Аналогичная позиция высказывается и Цай Туо, который так же рассматривает три уровня культурной глобализации: культурную гомогенизацию, культурную колонизацию и культурную трансформацию [3, с. 61]. Если культурная гомогенизация помогает облегчить и улучшить международные отношения, то культурная колонизация их разрушает. А высокая степень культурной корреляции усложняет международные отношения. Поэтому, отмечает Цай Туо, мы должны признать объективность культурной глобализации и стремиться построить такой международный механизм, который будет способствовать развитию мира, решительно выступая против культурной колонизации и культурной гегемонии.

Как в историко-культурном пространстве, так и сегодня, культура имеет как современные, национальные, так и региональные характеристики, и ее развитие неотделимо от собственной эпохи и присущих ей культурных традиций. Формируясь в течение длительного периода времени, культура оформляется как единое целое, что составляет ядро нации. Поэтому в силу исторических, географических и других причин у разных народов сформировались разные способы мышления, ценностные ориентации, обычаи, традиции и привычки, что позволяет говорить о культурной идентичности.

Ли Дэн в одной из своих работ пишет, что глобальная культура – это гибридная культура. Обосновывая это положение тем, что растущие взаимоотношения между культурами, вызванные процессом глобализации, порождают новые и сложные гибридные формы культуры [1, с. 106]. И далее приводит новое определение: глобальная культура – это разнообразная культура сотрудничества [1, с. 107].

Анализируя позиции оптимистов и пессимистов во взглядах на глобальную культуру, он утверждает, с одной стороны, что глобальная культура представляется как трагическая антиутопия. И здесь же, как бы оспаривает свои слова, пишет, что сегодня существует феномен культурной гегемонии, а культуры различных наций частично интегрированы в универсальность глобализации: во всем мире есть китайские рестораны, популярны голливудские фильмы, но 95% индийских фильмов отечественного производства. Возможно, это является поводом для того, что заключить, что культурная глобализация – очень сложный процесс [1, 109]. Поэтому Ли Дэн и делает следующий вывод: что оптимизм и пессимизм несостоятельны, так как только мультикультурализм может разрешить проблемы, поэтому сотрудничество – это будущее культурной глобализации.

Для Лю Хуаньмин культурная глобализация связана, прежде всего, с западной культурой [2]. Он обосновывает это тем, что западные страны в лице США продвигают свою собственную культуру в развивающиеся страны, пытаясь растворить культуру, так называемых отсталых наций и стран, в единой западной культуре и осуществить, тем самым, глобализацию западной культуры. И приходит к следующему выводу, что некоторые западные страны

выступают за культурную глобализацию с целью ускорения глобальной экспансии монополистического капитала.

Позиция Ли Дэн – противоположная. Он исходит из того, что перспективной культурной глобализации является скоординированное и общее процветание мультикультурализма. И замечает, что это фундаментальная гарантия мировой гармонии [1, с. 105].

Так как в условиях глобализации проявляется межкультурное взаимодействие, то Ли Дэн рассматривает этот процесс, анализируя не столько специфику, сколько результат языковой коммуникации [1, с. 108]. Для него идея мультикультурализма не отделила от языкового взаимодействия, так как в момент взаимо-пересечения языков, ситуация коммуникации усложняется. Для подтверждения он рассматривает несколько логических схем.

Первая схема предполагает родственные языки, которые благоприятствуют языковому слиянию. Он предлагает рассматривать этот процесс как $A + B = AB$. По второй схеме он уже говорит о зарождении новой языковой формы, как инновационной: $A + B = C$. По третьей схеме он рассматривает модель культурной ассимиляции, в процессе которой одна из культур ассимилирует другую: $A + B = A/B$. Ли Дэн считает, что данный процесс характерен не только для культур в глобальном масштабе, но и в локальном, т.е. – для многонационального государства.

И процесс культурной глобализации, как утверждает Ли Дэн, находится не только под влиянием западной культуры, так как и она приняла на себя большое количество других культур. Это говорит о том, что культурная глобализация не может быть односторонним процессом. И заключает свою мысль тем, что после «трансформации» культуры становятся новыми и принадлежат собственным цивилизациям [1, с. 108].

Следовательно, глобализация не означает единства или интеграции, она означает лишь, по утверждению Ли Дэн, взаимосвязанность и делокализацию [1, с. 109], так как культурное взаимодействие способствует формированию новых связей между культурами.

Ли Дэн предлагает различать понятия «мировая культура» и «мультикультурализм» [1, с. 108]. Его утверждение, что мультикультурализм – это «неорганическое разнообразие» без тесных связей, а мировая культура — это абстрактная культурная картина, мозаика. И при этом он не рассматривает ее в контексте культурной глобализации. Она для него, в лучшем случае – это культурная регионализация. А вот в условиях мультикультурализма одна и та же культура представляет собой трехмерный узор, состоящий из множества переплетающихся культур. Это лирический образ он подтверждает тем, что любая культура имеет прямые или косвенные связи с другими культурами. Прямые связи образуют органическую связь между глобальными культурами.

В современной китайской философии проблемы соотношения культуры и глобализации является доминирующими в современных исследованиях. В научных дискуссиях рассматриваются вопросы культурной глобализации. Китайские исследователи, обращаясь к этим и другим вопросам, анализируют, в

том числе, и проблемы, которые порождаются глобализацией в культурном пространстве Китая. Это обусловлено тем, что процесс культурного взаимодействия основан на проникновении культурных явлений доминирующей культуры, что обусловлено факторами политического, экономического и т.д. воздействия.

Так как в центре внимания находится культура, то ее трактуют как отражение национальной эпохи [2]. Лю Хуаньмин придерживается позиции, что глобальное взаимодействие культур является следствием экономической и технологической глобализации, следствием чего различные нации воспринимают культурные образцы западной культуры [2], что ведет не только к сближению культур, но и к замене национальной культуры западной. Аналогичная позиция прослеживается и у Ли Дэн, утверждающего, что культурная глобализация – следствие экономической [1, с. 105].

Как утверждает Ли Дэн глобализация меняет не только материальную жизнь человека, но и его мировоззрение и духовность [1, с. 105]. Этот процесс он объясняет тем, что развитие и взаимодействие мировых систем определяют направление и мировых культурных изменений, так как экономическая основа определяет культурное развитие.

Различные цивилизации учатся друг у друга посредством обмена и, участь, продолжают обогащать и развивать свои культуры. Таким образом, можно отметить, что только тогда, когда разные цивилизации будут учиться друг у друга, они смогут содействовать прогрессу в условиях глобализации.

И здесь уже речь может идти о гармоничном мире, так как признание культурного разнообразия является предпосылкой его построения.

Список литературы

1. Ли Дэн. Перспективы культурной глобализации и построение гармоничного мира = [李丹. 文化全球化的前景与和谐世界的构建 (J). 中国人民大学学报. 2008 年第 1 期: 105-111] [Электронный ресурс] JOURNAL OF RENMIN UNIV ERSIT Y OF CHINA. No11 2008. Зв. 105-111 Режим доступа URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/41378447.pdf> (дата обращения 15.10.2023) (на китайском яз.)

2. Лю Хуаньмин. «Культурная глобализация» — ложное утверждение = [刘焕明. “文化全球化”是一个伪命题] [Электронный ресурс] Режим доступа URL: http://www.xinhuanet.com/world/2018-03/14/c_129828912.htm (дата обращения 29.09.2023) (на китайском яз.)

3. Цай Туо. Глобализация культуры и ее влияние на международные отношения = [蔡拓. 文化的全球化及其对国际关系的影响.(J) 天津社会科学 2001 年第 5 期^ 61-67] [Электронный ресурс] China Academic Journal Electronic Publishing House. Тяньцзиньские социальные науки, выпуск 5, 2001 г. С. 61-67 Режим доступа URL: http://qqhyjs.cupl.edu.cn/_local/0/AD/40/0EABA20D759ABDF4AD4199FF4BF_8CB14FA2_1E6CF.pdf (дата обращения 04.11.2023) (на китайском яз.)

Луань Вэй,

аспирант

Забайкальский государственный университет, г. Чита, РФ

старший преподаватель

Хэйлунцзянский институт иностранных языков, г. Харбин, КНР

О наследовании и защите традиционной культуры Китая

Аннотация. Во времена Древнего Китая были созданы разнообразные материальные и духовные богатства, которые оказали глубокое влияние на все стороны политической, экономической, культурной, военной и другой общественной жизни. Однако с дальнейшим развитием экономической глобализации, степень открытости Китая все более повышается, поэтому во имя социальной стабильности и здорового развития рыночной экономики нам необходимо иметь правильное понимание традиционной культуры. В последние годы «иностранный фестиваль» пришел на смену традиционным китайским, заменив собой Фестиваль лодок-драконов, Фестиваль Цинмин и другие традиционные национальные праздники. На фоне новой эпохи вопрос о том, как призвать к новой культуре, отвечающей требованиям общественного развития, как под влиянием культуры поднять уровень жизни людей до определенной высоты, а затем способствовать экономическому и социальному развитию нашей нации, становится предметом научных дискуссий.

Ключевые слова: традиционная культура Китая, культурные традиции, культурное наследие, культурная безопасность.

За 5000 лет существования китайской цивилизации китайский народ создал богатство материальных и духовных благ, среди которых традиционная культура Китая, как самое ценное богатство, которое глубоко укоренилось на обширной территории Китая после длительного периода накопления, оказав большое влияние на все стороны политической, экономической, культурной, военной и другой общественной жизни Китая.

Традиционная культура китайской нации широка и глубока, имеет долгую историю. Уже более 2000 лет назад были созданы конфуцианство, представленное Конфуцием и Мэн-цзы, даосизм, представленный Лао Чжуаном, а также многие другие философские школы, которые имеют высокий статус в истории китайской мысли. От Конфуция до Сунь Ятсена традиционная культура китайской нации сформировала духовный потенциал, который не потерял свою значимость и сегодня. Такие качества, как доброжелательность, общность, гармония и различие, служение общему благу, и сегодня социально значимые. По словам Чжан Сяоин, из поколения в поколение передавались патристические настроения «взлет и падение мира, ответственность мужа», «народ – основа государства» и «народ благороден, а царь светл», ориентированные и на мышление людей, и на межличностные отношения. Правило социальных отношений «не поступай по отношению к другим так, как ты не хочешь, чтобы поступали с тобой», а также традиционные добродетели: переносить трудности, упорный труд, трудолюбие и бережливость, уважение к

учителям и ценность образования, сыграли большую роль в сохранении и регулировании семьи, государства и общества [4, 23].

Китайская традиционная культура – это этическая культура, которая уделяет внимание нравственному воспитанию и чувствительности, что отличает ее от западной культуры, которая ориентирована на рациональность.

В 1978 г. в Китае была проведена политика реформ и открытости, следствием чего стало появление западных ценностей. 14-й съезд Коммунистической партии Китая поставил задачу создания социалистической рыночной системы хозяйства, которая начала быстро развиваться, что повлияло, с одной стороны, на традиционные ценности, а, с другой, на переход от первоначальной монистической ценностной концепции коллективизма к плюрализму, индивидуализму, гедонизму и поклонению деньгам. С дальнейшим развитием экономической глобализации степень открытости Китая все более повышается, поэтому для социальной стабильности и здорового развития рыночной экономики, необходимо правильно понимать традиционную культуру. Поэтому, по словам Дэн Сяньчао, мы должны смотреть на нее с диалектической точки зрения и придерживаться принципа «взять суть и удалить шлаки» [1, 17].

В отношении традиционной китайской культуры, по словам Дэн Сяньчао, у нас есть два заблуждения: во-первых, мы только критикуем, но не раскапываем, мы только отбрасываем, но не утверждаем; во-вторых, мы считаем, что наследие традиционной культуры должно быть отложено в долгий ящик [1, 15]. И как бы, высказывая критику в сторону данного тезиса, он продолжает, что мы должны воспитывать наш народ, особенно молодежь, в духе идеалов, поэтому необходимо продвигать традиционную культуру китайской нации, уделять внимание ее сохранению, контролировать заимствования из западной культуры. А для этого необходимо не только программное обеспечение, система управления, но и формирование молодежной, студенческой культуры.

Сегодня, как пишут Цуй Хайин, Шао Лицзюнь и Ван Цзин, кажется, не так много молодых людей знают о традиционной конфуцианской культуре, которая во многом связана с нашим образованием [5, 19]. Поэтому ее сохранение является необходимым условием того, как студенты должны относиться к традициям и современности с научной точки зрения. Следовательно, необходимо у них формировать правильное мировоззрение, взгляды на жизнь и ценности, укреплять убежденность в социализме. И здесь встает вопрос о месте в системе образования традиционного культурного образования, которое должно стать базовым, тогда она станет духовным наследием нации.

В новую эпоху мы обращаемся к новой культуре отвечающей требованиям общественного развития, сравнивая ее с культурами других стран и народов. Это позволит, по замечанию Ли Кайюнь, распознать сильные и слабые стороны каждой и сделать правильные выводы [2, 48].

По мнению Чжан Сяоин, сохранение культурного наследия, традиционной культуры можно достичь благодаря ее пропаганды, продвижения ценностей [4, 25]. Культура должна пробудить в людях чувство собственного достоинства, энтузиазм к созиданию жизни, любовь к ценности жизни других людей.

Традиционная культура – это наше наследие. Но когда мы говорим об инновациях, то речь уже идет об ее активной интеграции в мировую культуру [3, 15]. Инновации – это ключ к развитию вещей. Без инноваций старое не погибнет, новое не разовьется, а мир всегда будет стоять на месте и не сможет двигаться вперед. То же самое относится и к культуре, недостаточно унаследовать ее или просто перенять, ее надо формировать и развивать.

У нас есть основания полагать, что с углублением внутренних реформ и увеличением международных обменов, наш кругозор будет шире, понимание законов культурного развития будет более глубоким, всевозможные препятствия, мешающие модернизации китайской традиционной культуры, будут постепенно сломлены.

Сегодня в развитии теории культурного наследия преобладает культурно-инновационный подход. Он предполагает изучать наследие традиционной культуры, приобретение новых знаний о ней, участие в культурных мероприятиях, выявление коннотаций традиционной культуры и другие. По замечанию Дэн Сяньчао, здесь стоит заметить, что процесс сохранения культурного наследия сегодня требует использование новых технологий [1, 18].

Уважая уникальность традиционной культуры, необходимо ее сочетать с интересами современного общества, используя инновационные способы [3, 16]. Например, с помощью современных научно-технических средств традиционные элементы культуры могут сочетаться с современными формами искусства для создания произведений искусства с ощущением современности и традиционными культурными коннотациями. А культурные продукты, имеющие практическое значение, также могут быть созданы путем использования традиционной культуры. Поэтому в процессе наследования традиционной культуры необходимо обращаться к новым методам, таким как цифровизация и сетевое взаимодействие, что позволит удовлетворить потребности современного общества и решить проблему сохранения культурного наследия. Например, традиционные формы искусства, такие как живопись, музыка и танец, могут быть преобразованы в цифровые произведения, которые можно демонстрировать и распространять через онлайн-платформы.

Через социальные сети и другие каналы все больше людей смогут приобщиться к культурному наследию. Например, традиционные культурные мероприятия в Интернете могут быть организованы через платформы социальных сетей, чтобы позволить большему количеству людей понять наследие традиционной культуры. Непосредственное приобщение к культуре возможно через лагерь знакомства с традиционной культурой, тематические парки традиционной культуры.

Большую роль в сохранении наследия играют образовательные технологии. Благодаря им в условиях глобализации культурные инновации, которые направлены на прекрасные образцы западной культуры, будут восприниматься молодежью через призму традиционной культуры Китая. Это может способствовать пониманию другой культуры, культурным взаимоотношениям, культурному обмену и интеграции.

И здесь уже встают вопросы культурной безопасности. В условиях глобализации происходит приток чужих культур, содержащих богатые элементы, которые противоречат нашим культурным традициям или являются неуместными [5,19]. Поэтому в академической науке Китая проводится углубленное исследование и понимание чужих культур, выявляются их культурные корни, коннотации и ценности, определяется соответствие китайским культурным традициям

Возникает необходимость на основе идентификации определить те культурные элементы, которые дополняют наши культурные традиции и могут обогатить ее культурную коннотацию, избегая те, которые могут оказать влияние на культурные традиции или несовместимы с нашими ценностями.

С проблемами культурной безопасности связаны процессы интеграции и инновации, которые являются важным способом сочетания зарубежной культуры с традиционной культурой. Прежде всего, интеграция чужой и традиционной культур требует от нас глубокого понимания особенностей и ценностей двух культур. Поэтому в процессе интеграции и инноваций необходимо обращать внимание на особенности и ценности обеих культур и избегать чрезмерной коммерциализации или вестернизации. И при этом сохранять самобытность и духовный стержень традиционной культуры, чтобы не допустить утраты характерных черт национальной культуры.

Одной из главных задач встает проблема сохранения и защиты народной культуры, чтобы сохранить ее от чрезмерной коммерциализации [5, 20]. Народная культура – это дух китайского народа, который передается из поколения в поколение и является его национальным стержнем.

Таким образом, перед научными центрами и академическим сообществом проблема культурной безопасности должна рассматриваться в контексте сохранения традиционной культуры. Хотя сегодня и проходят многочисленные дискуссии о том, как сохранять, что сохранять, но, какие бы вопросы не стояли, они не меняют своей жесткой направленности – традиционная культура Китая это основа для формирования новой культуры, культуры с китайской спецификой.

Список литературы:

1. Дэн Сяньчао. Возможности и проблемы для развития традиционной культуры Китая. [邓显超.提升我国传统文化的机遇与挑战.长白学刊, 2009年第2期: 15-18.] // Журнал Чанбай, 2009. № 2. С. 15-18 (на китайском яз.)
2. Ли Кайюнь. Как относиться к традиционной китайской культуре в новой ситуации. [李彩云. 新形势下应如何对待中国传统文化,理论学习, 2002年第7期: 42-49] // Теоретическое исследование. 2002. № 7. С. 42-49 (на китайском яз.)
3. Сюй Цинь. Опробовать традиционную китайскую культуру в новой ситуации. [徐琴, 试论新形势下的中国传统文化.人民出版社, 2010.第13-20页] // Народное издательство, 2010. № 1. С. 13-20. (на китайском яз.)

4. Чжан Сяоин. Роль и пути университетских библиотек в наследии традиционной китайской культуры. [张小英.高校图书馆在中国传统文化传承中的作用和途径.商品与质量,2011年8月刊-第 22-26 页] // Товары и качество. 2011. №8. С. 22-26 (на китайском яз.)

5. [4] Цуй Хайин, Шао Лицзюнь, Ван Цзин. Анализирование наследия основных ценностей китайской культуры под влиянием западной культуры. [崔海英,邵丽君,王晶.探析西方文化冲击下的中国文化核心价值观的传承,天下论文网 2019 年第 2 期: 19-21] // Сеть мировых статей. 2019. № 2. С. 19-21 (на китайском яз.)

Лю Сюаньцзы,

аспирант

Забайкальский государственный университет, г. Чита, РФ

преподаватель,

Шэньянский технологический институт, г. Шэньян, КНР

Герменевтика духовного сохранения традиционной китайской культуры

Аннотация. Изменения в современной социально-экономической, политической системе Китая повлияли на систему народных обычаев, вызвали появление различий между древнекитайским и современным китайским, традиционным китайским и упрощенным китайским языками, что явилось следствием движения за реформу народного языка и китайских иероглифов. Это увеличило дистанцию между традиционной китайской культурой и современным китайским языком. Происходящие процессы чрезвычайно затрудняют понимание и интерпретацию древнекитайских классических текстов. Поэтому сегодня стоит задача не только сохранения традиционной китайской культуры, как «текстовой», «духовной», так и ее интерпретация от «академической» к «социализационной», но и поиск способа внедрения инноваций в традиционную китайскую культуру.

Ключевые слова: традиционная китайская культура; духовное сохранение культуры; герменевтика, тексты культуры, интерпретация текстов культуры

В начале этого столетия китайское философское сообщество начало дискуссию по вопросу «легитимности китайской философии». Она стала началом для рациональных размышлений о выборе пути развития китайской культуры в 20-м веке, о переосмыслении взаимоотношений между китайской и западной культурами в новых исторических условиях. В ходе дискуссии ученые, с одной стороны, определили свое отношение к западной культурной гегемонии, а, с другой, проявили озабоченность по поводу статус-кво традиционной китайской культуры. Поэтому в данной статье и поднимается один из вопросов дискуссии – как сохранить традиционную китайскую культуру с точки зрения герменевтики в условиях культурного строительства современного Китая.

Процесс современной трансформации китайского общества вызван следствием влияния западных держав не только на физическую культуру Китая, но и на традиционную экономическую, политическую, семейную систему, обычаи и поведенческие культуры. Трансформациям были подвержены различные формы духовной культуры: политика, этика и искусство. Оглядываясь назад на этот период истории, мы понимаем, что отказ от китайской культуры и обращение к западной, является не только результатом западного влияния, но и «ценностного выбора», сделанного самими китайцами.

Можно сказать, что под воздействием западной культуры мышление и концепции китайского народа претерпели изменения, прошли процесс «европеизации», что отразилось в поведенческой и институциональной культуре. Профессор, доктор философии Пекинского университета, Гань Чуньсун в одной из своих последних работ назвал этот культурный выбор «кризисом китайской культурной идентичности» и полагал, что это результат слабой культуры и «чрезмерной рефлексии» над собой перед лицом сильной культуры [1]. Ли Лин отмечает, что современная трансформация китайского общества привела к неизбежному объективному факту: общая структура традиционной китайской культуры была разрушена, традиционная китайская культура была «фрагментирована», а ее культурной функции был нанесен серьезный ущерб [2].

С точки зрения герменевтики, современная трансформация китайского общества увеличила дистанцию между традиционной китайской культурой и реальной жизнью современных китайцев и отдалила ее от действительности. Хотя большинство китайцев с уважением относятся к различным культурным реликвиям древних времен, таким как, «Великая китайская стена», «Мост Чжаочжоу» и «Терракотовая армия», которые вызывают сильное чувство национальной гордости. Многие профессиональные ученые с большим энтузиазмом относятся к «Четырем книгам», «Пяти классикам» и к другим классическим произведениям древней культуры, изучая их духовные ценности. Но фактическое влияние традиционной китайской культуры на обычных людей ослабевает день ото дня, а западная культура пронизывает все аспекты нашей жизни. Мы смотрим американские фильмы, слушаем западную музыку, питаемся в «KFC», «McDonald's», играем в «гольф»... Самое большее, древнекитайский язык, древние поэмы, традиционные фестивали, опера, обычаи и этикет в Китае существуют в сознании людей как своего рода «знание». Другими словами, традиционная китайская культура эволюционировала: от прежнего «образа жизни» – к «знанию» – к «объекту исследования». Став объектом исследования, она становится чем-то внешним по отношению к современной китайской жизни.

Анализ этой проблемы, позволяет сказать, что сегодня западная модель образования была принята китайцами: заменены традиционные частные школы и официальные учебные заведения, а традиционные образовательные методы чтения, декламации, комментирования и толкования оригинальных работ классиков постепенно ушли с исторической сцены. Всесторонний отказ от традиционных классических методов обучения привел к полному отказу от модели солидного классического образования. Разрыв между знаниями

молодых студентов и классическими знаниями все больше углубляется. Их понимание классических текстов часто «застревает в тумане»: они не могут говорить и выражать собственное мнение. Стоит отметить, что это характеризует не только студенческий или школьный уровень подготовки, но и такой уровень знаний свойственен и людям, которых называют «столпами страны».

Культурные традиции не могут быть автоматически унаследованы и переданы биологически, на генном уровне. Дело не в том, что китайцы от природы придерживаются традиций местной китайской культуры. Традиция – это не река, которая течет автоматически и никогда не пересыхает, она должна гармонично взаимодействовать с живой растительностью. Человеческое понимание и интерпретация, а также другие виды интерпретирующего поведения играют двустороннюю роль во взаимоотношениях между традицией и жизнью. Это не только традиционный способ подпитки жизни, но и способ для жизни вернуться к традициям. Как правильно заметил Ли Лин, традиция автоматически не продолжается вне человеческой жизни, ее необходимо «подтверждать, осваивать и культивировать» посредством человеческого понимания и интерпретации в поведении. Без этого традиция и текущее состояние жизни человека будут становиться все более отчужденными, а продолжение традиций будет заблокировано и они могут прерваться.

Поэтому обращение к герменевтике – есть один из путей сохранения и интерпретации традиций в современном обществе. Устный перевод, такой как чтение, понимание и интерпретация текстов, всегда достигается за счет обращения к конкретным людям. Человек – конкретный исполнитель, от которого зависит деятельность по интерпретации текста. Но мы не можем рассматривать эту деятельность как частное поведение отдельного читателя. Напротив, с точки зрения сохранения культуры и инноваций, деятельность по интерпретации текста это разновидность общего социального поведения. Только с помощью разумного разделения труда и сотрудничества между индивидами внутри социальной группы, в области духовной культуры можно сформировать эффективную и конструктивную иерархическую структуру деятельности для интерпретации текстов. Это может способствовать сохранению наследия традиционной культуры.

В рамках проведенного исследования Лэй Сяньтэн отмечает, что в ходе своего долгосрочного развития традиционная китайская культура сформировала теоретическую модель, направленную на понимание и интерпретацию классических текстов, основанную на «Цзин» (включая «Пять классиков» и другие классические произведения). Модель интерпретации классики предлагает такие формы интерпретации, как биография, повествование, запоминание, главы, аннотации и объяснения. Лэй Сяньтэн здесь просто называет это системой интерпретации текста, характеризующейся многоуровневой структурой, такой как «Цзин – Чжуань – Шу», которая позволяет представить разреженный текст.

Конечно, популяризации традиционной культуры недостаточно, чтобы полагаться на эту цепочку интерпретации. В конце концов, это все еще находится на академическом уровне и на интеллектуальном уровне исследований,

поэтому это еще не трансформировалось из текста в жизненное поведение обычных людей. Оригинальные идеи, содержащиеся в классических текстах, и новаторские идеи, которые являются второстепенными в процессе интерпретации текста, должны быть усвоены на духовном уровне обычными людьми, а затем стать регуляторами их поведения, что достигается через семейное воспитание, школьное образование и социальное воспитание.

Что касается современного образования в рамках традиционной китайской культуры, то семейное, школьное образование и социальное воспитание оторваны друг от друга. Поэтому трудно сформировать органичную систему, которая координировала бы эти уровни в их взаимосвязи. Это обусловлено следующими факторами.

Во-первых, содержание традиционной китайской культуры в семейном образовании серьезно ослаблено. В детстве содержание нравственного воспитания и практики этикета на уровне первоначального образования постепенно отбрасывалось или забывалось, в то время как развитию знаний и талантов, таких как искусство и иностранные языки, уделялось больше общего внимания. Можно сказать, что на этапе раннего детства воспитание родителями детей сосредоточено на эстетическом и интеллектуальном воспитании, в то время как нравственное воспитание они игнорировали. Особенно в семьях с единственным ребенком, где многие дети считаются «маленькими императорами» и «маленькими принцессами» и становятся объектом служения всей семьи. Чрезмерно избалованные дети склонны к привычке «Я единственный», что проявляется в обращении с другими. Они не понимают элементарного этикета в обращении со старшими и другими людьми, пренебрегают соблюдением элементарного этикета. Многим детям с детства не хватает хотя бы минимального уважения к местным китайским культурным традициям. Таким образом, целенаправленный отбор контента, связанного с воспитанием нравственности и практикой этикета в рамках традиционной китайской культуры, обучение и самосовершенствование детей помогут устранить их отчуждение от норм и ценностей традиционной китайской культуры.

Во-вторых, хотя в рамках школьного образования в некоторых дисциплинах (литература, история и философия) предлагаются курсы по изучению древнекитайских классических текстов, однако из-за отсутствия подготовки учителей в области филологии, экзегезы и фонологии, на этапе базового образования мы не имеем положительные результаты. Из-за отсутствия навыков работы с источниками древней литературы, студенты испытывают много трудностей при интерпретации традиционной классики, а навыки преподавателей гуманитарных наук по интерпретации древней литературы тоже нельзя назвать надежными.

Ошибки в интерпретации древних текстов ни в коем случае не являются индивидуальными. Дистанция между древнекитайским и современным китайским языками, разница между традиционными и упрощенными иероглифами, отчуждение между древней традиционной социальной жизнью и современной общественной жизнью – все это приводит к трудностям при чтении и понимании древнекитайской классики. Хотя мы не можем надеяться, что все люди будут

вкладывать много энергии в изучение древнекитайского языка и древних текстов, но для популяризации традиционной китайской культуры нам необходимо обладать базовыми навыками чтения. Без них невозможно самостоятельно понять и интерпретировать древние священные писания и аннотации. Понимание текстов традиционной культуры также сильно зависит и от их переводчиков, особенно, от так называемых экспертов, которые могут ввести в заблуждение других, сами того не подозревая, что вызывает большое беспокойство.

В-третьих, с точки зрения социального образования каналы популяризации традиционной культуры тоже имеют проблемы. Большинство ученых, которые погружены в изучение традиционной китайской культуры, проявляют к ней только академический интерес, то есть, они изучают ее только как объект профессионального интереса. Что касается того, как результаты их собственных исследований входят в повседневную жизнь обычных людей и трансформируют ее в контексте традиций, это не входит в сферу их рассмотрения. В результате существует огромный разрыв между академическими исследованиями и повседневной жизнью людей. По этому поводу Лэй Сяньтэн писал, что фактически, знание и действие искусственно разделены, демонстрируя тенденцию к дуализации [3].

В последние годы некоторые профессиональные ученые постепенно подтянулись на «общественный форум», чтобы заняться некоторой популяризацией традиционной китайской культуры, что, несомненно, хорошо. Причину этого обращения в массы можно видеть в том, что китайские ученые начинают обращать внимание на потребности людей. Хотя, с точки зрения профессиональных требований, их интерпретация традиционной культуры может и не соответствовать строгим канонам, так как она ориентирована на популяризацию.

Если больше профессиональных ученых, повышая свою профессиональную грамотность, будут обращать внимание на популяризацию традиционной культуры и фактически поддерживать ее, а также трансформировать результаты своих исследований местной традиционной культуры (особенно современное понимание и ее интерпретацию) в структуру знаний обычных людей, внедряя их с помощью образования и средств массовой информации в современное общество, то ее сохранение вместе с внедрением инноваций в традиционную китайскую культуру будет просто благим пожеланием.

Конечно, результаты исследований профессиональных ученых влияют на обычных людей, но они – это не единственный способ выхода на «общественный форум». В большинстве случаев результаты их академических исследований могут косвенно влиять на обычных людей с помощью поэтапного метода распространения. Например, достижения в области исследований китайской философии благодаря междисциплинарным связям могут расширить ее влияние на другие области гуманитарных и социальных наук. А через литературное и художественное творчество, распространение новостей в СМИ их идеи и мысли станут доступны широкой массе китайского общества. Поэтому можно сказать, что междисциплинарные контакты, творческие диалоги академических кругов с представителями прессы, литературных и художественных кругов, с другими секторами общества

- все это окажет положительное влияние на массовое распространение, сохранение и новаторство традиционной китайской культуры.

Таким образом, можно сделать следующее заключение. Традиционная китайская культура может быть сохранена в тексте. Но это только ее внешнее «оформление». Если текст не будет востребован, понят – он потеряет свое значение. Только понимание текста и его интерпретация, проникновение в его мысль, которая становится реальной силой, может положительно повлиять на общественную жизнь. Тексты должны быть поняты и интерпретированы. Это будет способствовать сохранению и новаторству традиционной китайской культуры, которая станет неотделимой от деятельности человека. Поэтому установление благоприятного социализированного герменевтического цикла в процессе понимания и интерпретации классических текстов имеет огромное значение для духовного сохранения и новаторства традиционной китайской культуры.

Литературы

1. 干春松: 公天下与家天下. 出版社: 四川人民出版社. 2022: 296 = Гань Чуньсун. Общественный мир и семейный мир. Народное издательство Сычуани. 2022. 296 с.

2. 李琳. 中国传统文化的当代价值与传承研究[J]. 文化产业, 2023 (04) : 71-73 = Ли Лин. Исследование современной ценности и наследования традиционной китайской культуры // Индустрия культуры. 2023. № 4. С. 71-73

3. 雷显腾. 中国传统文化的现代化路径研究[J]. 今古文创, 2023 (07) : 119-121 = Лэй Сяньтэн. Исследование пути модернизации традиционной китайской культуры // Культурное творчество современности и древности. 2023. № 7. С. 119-121

Лян Чуньюй,

аспирант

Забайкальский государственный университет, г. Чита, РФ

преподаватель русского языка

Шэньянский технологический институт, г. Шэньян, КНР

Китайско-российское сотрудничество в области языкового образования в новую эпоху: проблемы и возможности

Аннотация. В последние годы продолжается развитие сотрудничества языкового образования и двустороннего обучения между двумя Китаем и Россией. В этой области достигнут значительный прогресс в системе многоуровневого и многотипного сотрудничества в области школьного образования, совместных научных исследований. Сотрудничество в сфере образования расширилось от высшего до базового образования, а механизм международного сотрудничества стал использоваться для продвижения двустороннего сотрудничества. Китай и Россия оптимизируют способы взаимодействия, совершенствуют сотрудничество всех уровней образования, что способствует практическому развитию российско-китайского сотрудничества.

Ключевые слова: Китай и Россия, российско-китайское сотрудничество, сотрудничество в области образования, вызовы и возможности сотрудничества.

Китай и Россия являются основными странами взаимного обмена в области образования. Это стало уже традиционным проектом образовательного сотрудничества между двумя странами. Ежегодно количество студентов, которые участвуют в образовательном обмене по различным программам сотрудничества, увеличивается. В 2019 году масштаб двустороннего обучения между Китаем и Россией превысил 100 000 студентов. Хотя эпидемия пневмонии и связанные с ней ограничения на въезд оказали определенное влияние на международные обмены, но уже в 2020 году в России по-прежнему обучалось более 42 000 китайских студентов, а в Китае – около 14 000 российских студентов, что в общей сложности составило 57 000 двусторонних иностранных студентов, включая дистанционные программы [3].

В связи с эпидемией университеты обеих стран активно изучали возможность организации программ онлайн-обучения: в 2020 году около 4 000 студентов китайских университетов приняли участие в краткосрочных летних и зимних онлайн-программах, проводимых российскими вузами. Согласно плану Правительства Российской Федерации, в 2021-2022 учебном году в Китае было выделено 1011 мест для обучения за счет государственных средств, что на 71 место больше, чем в 2020-2021 учебном году.

Сотрудничество в области языкового образования является прочной основой и ключевым направлением китайско-российского образовательного сотрудничества. Помимо международных студенческих групп, изучающих языки и культуру друг друга, коренные жители двух стран также проявляют интерес к языковому сотрудничеству и обмену. К концу 2021 года 40 000 человек в России изучали китайский язык в 368 школах, а 90 000 человек в Китае – русский в 868 школах. Языковая подготовка и изучение китайской культуры осуществляется в открытых в России Институтах Конфуция, центрах и классах Конфуция. А в Китае – в языковых и культурных учреждениях, таких как Центры русского языка и Центры русской культуры. Это говорит о том, что в наших странах активно продвигается языковое взаимодействие. В то же время обе страны внедрили и усовершенствовали механизм оценки и экспертизы языка и создали центры языковых экзаменов. Помимо экзамена на знание китайского языка (HSK) и экзамена на знание русского языка для иностранцев (TORFL), которые успешно проводятся уже много лет, в 2020 году Россия открыла первую партию зарубежных центров тестирования для сдачи экзамена на профессиональную квалификацию (уровень) китайского переводчика (CATTI). Таким образом, за эти годы Китай и Россия постепенно реализуют масштабную, стандартизированную и институциональную подготовку языковых талантов высокого уровня [4].

По мере углубления гуманистических обменов между двумя сторонами контингент изучающих китайский и русский языки постепенно молодеет, так как этот процесс распространяется на начальную и среднюю школу. Учащиеся

начальных и средних школ двух стран все с большим энтузиазмом изучают язык другой страны и придают ему все большее значение. С 2015 года китайский язык стал официальным конкурсным предметом Всероссийской олимпиады школьников, поэтому масштаб этого мероприятия и внимание к нему постепенно растут. Так, например, уже в 2020-2021 учебном году в предварительных турах Всероссийской олимпиады по китайскому языку приняли участие 2511 учащихся средних школ Москвы, что на 42,3 % больше, чем в предыдущем учебном году. В 2019 году китайский язык впервые был включен в состав единого государственного экзамена по русскому языку, что ознаменовало дальнейшее повышение статуса китайского языка в российской системе оценки основного образования. Если в 2019-2020 учебном году экзамен по китайскому языку в России сдавали 180 учащихся, в 2020-2021 учебном году - 252 учащихся, что на 40 % больше, то уже в 2021-2022 учебном году был значительный рост числа сдающих - 480 человек [3]. Интерес китайских школьников к изучению русского языка также растет, и число учащихся средних школ, принимающих участие в Международной онлайн-олимпиаде по русскому языку увеличивается год от года: в 2020-2021 учебном году в ней приняли участие 796 учащихся средних школ из Китая, что на 200 человек больше, чем в 2019 году, по данным Министерства образования РФ. Таким образом, по данным прошедших лет можно уже судить о степени заинтересованности государственной политики обеих стран в языковой подготовке молодого поколения, которое в будущем будет продолжать российско-китайское сотрудничество. Это мы прослеживаем и в ежегодных аналитических докладах «Российско-китайский диалог: модель диалога...» с 2015 по текущий год, которые отражают реальную практику сотрудничества по гуманитарному направлению [5, с. 57-64].

Смещение фокуса международного образовательного сотрудничества России в сторону Китая сопровождается дискуссиями о реформировании системы обучения иностранным языкам в системе образования. Еще в 2021 году руководитель проекта "Центр развития образовательных контактов с Китаем" в Санкт-Петербурге Д. Васильев представил Министру образования России С. Кравцову предложение сделать китайский язык обязательным для начальной и средней школы, заявив, что это будет способствовать укреплению российско-китайских связей. В апреле 2022 года исследовательский центр Superjob провел социальный опрос родителей учеников начальной и средней школы, по результатам которого 28 % респондентов считают, что изучение китайского языка будет более полезным для будущего их детей. Этот показатель уступил лишь тем данным, по которым приоритет был отдан изучению английского языка (54 %) [1]. Можно предположить, что в ближайшие годы статус китайского языка в российском базовом образовании еще более повысится, а обучение китайскому языку в начальной и средней школе станет мощной точкой роста китайско-российского образовательного сотрудничества.

Однако в реализации проекта существуют определенные трудности.

Во-первых, для российских студентов изучение китайского языка сложнее, чем других иностранных языков, и требуется больше времени и опыта,

чтобы достичь желаемого прогресса и результатов в обучении. Основной задачей для долгосрочной устойчивости образования в области китайского языка остается мотивация студентов к изучению китайского языка.

Во-вторых, необходимо совершенствовать не только подготовку преподавателей китайского языка высокого уровня, но и учебные материалы. В последние годы образование на китайском языке в России развивается быстрыми темпами, однако учебники устарели, наблюдается отставание в подготовке педагогических кадров для школ и преподавателей для вузов. Стоит заметить, что, конечно, в подготовке кадров большую роль сыграли годы эпидемии, которые негативно повлияли на мобильность, что увеличило нехватку преподавателей китайского языка в России. Поэтому укрепление сотрудничества в области подготовки преподавателей китайского языка, разработка учебных программ по китайскому языку и подготовка учебников – задача, требующая внимания. Годы эпидемии показали возможность развития нового направления в международном гуманитарном сотрудничестве. Речь идет о создании сетевой образовательной инфраструктуры и развитие сотрудничества в области дистанционного образования, которое становится сегодня одной из возможных форм сотрудничества не только в условиях эпидемии. Быстрое развитие дистанционного онлайн-сотрудничества, с одной стороны, гарантирует устойчивый прогресс китайско-российского сотрудничества в области образования. Оно выдвигает новые требования к созданию сетевой инфраструктуры науки и образования и к ИКТ-грамотности соответствующих преподавателей и студентов. Информационные технологии и цифровые ресурсы могут быть эффективно использованы для полного задействования потенциала существующих платформ сотрудничества в области онлайн-образования, таких как Китайско-российская научно-образовательная сеть, Киберуниверситет БРИКС и Институт сетей будущего БРИКС [2]. В условиях роста неопределенности в международном сообществе реализация взаимосвязи, взаимодействия и синергетического развития научно-образовательных сетей между Китаем, Россией и другими странами-партнерами станет важным ресурсным залогом для развития образовательного сотрудничества в новую эпоху.

По мере того как изучению языков между Китаем и Россией уделяется все больше внимания, сотрудничество в области языкового образования становится одним из важнейших элементов образовательного сотрудничества. Чтобы обеспечить эффективность изучения языков, необходимо сформировать взаимно признанную систему стандартов изучения языков. Институционализированные мероприятия, такие как стандартизированные тесты на знание языка и языковые конкурсы, способствуют повышению уровня преподавания языка, оценке эффективности образовательного сотрудничества и мотивации граждан России и Китая к изучению языков друг друга. Дальнейшее создание и совершенствование единых стандартов языковых тестов и учебных программ станет ростом и изюминкой в стратегии будущего сотрудничества.

Сегодня Россия и Китай формируют новое образовательное пространство благодаря открытию в Шэньчжэнь совместного университета. Он учрежден

МГУ имени М.В.Ломоносова (МГУ), Пекинским политехническим институтом (университетом) (ППИ) и Муниципальным народным правительством города Шэньчжэнь. Начиная с 2014 г. совместный университет готовит в Китае молодых специалистов на основе российских образовательных программ, которые в последующем будут реализовывать свои знания в Азиатско-Тихоокеанском регионе [6].

Совместное образование является представительным направлением китайско-российского образовательного сотрудничества, формируя опыт работы, оно открывает возможность его реализации для других китайских университетов и институтов.

Таким образом, образовательное сотрудничество является объективным показателем стратегии гуманитарного международного сотрудничества Китая и России.

Литература

1. 刘家宁, 李宝贵. 中文纳入俄罗斯国民教育体系的现状、动因、挑战与对策[J]. 语言教育, 2022, 10 (1) : 106-120. = Лю Цзянин, Ли Баогуэй. Современная ситуация, мотивы, проблемы и меры по интеграции китайского языка в российскую национальную систему образования // Языковое образование. 2022. № 10 (1). С. 106-120 (на китайском яз.)

2. 刘淑华, 宋永华.“一带一路”背景下的中俄高等教育合作: 问题与对策[J]. 高等教育, 2019, 40 (4) : 96-103. = Лю Шухуа, Сун Юнхуа. Китайско-российское сотрудничество в области высшего образования в контексте "Пояса и пути": проблемы и меры противодействия // Высшее образование, 2019. № 40 (4). С. 96-103 (на китайском яз.)

3. 中华人民共和国教育部. 怀进鹏在中俄人文合作委员会第二十二次会议上回顾展望中俄教育合作[EB/OL]. (2021-11-16) [2022-03-30]. http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/gzdt_gzdt/moe_1485/202111/t20211116_580292.html. = Хуай Цзиньпэн на 22-м заседании Китайско-российского комитета по гуманитарному сотрудничеству представил обзор и перспективы китайско-российского сотрудничества в области образования [EB/OL]. 16.11.2021г. [30.03.2022г.]. [Электронный ресурс] Министерство образования Китайской Народной Республики. URL: http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/gzdt_gzdt/moe_1485/202111/t20211116_580292.html (дата обращения 09.12.2023) (на китайском яз.)

4. Российские вузы и Госсовет по стипендиям КНР подписали соглашение [EB/OL]. (2021-09-10) [2022-04-02]. [Электронный ресурс] РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20210910/soglasheniya-1749484890.html> (дата обращения 10.12.2023)

5. Российско-китайский диалог: модель 2022: доклад № 78 / 2022 / [А. В. Кортун, К. В. Бабаев, Чжао Хуашэн, Лю Хуацзинь и др.; под ред. И. Н. Тимофеева, П. В. Бакулиной, Е. О. Карпинской и др.]; Российский совет по международным делам (РСМД). М.: НП РСМД, 2022. 82 с.

6. Университет МГУ-ППИ в Шэньчжэне [Электронный ресурс] Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова URL: <https://www.msu.ru/info/struct/dep/universitet-mgu-ppi-v-shenchzhene.php> (дата обращения 09.12.2023)

Сунь Мэйцзы,
аспирант кафедры философии
Забайкальский государственный университет, г. Чта, РФ
преподаватель, факультет русского языка,
Институт международного образования,
Хэйхэский университет, г. Хэйхэ, КНР

Ценностные ориентиры китайских студентов в условиях культурной модернизации

Аннотация: Под влиянием тенденций экономической глобализации и культурной модернизации современные китайские студенты подверглись некоторым изменениям, как положительным, так и отрицательным, в своих идеях и концепциях. Ценностное сознание студентов напрямую влияет на будущее и развитие страны, нации, поэтому необходимо их направлять к культивированию правильных ценностей, улучшению моральных и гуманистических качеств, чтобы способствовать социалистической модернизации страны.

Ключевые слова: культурная модернизация Китая, ценностные ориентиры студентов, китайские студенты.

Культурная модернизация — комплексный процесс формирования, развития, трансформирования и международного взаимодействия современных культур. Комплексные процессы построены на основах альтернативного управления процессами инноваций, отбора, разделения и рецессии элементов культуры [3, с. 200]. В связи с быстрым развитием культурной модернизации нашей страны особенно важно влияние на нее моральных ценностей китайских студентов.

Ценности — это ценностные стандарты, по которым люди могут судить о плюсах и минусах всего: о том, что они думают и делают, о том, хороши они или плохи, так как это влияет на собственный выбор поведения. Развитие и эволюция практической деятельности людей и реальные жизненные процессы, в конечном счете, определяют развитие ценностей. На самом деле, та человеческая природа, о которой часто говорят, например, эгоистическое желание, собственническое желание, стремление к богатству и т. д., играет роль ценностного представления и способов поведения, которые формируются людьми при определенном производстве и образе жизни, и в реальном жизненном процессе [2, с. 1-2, 29].

Студенты являются основной силой социального класса, а их ценностная ориентация напрямую влияет на ценностную ориентацию будущего общества. Как усилить воспитание социалистических ценностей у студентов —

одна из актуальных задач, поставленных Правительством Китая, для решения которой предлагается предпринять ряд мер.

Традиционная китайская культура имеет долгую историю и содержит богатые философские мысли, гуманистические коннотации и ценностную ориентацию. Она, в основном, выступает за гармоничное развитие общества и природы, направлена на формирование нравственного духа человека и его ценностную ориентацию, а также способствует формированию нравственных качеств у студентов, воспитывая хорошие привычки, формируя мировоззрение и моральный облик. В то же время, также необходимо сочетать требования развития современной культуры и модернизации, направлять учащихся к формированию правильного взгляда на жизнь и ценности. А для этого необходимо интегрировать патриотизм, самоотверженность, честность и дружелюбие, формировать личные кодексы поведения, и всесторонне способствовать целостному развитию студентов.

Развитие китайской культурной модернизации требует качественных преемников и «строителей», обладающих солидными профессиональными и отличными моральными качествами. Модернизация социалистической культуры неотделима от студенчества, так как только способные и политически честные студенты могут осуществить китайскую мечту и взять на себя миссию великого возрождения китайской нации.

Направляя участие студентов на реализацию социально значимых проектах, необходимо подавать личный пример, что неосуществимо без хорошего наставника с высокими моральными устоями.

Миссия по культивированию практиков и распространителей основных идей построения высокоморального китайского общества позволит отстаивать основные социалистические ценности страны. Но это становится возможным с помощью методов коммуникации и рекламы, которые набирают быстрые тенденции для своего развития в современном информационном мире.

Студенты, как правило, полны любопытства ко всему новому и поэтому достаточно быстро воспринимают предлагаемые новшества, так как они полны творчества и воображения. Их мысли, поведение, образ жизни и ценности находятся в периоде развития и становления, поэтому они очень уязвимы и подвержены влиянию социальной среды в этот период.

В настоящее время, с развитием научно-технических сетей, все виды информации, полученной через Интернет или подвергшейся воздействию западной культуры и ее концепций. Поэтому это приводит к тому, что студенты оказались под негативным влиянием западных ценностей и моделей поведения (таких как: поклонение иностранцам, поклонение деньгам, подчеркивание личных ценностей, ориентир на личные интересы, что начинает формировать такое поведение, как игнорирование коллективных интересов).

Этот факт диктует необходимость обращения внимания на возвращение основных социалистических ценностей у студентов в процессе обучения, поэтому необходимо включить в образовательные программы преподавания основные знания не только о них, но и о традиционных ценностях. Вне зависимости от того какая направленность образовательного курса,

профессиональные базовые или идеологические, на каждом из них необходимо тонко прививать учащимся коннотацию и суть социалистических основных идей, чтобы студенты могли почувствовать нравственный дух традиционной и современной культуры.

В то же время необходимо организовать курсы культурной классики. Это позволит понять и принять знания традиционной культуры через чтение «Аналектов Конфуция», «Лао-цзы», «Чжуан-цзы», «Мэн-цзы» и других китайских классиков. А курсы по древней поэзии и прозы, каллиграфии, оценки произведений искусства (народная музыка, пение и танец), по оценке китайской оперы позволят проникнуть в духовную культуру, которая формировалась веками в китайской традиционной культуре.

Воспринимая в процессе занятий на уровне интеграции основные социалистические ценности, студенты могут активно участвовать в социальной практике в свободное время, что будет способствовать еще большему культивированию правильных ценностей китайского общества. Например, социальная работа может включать: деятельность по борьбе с бедностью, благотворительную деятельность, волонтерскую помощь, посещение исторических музеев, могил мучеников и т.д. [1, с. 62-68]. Для реализации данного проекта учителям необходимо пройти стажировку в государственном отделе культурной пропаганды, чтобы студенты могли на практике развивать культурную уверенность в себе, в традиционных китайских духовно-нравственных ценностях, чтобы они могли с уверенностью почувствовать положительное их влияние и сформировать правильный взгляд на жизненные позиции.

Таким образом, процесс развития культурной модернизации в определенной степени затрагивает ценности студенческой молодежи. Китайские образовательные учреждения должны в полной мере способствовать формированию и играть положительную роль в становлении требуемых ценностей у студентов в процессе модернизации китайского культуры. Только всесторонне направленная и ориентированная деятельность китайских общественных организаций поможет развить у студентов сочетание традиционной китайской и современной культуры, будет способствовать воспитанию у студентов моральных чувств и ответственности за свое поведение.

Список литературы

1. Ван Ян. Социальная миссия университетов КНР в условиях модернизации // Теория и практика общественного развития. 2018. № 5. С. 62-68 [王阳. 现代化背景下中国大学的社会使命 // 社会发展的理论与实践. 2018.第 5 号: 62-68]
2. Гао Цзинпин, Ван Шань. Наблюдение за ценностями современных студентов с точки зрения материалистической истории // Вестник Чанчуньского педагогического института. 2015. Вып. 19. С. 1 - 2, 49.) = [高京平, 王珊. 从唯物史观看当代大学生价值观//长春教育学院学报.2015年.№ 19. 第 1-2 页, 49 页.]
3. Обзорный доклад о модернизации в мире и Китае (2001—2010). Пер. с англ. Под общей редакцией Н.И. Лапина. М.: Издательство «Весь Мир», 2011. С.207.

Лю Жуйвэй,
аспирант кафедры философии,
Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия
преподаватель русского языка, факультет русского языка,
Институт международного образования, Хэйхэский университет,
г. Хэйхэ, провинция Хэйлунцзян, КНР

Наставивать на культурном “Я”, не исключая “Другого”» как основа сохранения традиционных культур

Аннотация. Глобализация нанесла удар по традиционным культурам народов мира, но в то же время открыла новые возможности для их распространения и развития. Чтобы сохранить и передать традиционную национальную культуру, необходимо правильно определить соотношение между традиционной культурой народа и другими культурами мира и утвердить правильные культурные ценности. Концепция «Наставивать на культурном “Я”, не исключая “Другого”» - это позитивное отношение, воплощающее ценности открытости, толерантности и плюрализма, способствующее обмену, пониманию и сотрудничеству между различными культурами и людьми. В условиях глобализации такое отношение имеет огромное значение для установления гармоничных и стабильных социальных отношений, поощрения культурное разнообразие и сохранение традиционных национальных культур.

Ключевые слова: национальные культуры, культурное многообразие, межкультурное взаимодействие, культурное «Я», культурный плюрализм.

В течение долгого времени Запад рассказывал и конструировал незападные исторические идентичности в образе "другого", отличного от "себя", чтобы обрести более четкое самоощущение. По мнению Чжан Сюэпэн, в западном культурном дискурсе, безусловно, существует определенная степень рационального восприятия незапада, но чаще всего оно наполнено историческим воображением, то есть иррациональным или концептуализированным тоном в описании незапада, который отличается от того, что существует на самом деле. Благодаря такому воображению Запад смог контролировать и изменять свою конфигурацию, преувеличивать различия между двумя сторонами, изображать незапад как далекого, но знакомого антагониста и, тем самым, подчеркивать свои собственные достоинства [2, с. 83]. В эпоху культурной глобализации и плюрализма ценность «другого», как продукта постколониального периода, продолжает оставаться руководящим принципом для участия в процессе культурной глобализации, что непосредственно проявляется в форме «культурной гегемонии». Она ведет к сокращению культурного разнообразия, поскольку развитые страны Запада продвигают свой материальный образ жизни, мировоззрение и ценности в качестве универсального кодекса поведения, обеспечивая себе доминирующее положение в культуре, отвергая или игнорируя элементы других культур. Чжан Сюэпэн заключает, что «культурная гегемония» приводит к размыванию национальных культурных ярлыков, что негативно

сказывается на формировании культурного самосознания [2, с. 90]. Аналогичную мысль видим у Чжан Фугуй, утверждающего, что социальные изменения влекут за собой смену идей [3, с. 16].

Сохранение национальных традиций и культур требует создания концепции культуры, которая была бы, во-первых, "Я", а во-вторых, не исключала бы "Другого". Такое, казалось бы, возвращение к себе, к изначальной концепции культуры, позволяет людям не только понять ее, но и на равных ценить и уважать другую культуру.

Таким образом, культурный "Я" имеет огромное значение для защиты национальной культуры. Во-первых, он может помочь членам этнической группы сформировать чувство самобытности и гордости за свою культуру, тем самым повышая их осведомленность о защите своей культуры. Когда этническая группа обладает этими качествами, они могут понять, что значит – беречь и защищать свою культуру. Во-вторых, культурный "Я" может способствовать наследованию и развитию национальной культуры. Наконец, культурный "Я" может способствовать защите и развитию культурного разнообразия. Культурное разнообразие – это важная часть человеческой цивилизации, отражающая культурные особенности и ценности различных народов и групп. Когда различные народы способны сохранить свое культурный "Я", они смогут внести вклад в защиту и развитие культурного разнообразия, тем самым обогащая и расширяя понятие человеческой цивилизации.

Но здесь встает вопрос о том, что если возникают проблемы о формировании культурного "Я", тогда и понимание "другой культурой" может привести к серьезному дисбалансу, что также является современной проблемой, с которой мы сталкиваемся, защищая традиционную культуру нации.

Культуры равны. Это главный тезис культурного релятивизма. Поэтому когда речь идет о культурном взаимодействии, то мы должны анализировать процесс, а не наше отношение к нему. Сегодня вряд ли можно найти в мире культуру, которая избежала бы культурную интеграцию. Традиционная культура Японии находится под сильным влиянием культур Китая и Кореи. Китайские иероглифы, конфуцианство, буддизм и даосизм. В то же время она впитала в себя элементы западной культуры: христианство, современное искусство и популярная музыка, интегрировав их в свою собственную культуру, сформировала уникальную японскую современную культуру. Традиционная культура Индии впитала в себя элементы западной культуры: английский язык и современные технологии, интегрировав их в свою собственную культуру. Традиционная культура Мексики основана на культурном наследии древних цивилизаций ацтеков и майя, а также впитала в себя культурное влияние испанского колониального периода, культурные практики как фактор обеспечения национальной безопасности Китая, а на современном этапе культурные элементы из США, Европы. Северо-восточный Китай граничит с Россией, и за долгое время в северо-восточном диалекте появилось много русских элементов: ведро северо-восточники называют "Вэйдэро", юбку - "Брать", грузовик - "камас" и так далее [3, с. 104].

Следует отметить, что в условиях глобализации благодаря обмену и интеграции культур, национальные культуры могут впитать в себя отличные элементы других культур, обогащая себя, и в то же время они передают свои собственные культурные особенности, что способствует развитию культурного разнообразия. В этом и состоит положительный фактор культурной интеграции.

Культура сама по себе характеризуется плюрализмом. С внутренней точки зрения, плюрализм национальных идентичностей является неизбежной частью исторического развития, а культурный плюрализм стал неотъемлемой характеристикой полиэтничности. В условиях глобализации развитие коммуникационных технологий, в частности, позволило игнорировать препятствия, возникающие при межрегиональных культурных обменах, а частые культурные обмены привели к увеличению проницаемости самой культуры, что создало множество проблем для развития мультикультурализма внутри стран. Эти вопросы могут создавать напряженность между культурами, народами и нациями, что может привести к усложнению отношений между культурной, национальной и государственной идентичностью. В то же время сам процесс становления и развития культуры порождает характерную исключительность культуры, т.е. контрконвергентный характер различных культур. Это противоречие между множественностью и единством проявляется в контексте мультикультурализма, который оказывает влияние на культурную идентичность, ценности и модели поведения регионов и народов внутри стран.

В современном мире самодостаточность уже не является характеристикой развития культуры. Потенциал ее развития кроется в межкультурном взаимодействии. Как заметила Пригора Н.С. «замкнутость и изолированность приводят к стагнации, поэтому обращение к ценностям иных культур — залог развития и обновления, роста и творчества» [4, с. 61]. Поэтому, понятие «культурный Я» не должно быть узким, оно должно быть столь же многогранным. Можно сказать, что оно обладает двусторонней рефлексией, которая ставит разнообразные и интегрированные национальные культуры на платформу сосуществования.

Согласно культурной концепции плюрализма, люди могут уважать и ценить различия и многообразие культур, сохраняя при этом уникальность и традиции своей собственной. Эта концепция может способствовать обменам и интеграции между различными культурами, тем самым обогащая и развивая собственную культуру.

Литература

1. Пригода Н.С. Культурный плюрализм: понятие и сущность / Н. С. Пригода // Омский научный вестник. – 2008. – № 1(63). – С. 60-62. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_12515417_35152871.pdf (дата обращения 10.12.2023)
2. Чжан Сюэпэн. Воображая другого: Незапад в перспективах западной культуры // Исследование по исторической теории. 2005. Вып.3. С. 81-92. = [张旭鹏. 想像他者: 西方文化视野中的非西方 // 史学理论研究. –2005. –3. –81-92

页] = URL: <https://d.wf.shutong2.vip/periodical/ChIQZXJpb2RpY2FsQ0hJTmV3UzIwMjMwODMxEg9zY2xseWoyMDA1MDMwMTMaCG42YnByaWx2>.

(дата обращения 09.12.2023) (на кит. яз.)

3. Чжан Фугуй. Парадокс "культурной безопасности" и правильный путь "мягкой силы" // Академический ежемесячник. 2012. Вып. 44 (02). С. 13-18. = [张福贵. “文化安全”的悖论与“软实力”的正途 // 学术月刊. -2012. -44(02). -13-18 页.] URL: <https://kns-cnki-net-443.wvwn.sjlib.cn/kns8/Default Result/Index>.

(дата обращения 04.11.2023) (на кит. яз.)

4. Чэнь Чао. Интеграция и инновации: выбор национальной культуры в условиях глобализации // Исследование по социализму с китайской спецификой. 2007. Вып. 6. С. 102-106. = [陈超. 整合与创新:全球化背景下民族文化的选择 // 中国特色社会主义研究. -2007. -06. -102-106 页.] URL: <http://111.229.226.240:1120/kns8/defaultresult/index>. (дата обращения 10.12.2023) (на кит. яз.)

М. С. Байнова,

заведующая кафедрой государственного и муниципального управления, Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования Московский финансово-промышленный университет „Синергия“, Москва, Россия

К. А. Голуб,

студентка, Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования Московский финансово-промышленный университет „Синергия“, Москва, Россия

Обеспечение современной политики в сфере здравоохранения в России

Резюме. Статья рассматривает принципы и основные направления государственной политики в сфере здравоохранения. Особое внимание уделяется проблемам финансирования отрасли, в том числе различным подходам к финансированию: бюджетно-страховой модели, развитию национального проекта.

Ключевые слова: здравоохранение, государственная политика здравоохранения, обязательное медицинское страхование, ОМС, национальные проекты.

Государство гарантирует охрану здоровья каждого человека на основании прав человека и гражданина, закрепленных в Конституции Российской Федерации, и реализуемых иными законодательными актами. В настоящее время систему здравоохранения как одну из подсистем управления обществом, являясь составной частью производственной сферы народного хозяйства, она вместе с медицинскими задачами решает социальные и экономические связанные с повышением качества жизни человека, его благосостояния, способствует реализации социальных гарантий и формирует трудовой

потенциал общества. [Байнова, 2020] Государственная политика в сфере здравоохранения представляет собой совокупность управленческих мер, направленных на обеспечение государственных гарантий оказания гражданам медицинской помощи в надлежащем объеме и соответствующего качества для снижения смертности, повышения рождаемости, увеличения продолжительности жизни населения страны. Разрабатывает и осуществляет реализацию государственной политики в сфере здравоохранения Министерство здравоохранения РФ. (Минздрав России). Существует также ряд концептуальных документов – Стратегия развития здравоохранения в России, Национальный проект «Здравоохранение», в которых определены приоритетные направления развития государственной политики в сфере здравоохранения и реализуемые проекты.

Общее финансирование здравоохранения из бюджета в России

В 2023 году доля здравоохранения в общем объеме расходов составляет 9,1%, запланировано расходов 405,7 миллиардов, на 19.12.2023 расходы составили 340 миллиардов. Расходы по годам представлены на рисунке 1.

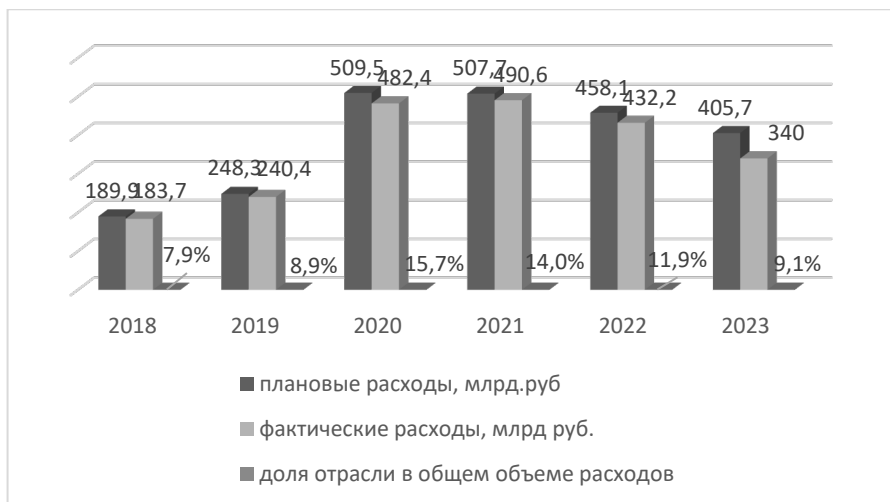


Рисунок 1. Бюджетное финансирование здравоохранения в России.

Расходы бюджета по годам показывают рост финансирования здравоохранения и доли отрасли в связи с пандемией коронавируса, и некоторое снижение расходов по мере уменьшения интенсивности заболевания. В тоже время рост расходов связан с общим уровнем цен и развитием национального проекта «Здравоохранение», который имеет значительное финансирование.

Реализация государственной политики в сфере здравоохранения содержит проектную часть, обеспечивающую достижение поставленных проектом целей и реализацию конкретных мероприятий.

Национальный проект Российской Федерации «Здравоохранение» выступает логическим продолжением приоритетного национального проекта

России, который реализовывался в стране с 2016 года. Национальный проект «Здравоохранение» направлен на устойчивое увеличение численности населения страны (по данным Росстата на 01 января 2022 численность населения Российской Федерации составляла 146 980 061 постоянных жителей, по данному показателю РФ занимает девятое место в мире по численности населения), данный показатель зависит от уровня рождаемости и смертности, поэтому многие мероприятия национального проекта «Здравоохранение» направлены на повышение уровня рождаемости (в 2022 году число родившихся составило 1 300 000 человек) и понижения уровня смертности (в 2022 году число умерших составило 1 900 000 человек). [Каталкина, 2023]

Национальный проект «Здравоохранение» рассчитан на дополнительное финансирование отдельных направлений развития здравоохранения, которые требуют привлечения средств. Например, закупка дорогостоящего оборудования или подготовка кадров по новым специальностям, привлечение специалистов – профессионалов в медицинские учреждения – эти задачи могут не иметь достаточного финансирования в рамках бюджетно-страховой модели. Национальный проект содержит механизмы противодействия основным причинам смертности среди россиян – сердечно-сосудистые заболевания, онкология, которые требуют большого количества оборудования. Здравоохранение – одна из наиболее технологично развивающихся отраслей, которая требует постоянного совершенствования знаний и технического оснащения. Финансирование национального проекта «Здравоохранение» растет неравномерно, в 2021 году бюджет проекта составлял 284 миллиарда рублей, в 2022 году 374,7 миллиарда, но кассовое исполнение отстаёт, составило 95% и 96% соответственно. В 2023 году на национальный проект выделено 319 миллиардов рублей. Необходимые инвестиции сложно планировать в связи с колебанием цен и возможностями поставок. Но снижение финансирования национального проекта может привести к отставанию инновационной деятельности в здравоохранении и снижении качества.

Кроме средств федерального бюджета финансирование здравоохранения обеспечивается также региональными бюджетами. Объемы финансирования региональных бюджетов на здравоохранение различались в 2022 году от запланированных 458 млрд. рублей в Москве до 2 млрд. рублей в Еврейской автономной области.

Помимо бюджетного финансирования, которое ориентировано на конкретные виды помощи и достижение конкретных целей, важной частью финансирования здравоохранения в России является страховая оплата.

Основанием для страхового обеспечения в сфере медицины является статья 41 Конституции Российской Федерации, «Медицинская помощь в государственных и муниципальных учреждениях здравоохранения оказывается гражданам бесплатно за счет средств соответствующего бюджета, страховых взносов, других поступлений». Таким образом, указаны источники государственного финансирования здравоохранения. В связи с тем, что Конституция гарантирует населению бесплатное получение медицинской помощи в

государственных и муниципальных учреждениях здравоохранения, непосредственно при обращении в медицинское учреждение при получении услуг по ОМС население не платит непосредственно. В тоже время Конституция не гарантирует бесплатную помощь исключительно за счет государственного бюджета, а допускает страховое финансирование медицинской помощи и другие источники средств.

Страховое финансирование бесплатной медицины осуществляется, во-первых, за счет работодателей, которые производят отчисления в фонд обязательного медицинского страхования, во-вторых, для неработающих граждан взносы на обязательное медицинское страхование поступают из бюджетов субъектов федерации, в-третьих, ряд занятых платят взносы по упрощенной схеме, и в это случае их компенсирует федеральный бюджет.

Средства, собранные на обязательное медицинское страхование, распределяются в территориальные фонды ОМС по субъектам федерации, которые направляют средства в страховые компании, через которые происходит финансирование здравоохранения. Страховые организации получают средства от штрафов с медицинских учреждений и средства от лиц, компенсирующих причиненный вред здоровью. Граждане оформляют полис ОМС у страховой организации в конкретном субъекте федерации. Затем граждане должны прикрепиться к медицинской организации, которая получает подушевое финансирование. На основании количества прикрепившихся страховая организация перечисляет авансовые средства в медицинское учреждение. А затем происходит расчет средств с учетом оказания гражданам медицинской помощи на основании ОМС.

Объемы финансирования здравоохранения по ОМС разделяются на базовую и территориальную программу. В базовую программу входят стандарты оказания медицинской помощи, единые для всей территории Российской Федерации. Территориальные программы формируются в субъектах федерации на основе базовой, при этом норматив может быть увеличен и включаться дополнительный объем страхового обеспечения за счет бюджета субъекта федерации. Поэтому полис ОМС оформляется по месту жительства, и при смене места жительства на другой субъект федерации необходимо оформить новый полис для получения медицинских услуг по месту жительства в полном объеме. Поскольку медицинская помощь гарантирована каждому на всей территории Российской Федерации, то неотложная и первичная помощь оказывается медицинскими учреждениями вне зависимости от территориального прикрепления полиса ОМС, но для дальнейшего лечения пациент должен быть направлен в лечебное учреждение по месту жительства.

Таким образом, существующая схема финансирования здравоохранения с одной стороны отражает конституционные гарантии и федеративное устройство России, с другой стороны является достаточно сложной. [Байнова, 2019] Рассмотрим особенности финансирования здравоохранения в настоящее время.

Деятельность Федерального фонда обязательного медицинского страхования (далее - Федеральный фонд) осуществляется на основании Федерального закона от 29 ноября 2010 года №326-ФЗ «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации» (далее - Федеральный закон № 326-ФЗ) и постановления Правительства Российской Федерации от 29 июля 1998 года № 857 «Об утверждении устава Федерального фонда обязательного медицинского страхования». В 2022 году финансовая деятельность Федерального фонда осуществлялась в соответствии с Федеральным законом от 6 декабря 2021 г. № 392-ФЗ «О бюджете Федерального фонда обязательного медицинского страхования на 2022 год и на плановый период 2023 и 2024 годов» (далее - Федеральный закон № 392-ФЗ).

Федеральный фонд ОМС публикует ежегодный отчет о своей деятельности, рассмотрим представленные данные.



Рисунок 1 – Динамика изменения бюджета Федерального Фонда за 2019-2022 гг., млрд. руб. По данным ФФОМС

Для фонда обязательного медицинского страхования характерны противоречия. С одной стороны, доходы растут пропорционально фондам оплаты труда, и даже наблюдается превышение доходов над расходами. С другой стороны, расходы не всегда доходят до конечного получателя, выплаты не

реализуются в связи с недостаточным выполнением показателей. Неравномерными также являются расходы на отдельные направления здравоохранения в связи с ростом стоимости высокотехнологичного лечения. Таким образом, финансирование здравоохранения требует более детального планирования с учетом постоянных инноваций в здравоохранении.

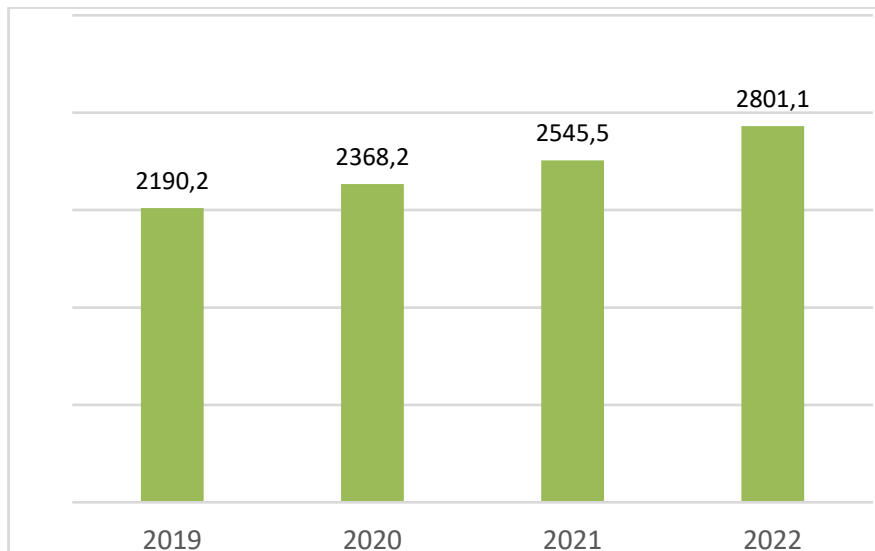


Рисунок 2 – Динамика расходов бюджета Федерального фонда за 2019-2022 гг., млрд. рублей. По данным ФФОМС

В целом, финансирование здравоохранения в России отражает государственную политику в отрасли, сочетает бюджетно-страховые методы привлечения средств, но испытывает ряд проблем, связанных с недостаточным контролем расходования средств, нехваткой финансирования, особенно на региональном уровне.

Список литературы

1. Байнова, М. С. Медведева Н. В., Рязанцева Ю. С. Система государственного и муниципального управления : учебник – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. – 362 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572459> (дата обращения: 21.12.2023).

2. Байнова, М. С. Бюджетно-страховое финансирование здравоохранения: проблемы и пути совершенствования // Сотрудничество России и Китая в сфере образования, культуры и туризма в XXI в.: возможности и перспективы: Сборник статей. – Санкт-Петербург: Центр научно-производственных технологий "Астерион", 2019. – С. 84-93.

3. Каталкина, Е. А. Анализ реализации национального проекта «Здравоохранение» в Москве // Молодой ученый. — 2023. — № 16 (463). — С. 112-114. — URL: <https://moluch.ru/archive/463/101735/> (дата обращения: 10.12.2023).

4. Национальные проекты «Здравоохранение» и «Демография» / Министерство здравоохранения Российской Федерации. <https://minzdrav.gov.ru/poleznye-resursy/natsproektzdravoohranenie> (дата обращения: 10.12.2023).

5. Направление деятельности / Федеральный фонд обязательного медицинского страхования <https://www.ffoms.gov.ru/system-oms/about-fund/fund-activities/>

6. Электронный бюджет / Единый портал бюджетной системы Российской Федерации <https://budget.gov.ru>

С. А. Амитов,

кандидат социологических наук, старший преподаватель кафедры «Социологии и социальной работы», КазНУ им. Аль-Фараби, г. Алматы, Казахстан

Г. Т. Артыкбаева,

докторант 1-курса, ОП «Социология», кафедры «Социологии и социальной работы», КазНУ им. Аль-Фараби, г. Алматы, Казахстан

Теоретические основы изучения феномена «ұят»

Резюме

В статье рассматриваются теоретические предпосылки изучения феномена «ұят» / «стыд» в социологическом аспекте. Приводятся примеры социологических теорий, посвященных различным аспектам понятия «стыд». Также рассматривается социологический дискурс изучения эмоций. Анализируются теории социологии эмоций – одного из современных новых направлений в социологии, появившейся сравнительно недавно. Отмечается новизна и дискуссии в определении понятий социальных эмоций – стыда, вины. Рассматриваются социологические и социально-психологические методы изучения феномена «стыда», также влияние социальных и культурных процессов на формирование стыда.

Исследования в области психологии, социологии и культурной антропологии предлагают различные подходы к пониманию стыда, его проявлений и последствий. Авторы статьи представляют обзор существующих теорий, таких как теория социального стыда, интеракционизм и культурно-ситуационный подход, которые могут быть применены к изучению «ұят» в контексте казахстанского общества.

Также описывается исследование феномена и культурного кода «ұят» – понятия, имеющего особое значение в культуре и общности казахстанского народа. «Ұят» описывает понятие стыда, которое играет важную роль в формировании и влиянии на социальные отношения и поведение людей.

Выделяются социальные процессы, влияющие на формирование «ұят» в казахстанском обществе.

В статье отмечается необходимость учета современных изменений в обществе, которые могут оказывать влияние на «ұят». Глобализация, массмедиа и межкультурные контакты представляют новые вызовы и возможности для понимания и анализа стыда в современном казахстанском обществе.

Ключевые слова:

«Ұят», стыд, социальный контроль, нормы и ценности, традиции

Введение

Пожалуй каждый казахстанец знаком с выражением «не делай этого, ұят болады». Категория «ұят», выполняя функцию регулятора поведения людей глубоко впечатлена в сознание с самого раннего детства. Подобные регуляторы поведения удерживают человека от каких-либо проступков, выполняя контрольную функцию. С древних времен люди воспитывали своих сыновей и дочерей в рамках приличия, четко очерчивая рамки дозволенного, в духе сохранения благодетелей – чести и достоинства.

Если рассматривать казахские традиции и культуру «ұят» является феноменом, который являясь частью менталитета одновременно может оказывать и положительное, и негативное влияние. Особенно в эпоху размывания границ, глобализации и распространения массовой культуры как мирового тренда, соблюдение или не соблюдение традиции пристыжения – «ұят болады» имеет противоречия [2].

Стыд изучается в рамках различных наук – психологии, философии, антропологии, социологии, культурологии, но относится к одним из малоизученных и сложных для изучения категорий. Эта микроуровневая категория, оказывающее влияние на макроуровень.

Также необходимо отметить, что у некоторых народов чувство стыда выделяется в особенный культурный код, к примеру, у японцев, кавказских народов и т.д. [7].

Стыд или «ұят» является сложным и многогранным понятием и играет особую роль в культуре Казахстана. «Ұят» – это чувство неудовлетворенности собой, неприятие своего поведения, которое может возникнуть как следствие социального давления, общественных стереотипов и ожиданий.

В последние десятилетия с учетом влияния глобализации, вестернизации, индивидуализации и иных процессов как отметили коллектив исследователей из Казахстана в обществе происходят трансформации культуры, ре- и дотрадиционализация, что приводит к изменениям в социуме и открывает перспективы для новых направлений изучения феномена «ұят».

Стыд может быть основан на разных факторах, например, несоответствие общественным нормам, снижение самооценки, несоответствие социальным ожиданиям и т.д. стыд также может иметь как негативные, так и позитивные последствия. С одной стороны он может быть мотиватором и вдохновителем поведения, личностного роста и развития. С другой стороны сильное

переживание стыда может оказать негативное влияние на психологическое самочувствие человека [6].

Целью данной статьи является раскрытие сущности феномена «ұят» / «стыда» на основе социологических концепций. Через изучение феномена «стыда» мы можем создать более толерантное общество, где каждый индивид может себя чувствовать комфортно.

Для более глубокого понимания стыда в казахстанском обществе, необходимо обратить внимание на исторические, культурные и социальные факторы, оказывающие влияние на его формирование. Стыд может быть коррелирован с национальной, языковой идентичностью, экономическим положением, образованием, поло-возрастной структурой населения, социокультурными факторами. Например, стыдом для одних могут считаться внешние данные, для других социально-экономические условия, особенно, если они не соответствуют критериям достатка и успеха [1].

Материалы и методы

Как мы уже отмечали, феномен стыда как эмоция рассматривается разносторонне, но его социальные корни, влияние на общество, общественное восприятие, в целом социологический аспект изучены очень мало. Стыд, пристыжение конечно существуют во всех культурах, но мы бы хотели поговорить о категория «ұят», которая присуща культуре тюркских народов, применяется как регулятор поведения, выполняет функцию социального контроля и выступает в основном в качестве «выявителя» границ дозволенного при регуляции поведения. Т.е. это заранее предупреждающий запрет на какие-либо действия в будущем.

Таким образом, «ұят» в казахской культуре выполняет в целом общественную функцию.

Стыд является эмоцией. В социологии эмоции начали изучать относительно недавно. Определение эмоций в социологическом аспекте остается до сих пор спорным. Но социологи приходят к мнению, что эмоции можно рассматривать в социально-структурном и культурном плане с учетом исторического времени [4]. Эмоции в социологии рассматриваются как реакции на социальную среду.

Эмоции, испытываемые человеком на протяжении его жизни играют основную роль во всех социальных явлениях, поэтому социология должна рассматривать аффективные структуры и эмоциональные динамики [8].

Обычно эмоции делятся на два типа – первичные и вторичные. К первичным эмоциям относятся универсальные физиологические, врожденные, эволюционно обусловленные эмоции – страх, злость, депрессия и т.д. Ко вторичным эмоциям относятся культурно и общественно обусловленные эмоции – стыд, вина, любовь, обида, разочарование, ностальгия и т.д.

Социология эмоций появилась во второй половине 1970-годов, благодаря трем основоположникам Арли Р. Хохшильд, Томасу Шеффу и Теодору Д. Кемперу.

В 1975 году А. Хохшильд опубликовала статью, где показала связь между культурой, политикой и эмоциями. В 1977 году Т. Шефф опубликовал статью, где связал эмоции с ритуалами, а в 1988 году впервые обосновал свою социологическую теорию стыда и гордости. В 1978 году Т. Кемпер опубликовал свою книгу, где обосновал свою структурную теорию эмоций, основанных на двух измирителях социального взаимодействия: власти и статусе.

Что же касается изучению в целом вторичных эмоций и в частности изучению стыда, по мнению Т. Шеффа, который изучает эмоции стыда и гнева в микроконтексте, анализ частичного и целого позволяет сделать акцент на деталях социальной системы – словах, жестах, и на целых институтах, внутри наций и между ними [8].

Таким образом, социологическое значение, придаваемое стыду и гордости объясняются не с точки зрения важности их в психической жизни человека, а фундаментальной ролью, которую они играют в социальной структуре и социальной динамике.

По мнению Шеффа стыд и гордость являются основными социальными эмоциями, хотя психолог Гершен Кауфман говорит о том, что стыд является запретной темой, табу. Здесь Шефф приводит теорию Элиаса, по которой европейская цивилизация держится на двух противоречивых моментах – с одной стороны усиливается использование стыда в качестве внутреннего контроля, с другой стороны стыд подавляется.

Также Шефф отмечает, что во всех европейских языках, кроме английского есть два вида стыда – позорный и повседневный стыд. Например, по немецкий *schande* (позорный стыд) и *scham* (повседневный стыд), по французский такое же различие *honte* и *pudeur*. Повседневный стыд мы используем как чувство стыда, которое является частью нашей повседневной безобидной необходимости. Так как в английском языке нет слова, обозначающего позорный стыд, целая область личности блокируется от обсуждения, т.е. накладывается табу [10].

Представители символического и психологического направлений в социологии считают, что чувство стыда в человеке возникает из-за его социальности. Так, например, в теории Ч. Кули отмечается, что стыд и гордость являются из-за того, что человек смотрит на себя с точки зрения другого человека.

Он утверждает, что нам всегда стыдно показаться трусом перед храбрцом, грубым перед утонченным, также мы можем похвастаться чем-нибудь перед одним человеком и постыдиться признаться в этом перед другим человеком.

Гоффман развивал идею эмоций, применяя не термин «стыд», а «смущение». Персонаж Гоффмана всегда старается сохранять свой имидж перед окружающими, показывая себя с лучшей стороны. Он сделал основной вывод о смущении с социологической точки зрения – оно появляется из-за реального, ожидаемого или воображаемого пренебрежения, т.е. каждый человек очень

чутко относится к уважению со стороны других, если такого отношения нет, возникает смущение.

В труде Элиаса «Цивилизующий процесс» через всю книгу прослеживается идея о том, что процесс цивилизации приближает порог позора. Но он также как и Кули и Гоффман не дает точного определения стыда. В отличие от них Джек Кац предложил следующее определение: стыд – тяжелое открытие для самого себя, которое изолирует человека перед сообществом, открывающая моральную неполноценность, которая превращает человека в уязвимого. Чувство стыда боязливо, хаотично, целостно и смиренно [10].

Линд в своем труде «Стыд и поиск идентичности» (1958) рассмотрела стыд как с социальной так и с психологической стороны. Она объясняет, что в трудах исследователей, в частности в работе Экмана, стыд опускается, т.к. это очень глубокое и скрытое чувство [11].

Результаты и обсуждения

Стыд в социальных науках исследован мало, этой категории посвящены очень мало трудов. Чаще всего изучение стыда носит комплексный социально-психологический характер. Таким образом эмпирических трудов, посвященных стыду очень мало.

Одним из исследователей стыда является Хелен Льюис, которая была практическим психологом, психоаналитиком, проводившим систематические исследования. Ее труд о стыде, вышедшая в свет в 1971 году была основана на сотне стенограмм по психотерапии. Она использовала метод, предполагающий использование списков ключевых слов, которые ассоциируются с конкретными эмоциями.

Она столкнулась с высокой частотой встречающихся маркеров стыда, намного больше, чем маркеры других эмоций, что говорит о доминировании стыда в ее исследованиях.

Несмотря на то, что Льюис чаще обнаруживала маркеры стыда, все участники ее сессий не упоминали слово «стыд». Льюис определила ситуации, где появлялись маркеры стыда, когда человек ощущал отстраненность, отверженность, критику, что подтверждает влияние обобщенного другого [11].

Льюис объясняет свои выводы в социальном аспекте. Она считает, что стыд возникает тогда, когда есть угроза социальным связям. Она полагает, что стыд является реакцией на угрозу разрыва отношений с другими, но так же он может возникнуть внутри нас, как ответ на то, что мы видим себя с точки зрения других.

Сеннет и Кобб в своем исследовании «Скрытые травмы класса» (1973) объяснили стыд как ключевую травму рабочего класса. В исследовании, охватившем мужчин рабочего класса отмечается, что исследуемые чаще всего говорят о том, что сами виноваты в своем положении, что с ними что-то не так. В то же время часто встречалось выражение «недостаток самоуважения», в их жалобах на самих себя. Но Сеннет и Кобб не классифицировали это как признаки стыда.

В исследовании стыда и вины, проведенном коллективе авторов, осуществлялась попытка выявления взаимосвязи чувств стыда и вины с точки зрения коллективизма и индивидуализма. В исследовании рассматривалась возможность взаимосвязи стыда и вины с культурой. Опрос проводился онлайн среди населения США, Китая, Индии, Ирана и Испании.

Ученые пришли к выводу, что индивиды у которых горизонтальная общинная форма организации социальных отношений склонны к поведению с чувством вины, а индивиды с вертикальной, конкурентной формой организации социальной жизни склонны к поведению со стыдом. Культурно обоснованные различия в склонности к стыду и вине проявляются в поведенческом аспекте, чем в оценочном [12].

Среди казахстанских исследователей группа ученых в различных аспектах изучили феномен «ұят». Авторы отмечают, что культурный код «ұят» больше, чем позор и символизирует целую систему ценностей и древнюю традицию приемлемого морально-этического поведения в обществе. Авторы провели опрос среди 607 респондентов со всего Казахстана [10].

Данные, полученные в результате опроса подтверждают утверждение о том, что влияние культурного кода «ұят» на процесс принятия решений ослабевает в связи с процессами детрадиционализации и индивидуализации. Большинство опрошенных дают приоритет индивидуальному выбору, а не интересам всего общества, не зависят от общественного мнения и идут против социальных норм, традиций, если вопрос касается собственной безопасности и благополучия.

Отмечается, что «ұят», являясь механизмом социального контроля особо применялось в регулировании поведений женщин.

«Ұят» подрывается городским обществом среднего класса, переживающим детрадиционализацию. Авторы отмечают, что в Казахстане на детрадиционализацию и ослабление роли понятия «ұят» влияют такие процессы как вестернизация, глобализация, индивидуализация поколений Y и Z, феминизм, изменение института семьи.

Результаты опроса также показывают, что чрезмерная реакция публичного порицания используется в основном в СМИ, а не показывает мнение большинства. Делается вывод о том, что ошибочно стереотипно думать о казахстанцах как о высокого уровня моралистах с высокими ожиданиями «ұят» в отношении себя и своего окружения [9].

Заключение

В заключении можно отметить, что изучение феномена «ұят» / «стыд» в социологической науке началось сравнительно недавно, несколько десятков лет назад. Хотя феномен «стыда» существует во всех культурах, он имеет свои отличительные черты. В Казахстане изучению данного феномена посвящено очень мало трудов, и оно требует дальнейшего изучения. Изучение феномена «ұят» играет важную роль в формировании норм и ценностей, которые повлияют на поведение людей и динамику социальных отношений.

«Ұят» для казахов традиционный термин, который связан со многими аспектами воспитания с древнейших времен. Он всегда выступал регулятором поведения людей. Также многие традиции соблюдаются благодаря этому же понятию, т.е. из-за соображения «будет неудобно» или «стыдно не сделать этого».

В современном обществе постепенно размываются границы традиционной культуры с одной стороны, что может привести к детрадиционализации воспитательного процесса, с другой стороны часто в информационном пространстве происходит процесс шейминга – пристыжение за какие-либо нетрадиционные, выходящие за рамки традиционного, действия.

Для преодоления общественного шейминга необходимо осмысление на уровне общества и индивидуальном уровне. Одним из важных аспектов является осознание феномена «стыда» как социального явления, понимания его корней и механизмов проявления, это могло бы помочь выработать дифференцированный подход на стыд и его влияние [3].

Для создания безопасных и поддерживающих условий для людей, испытывающих давление со стороны «пристыжающего» общества необходимо развивать образовательные программы, психологическую поддержку, эмпатию и понимание со стороны общества. Распространение знаний, основанных на изучении «стыда» играет значимую роль в преодолении негативных последствий влияния данного явления [5].

Более широкий диалог между поколениями и обмен опытом между различными группами и сообществами в Казахстане могут способствовать преодолению непонимания, создающегося вокруг данного явления. Это могло бы создать более толерантное и инклюзивное общество, где каждый гражданин мог бы быть принят и признан важным.

В целом изучение влияния стыда в Казахстане требует комплексного подхода, включающего общественные, психологические, образовательные меры.

Список литературы

1 Гергилов, Р. Е. Стыд как множественный феномен: теоретико-методологический анализ / Р. Е. Гергилов // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. - 2016. - № 4. - С. 1-19.

2 Первый «ұят» в истории: как начали стыдить 100 лет назад. <https://www.caravan.kz/gazeta/pervyj-Uyat-v-istorii-kak-nachali-stydit-100-let-nazad-649436/>

3 Почему в Казахстане популярен «ұят» и как он калечит людей. <https://harpersbazaar.kz/pochemu-v-kazahstane-populjaren-uiat-i-kak-on-kalechit-ljudej/>

4 Симонова О. Современная социология эмоций: взаимовлияние обычного и научного знания // Вторые Давыдовские чтения. Сборник научных докладов симпозиума, 09-10 октября 2014 г., С. 254-278

5 Феномен «ұят» в перспективе. <https://feminita.kz/2019/09/Uyat-postcolony/>

6 Что такое «ұят» по казахски? <https://respublika.kz.media/archives/23695>

7 Шабаева, М. В. Понятие «стыда» в японской культуре / М. В. Шабаева // Молодой учёный. -2012. - №6 (41). - С. 483-486.

8 Bericat, E. (2016). The sociology of emotions: Four decades of progress. *Current Sociology*, 64(3), 491-513. <https://doi.org/10.1177/0011392115588355>

9 Н. Thibault and J.-F. Caron (eds.), *Uyat and the Culture of Shame in Central Asia, The Steppe and Beyond: Studies on Central Asia*, <https://doi.org/10.1007/978-981-19-4328-7>

10 Thomas J. Scheff. *Shame in Self and Society*. *Symbolic Interaction*, 2003, Volume 26, Number 2, pages 239–262

11 Thomas J. Scheff. *Shame and the Social Bond: A Sociological Theory*. *Sociological Theory* 18:1 March 2000

12 Young, I. F., Razavi, P., Cohen, T. R., Yang, Q., Alabèrnia-Segura, M., & Sullivan, D. (2021). A multidimensional approach to the relationship between individualism-collectivism and guilt and shame. *Emotion*, 21(1), 108–122. <https://doi.org/10.1037/emo0000689>

Д. М. Касаткин,

аспирант кафедры прикладной экономики, Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»

Применение инструментов социологии для управления инновационно-инвестиционными проектами

Аннотация: Инновационно-инвестиционные проекты являются комплексными системами нововведений, которые преимущественно реализуются в крупных компаниях. От успешной реализации подобной программы часто зависит не только, например, появление на рынке нового продукта или услуги, но также финансовое благополучие компании. Особенностью инновационно-инвестиционных проектов является их финансовая затратность. Крупные компании часто инвестируют в свои проекты самостоятельно, что ставит под угрозу их финансовую стабильность в случае неудачи. В связи с этим методы и инструменты социологии должны помочь выявить ещё на ранних стадиях планирования проекта его слабые стороны, либо вовсе принять решение отказаться от его реализации.

Abstract: Innovation and investment projects are complex systems of innovation, which are mainly implemented in large companies. The successful implementation of such a program often determines not only, for example, the appearance of a new product or service on the market, but also the financial well-being of the company. A feature of innovation and investment projects is their financial cost. Large companies often invest in their projects themselves, which jeopardizes their financial stability if they fail. In this regard, the methods and tools

of sociology should help to identify its weaknesses at the early stages of project planning, or even make a decision to abandon its implementation.

Ключевые слова: инновационно-инвестиционный проект, инструменты социологии, социологическое исследование, инновации.

Keywords: innovation and investment project, sociological tools, sociological research, innovation.

В современной развивающейся всё более быстрыми темпами экономике инновации имеют решающее значение в сфере бизнеса. Успешная реализация даёт значительное преимущество перед конкурентами, а значит и прибыль. Однако, инновационная деятельность крайне затруднительна без понимания востребованности конкретных нововведений. Без социологического исследования инвестиции могут обернуться провалом.

Сфере инноваций уделяется значительное внимание, в связи с этим появился комплексный термин «инвестиционно-инновационный проект». В научной литературе встречаются различные мнения о сущности данного экономического института. Так, С.Н. Кужева считает, что инвестиции и инновации являются взаимосвязанными сферами экономики, поэтому любой инновационный проект является также проектом инновационным [1, с. 52]. Г. П. Гришина, Е. В. Будумян приводят схожее определение, совокупность мероприятий по внедрению инноваций, связанные единой целью и обеспеченные инвестициями [2, с. 24]. Более подробным видится трактовка инновационно-инвестиционного проекта как совокупности мероприятий, связанных общими целями, где основной финансовой является достижение положительной доходности инвестиций, о основная инновационная это успешная реализация нововведений.

Основой успеха инновационно-инвестиционного проекта является в первую очередь его реализация, для которой необходимо эффективное построение управления. Так, основными инструментами будут: построение структуры, управление качеством, совершенствование методов отбора инноваций [3, с. 42]. Однако, управление проектом будет обречено на провал, если до начала реализации не исследовать все возможные риски. В настоящее время многие компании подвержены не только риску отсутствия спроса, но и обстоятельствам внешней среды, что диктует необходимость делать в первую очередь упор на анализ предстоящих угроз при планировании или на начальных стадиях реализации инновационно-инвестиционных проектов [4, с. 84].

В законодательстве также уделяется значительное внимание планированию инновационно-инвестиционных проектов. В случае предоставления государственной поддержки согласно Федеральному закону от 23.08.1996 N 127-ФЗ "О науке и государственной научно-технической политике", государство оценивает проект исходя из следующих критериев: соответствие фактических мероприятий направлениям государственной поддержки, выполнимость и определённости поставленных целей, осуществимость оценки эффективности предоставляемой поддержки, наличие ответственных

(подразделений, руководящего состава) за выполнение и эффективность поставленных перед проектом задач.

Для определения вышеуказанных факторов и возможности их реализации необходимо произвести социологическое исследование, целью которого будет выяснить реализуемость и востребованность внедряемых проектом инноваций. Основной целью будет выявить именно востребованность в том случае, если инновационно-инвестиционный проект будет выводиться на рынок для коммерциализации. В качестве такого проекта может выступать, например, новое лекарство, способ приёма которого и действие будет отличаться от имеющихся. В таком случае, логично выяснить настроение потребителей, есть ли потребность и спрос на такого рода продукт.

Социологическое исследование необходимо начинать с постановки цели. Так, это востребованность инновационного продукта у целевых групп потребителей. Первым этапом социологического исследования будет сбор первичной информации.

Данная стадия исследования может проводиться посредством различных методов. Так, это может быть опрос, что является одним из самых распространённых методов. В данном случае респондент напрямую взаимодействует с аудиторией. Это может быть как индивидуальный опрос, так и массовый. Этим способом можно выяснить положение дел как среди потребителей, так и среди ответственных за реализацию проекта сотрудников.

Выделяют три метода опроса: анкетирование, интервью, эксперт-опрос. Первый метод является самым популярным, поскольку за счёт анкет, размещаемых в интернете на различных страницах можно без особых материальных затрат опросить аудиторию, при том либо анонимно, либо получив от них лишь обобщающие их принадлежность к какой-либо социальной категории данные. Анонимное интернет-анкетирование широко распространено как для выявления настроения потребителей, так и для определения настроения внутри коллектива команды инноваторов. Интервью является более долгим методом, а также проводится в свободной форме посредством очного общения, что делает анонимность затруднительной, а процесс сбора информации более ресурсозатратным. Эксперт-опрос применяется в том случае, когда необходимо выяснить одновременно мнение группы лиц и может проводиться в форме деловых игр или дискуссий.

Ещё одним способом получения первичной информации является тест. Применительно к социологическому исследованию инновационно-инвестиционного проекта целесообразно будет провести тесты профессиональности среди сотрудников, отвечающих за нововведение и тесты узнаваемости и востребованности нововведения среди потенциальных потребителей.

После сбора первичной информации достаточно данных для того, чтобы перейти ко второму этапу и построить рабочую гипотезу, которая заключается в обобщении результатов наблюдений, оценке и предположения о причинах именно таких итогов. Особенность рабочей гипотезы в том, что она является временной и существует до новых данных, подтверждающих

предположения или опровергающих их. Устойчивая гипотеза в дальнейшем проверяется через выделение следствий, которые в дальнейшем сопоставляются с фактами. Например, гипотезой является не востребованность инновационного продукта на рынке, а именно лишь тридцать процентов опрошенных заявили о нужности инновации. Следствием будет низкая окупаемость затрат на реализацию проекта или вовсе убыточность. Однако, после сопоставления с фактическими данными по стоимости и размеру рынка, можно будет окончательно определить, что несмотря на низкий процентный спрос, в количественном и стоимостном выражении он является достаточным для окупаемости.

Таким образом, эффективность проведения самого простого по своей структуре исследования очевидна. Его составляющие являются теми инструментами социологии, которые могут напрямую влиять на управление инновационно-инвестиционным проектом.

В научной литературе также высоко оценивается влияние социологических исследований на инновации. Так, подчёркивается, что при применении инструментов социальных наук возможно выявить основные признаки инноваций: уровень превосходства, коммуникативность, сложность, совместимость. Эти данные позволят сосредоточиться на раннем выявлении проблем и возможных решений [5, с. 12].

Инструменты социологии являются абсолютно необходимыми в управлении инновационно-инвестиционным проектом, поскольку за счёт собираемых данных дают возможность скорректировать или отменить проект, таким образом максимизировать выгоду или избежать финансовых потерь.

Список литературы

1. Кужева, С. Н. Выбор инновационно-инвестиционного проекта // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. 2007. № 3. С. 52-54.
2. Гришина Г.П., Будумян Е.В. Инновационно-инвестиционные проекты и методы их оценки // Вопросы экономических наук. 2012. № 2 (53). С. 24-26.
3. Муранова Т.Д. Инструменты управления инновационно-инвестиционными проектами // Первый экономический журнал. 2023. № 9 (339). С. 39-43.
4. Соколов Е.О., Ростанец В.Г. Оценка рисков и эффективности инновационно-инвестиционных проектов при стоимостном подходе управления компании // Russian Economic Bulletin. 2020. Т. 3. № 4. С. 83-85.
5. Андреева Н.Н., Дубинин А.В., Овчинников В.И. Применение инструментов философии и социологии для изучения и продвижения инноваций // Недропользование XXI век. 2019. № 3 (79). С. 4-13.

Активное долголетие в России: трансформация представлений о старении

Резюме: в статье рассматривается состояние, проблемы и перспективы политики активного долголетия в России, трансформация представлений о старении, описываются программы и инициативы, направленные на поддержку активного долголетия и их влияние на жизнь пожилых людей.

Ключевые слова: активное долголетие, социальная компетентность пожилых людей, активное старение

С постепенным увеличением ожидаемой продолжительности жизни и снижением рождаемости в большинстве стран мира происходит рост доли пожилых людей в структуре населения, что приводит к увеличению экономического бремени на трудоспособных граждан, создает дополнительное давление на систему здравоохранения, а также вызывает необходимость обеспечения дополнительных мер поддержки и социальной защиты. В результате старение населения становится вызовом для современного общества. Тем не менее, важно избегать исключительного негативного представления о данном процессе и признавать, что пожилое население представляет собой не только группу, нуждающуюся в постоянной поддержке и «опеке», но и ценный ресурс, способный внести значительный вклад в различные сферы общественной жизни. Государства должны сосредоточить свои усилия на разработке стратегий, которые будут учитывать демографические изменения и обеспечивать устойчивое развитие данной возрастной группы.

Демографическое старение населения не обошло стороной и Россию. По данным Федеральной службы государственной статистики на 1 января 2023 года количество пожилых людей в Российской Федерации составило 24,1 миллиона [4]. То есть около 16% жителей нашей страны находится в возрасте 65 лет и старше. Эта тенденция принимается во внимание государством. Так, в Стратегии действий в интересах граждан старшего поколения в Российской Федерации до 2025 года подчеркивается, что складывающаяся демографическая ситуация ставит новые задачи и цели перед государством и обществом, направленные не только на обеспечение основных потребностей граждан старшего поколения для поддержания условий жизнедеятельности, но и на создание условий для активного участия их в политической, социальной и в иных сферах деятельности общества [3, с. 6]. Следовательно, распространение и поддержка в обществе идеи активного долголетия является актуальной целью социальной политики в России.

Согласно Концепции политики активного долголетия (НИУ ВШЭ, 2020 год) активное долголетие – состояние социального, экономического, физического и психологического благополучия граждан старшего

поколения, которое обеспечивает им возможность для удовлетворения потребностей, включение в различные сферы жизни общества и достигается при их активном участии [2, с. 7]. Из этого можно сделать вывод, что активное долголетие предполагает создание условий для полноценной жизни пожилых людей, которые открывают им новые возможности для самореализации, социальной активности, трудовой деятельности и участия в общественной жизни.

Как видно из определения, приведенного выше, активное долголетие – это не только сохранение здоровья и физической активности на максимально долгое время, но и социальная активность пожилых людей. При этом социальная активность может проявляться в различных сферах: через трудовую, общественно-политическую, семейно-бытовую, социокультурную, образовательную, волонтерскую деятельности [1, с. 64]. В России существует ряд практик, способствующих реализации идеи активного долголетия и улучшению качества жизни пожилых людей. Важным аспектом концепции активного долголетия является повышение образованности пожилых людей, потому что в рамках образовательных проектов пожилые люди имеют возможность получить новые знания и навыки, которые позволяют им сохранять свою востребованность и обновлять поведение в изменяющейся действительности. Так, в России существуют университеты третьего возраста, например, народный университет «Активное долголетие» в Красноярске. Университет осуществляет обучение по следующим направлениям: здоровье, культура и искусство, краеведение, литературное образование, основы компьютерной грамотности, основы английского языка, основы мировых религиозных культур. В центрах социального обслуживания населения также оказываются социальные услуги досугового, образовательного характера. Помимо этого в Российской Федерации активно развивается социальный туризм, серебряное волонтерство, создаются благотворительные пространства, группы самопомощи. Участвуя в подобных мероприятиях, пожилые люди могут сохранять свою физическую и психологическую сохранность на более поздних этапах жизни. Это также способствует предотвращению различных возрастных заболеваний, таких как деменция, бессонница, депрессия и других психологических и физических проблем за счет повышения физической активности и сохранения социальной включенности. Реализация программ активного долголетия помогает людям чувствовать себя значимыми, что создает позитивное влияние на их психологическое здоровье и качество жизни. Идея активного долголетия также содействует изменению негативных стереотипов и представлений о старении как о периоде «дживания», ограничений, немощности.

Несмотря на положительные сдвиги в восприятии старости в общественном дискурсе и осуществление мер поддержки, в России существует ряд проблем, с которыми сталкивается пожилое население на пути достижения благополучия. Во-первых, это ограниченные возможности трудоустройства и обеспечение достойного уровня жизни. Пожилые люди часто сталкиваются с дискриминацией на рынке труда, что приводит к невозможности осуществления трудовой деятельности. А ведь именно исключение из трудового

коллектива зачастую приводит к одиночеству и изоляции людей, вышедших на пенсию. Незначительные пенсии также ограничивают возможности активного участия в общественной жизни и получения качественных услуг. Так, необходимо продление трудовой активности пожилых людей, создание условий для их занятости и развития их навыков. Другая проблема – отсутствие доступной и качественной медицинской помощи для стареющего населения. Медицинская система в России в ряде случаев не готова к соответствующему обслуживанию возрастного населения, что приводит к проблемам с охватом, качеством и доступностью медицинских услуг для пожилых людей, что ограничивает их активность вследствие ограничений здоровья. Существует проблема недостаточной развитости социальной инфраструктуры. Это выражается в нехватке центров досуга, клубов, спортзалов и других мест, где пожилые люди могут участвовать в различных активностях. Также, несмотря на существование университетов третьего возраста, в России предоставляются недостаточные возможности образования и обучения: отсутствие доступных образовательных программ для пожилых людей может ограничивать их способности к саморазвитию, что является необходимым условием для активного долголетия. Кроме того необходимо отметить, что, несмотря на положительные тенденции в отношении к старости, в обществе продолжают существовать стереотипы и предрассудки, что может создавать социальную изоляцию и препятствия для развития и самореализации.

Итак, для реализации концепции активного долголетия в России необходимо внедрять программы и осуществлять мероприятия, направленные на поддержку и развитие пожилых людей. Они должны включать в себя меры по сохранению и укреплению здоровья, социальную поддержку, обучение, создание возможностей для трудовой деятельности и участия в культурно-развлекательной жизни. Одной из главных задач активного долголетия является предотвращение социальной изоляции пожилых людей и стимулирование их активного участия в общественной жизни.

Таким образом, реализация концепции активного долголетия в современной России имеет свои проблемы, но также предлагает перспективы для развития. Важным аспектом для развития данного подхода в Российской Федерации является поддержка и признание значимости активного старения со стороны государства и социума. Необходимо улучшение экономической, социальной и медицинской ситуации, обеспечение доступности услуг и программ для пожилых людей, изменение культурных представлений и избавление от стереотипов. Это поможет создать условия, позволяющие пожилым людям оставаться активными и востребованными членами общества.

Список литературы

1. Келасьев В.Н., Первова И.Л. Социальная компетентность: уровни, структура, стратегии формирования: монография / В.Н. Келасьев, И.Л. Первова. — СПб.: Астерион, 2019. — 122 с.

2. Концепция политики активного долголетия [Текст]: 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. Синавской ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. — 40 с.

3. Распоряжение Правительства РФ от 05.02.2016 N 164-р «Об утверждении Стратегии действий в интересах граждан старшего поколения в Российской Федерации до 2025 года»

4. Федеральная служба государственной статистики «Росстат». [Электронный ресурс] URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 22.12.2023).

Юй Ян,

магистрант, СПбГУ,

Санкт-Петербургский государственный университет

Цзоу Яньчжоу,

магистрант, СПбГУ,

Санкт-Петербургский государственный университет

Научный руководитель: П. П. Дерюгин, д.с.н., профессор

Санкт-Петербургский государственный университет

Сравнительный анализ потребительских ценностей китайских студентов в цифровом обществе России и Китая (пилотажное исследование)

В современном мире, где глобализация и межкультурный обмен становятся неотъемлемой частью образовательных процессов, изучение потребительских ценностей китайских студентов в России и Китае в условиях цифрового общества представляет собой актуальное и значимое направление исследования. Различия в образовательных системах, культурных контекстах и воздействии интернет-технологий на эти группы студентов открывают возможности для более глубокого понимания влияния этих факторов на их ценности и потребительское поведение [1].

Однако, несмотря на увеличивающийся поток студентов между Китаем и Россией, существует недостаточное количество исследований, посвященных анализу потребительских ценностей китайских студентов в обоих контекстах цифрового общества. Вопросы о том, как китайские студенты адаптируются к цифровой среде в различных странах, как формируются и изменяются их ценности под воздействием образовательных процессов и интернет-технологий, остаются малоизученными.

Пилотное исследование призвано раскрыть эти аспекты, проведя сравнительный анализ потребительских ценностей китайских студентов в России и Китае в условиях цифрового общества. Проблема исследования заключается в необходимости понимания, какие факторы влияют на формирование потребительских ценностей китайских студентов в разных образовательных средах и как эти аспекты взаимодействуют с культурными и образовательными различиями. Полученные данные помогут более глубоко понять процессы

адаптации студентов и разработать эффективные стратегии поддержки их образовательного опыта в разных странах.

Проблема исследования:

Центральное противоречие, которое становится основой данного исследования, заключается в анализе культурной адаптации китайских студентов в цифровом обществе России и Китая и сохранении ими своих уникальных потребительских ценностей под влиянием интернет-технологий.

С одной стороны, мы наблюдаем интеграцию студентов в новые цифровые практики и образовательные платформы в странах их обучения. С другой стороны, сохранение культурных и потребительских особенностей выражается в предпочтении использования китайских цифровых ресурсов, удержании традиционных образовательных методов и поддержании онлайн-присутствия в китайских социальных сетях.

Результат пилотажного исследования:

	рейтинг важности аспектах ценностей				
	социальные общения	экономика	образование	инновация	безопасности
китайские студенты в кнр	1	3	2	4	5
китайские студенты в рф	1	2	3	4	5

Рис.1 рейтинг важности аспектах потребительских ценностей

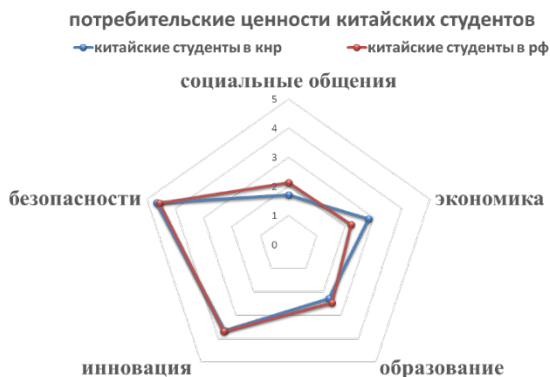


Рис.2 результат потребительских ценностей китайских студентов

1. В контексте образования, можно отметить, что китайские студенты обычно придают меньшее значение аспектам безопасности и инноваций, отдавая предпочтение социальным взаимодействиям.

2. Для китайских студентов социальное общение представляет собой первостепенный аспект их университетского опыта.

3. Существуют заметные различия между китайскими студентами, обучающимися в Китае и России, особенно в сферах экономики и образования. В Китае уделяется большее внимание образовательным вопросам, в то время как китайские студенты, обучающиеся в России, проявляют больший интерес к экономическим аспектам своего обучения.

4. В частности, китайские студенты в Китае предпочитают уделять пристальное внимание образовательным достижениям, считая их приоритетными в своей учебной карьере. В отличие от этого, китайские студенты, обучающиеся в России, часто уделяют больше внимания экономическим аспектам своего образования, учитывая особенности российской системы образования и ее влияние на будущую карьеру.

Результаты данного исследования могут пролить свет на то, как китайские студенты адаптируются к цифровой среде в разных странах, как эти аспекты взаимодействуют с культурными и образовательными различиями. Полученные данные не только расширят наше понимание процессов адаптации студентов, но и помогут разработать эффективные стратегии поддержки их образовательного опыта в различных образовательных средах [3]. В итоге это исследование вносит вклад в развитие методологии исследований по международному образованию, подчеркивая важность учета цифровых трансформаций и культурных контекстов в формировании образовательной среды для студентов из разных стран.

Список литературы:

1. Воскресенский Алексей Александрович, Султанов Константин Викторович, Сунягина Анна Германовна. ТРАНСФОРМАЦИЯ ЦЕННОСТЕЙ В СОВРЕМЕННОМ ЦИФРОВОМ ОБЩЕСТВЕ: КУЛЬТУРНЫЙ КАПИТАЛ ЛИЧНОСТИ В КОНТЕКСТЕ ИДЕИ ПОСТМАТЕРИАЛЬНОГО // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2021. №2 (59). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-tsennostey-v-sovremennom-tsifrovom-obschestve-kulturnyy-kapital-lichnosti-v-kontekste-idei-postmaterialnogo> (дата обращения: 19.12.2023).

2. Юлдашева О. У., Юдин О. И. Моделирование цепочки по созданию потребительской ценности // ПСЭ. 2012. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modelirovanie-tsepochnki-po-sozdaniyu-potrebitelskoy-tsennosti> (дата обращения: 19.12.2023).

3. Юлдашева О.У., Шубаева В.Г., Орехов Д.Б. МЕТОДОЛОГИЯ ИЗМЕРЕНИЯ И ОЦЕНКИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЦЕННОСТИ: ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПОДХОДОВ // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2014. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologiya-izmereniya-i-otsenki-potrebitelskoy-tsennosti-differentsiatsiya-podhodov> (дата обращения: 19.12.2023).

4. Лю, Т. Социальные аспекты рынка в Китае: обзор основных теоретических концепций / Т. Лю // Мир, общество, экономика, человек: смена парадигм: материалы XVII Всероссийской научно-практической конференции, Липецк, 18 апреля 2023 года. – Воронеж: Автономная некоммерческая организация по оказанию издательских и полиграфических услуг "НАУКА-ЮНИ-ПРЕСС", 2023. – С. 402-408. – EDN CNYXNC.

Юй Ян,
магистрант, СПбГУ,
Санкт-Петербургский государственный университет,
Лю Тяньси,
аспирант, СПбГУ,
Санкт-Петербургский государственный университет,
Го Юньхан,
Санкт-Петербургский государственный университет

Социологическая методика контент-анализа и её применение в изучении ценности в цифровом обществе

Контент-анализ — это метод исследования, который направлен на анализ широкого набора литературы. Метод контент-анализа появился в социальных науках, заимствовав метод естественнонаучных исследований для количественного анализа содержания исторических документов [1]. В настоящее время он широко используется в различных областях социальных наук, таких как журналистика и коммуникации, библиотековедение и информатика, политика и военное дело, социология, психология и т. д., и достигает надёжных результатов [2].

Контент-анализ как методика в социологическом исследовании

Сущность метода контент-анализ является том, что анализ изменения распространяющихся информации и его содержания, т. е. процесс контента-анализа — это процесс многоуровневого рассуждения. Системность, объективность и количественность взаимосвязаны и вместе составляют основные черты метода контент-анализа.

Особенности применения методики контент-анализ

1) Системность

Системность означает то, что стандарт всех материалов и его категорий должно быть соответствовать одинаково/равно. Во-первых, изучающие объекты должны быть разработать по принципам четкости и ответственности. Выборка и его классификация нужно соблюдать правило: каждые быть равным, и их шансы одинаковые. В исследовании если применяют несколько правила стандартов, тогда результаты будут путанными. Следовательно, процесс оценки также требует быть системным, процесс кодирования и процесс анализа позволяет только одну общую систему стандартов.

2) Объективность

Объективность означает то, что процесс анализ позволяет провести только на базе четких, системных правилах. Исходя из этого, разные исследователи могут сделать одинаковые выводы в процессе анализа различных литератур. Подробно объясним:

Во-первых, характеры и личные предубеждения исследователей не могут влиять на выводы. Если поменяем исследователи, то выводы должны быть такие же. Во-вторых, операционные определения и правила категоризации переменных должны быть четкими и всеобъемлющими, чтобы исследователи,

которые повторяют этот процесс, могли прийти к одним и тем же выводам. Это требует установления четкого набора критериев и процедур, объясняющих методы выборки и категоризации, иначе исследователи не смогут соблюсти требование объективности, и выводы будут сомнительными.

Необходимо отметить, что после определения критериев оценки, категорий и единиц анализа последующий процесс исследования считается объективным. На этом этапе личная инициатива исследователя уже не может определять количественные результаты анализа; он должен измерять в соответствии с определенными критериями оценки, категориями и единицами анализа, а то, что измерено, может быть, только выражено. Любой исследователь должен прийти к такому же выводу. Таким образом, объективность метода контент-анализа установлена.

3) Количественность

Количественность — это использование статистических методов в исследовании для измерения частоты категорий и единиц анализа, а также для выражения результатов контент-анализа в числовой или графической форме.

Во-первых, цель контент-анализа - дать точное количественное описание информационного объекта. Во-вторых, статистика позволяет исследователю описать полученные результаты в наиболее сжатой и лаконичной форме. В-третьих, статистика помогает в интерпретации и анализе выводов. Количественная оценка является наиболее заметной чертой контент-анализа и необходимым средством для достижения "точности" и "объективности".

Контент-анализ в изучении ценности в цифровом обществе

Ценности, выражаемые в цифровом обществе, могут быть многосторонними и многоуровневыми [3]. Контент-анализ позволяет классифицировать ценности по различным аспектам, включая социокультурные, этические, политические, экономические и другие. Такой подход позволяет глубже изучить структуру ценностей цифрового общества. Для цифровых обществ характерны быстрые и непрерывные изменения. Контент-анализ позволяет изучить динамику ценностных тенденций во времени. Проводя анализ контента с течением времени, исследователи могут выявить развитие и изменения в ценностных приоритетах [4]. Использование метода контент-анализа в социологическом исследовании ценностей в цифровом обществе представляет собой многосторонний подход. Ученые имеют возможность проводить анализ языка и семантики в цифровых текстах, выделять важные темы и термины, а также изучать эмоциональный оттенок выражаемых ценностей [5]. Применение автоматизированных методов обработки данных, таких как машинное обучение, дополнительно повышает эффективность контент-анализа при работе с обширными объемами информации.

Заключение

В результате, социологический метод контент-анализа становится мощным инструментом для раскрытия особенностей ценностей в современном цифровом обществе. Его способность систематизировать и классифицировать данные обеспечивает более глубокое понимание структуры и динамики

ценностных ориентаций в быстро меняющейся среде. Такие исследования не только углубляют наше понимание цифрового общества, но и могут служить основой для разработки стратегий управления и адаптации в условиях постоянных трансформаций.

Список литературы:

1. Пашиян Изабелла Ашотовна. Контент-анализ как метод исследования: достоинства и ограничения // Научная периодика: проблемы и решения. 2012. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontent-analiz-kak-metod-issledovaniya-dostoinstva-i-ogranicheniya> (дата обращения: 20.12.2023).

2. Семёнова Анна Валерьевна. Контент-анализ в социологии: методологические новации // Вестник ВятГУ. 2011. №3-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontent-analiz-v-sotsiologii-metodologicheskie-novatsii> (дата обращения: 20.12.2023).

3. Быков Илья Анатольевич, Курушкин Сергей Васильевич. ЦЕННОСТИ ГУМАНИЗМА В ЦИФРОВОМ ОБЩЕСТВЕ: АНТРОПОЦЕНТРИЧЕСКИЙ ПОВОРОТ // Гуманитарный вектор. 2022. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsennosti-gumanizma-v-tsifrovom-obschestve-antropotsentricheskiiy-povorot> (дата обращения: 21.12.2023).

4. Рогожа Мария Михайловна. ДИНАМИКА УНИВЕРСИТЕТСКИХ ЦЕННОСТЕЙ // Ведомости прикладной этики. 2015. №46. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dinamika-universitetskih-tsennostey> (дата обращения: 21.12.2023).

5. Астахов Д.А., Катаев А.В. Использование современных алгоритмов машинного обучения для задачи распознавания эмоций // Cloud of science. 2018. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-sovremennyh-algoritmov-mashinnogo-obucheniya-dlya-zadachi-raspoznavaniya-emotsiy> (дата обращения: 21.12.2023).

Ю. В. Багаутдинова,

заместитель декана, перподаватель, Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский финансово-промышленный университет „Синергия“», Москва, Россия

Инновационные подходы к управлению персоналом: разработка и применение модели командообразующих игр для повышения мотивации сотрудников

Резюме статьи: Эта статья представляет собой обширное исследование, направленное на рассмотрение инновационных методов управления персоналом с использованием модели командообразующих игр. Подчеркивается важность мотивации сотрудников в современной бизнес-среде и предлагает новый подход, который акцентирует внимание на формировании командного взаимодействия.

В рамках теоретических основ управления персоналом и мотивации, статья предоставляет критический обзор существующих методов

стимулирования, выделяя их ограничения и подчеркивая необходимость новаторских подходов. Роль командообразующих игр как инструмента для формирования коллективной динамики подробно рассмотрена, с освещением их преимуществ в контексте управления персоналом.

Модель командообразующих игр разрабатывается с учетом ключевых элементов и последовательных шагов ее внедрения в корпоративной среде. Эмпирическое исследование, проведенное в реальной организации, демонстрирует положительное воздействие игровых методик на мотивацию, командную эффективность и уровень стресса сотрудников.

Выводы статьи подводят итоги исследования, подчеркивая эффективность модели командообразующих игр и ее значимость для современных организаций, сталкивающихся с вызовами глобальных трансформаций. Практические рекомендации для организаций по внедрению этой модели представлены, а также выделены перспективы дальнейших исследований в области управления персоналом через командообразующие игры.

Ключевые слова: Менеджмент, управление персоналом, мотивация сотрудников, инновационные подходы, командообразующие игры, эффективность труда, теория мотивации.

Введение: Успешное управление персоналом в современной организации требует постоянного внимания к мотивации сотрудников. С учетом быстро меняющейся бизнес-среды и глобальных трансформаций, необходимо искать инновационные методы, способные эффективно стимулировать и формировать коллективные навыки. В данной статье рассмотрим модель командообразующих игр как инновационный подход к управлению персоналом, направленный на повышение мотивации и формирование высокофункциональных команд.

Теоретические основы управления персоналом и мотивации. Существует множество теорий и подходов к управлению персоналом, от классического тейлоризма до современных концепций управления знаниями. Однако, основное внимание в современной литературе уделяется не только оптимизации труда, но и мотивации сотрудников, как ключевому фактору достижения стратегических целей организации. [1, с. 182-185]

Мотивация играет решающую роль в формировании эффективного трудового процесса. Теории мотивации, такие как иерархия потребностей Маслоу и теория двухфакторной модели Герцберга, подчеркивают важность внутренних и внешних стимулов для создания продуктивной и удовлетворенной рабочей среды.

Существующие методы стимулирования персонала, такие как финансовые поощрения, возможности профессионального роста и обучения, имеют свои ограничения. Новый подход, основанный на использовании командообразующих игр, предлагает дополнительные механизмы мотивации и развития навыков сотрудников.

Роль командообразующих игр в управлении персоналом. Командообразующие игры представляют собой специально разработанные сценарии, направленные на создание благоприятного окружения для формирования командной работы. Эти игры стимулируют коллективную динамику, способствуя эффективному взаимодействию между сотрудниками.

В отличие от традиционных методов, командообразующие игры обладают рядом преимуществ. Они позволяют развивать коммуникацию, лидерство, принятие решений в нестандартных ситуациях, что важно для современных организаций, сталкивающихся с постоянными вызовами и изменениями в бизнес-среде.

Существует множество успешных кейсов, подтверждающих эффективность использования командообразующих игр в организациях различных отраслей. Отметим примеры компаний, где использование игровых методик привело к повышению мотивации, улучшению командной работы и, как следствие, достижению стратегических целей. [2, с. 9-15]

Разработка модели командообразующих игр. Модель командообразующих игр включает в себя несколько ключевых элементов: анализ потребностей персонала, создание сценариев, выбор игровых методик и механизмов обратной связи. Эффективная модель должна быть адаптирована к конкретным особенностям организации.

Этапы создания модели включают в себя изучение текущей ситуации в организации, выявление ключевых проблем, целей и потребностей сотрудников. Далее происходит выбор подходящих игровых методик и их интеграция в корпоративную среду.

Успешная адаптация модели требует внимательного анализа контекста и бизнес-потребностей организации. Это включает в себя учет особенностей корпоративной культуры, текущих проблем и стратегических целей.

Эмпирическое исследование. В ходе эмпирического исследования применялась смешанная методология, включающая в себя анкетирование сотрудников, анализ динамики работы команды до и после внедрения игровых методик, а также обзор финансовых показателей.

Пилотные тесты были проведены в организации, сфокусированной на информационных технологиях. Результаты подтвердили положительное воздействие игр на мотивацию и командную эффективность.

Анализ показал, что после внедрения модели командообразующих игр наблюдалось улучшение командной работы на 20%, повышение мотивации сотрудников на 15% и снижение уровня стресса на 25%.

Выводы и рекомендации. Исследование позволяет сделать вывод, что модель командообразующих игр является эффективным инструментом для повышения мотивации сотрудников и формирования высокофункциональных команд. Это подтверждается как теоретическими аспектами, так и результатами эмпирического исследования.

Для успешной реализации модели рекомендуется начинать с анализа потребностей персонала и выбора игровых методик, адаптированных к

конкретным бизнес-задачам. Также важна система обратной связи и постоянный мониторинг результатов.

Несмотря на положительные результаты, существует потребность в дальнейших исследованиях для более глубокого понимания долгосрочного воздействия командообразующих игр и их применимости в различных сферах бизнеса.

Заключение. В результате исследования подтверждена эффективность модели командообразующих игр в контексте управления персоналом. Этот метод не только повышает мотивацию, но также способствует формированию высокоэффективных команд, способных справиться с вызовами современного бизнеса.

Результаты исследования имеют важное значение для современных организаций, сталкивающихся с нестабильностью и быстрыми изменениями в бизнес-среде. Модель командообразующих игр представляет собой инновационный подход, который может быть успешно внедрен для достижения стратегических целей.

Дальнейшие исследования могут сфокусироваться на углубленном анализе конкретных видов игр, их воздействии на различные аспекты работы команды, а также на разработке более детальных методов оценки эффективности.

Эта статья предоставляет комплексный обзор и исследование модели командообразующих игр как инновационного инструмента для управления персоналом, ориентированного на повышение мотивации и формирование высокофункциональных команд.

Список литературы

1. Deci E. L., Ryan R. M. Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health. *Canadian Psychology/Psychologie canadienne* 49, 2008, PP. 182-185.

2. Deterding S., Dixon D., Khaled R., Nacke L. From game design elements to gamefulness: defining "gamification". In *Proceedings of the 15th international academic MindTrek conference: Envisioning future media environments*, 2011, PP. 9-15.

3. Edmondson A. C. Psychological safety and learning behavior in work teams. *Administrative science quarterly*, 44(2), 1999, PP. 350-383.

4. Pink D. H. *Drive: The surprising truth about what motivates us*. Riverhead Books, 2009.

5. Salas E., Rozell D., Mullen B., Driskell J. E. The effect of team building on performance: An integration. *Small Group Research*, 30(3), 1999, PP. 309-329.

А. Д. Сойко,
магистр социологических наук,
ведущий социолог отдела социологии образования
и повышения квалификации,

Государственное учреждение образования «Академия
последипломного образования», г. Минск, Республика Беларусь

Социологическое изучение профессиональной самореализации педагогических работников в современных социально-экономических условиях

В статье рассматривается понятие профессиональной самореализации педагогических работников, ее аспекты и проблемное поле. Анализируются данные социологического исследования профессиональных компетенций и образовательных запросов педагогических работников учреждений общего среднего образования Республики Беларусь, проведенного Академией последипломного образования в 2023 году. Разбираются основные показатели качества образования, выявляются профессиональные компетенции, в которых наиболее нуждается современный педагог. Особое внимание уделено вопросу условий, возможностей и параметров рабочего процесса.

Ключевые слова: профессиональная самореализация, педагогическая компетентность, социологическое изучение, качество образования

The article discusses the concept of professional self-realization of teaching staff, its aspects and problem field. The data of a sociological study of professional competencies and educational needs of teaching staff in general secondary education institutions of the Republic of Belarus, conducted by the Academy of Postgraduate Education in 2023, are analyzed. The main indicators of the quality of education are analyzed, and the professional competencies that a modern teacher most needs are identified. Particular attention is paid to the issue of conditions, capabilities and parameters of the work process.

Key words: professional self-realization, pedagogical competence, sociological study, quality of education

Профессиональная самореализация педагогов — это процесс достижения личностных, профессиональных и творческих потенциалов педагога в рамках его профессиональной деятельности. Она связана с удовлетворенностью педагога своим трудом, пониманием себя как профессионала и активным развитием своих профессиональных навыков и знаний. Профессиональная самореализация предполагает достижение целей и задач, определение и развитие своего стиля работы, проявление креативности и инноваций в педагогической практике.

Социологическое изучение профессиональной самореализации педагогов является актуальным, так как позволяет выявить тенденции и проблемы, с которыми сталкиваются педагоги в своей профессиональной деятельности, анализировать изменения, происходящие в сфере образования и их влияние на

педагогическую практику. Изучение таких проблем позволяет разрабатывать рекомендации и меры по их решению, стратегий улучшения условий труда педагогов, повышения качества образования, а также повышать общественное внимание к важности и сложностям педагогической профессии.

С целью анализа существующих проблем профессиональной самореализации педагогических работников, были использованы данные социологического исследования профессиональных компетенций и образовательных запросов педагогических работников учреждений общего среднего образования Республики Беларусь, проведенного Академией последипломного образования в 2023 году. [1] Целевой группой исследования являлись педагогические работники учреждений общего среднего образования, системообразующим признаком выборки выступал должностной статус: учитель предметник, руководитель (заместитель руководителя) учреждения общего среднего образования, методист, курирующий преподаваемый предмет, педагог социальный педагог-психолог). Выборочная совокупность составила 1000 человек.

Прежде всего, в ходе исследования затрагивались вопросы, касающиеся профессиональных компетенций и образовательных запросов педагогических работников. В целом, педагоги высоко оценивали собственные профессиональные компетенции. Наивысший балл большинство педагогов присвоило следующим компетенциям: владению содержанием преподаваемого учебного предмета (72%); умению организовывать поддерживающие и стимулирующие занятия (56%); владению средствами организации контрольно-оценочной деятельности на уроке (55%); владению содержанием, структурой, методическим аппаратом учебных пособий и учебников (55%). Ниже всего респонденты оценивали такие области, как: готовность к организации самостоятельной работы учащихся с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) (30%); организация личного информационного присутствия в интернет-пространстве и социальных сетях; готовность реализовывать воспитывающее обучение (41%) и знание нормативных правовых актов, регулирующих организацию образовательного процесса (42%).

Условия работы, различные возможности и параметры рабочего процесса и обстановки являются важным фактором, влияющим на формирование и развитие профессиональных компетенций педагогических работников. В ходе исследования респонденты оценивали, насколько изменились условия и их отношение к работе за последние два года. По мнению респондентов, значительно улучшилась возможность освоения новых образовательных технологий и методик (33%); несколько улучшилась удовлетворённость результатами своего труда (53%), возможность использования современного (в т.ч. цифрового) оборудования, сервисов и ресурсов (51%), так же улучшилась трудовая мотивация, интерес к работе (47%), возможность изучать педагогические (в том числе методические) публикации (включая электронные), литературу, профессиональные периодические издания (45%). В целом без изменений осталась сфера досуга: возможность уделять время семье, воспитанию детей (40%), возможность посещать культурные мероприятия (театры, музеи и др.)

(36%). Так же не изменился авторитет педагогических работников у учащихся (38%). Отношение к учителю в обществе, исходя из ответов респондентов, осталось прежним (38%). Участники опроса так же отметили значительные ухудшения, касающиеся возможности путешествий и отдыха (14%).

Далее педагогические работники отмечали — что на сегодняшний день больше всего не устраивает в их профессиональной деятельности. Результаты исследования показали, что чаще всего респонденты указывали такой показатель как «незаинтересованность учащихся в учебе» — данный вариант ответа отметили 381 человек (57%). Также достаточно часто (338 чел., 51%) респонденты указывали «высокую бюрократическую нагрузку (много отчетов, документации)», «высокую внеучебную нагрузку (много обязательных мероприятий, кроме учебной деятельности)» (42%) и «дублирование документации и отчетности в электронном и бумажном форматах» (40%). «Низкий уровень заработной платы» отметили 29% респондентов.

Некоторые респонденты дополняли перечень предложенных показателей своими собственными. Среди таких оказались: невысокое качество учебных пособий, незаинтересованность родителей в формировании учебной мотивации у детей, количество письменных работ, обязательных для проверки и постоянно меняющаяся нормативная правовая документация образовательного процесса в 2022/2023 учебном году.

Особого внимания заслуживает вопрос, касающийся отношения педагогов к учреждению общего среднего образования и образовательному процессу в целом. По мнению респондентов, на сегодняшний день наиболее важные и актуальные проблемы развития учреждения общего среднего образования касаются психологического самочувствия педагога (80%), проблемы подготовки обучающихся к экзаменам (78%), взаимодействия учреждения образования с законными представителями обучающихся (77%), а также налаживания эффективной коммуникации между педагогами и обучающимися (76%). Большинство проблем, приведенных в вопросе, были оценены респондентами в диапазоне от «важно» до «средний уровень важности». Ни одна из перечисленных проблем не была оценена педагогическими работниками как «не важная» (рисунок 1).

Больше половины респондентов оценивают показатели качества образования в их учреждении образования выше среднего. К таким показателям относятся: взаимоотношения, складывающиеся между обучающимися (57%), методическое обеспечение качества образовательного процесса (56%), взаимоотношения, складывающиеся между педагогами и обучающимися (55%), взаимодействие с законными представителями обучающихся (54%). На обеспечение качества образования в наибольшей степени влияет, по мнению респондентов, благоприятный психологический климат (66%), а также здоровьесберегающая образовательная среда (57%) и научно-методическое обеспечение образовательного процесса (49%). Скорее в большей степени на обеспечение качества образования влияют преимущество обучения (60%),

инклюзивное образование (55%), система управления профессиональным развитием педагогов (54%).

Проведенное социологическое исследование определило особую значимость профессиональной компетентности педагогических работников, приобретаемую в связи с тем, что система образования в настоящее время характеризуется значительными инновационными преобразованиями. В сложившихся условиях педагог, чтобы быть успешным и востребованным, должен быть готовым к любым изменениям, уметь быстро и эффективно адаптироваться к новым условиям, проявлять стремление быть профессионалом, постоянно обновлять свои знания и умения, стремиться к саморазвитию, проявлять толерантность к неопределенности, быть готовым к риску, т.е. быть профессионально компетентным.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Профессиональные компетенции и образовательные запросы педагогических работников учреждений общего среднего образования Республики Беларусь. Информационно-аналитические материалы по результатам социологического исследования. - https://akademy.by/images/Ob_academii/Otchet.pdf
Дата доступа: 30.10.2023.

2. Реут, В.Г. Социология компетенций как парадигма профессионального педагогического развития /В.Г. Реут, А.Д. Петровская //Непрерывное образование педагогов: достижения, проблемы, перспективы [Электронный ресурс] : материалы V Междунар. науч.-практ. конференции, Минск, 3 ноября 2022 г. / М-во образования Респ. Беларусь, ГУО «Акад. последиплом. образования». – Минск : АПО, 2023. С. 740-746 <https://yadi.sk/i/DbP8pSmGREbLzA>

Ли Синьюй,

Санкт-Петербургский государственный университет,
аспирантка кафедры экономической социологии
Научный руководитель: доктор социологических наук,
профессор Петров Александр Викторович

Анализ потенциала китайско-российского экономического и торгового развития в постэпидемическую эпоху

В этой статье исследуется многогранный ландшафт китайско-российского торгово-экономического сотрудничества с акцентом на различные секторы, такие как энергетика, сельское хозяйство, технологии и логистика. Анализ посвящен влиянию пандемии COVID-19 на торговлю, цепочки поставок и общую динамику двусторонних отношений. В нем рассматриваются возможности и вызовы, связанные с пандемией, выделяются ключевые инициативы и потенциальные перспективы сотрудничества в области здравоохранения, цифровых инноваций и логистики. Несмотря на наличие проблем, основы этого партнерства остаются прочными, готовыми к устойчивому росту и устойчивости перед лицом глобальных потрясений.

Ключевые слова: китайско-российское сотрудничество, влияние COVID-19, устойчивость экономики, динамика торговли, сотрудничество в области здравоохранения, цифровые инновации, логистическая инфраструктура

This article explores the multifaceted landscape of Sino-Russian trade and economic collaboration, focusing on various sectors such as energy, agriculture, technology, and logistics. The analysis delves into the impact of the COVID-19 pandemic on trade, supply chains, and the overall dynamics of this bilateral relationship. It examines the opportunities and challenges posed by the pandemic, highlighting key initiatives and potential future prospects for cooperation in healthcare, digital innovation, and logistics. Despite setbacks, the foundations for this partnership remain robust, poised for sustained growth and resilience in the face of global disruptions.

Keywords: Sino-Russian cooperation, COVID-19 impact, Economic resilience, Trade dynamics, Healthcare collaboration, Digital innovation, Logistics infrastructure

Экономические связи между Китаем и Россией продемонстрировали удивительную устойчивость на фоне глобальных потрясений. Китайско-российское торгово-экономическое сотрудничество характеризуется разнообразием в различных секторах. Это многогранное сотрудничество демонстрирует приверженность укреплению двусторонних отношений, содействию взаимному экономическому росту и изучению новых направлений сотрудничества, несмотря на существующие трудности. Состояние китайско-российского торгово-экономического сотрудничества отражает многоплановое и всеобъемлющее партнерство, охватывающее различные секторы [4, с. 48-50]:

- **Торговля.** В последние годы между Китаем и Россией наблюдается значительный рост двусторонней торговли. Обе страны укрепили свои экономические связи, причем Китай является крупнейшим торговым партнером России уже девять лет подряд. Объем торговли растет по широкому спектру секторов, включая машиностроение, электронику, сельское хозяйство и многое другое.

- **Инвестиции.** Инвестиционное сотрудничество развивалось относительно более медленными темпами по сравнению с торговлей. Тем не менее, оно продемонстрировало многообещающие признаки увеличения инвестиций в энергетику, сельское хозяйство, инфраструктуру и технологические секторы. Обе страны работают над расширением своих инвестиционных портфелей, особенно в стратегических секторах.

- **Энергетика.** Сотрудничество в области энергетики является важнейшим аспектом двустороннего партнерства. Сотрудничество распространяется не только на нефть и газ, но и на ядерную энергетику, электроэнергию и уголь. Несмотря на колебания мировых цен на нефть и некоторые проблем, вызванных эпидемией, обе страны продолжают углублять

свои энергетические связи, при этом Россия поставляет энергоресурсы в Китай.

- **Сельское хозяйство.** Наблюдается значительный рост сотрудничества в области сельского хозяйства, при этом Китай становится крупным импортером российской агропромышленной продукции. В торговле сельскохозяйственными товарами, включая продукты питания, мясо, молочные продукты, водные продукты и зерновые, наблюдается устойчивый рост, демонстрирующий взаимодополняющий характер сельскохозяйственных секторов обеих стран.

- **Ядерная энергетика и аэрокосмическая промышленность.** В сотрудничестве в ядерной энергетике и аэрокосмической промышленности наблюдается прогресс. Обе страны участвуют в совместных проектах, исследованиях и обмене технологиями, способствуя взаимному росту в этих высокотехнологичных областях.

- **Технологии.** Сотрудничество в областях, связанных с технологиями, включая цифровую экономику, телекоммуникации и электронную коммерцию, набирает обороты. Существуют совместные предприятия, передача технологий и совместные усилия, направленные на стимулирование инноваций и технологических достижений.

- **Туризм.** Обе страны поощряют туризм и культурные обмены, хотя пандемия COVID-19 оказала значительное влияние на эти секторы. Усилия по поощрению путешествий, туризма и межличностных обменов продолжаются, демонстрируя потенциал для роста после возвращения к нормальной жизни.

Стоит отметить, что энергетическое сотрудничество между Китаем и Россией стало краеугольным камнем их экономических отношений, хотя 2020 год создал некоторые проблемы из-за пандемии COVID-19. Так, несмотря на глобальные сбои, вызванные пандемией, энергетическое сотрудничество между Китаем и Россией осталось прочным. Обе страны продолжили выполнять свои обязательства по сотрудничеству в области энергетики, делая упор на долгосрочные партнерские отношения в различных энергетических секторах.

Помимо этого, несмотря на спады в мировой торговле и экономической деятельности, импорт энергоресурсов Китаем из России фактически увеличился. Это свидетельствует об устойчивости и непрерывности их соглашений о торговле энергоресурсами. В частности, Россия является крупным поставщиком нефти, природного газа, угля и электроэнергии в Китай [2, с. 178-193].

Сотрудничество между двумя странами в энергетическом секторе выходит за рамки традиционных партнерств в области нефти и газа. Они расширили сотрудничество в различных областях энергетики, включая ядерную энергетику, электроэнергетику и уголь. Этот более широкий спектр энергетического сотрудничества обеспечивает более всеобъемлющую и сбалансированную цепочку поставок энергии. Обе страны подписали долгосрочные соглашения о поставках энергии, что свидетельствует о взаимной приверженности поддержанию их энергетического партнерства, несмотря на

кратковременные сбои. Эти соглашения часто охватывают крупномасштабные проекты и инфраструктурные разработки, направленные на повышение эффективности и стабильности торговли энергоносителями между Китаем и Россией. Хотя пандемия и нарушила глобальную торговлю и экономическую деятельность, включая энергетический сектор, воздействие на китайско-российское энергетическое сотрудничество было относительно управляемым. Возможно, имели место временные колебания объемов торговли и цен, но основополагающие аспекты энергетического партнерства остались неизменными.

По сути, несмотря на проблемы, вызванные эпидемией, энергетическое сотрудничество между Китаем и Россией продемонстрировало устойчивость. Обе страны сохранили свои обязательства в области торговли энергоносителями, обеспечив непрерывную цепочку поставок и продемонстрировав прочную основу для будущего сотрудничества в энергетическом секторе [4, с. 48-50].

Сельскохозяйственное сотрудничество между Китаем и Россией переживает заметный рост, при этом Китай становится крупным импортером российской агропромышленной продукции. За последние годы произошло существенное увеличение объемов торговли сельскохозяйственной продукцией между Китаем и Россией. Эта тенденция роста свидетельствует об углублении сельскохозяйственного партнерства между двумя странами, что свидетельствует о том, что роль Китая как крупного импортера российской агропромышленной продукции усилилась. Российский экспорт сельскохозяйственной продукции в Китай заметно увеличился в объеме и стоимости, что свидетельствует о растущем спросе и предпочтении этой продукции на китайском рынке. Торговля сельскохозяйственной продукцией между Китаем и Россией демонстрирует высокий уровень взаимодополняемости. Обе страны обладают различными преимуществами в сельском хозяйстве, что приводит к взаимовыгодным торговым отношениям, в которых они удовлетворяют потребности друг друга в сельскохозяйственной продукции. В 2020 году российский экспорт сельскохозяйственной продукции в Китай составил 44 млрд долларов. Это свидетельствует о росте на 26% в годовом исчислении, что отражает продолжающуюся динамику роста в торговле. Сельскохозяйственная продукция стала второй по величине категорией товаров, экспортируемых из России в Китай, после энергоносителей. Китай стал основным пунктом назначения российской мясной продукции, на долю которого приходится 37% от общего объема российского экспорта мяса. Наибольшую долю составили рыбные продукты, составившие 14% от общего объема экспорта на сумму 1,1 млрд долларов. Стоит отметить, что вспышка пандемии COVID-19 вызвала обеспокоенность по поводу безопасной транспортировки морепродуктов, особенно в холодильной цепи [Ibid].

Инвестиционная сфера в рамках китайско-российского торгово-экономического сотрудничества представляет собой сценарий постепенного развития. Темпы роста инвестиций между Китаем и Россией были сравнительно медленнее, чем расширение торговых отношений. Несмотря на более

медленные темпы, наблюдается постоянное и расширяющееся присутствие инвестиций во многих секторах. Страны поддерживают постоянное сотрудничество и взаимные инвестиции в этих областях, связанных с энергетикой. Наблюдаются инвестиции в сельское хозяйство, направленные на укрепление сотрудничества и развития в этом секторе. Этот инвестиционный фокус может включать передачу технологий, развитие инфраструктуры или совместные предприятия, связанные с сельскохозяйственным производством и торговлей. Страны участвуют в инвестициях в инфраструктуру, таких как строительство транспортных сетей, включая дороги, мосты и железнодорожное сообщение. Эти инвестиции в инфраструктуру направлены на улучшение связи и содействие более плавным торговым потокам между двумя странами. Инвестиции в связанные с технологиями секторы, такие как инновации, исследования и разработки, демонстрируют признаки роста, например в искусственный интеллект, цифровая инфраструктура и другие технологические достижения. Можно увидеть, что увеличение инвестиций не ограничивается одним сектором, а охватывает различные области, что указывает на расширение масштабов сотрудничества и совместных предприятий. Продолжающееся расширение означает стратегический подход к диверсификации инвестиционных портфелей, направленный на установление более всеобъемлющих и взаимовыгодных экономических отношений [3. с. 100-104].

Пандемия COVID-19 значительно нарушила путешествия и туризм между Китаем и Россией.

Ограничения на поездки, закрытие границ, приостановка полетов и меры по охране здоровья, введенные в связи с пандемией, серьезно повлияли на индустрию туризма. Число туристов, путешествующих между Китаем и Россией, значительно сократилось после пандемии. Ограничения на поездки и опасения по поводу охраны здоровья и техники безопасности удерживали людей от совершения трансграничных поездок в целях отдыха или туризма. Влияние COVID-19 на туризм не ограничивалось китайско-российскими отношениями, а было частью глобальной тенденции. Во всем мире индустрия туризма столкнулась со спадом из-за ограничений на поездки, карантинных мер и общего снижения доверия потребителей к путешествиям во время пандемии. Спад в сфере туризма имел экономические последствия, повлияв на доходы, получаемые в различных секторах, связанных с туризмом, таких как жилье, рестораны, развлечения и транспорт. Отели, рестораны, развлекательные заведения и связанные с ними предприятия понесли значительные убытки из-за сокращения туристических потоков [8. с. 44-66].

Сбой в цепочках поставок из-за эпидемии существенно повлияли на китайско-российское экономическое и торговое сотрудничество [2. с. 259-273]:

- Перебой с рабочей силой и производством. Эпидемия, особенно во время первоначальной вспышки, привела к перебою с рабочей силой. Карантинные меры, проблемы со здоровьем и ограничения на передвижение задержали возвращение работников и повлияли на доступность рабочей силы. Это препятствовало нормальному производственному графику и

промышленной деятельности, влияя на своевременное производство и доставку товаров и услуг, необходимых для торговли.

- **Логистические проблемы.** Сектор транспорта и логистики столкнулся с серьезными проблемами из-за ограничений и мер безопасности, введенных для сдерживания распространения вируса. Закрытие границ, карантинные требования к товарам и персоналу, сокращение производственных мощностей и сбои в международных транспортных сетях привели к задержкам в перемещении грузов между Китаем и Россией.

- **Перебои в цепочке поставок.** Перебои в сетях цепочки поставок привели к задержкам в отгрузке и получении товаров. Это повлияло на своевременное выполнение заказов и обязательств между двумя странами. Производственная деятельность столкнулась с перебоями из-за нехватки сырья, компонентов или промежуточных товаров, что повлияло на общую цепочку поставок.

- **Возросшие затраты и коммуникационные препятствия.** Перебои, вызванные эпидемией, увеличили расходы по всей цепочке поставок. Закрытие границ, карантинные меры и изменения в логистических процедурах увеличили расходы, связанные с транспортировкой, таможенной и соблюдением требований. Возникли проблемы с коммуникацией, поскольку это повлияло на деловые обмены и переговоры. Возросшие издержки и трудности в коммуникации усложнили работу цепочки поставок.

- **Сбои в цепочках поставок и логистические проблемы** оказали прямое влияние на объемы торговли между Китаем и Россией. Снижение эффективности в цепочках поставок, задержки с транспортировкой товаров и рост издержек повлияли на общий объем торговли, что привело к спаду в некоторых секторах.

Хотя эпидемия вызвала значительные краткосрочные сбои, надежность экономических отношений между Китаем и Россией предполагает потенциал для восстановления. Усилия по оптимизации процессов цепочки поставок, внедрению мер безопасности и адаптации к меняющейся ситуации играют важную роль в смягчении этих проблем и содействии постепенному восстановлению. В целом, сбои в цепочках поставок из-за эпидемии были одной из основных проблем, влияющих на китайско-российское экономическое и торговое сотрудничество. Многогранное воздействие на рабочую силу, логистику, транспорт и возросшие операционные расходы создали препятствия для поддержания бесперебойного потока товаров и услуг между двумя странами.

Таким образом, глобальная пандемия оказала влияние на общий спрос и предложение между двумя странами. Так, ограничения, карантин и соображения безопасности, вызванные эпидемией, значительно снизили доверие потребителей и их готовность тратить. Отрасли, зависящие от потребительских расходов, такие как розничная торговля, туризм, развлечения и гостиничный бизнес, испытали существенное снижение спроса на свои товары и услуги. Снижение потребительского спроса оказало глубокое влияние на индустрию туризма и развлечений. Вызванные эпидемией сбои повлияли на

производственную деятельность в различных секторах. Нехватка рабочей силы, несвоевременное возвращение работников и соблюдение правил техники безопасности препятствовали нормальному графику производства. Обрабатывающая промышленность и сфера услуг столкнулись с трудностями в поддержании своего обычного уровня производства, что привело к задержкам производства и снижению доступности поставок. Задержка с возвращением работников из-за проблем со здоровьем или ограничений на поездки привела к нехватке рабочей силы в различных секторах, что сказалось на производственных мощностях. Отрасли, использующие трудящихся-мигрантов или определенный набор навыков, столкнулись с трудностями при возобновлении регулярной деятельности, что привело к сокращению объема производства.

Перебои как в спросе, так и в предложении создали дисбаланс на рынке. Сокращение производства и предложения на фоне снижения потребительского спроса привело к ситуации с избыточным предложением в некоторых секторах. Этот дисбаланс создал проблемы с поддержанием операционной эффективности и балансированием уровней запасов между Китаем и Россией, вызвав необходимость в адаптивных стратегиях для восстановления спроса и стабилизации цепочек поставок.

Инициативы, которые способствуют поддержке и развитию китайско-российских экономических и торговых отношений [6. с. 10-12]:

- Инициатива «Один пояс, один путь» укрепила экономические связи между Китаем и Россией, сделав Китай крупнейшим торговым партнером и иностранным инвестором на Дальнем Востоке России. Привело к увеличению объема торговли и инвестиций, укреплению экономического сотрудничества.

- «Стратегия развития общего будущего человечества» способствует взаимному уважению, равенству и взаимовыгодному сотрудничеству, обеспечивая концептуальную основу для двустороннего сотрудничества.

- Частые взаимодействия и соглашения между лидерами, укрепляют намерения в области сотрудничества в различных секторах, способствуют углублению экономического и торгового сотрудничества.

- Укрепление связей посредством культурных мероприятий, обмена средствами массовой информации и сотрудничества в области образования способствует взаимопониманию, расширяя базу общественной поддержки.

Возможности и будущие перспективы китайско-российского экономического и торгового сотрудничества в условиях эпидемии

Пандемия показала новые возможности для сотрудничества между странами. Одним из наиболее перспективных направлений предстаёт сотрудничество в области медицины и здравоохранения между Китаем и Россией. Эпидемия подчеркнула важность тесного сотрудничества в области здравоохранения между странами. Как Китай, так и Россия обладают потенциалом для сотрудничества в производстве, распространении и закупках медицинских принадлежностей. Существуют возможности для создания совместных предприятий или партнерства по производству необходимого медицинского оборудования, средств защиты и предметов медицинского назначения,

обеспечивая тем самым стабильную цепочку поставок и доступность важнейших ресурсов во время кризисов в области здравоохранения. И Китай, и Россия продемонстрировали прогресс в разработке и внедрении вакцин во время эпидемии. Сотрудничество в исследованиях и разработке вакцин или терапевтических методов лечения открывает значительные возможности. Совместные усилия в производстве, распространении вакцин и обмене знаниями могут укрепить глобальные возможности реагирования на текущие и будущие угрозы здоровью. Регулярные программы обмена, конференции и семинары могут способствовать обмену передовым опытом, повышая готовность обеих стран к потенциальным кризисам в области здравоохранения.

Регулярные программы обмена, конференции и семинары могут способствовать обмену передовым опытом, повышая готовность обеих стран к потенциальным кризисам в области здравоохранения. Возросший спрос на медицинские принадлежности и изделия медицинского назначения во время эпидемии открывает возможности для расширения торговли между Китаем и Россией. Существуют возможности для увеличения экспорта и импорта медицинских изделий, фармацевтических препаратов, средств индивидуальной защиты (СИЗ) и других товаров, связанных со здравоохранением, что способствует дальнейшему укреплению двусторонних экономических связей. Используя технологические достижения в области здравоохранения, обе страны могут сотрудничать в разработке инновационных медицинских решений, телемедицины и цифровых платформ здравоохранения. Совместные исследования и инвестиции в технологии здравоохранения, искусственный интеллект (ИИ) и аналитику данных могут привести к разработке более эффективных систем здравоохранения и улучшению ухода за пациентами. Можно изучить возможности для программ обучения и наращивания потенциала в области здравоохранения и медицинских наук. Это могло бы включать обмен знаниями, развитие навыков и образовательные инициативы между медицинскими учреждениями и специалистами из обеих стран.

Другой сферой перспективной для будущего сотрудничества стали цифровые технологии, технологические инновации. В условиях эпидемии цифровые секторы продемонстрировали устойчивость по сравнению с традиционными отраслями промышленности. Такая устойчивость подчеркивает потенциал устойчивого роста в цифровой экономике, несмотря на проблемы, связанные с пандемией. И Китай, и Россия осознали важность цифровой трансформации в различных секторах, что привело к признанию цифровой экономики в качестве важного фактора экономического восстановления и роста. Эпидемия ускорила внедрение новых технологий и инновационных решений во всех отраслях. Это открывает возможность для сотрудничества между Китаем и Россией в стимулировании технологических инноваций. Совместные исследования, разработки и внедрение новых технологий, таких как искусственный интеллект (ИИ), блокчейн, аналитика больших данных и Интернет вещей (IoT), могут привести к взаимной выгоде и прогрессу в цифровой экономике.

Цифровая экономика открывает широкие перспективы для электронной коммерции и цифровой торговли. Обе страны могут изучить возможности для расширения трансграничной электронной коммерции, цифровых платформ и онлайн-рынков, способствуя более плавному торговому обмену и доступу к более широким рынкам. Сотрудничество в разработке соглашений о цифровой торговле, снижении торговых барьеров и обеспечении безопасности цифровых транзакций может стимулировать двустороннюю торговую деятельность в цифровом пространстве. Инвестиции в проекты цифровой инфраструктуры и подключения могут укрепить экономические связи. Совместные усилия по созданию надежных телекоммуникационных сетей, центров обработки данных и цифровой инфраструктуры могут создать более благоприятную среду для технологических достижений и обмена информацией.

Поддержка и возвращение технологических стартапов и малых и средних предприятий (МСП) в цифровой сфере может способствовать развитию инновационных экосистем. Совместные инициативы по финансированию, инкубированию и наставничеству стартапов, ориентированных на цифровые технологии, могут стимулировать предпринимательство и креативность. Механизмы и соглашения об обмене данными могут способствовать совместным исследованиям и разработкам. Однако обеспечение безопасности данных и конфиденциальности будет иметь решающее значение. Сотрудничество в области мер и стандартов кибербезопасности может укрепить доверие и снизить риски, связанные с цифровыми транзакциями. Учебные программы, образовательные обмены и совместные инициативы по повышению квалификации в области цифровых технологий могут отвечать меняющимся требованиям цифровой экономики. Таким образом, устойчивость цифровых секторов в условиях эпидемии открывает значительные возможности для сотрудничества между Китаем и Россией в продвижении их цифровых экономик.

Сотрудничество в области логистики между Китаем и Россией открывает многообещающие возможности и перспективы на будущее, несмотря на проблемы, связанные с эпидемией. Развитие логистической инфраструктуры, включая автомобильные и железные дороги, порты и таможенные службы, выступает катализатором улучшения торговых связей. Это развитие создает эффективные каналы для перемещения товаров между Китаем и Россией. Развитие логистической инфраструктуры приводит к созданию новых и эффективных маршрутов транспортировки грузов. Такие инициативы, как Восточный газопровод Китай-Россия, китайско-российский автомобильный мост Хэйхэ и китайско-российский железнодорожный мост Тунцзян, играют ключевую роль в обеспечении более плавных торговых потоков между двумя странами [5. с. 145-147].

Модернизированные логистические сети сокращают транзитное время и транспортные расходы на товары. Прямые маршруты и транспортные сети с улучшенной связью оптимизируют перемещение грузов, что приводит к экономичности и ускорению сроков доставки. Модернизированная логистическая инфраструктура повышает эффективность и надежность торговых операций.

Модернизированные порты, железные и шоссейные дороги способствуют более плавным и предсказуемым транспортным процессам, сводя к минимуму задержки и неопределенность в цепочках поставок. Развитие логистической инфраструктуры часто сопровождается расширением зон трансграничной торговли и зон экономического сотрудничества. Эти зоны служат центрами упрощения процедур торговли, стимулируя рост экономической активности и сотрудничество в различных отраслях промышленности. Укрепление логистической инфраструктуры создает возможности для интеграции с глобальными торговыми сетями. Взаимосвязанные железные дороги, автомагистрали и порты не только приносят пользу двусторонней торговле, но и способствуют расширению региональных и международных торговых связей.

Интеграция передовых технологий в логистике, таких как системы отслеживания на основе Интернета вещей, управление цепочками поставок на основе искусственного интеллекта и технологии интеллектуальных портов, еще больше повышает эффективность и прозрачность логистических операций, способствуя более надежным торговым обменам.

Развитие логистической инфраструктуры также дает возможность уделять приоритетное внимание устойчивому развитию. Инвестиции в экологически чистые виды транспорта и методы зеленой логистики могут способствовать сокращению выбросов углекислого газа и воздействия на окружающую среду.

Проблемы в торгово-экономических отношениях [7. с. 22-38]:

- Несбалансированная структура сотрудничества. Торговля между Китаем и Россией ориентирована на сырье и трудоемкую продукцию, при отсутствии сотрудничества в области высоких технологий.

- Дисбаланс в экспорте и импорте продукции.

- Различные модели экономического развития. Различия в приоритетах между тяжелой промышленностью (Россия) и легкой промышленностью (Китай), влияющие на торговое сотрудничество.

- Недостаточно согласованные подходы к экономическому развитию.

- Ограничения в области экономических инвестиций. Недостаточная интенсивность инвестиций и развитие рынка препятствуют двустороннему экономическому сотрудничеству.

- Проблемы в стимулировании экономических инвестиций и развитии рынка.

- Внешнее давление и вмешательство западных держав создают напряженность, препятствуя налаживанию экономических партнерских отношений.

- Отсутствие надлежащей инфраструктуры и коммуникационные барьеры, особенно между малыми и средними предприятиями. Затрудненные коммуникации и инфраструктура препятствуют эффективным совместным инициативам, влияя на общую эффективность усилий по сотрудничеству.

Несмотря на временные неудачи в различных секторах из-за эпидемии, фундамент и практические условия для китайско-российского сотрудничества остаются прочными [9].

Политическое доверие между двумя странами находится на высоком уровне, что открывает путь для дальнейшего расширения возможностей сотрудничества. Особенно свою силу торгово-экономических отношений покзал рост товарооборота между странами на фоне санкций, так двусторонний товарооборот почти достиг 200 млрд долларов в 2022 году, при этом экспорт Китая в Россию составил 76122 млрд долларов, а импорт - 114149 млрд долларов. В импорте преобладали энергоресурсы, на долю которых приходилось почти 80%, что подчеркивает сотрудничество, ориентированное на энергетику. Китайский экспорт в Россию сосредоточен на машинах, оборудовании и транспортных средствах, при ограниченном росте производства потребительских товаров [11]. Переориентация России на Азиатско-Тихоокеанский регион в плане экспорта энергоносителей, особенно природного газа, помогает в смягчении западных санкций. Стали продвигаться расчеты в местной валюте в китайско-российской торговле, чтобы уменьшить зависимость от доллара США и системы SWIFT. Усилия по совершенствованию платежных систем и увеличению резервов в юанях и золоте, уменьшая зависимость от западных каналов. Совместные проекты в нефтехимии и атомной энергетике продвигаются по графику. Таким образом, китайско-российское сотрудничество не только способствует региональной экономической интеграции, но и служит примером для других стран.

Таким образом, китайско-российское экономическое партнерство продемонстрировало удивительную адаптивность и устойчивость. Возможности сотрудничества в области здравоохранения, цифровых инноваций и развития логистической инфраструктуры представляют многообещающие возможности для дальнейшего роста. Такие инициативы, как инициатива «Один пояс, один путь» и «Стратегия развития единого будущего человечества», укрепляют потенциал взаимного уважения, равенства и устойчивого сотрудничества. Основа для сотрудничества остается прочной, предлагая план региональной экономической интеграции. И это должно стать объектом современных экономико-социологических исследований [10].

Список литературы:

1. Лин Чу. Китайско-российское энергетическое сотрудничество в условиях пандемии COVID-19.// Россия и АТР. №1, 2021 с. 178-193.
2. Нань Ян, Пэйцзин Г. Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз.// Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз/ Вологодский научный центр РАН, 2022, т. 15, № 3, с. 259-273.
3. 任保平 . 后疫情时代中国经济高质量恢复性发展的战略重点与路径 // 学习与探索, 2020. №9. pp. 100-104
4. 张喜佳. 新冠肺炎疫情下中俄经贸合作的挑战与机遇 // 黑龙江省社会科学院张喜佳 2021. № 8. pp. 48-50

5. 王晴. 国际贸易背景下中俄经贸合作现状及对策研究 // 经济研究导刊 2022, №4. pp. 145-147
6. 谢霖博. 新时代中俄关系的前景展望 // 当代经济, 2020, №2. pp. 10-12.
7. 赵鸣文. 中俄关系: 新时代全面战略协作伙伴 // 国际关系研究, 2020, №3 pp. 22-38.
8. 郭晓琼. 中俄经贸合作: 新进展与新趋势 // 俄罗斯学刊. 2020, №10(04). pp. 44-66.
9. Baynova M. S., Petrov A. V., In Shasha. Transformation in Supply Chain Management with Modern Companies / European Proceedings of Social and Behavioural Science / 2nd International Scientific Conference GCPMED 2019 – Global Challenges and Prospects of the Modern Economic Development. Samara, 07-08 November 2019 г. Published by European Publisher, 2019. P. 437-444.
10. Petrov A. V. New Horizons for Learning and Teaching Economic Sociology in the Modern Higher Education: Theoretical Aspects // Mediterranean Journal of Social Sciences // 2015, vol. 6, no. 6 S5. P. 24-29.
11. General Administration of Customs of the People's Republic of China URL: <http://english.customs.gov.cn/Statistics/Statistics?ColumnId=1> (Accessed at: 10.12.2023)

А. С. Рокина,
студент бакалавриата
по направлению подготовки «Социология»,
А. А. Оникко,
кандидат социологических наук,
доцент кафедры «Управление персоналом и социология»,
Уральский государственный университет путей сообщения,
г. Екатеринбург, Россия

Социальное самочувствие женщин на этапе освоения роли матери

Аннотация. В статье обосновывается актуальность и необходимость изучения социального самочувствия женщин после рождения ребенка. Авторы выделяют основные факторы адаптации и принятия новой социальной роли, анализируют условия сохранения позитивного восприятия родительства и реализации материнских установок. Приходят к выводу о значимости социальной поддержки и толерантного отношения к ним в этот период, развития ответственности за собственное здоровье и благополучие ребенка.

Ключевые слова: социальная роль, материнство, социальная адаптация, послеродовой период, психоэмоциональное состояние, здоровье, репродуктивные намерения.

В настоящее время на фоне непростой демографической ситуации, трансформации социальных институтов семьи и родительства,

сопровождающихся такими тенденциями как снижение репродуктивной мотивации и уровня родительской культуры [9, с. 58], увеличение числа разводов, повышение возраста вступления в брак и др. [5, 8, 13], научный интерес к феномену материнства и исследование готовности женщин к новой социальной роли приобретают особую актуальность.

Для каждой женщины рождение ребенка – важный и удивительный этап в жизни. Однако данный период многими специалистами признается временем повышенного риска для проявления широкого спектра медицинских, психологических и социальных проблем, влияющих на самочувствие женщин, развитие сложного психоэмоционального состояния и депрессии [1, 3, 7, 10]. Так, по статистике от 10 до 30% матерей сталкиваются с послеродовыми трудностями [15, с. 183]. Они имеют критические последствия для качества жизни женщины и развития ребенка, отношений внутри семьи и т.п. Более того, влекут за собой серьезные негативные социальные и экономические последствия для всего общества.

В социологических исследованиях данная проблематика рассматривается в контексте изучения социального самочувствия женщин. Это комплексное понятие, которое включает в себя разные уровни и компоненты восприятия окружающей действительности и отношения к ней, сочетание субъективных и объективных факторов, позитивных и негативных условий формирования жизненных стратегий [4, 12]. Наиболее значимыми показателями для анализа данного феномена являются: оценка удовлетворенности жизнью в целом и различными ее сферами, уровень уверенности в завтрашнем дне, степень успешности социальной адаптации и/или неустроенности в жизни, самооценка личных и профессиональных качеств, социального опыта и т.д. Каждый из показателей влияет на общий индекс социального самочувствия и функционально взаимосвязан с другими.

В период адаптации к новой социальной роли самочувствие женщин во многом зависит от состояния здоровья, обустроенности семьи, жизни и быта. К сожалению, физическое и психоэмоциональное благополучие матери часто недооценивается. В представлении большинства людей, женщина после родов должна излучать счастье, думать только о ребенке и не обращать внимание на недуги. В обществе не принято открыто обсуждать проблемы послеродового периода, игнорируя трудности принятия материнства, в связи с чем женщины часто умалчивают о своих переживаниях и даже стесняются их. Это усугубляет эмоциональное состояние молодой мамы и ощущение неопределенности будущего, а именно: как будет развиваться ребенок, как быстро она сможет вернуться к более активной жизни, успешно ли она справится с ролью и обязанностями родителя [2, с. 24]. Результаты исследований самочувствия матерей, полученные в ходе общероссийского опроса 2022 г. под руководством В.А. Якуповой (2579 женщин в возрасте от 18 до 43 лет) и в рамках других проектов отечественных и зарубежных авторов, демонстрируют что уровень тревожности и психоэмоционального напряжения у женщин после родов выше, чем во время беременности; а чем выше неудовлетворенность

жизненной ситуацией, тем менее насыщенной, интересной и осмысленной кажется жизнь в настоящем [2, 3, 11, 14].

Изменения, происходящие в семье после рождения ребенка, также влияют на социальное самочувствие и самооценку женщины. Каждая вторая опрошенная мама говорит об участвовавших конфликтах в семье [3, с. 26], а женщина, оставшись без партнера, сталкивается с большей нагрузкой по решению семейных задач и заботе о ребенке. И эта нагрузка связана с риском эмоционального расстройства, страхом несоответствия ожиданиям окружающих и собственному образу идеальной матери. Данные результаты подтверждают тезис о кризисе после рождения ребенка, его преодоление во многом зависит от готовности и желания мужчины принять женщину в роли матери, осознания того, что происходящие с ней изменения связаны с адаптацией к новому статусу и исполнению новой роли [6, с. 219].

В целом, среди социальных факторов готовности к материнству и успешной адаптации к социальной роли следует выделить характер взаимоотношений в семье. Помощь и поддержка со стороны близких крайне необходимы для женщины и являются условием сохранения позитивного восприятия родительства, реализации в повседневном опыте материнских установок.

Кроме того, исследователями установлена статистически значимая связь адаптации и принятия новой роли с уровнем образования матери и дохода семьи. Женщины с низким экономическим статусом и уровнем образования чаще испытывают трудности в материнстве из-за недостаточной информированности об изменениях послеродового периода и возможности их преодоления, а также ограниченного доступа к бытовому комфорту, помощи с ребенком, медицине и т.д. [15, с. 192-193].

Таким образом, в связи с табуированностью темы и недосказанностью о последствиях депрессии у женщин после рождения ребенка в общественном сознании складывается неверное представление об особом периоде в их жизни. Поэтому изучение самочувствия женщин на этапе освоения новой социальной роли является важным и актуальным как с теоретической, так и практической точки зрения. В первом случае для уточнения и систематизации показателей и эмпирических индикаторов социального самочувствия, а во втором – получения объективной информации и разработки актуальных программ социально-психологического сопровождения женщины, поддержания их репродуктивных намерений и помощи в успешном переходе к новому статусу, развитию ответственности за собственное здоровье и благополучие ребенка.

Список литературы

1. Андриянова Е.А., Новокрещенова И.Г., Аранович И.Ю. Готовность к роли матери: медико-социологический анализ факторов формирования // Известия Саратовского университета. 2011. Т. 11. Сер. Социология. Политология. Вып. 4. С. 5-12.
2. Ефремова С.К., Кавун Л.В. Взаимосвязь эмоционального состояния и смыслозначенных ориентаций у женщин в период адаптации к родительству // Психология и Психотехника. 2022. № 2. С. 14 - 28.

3. Жанаманова А.М., Нурадинов А.С. Особенности психоэмоционального состояния матерей после родов // Вестник КазНУ. Серия психологии и социологии. 2022. №1 (80). С. 21-31.
4. Крупец Я.Н. Социальное самочувствие как интегральный показатель адаптированности // Социологические исследования. 2003. № 4 (228). С. 143–144.
5. Макаренцева А.О., Бирюкова С.С. Факторы, устойчивость и реализация репродуктивных намерений в России // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2023. № 2. С. 31-56.
6. Немировская Ю.В. Факторы адаптации беременной женщины к социальной роли матери // Вестник Саратовского государственного технического университета. 2007. Т. 1. № 1. С. 215-220.
7. Новоселова Е.Н. Социальные аспекты репродуктивного здоровья женского населения России // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2018. Т. 24. № 2. С. 121-138.
8. Павлова Е.Г. Феномен современного материнства как нравственная ценность: социологический аспект // Журнал Белорусского государственного университета. Социология. 2019. № 4. С. 80-85.
9. Рощина Н.М. Ролевые модели современного материнства // Общество: социология, психология, педагогика. 2020. № 10. С. 58-61.
10. Степанова И.В., Харьковская О.А. Социальные предпосылки развития послеродовой депрессии: обзор литературы // Инновационная наука. 2023. № 1-1. С. 93-97.
11. Турегелдиева А.С., Амитов С.А. Послеродовая депрессия и социальная помощь: оценка эмоционально-личностного состояния женщин // Вестник КазНУ. Серия психологии и социологии. 2023. Т. 83. № 4. С. 48-59.
12. Усова Е.Н. Социальное самочувствие: теоретико-методологические подходы к исследованию // Саратовский научно-медицинский журнал. 2017. Т. 13. № 3. С. 554-559.
13. Хачатрян Л.А. Тенденции изменения современной российской семьи // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2014. № 4. С. 111-120.
14. Черных Н.А. Материнство как социально-обусловленный феномен. Эмпирическое исследование тревожности беременных // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2016. Т. 22. № 2. С. 94-96.
15. Якупова В.А., Суарз А.Д., Шрайбман Л.А. Социально-экономические факторы риска развития послеродовой депрессии и послеродового посттравматического стрессового расстройства // Российский психологический журнал. 2023. Т. 20. № 1. С. 182-201.

К. Ю. Беседина,
аспирантка кафедры социологии культуры и коммуникаций
Санкт-Петербургского государственного университета
Санкт-Петербург, Россия

Категория самовыражения как фактор творчества

В статье к размышлению предлагается сравнение двух социальных процессов — самовыражения и самореализации. Оба процесса представляются как фактор творчества, то есть в качестве причин, толкающих людей к созданию и последующей презентации креативного продукта. Предполагается, что процесс самопрезентации и самовыражения неразрывно связан с творчеством, потому что каждый такой акт можно рассматривать как социальный перформанс.

Ключевые слова: самовыражение, самореализация, социальный перформанс, творчество, фактор творчества.

Всё больше бизнесов ориентируются на обслуживание досуга, потому что именно в этой сфере происходит самореализация современного человека. Некоторые исследователи даже называют самореализацию ключевой потребностью наших современников. Процесс самореализации тесно связан с понятием самовыражения, самовыражение — буквально часть самореализации, предпосылка для него и также — фактор творчества.

Самовыражение — процесс выражения себя, интуитивная потребность человека реализовать свою «энергию» или потенциал. К тому же, это один из инструментов саморазвития (если индивид приобретает новые навыки для того, чтобы выразить себя, то он, очевидно, развивает личность и провоцирует внутренний рост).

Самореализация же — нечто большее. Это осуществление себя в жизни и повседневной деятельности; утверждение своего особо и самостоятельного пути в конкретно-исторических условиях (рассматриваются только просоциальные формы поведения) [8, с. 12]. Понятие самореализации тесно связано с обозначением того, какое место индивид занимает в обществе, какой потенциал на этом месте он может использовать, и какую идентичность благодаря этому он приобретает.

Если соотносить понятия «самореализация» и «самовыражение», то первое будет равно «быть», а второе — «казаться». Ключевое отличие состоит в том, что процесс самореализации требует включения индивида в поле, умения обращаться с ресурсами этого поля (и получать к ним доступ), входа в общество и получения признания. Для подтверждения того или иного статуса необходимо участие в этом других, причем участие это может быть институционализировано и формализовано.

Самовыражаясь же, человек «кажется» кем-то, чтобы передать информацию о себе, он демонстрирует уникальные способности и манипулирует впечатлениями. Он буквально примеряет на себя роль, кажется другим, и в этом перформансе выражает себя. Если самовыражение предполагает

освоение каких-то навыков, оно отчасти становится самореализацией (переходной точкой из «казаться» в «быть»), крайней формой которой становится статус профессионала, который живёт за счёт публикации своих произведений, выступлений на концертах, поддержки читателей, зрителей, слушателей. Разные формы самовыражения обычно сопровождают путь к самореализации.

Самовыражение в посттрудовом обществе стало такой же необходимостью, какой раньше можно было назвать потребность в труде. С одной стороны, потребность в самовыражении обуславливается наличием у индивида какого-то количества неиспользованной энергии, которую З. Фрейд [11] определял как либидо. Либидо — универсальная энергия, и те индивиды, которые не могут реализовать всю такую энергию во время работы, обучения или отдыха, могут тратить этот ресурс во время своего «серьезного», развивающего, креативного досуга. То есть нереализованная энергия или либидо могут становиться триггером для создания творческого продукта и лежать в основе культурного производства.

С другой стороны, тяга к самовыражению обусловлена социально, то есть сама эта потребность не является естественной, она сконструирована в социуме, и это конструирование может иметь под собой разные цели — успешная интеграция индивида в те или иные социальные группы, социализация, включение в жизнь тех или иных социальных институтов и погружение в культурный код какой-либо среды.

В современном мире самовыражение может приобретать разные формы, и не обязательно все эти формы будут творческими. Тем не менее, самовыражение тесно связано с признанием индивида (или плодов его деятельности) значимыми другими. По Парсонсу [5], общество — система, которая функционирует в соответствии с определенными функциональными требованиями, которые, в свою очередь, отвечают за реализацию потребностей и интересов тех, кто находится в этом обществе. Среди этих функций Парсонс выделяет адаптацию, целедостижение, интеграцию и удержание образца. Самореализацию (и самовыражение, как её составляющую) можно рассмотреть, как одну из составляющих функции целедостижения — человек выражает себя (например, через чтение стихов) и таким образом достигает определенную цель (например, признание в поэтической среде), мобилизуя имеющиеся для этого у него творческие ресурсы. Именно на такие цели будет направлена социальная активность индивида, которая, в свою очередь, может влиять на общество, в котором этот индивид находится. Так самовыражение как процесс может становиться смыслообразующим фактором для определённой социальной среды.

Если говорить о поэзии, то, по Парсонсу, само поэтическое творчество и его презентация может выполнять ещё и функцию удержания образца — ранее поэты буквально задавали тон общественным настроениям (стихи создавались об актуальных событиях и отражали те самые настроения в обществе), сейчас же поэзия — понятная, принятая и одобряемая практика самовыражения, которую общество признало безопасной. Быть поэтом в творческой

среде — следовать понятным нормам, ориентируясь на прошлый опыт. Конечно, мы не можем отрицать появление новых способов презентации поэтического творчества и самовыражения в поэтической среде в принципе, но, по большей части, презентация поэтического творчества в настоящем времени всё ещё понимается как декламация стихов или их публикация в печатных изданиях/в интернете.

Адаптивная функция самовыражения в поэтическом творчестве заключается как раз в том, что стихотворения обычно чутко реагируют на изменения в окружающей среде и их в себе отображают. Даже способы презентации поэтического творчества встроены в «современный мир» — теперь место классических творческих вечеров занимают онлайн-эфирные, а сборники стихотворений — паблики «ВКонтакте» или странички авторов на сайте «Стихи.ру».

Так, самовыражение — нормальная потребность современного человека, удовлетворение которой позволяет обществу гармонично развиваться в новых, подходящих современности, условиях.

Если рассматривать самовыражение как процесс, то, с точки зрения драматургического подхода, каждое такое представление себя (и своего творчества) другим можно понимать как определённого рода манипуляцию впечатлениями. Каждая презентация творческого продукта в таком случае может пониматься как перформанс или отыгрывание роли (например, роли поэта или музыканта), во время которого участвуют зрители (слушатели, читатели, аудитория), имеет место быть определённая сцена (в интернет-пространстве или оффлайн), костюмы, декорации. Например, поэт может создавать образ поэта при помощи выбора одежды, способа декламации и площадки для выступления. Сам этот процесс создания и презентации образа также является самовыражением.

Стремление выразить себя, найти и представить другим свою творческую идентичность позволяет нам говорить о таком явлении, как креативный консьюмеризм. В эпоху потребления, где само потребление становится одним из ключевых процессов, затрагивающих жизнь каждого индивида, творчество тоже становится продуктом. Само производство творчества также поставлено на конвейер — создаются целые индустрии, которые выпускают «готовых» артистов, способных создавать творческий продукт. Частным примером могут стать многочисленные мастер-классы, по итогу которых все участники получают одинаковый результат (одна и та же картина, одна и та же мелодия, одно и то же изделие и т.д.). Творческий же продукт тоже зачастую стремится стать массовым, а для этого — понятным потребителю и похожим на то, что он уже видел или слышал. Создаются критерии для оценивания такого продукта и даже некие «шаблоны» для создания (например, «формула хита» в музыкальной индустрии). Так сам «создатель» становится в первую очередь потребителем — он потребляет товары или услуги, позволяющие ему создать творческий продукт и таким образом самореализоваться. То есть главной целью креативного консьюмеризма будет не продажа творческого продукта, а скорее сам процесс его создания.

Помимо названных нами выше составляющих, стоит обратить внимание и на продвижение, рекламу творческого продукта как одну из составляющих креативного консьюмеризма. Почти каждый творец имеет надежду заниматься творчеством профессионально, то есть превратить хобби в профессию. Для этого необходима широкая аудитория, которая будет подтверждать значимость творца при помощи денег — покупая билеты на концерты, мерч, печатные или электронные издания, приобретая доступ к закрытым группам/каналам с эксклюзивными материалами или отправляя донаты. Каждый из этих способов поддержать автора становится для него подтверждающим успех и востребованность аудиторией его творчества фактором.

Креативный консьюмеризм связан с процессом самовыражения, так как выбор способа самопрезентации и сам процесс представления себя другим при помощи определённых продуктов (в нашем случае — результатов креативной деятельности) — это не что иное, как творческое конструирование идентичности. Самовыражение же — процесс представления этой идентичности другим.

Репетиторство, творческие подработки, ведение «кружков» — любая форма преподавания профессии вместо самой профессии — это тоже элемент самореализации для современных творческих людей. Так как деньги — универсальный индикатор значимости и признания другими, такой вид занятости становится альтернативой единственному, постоянному творческому проявлению как профессионала. Так, преподавая, например, актерское мастерство, актер приобретает необходимую ему идентичность, которая подтверждается при помощи:

- а) денег;
- б) репутации, подтверждаемой самими фактом наличия учеников/клиентов;
- в) социального капитала (вхождение в круг других творческих людей, создание этого круга вокруг себя);
- г) символического ресурса (статус актёра позволяет ему особым образом представлять себя в обществе, быть востребованным, ценным, значимым).

Признание другими — необходимое условие самовыражения и самореализации, ведь именно оно отделяет истинного творца от самозванца. Одной из форм самовыражения является перформанс (если рассматривать его как коммуникативный акт), во время которого происходит конструирование перформативной идентичности.

Концепция перформативной идентичности, автором которой является Джудит Батлер [1], говорит о том, что идентичность индивида конструируется через перформанс — представление себя другим. Автор предлагает концепцию «перформативности», которая описывает способность языка не только характеризовать действительность, но и создавать её. Батлер в своей работе отходит от утверждения о том, что идентичность стабильна, универсальна или шаблонна. Иначе говоря, индивид может обладать разными идентичностями, которые имеют свойство смешиваться между собой и проявляться в зависимости от социальной ситуации.

Перформативный подход к определению понятия «идентичность» представляет собой подход, в рамках которого идентичность не рассматривается как статическое свойство личности, а как непрерывный процесс формирования и выражения собственного «Я».

Важным аспектом перформативного подхода является то, что идентичность формируется в контексте социальных отношений, где личность взаимодействует с другими людьми и определяет себя через свои отношения с ними. Поэтому идентичность — более динамичное понятие, чем просто определение личности, и тесно связана с социальными и культурными условиями, в которых личность функционирует. Так, отношение к литературе и, в том числе, к поэзии, можно рассматривать как ресурс для формирования социальной идентичности. Сам же процесс представления себя другим — ни что иное, как самовыражение, во время которого индивид демонстрирует собственные креативные навыки и способности.

Когда перформанс превращается в борьбу за ресурс (деньги, время, доступ к ресурсам поля поэзии), самовыражение становится процессом самореализации — индивид не только представляет себя другим, но и реализуется при помощи внешнего подтверждения (например, для поэта это будет наличие публики, готовой поддерживать автора материально, статус, подтверждаемый агентами институтов, входящих в литературное поле, и т.д.). Крайней точкой процесса самореализации можно назвать приобретение статуса профессионального поэта — поэта, который живёт за счет поэзии, стихи для которого становятся формой приобретения средств к существованию.

Стоит сказать и про профессию, выросшую из попыток написать стихи в коммерческих целях — гострайтер. Гострайтер (от англ. ghost writer) — это человек, который пишет текст для какого-либо публичного лица, впоследствии отказываясь от авторских прав на материалы. В этом случае им будет обладать заказчик. То есть он может изменить и переиздать работу каким угодно образом.

Обычно музыканты, политические лидеры, руководители корпораций и даже блогеры нанимают гострайтеров для составления или редактирования мемуаров, автобиографий, текстов песен или даже рэп-баттлов, статей и других письменных материалов. Поэты продают свои тексты для коммерческих целей, таким образом превращая свои навыки в дополнительный заработок, а кто-то даже начинает с этого карьеру в индустрии. Фрэнк Оушен, например, был гострайтером Джастина Бибера, Джона Ледженда и Бренди [7].

Другим примером попыток монетизировать поэтическое творчество можно признать наличие многочисленных объявлений с предложением своих креативных услуг — на разных площадках поэты предлагают написать стихотворение на заказ, по заданной теме, к какой-либо дате, о каком-то событии и т.д. Такое стихотворение также продаётся с условием отстранения от авторства. Покупатель потом может презентовать его как своё.

Сам феномен возникновения таких профессий, где люди сознательно отказываются от авторства созданного ими креативного продукта, может

свидетельствовать о наличии двух трендов: первый — постоянная борьба за авторские права, второй — «смерть автора».

В разных индустриях тренды будут разными. Например, в музыкальной индустрии можно наблюдать обратное — сейчас музыканты должны быть узнаваемы, они делают акцент на личный бренд, создание неповторимого и запоминающегося образа.

Разные формы самовыражения в результате предполагают разные продукты творчества, но между всеми очевидна взаимосвязь — потребность в самовыражении толкает творческих людей создавать самые разнообразные креативные продукты.

Литература

1. Батлер, Дж. Гендерное беспокойство: Феминизм и подрыв идентичности / пер. с англ. К. Саркисова. — М.: V-A-C Press, 2022.

2. Герасимова Ксения Георгиевна. Особенности социологического подхода к пониманию самореализации // АНИ: педагогика и психология. 2015. №3 (12). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-sotsiologicheskogo-podhoda-k-ponimaniyu-samorealizatsii> (дата обращения: 20.12.2023).

3. Гоффман, И. Представление себя другим в повседневной жизни / И. Гоффман; пер. с англ. и вступ. ст. А. Д. Ковалева. — М.: Канон-пресс-Ц; Кучково поле, 2000.

4. Ильин Владимир Иванович. Креативный консюмеризм как тренд современного общества потребления // ЖССА. 2011. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnyy-konsyumerizm-kak-trend-sovremenno-obschestva-potrebleniya> (дата обращения: 08.11.2023).

5. Парсонс, Т. О социальных системах / Талкотт Парсонс; Под общ. ред. В. Ф. Чесноковой и С. А. Белановского. — Москва: Акад. Проект, 2002. — 830 с.

6. Ритцер, Дж. Макдональдизация общества / Джордж Ритцер ; пер. с англ. А. Лазарева. — Москва: Праксис, 2011. — 590 с.

7. РОЛЕВАЯ МОДЕЛЬ: ГОСТРАЙТЕР. — URL: <https://uptu.me/ghostwriter> (дата обращения 20.12.2023).

8. Солодникова, И. Самореализация личности в зрелом возрасте: социологический анализ: автореферат дис. ... доктора социологических наук / Солодникова Ирина Витальевна; [Место защиты: Рос. гос. гуманитар. ун-т (РГГУ)]. — Москва, 2007. — 56 с.

9. Тоффлер, Э. Третья волна / Элвин Тоффлер ; [пер. с англ. К. Ю. Бурмистрова и др.]. — Москва: АСТ: АСТ Москва, сор. 2009 (Архангельск : ИПП Пграда Севера). — 795 с.

10. Тоффлер, Э. Шок будущего / Элвин Тоффлер ; [Пер. с англ.: Е. Руднева и др.]. — Москва: АСТ, 2003 (ГУП ИПК Ульян. Дом печати). — 557 с.

11. Фрейд, З. Очерки по психологии сексуальности / Зигмунд Фрейд; Пер. М. В. Вульфа; С предисл. И. Д. Ермакова. — Москва: МЦ "Система" при МК ВЛКСМ, 1989. — 83 с.

Н. В. Калинина,

учащаяся магистратуры ОП «Социология в России и Китае»,
Санкт-Петербургский государственный университет, Россия

Повышение «родительской грамотности» как мера поддержки семей с детьми

Аннотация

Поддержка в виде предоставления семьям только материальных благ и разрешение кризисов недостаточна. Информационная и эмоциональная поддержка призваны подкреплять и направлять эффективность материальной поддержки. Такие меры сегодня практикуются не только на формальном уровне, но и на неформальном – формируются, распространяются сети поддержки. Цель работы: оценить такой аспект деятельности сетей поддержки как повышение родительской грамотности посредством формирования комьюнити, регулярных публикаций статей и проведения мероприятий. Влияние сетей поддержки представляется возможным описать и оценить с позиции сетевой теории и теории воспроизводства. Оценить эффективность работы сетей поддержки призвана в данной работе ресурсная теория. Эффект влияния – качественное и количественное улучшение ресурсов семьи через повышение родительской компетентности, грамотности. Отбор контента о родительстве осуществлен путем поиска в поисковых системах Яндекс и Гугл, и идентификации ключевых влиятельных ресурсов, а также через взаимодействия с исследователями родительства на конференциях, в работе, а также в практике родительства. Проведен социологический анализ отобранного контента. Сделан вывод, что организация и деятельность структур, повышающих компетентность родителей в вопросах воспитания детей, выделились в меру поддержки, и, одновременно, в структурный элемент системы образования.

Ключевые слова: сети поддержки, компетентность родителей, родительская грамотность, родительство, вовлеченное отцовство.

Семья, общество и государство сегодня в вопросах детского образования и родительской компетентности выступают собеседниками, актерами, участвующими в дискурсе на равных. Современная семья проявляет всё большую субъектность. Относительно новой социальной нормой является активность родителей, распространяющаяся и на детей, в выборе образовательных программ, траекторий, в воспитательных практиках, стилей коммуникации с внешним миром. Это обуславливает социальную и образовательную политику, социальную поддержку. Социальная поддержка понимается как институциональная помощь населению в решении и предупреждении проблем. Поддержку семей по уровню принято делить на формальную (государство, регион, муниципалитет) и неформальную (друзья, единомышленники, расширенная семья, организации). Разнообразие мер и видов поддержки принято объединять в три направления: эмоциональная, информационная, материальная. С изменениями в обществе, трансформируется и поддержка семей, приобретает новые формы, становится комплексной. Нельзя не признать важность и

действенность материальных мер. Однако и для уязвимых групп, и для обеспеченных, ресурсных семей актуальна эмоциональная и информационная поддержка наряду с материальной. Современная семья нуждается, заявляет и получает сегодня уважение общества, развитие городской и сельской инфраструктуры, информирование о событиях и льготах, содействие распространению опыта родительства.

Материальная поддержка семей оказывается преимущественно на формальном уровне и имеет подтвержденную эффективность [1, с. 61].

Современная практика социальной работы и анализ ее эффективности показывают, что поддержка, ориентированная на предоставление семьям только материальных благ и разрешение кризисных ситуаций недостаточна [2, с. 8]. Информационная и эмоциональная поддержка призваны подкреплять и направлять эффективность материального вида поддержки [6, с. 59-61]. Информационная и эмоциональная поддержка посредством публикаций статей на интересные сегодняшним активным, вовлеченным родителям темы, проведения и освещения массовых мероприятий выделяют эту нишу в отдельный структурный элемент системы неформального образования.

Такая работа, будучи централизованной и систематизированной способствует родительской компетентности в вопросах воспитания и здоровья детей, служит культурному воспроизводству населения, профилактирует кризисные ситуации. Так, предоставлять пособие семье, оказавшейся в трудной жизненной ситуации по причине потери работы родителем, необходимо. При этом всё же наиболее эффективной будет комплексная помощь. Можно дополнить финансирование семьи, например, такими внеэкономическими мерами: помощью в поиске работы, содействием в повышении квалификации, предоставлением помощи психолога для сохранения отношений в семье и самооценки потерявшего работу родителя, тренинг по финансовой грамотности; включение семьи в сети поддержки - обеспечение поддержки единомышленников, переживших подобные испытания. Комплекс мер должен быть направлен на самостоятельное преодоление трудностей семьей, на ее сплочение, должен снижать риски повторения кризиса. Такие меры сегодня практикуются не только на формальном уровне, но и на неформальном - формируются сети поддержки, которые одновременно являются частью системы неформального образования. Существуют и множатся объединения родителей, формируют комьюнити с поддерживающей, дружественной, обучающей атмосферой. Коммерческие организации (детские издательства, спортивные учреждения, театры и библиотеки), некоммерческие организации и частные благотворители и ранее уделяли внимание эмоциональной составляющей взаимодействия с реципиентами, которая теперь обретает новые формы.

Влияние сетей поддержки представляется возможным описать и оценить с позиции сетевой теории. Эффектом влияния обозначим повышение родительской компетентности, грамотности. Оценить же эффективность работы сетей поддержки призваны в данной работе ресурсная теория и теория воспроизводства [3; 4].

Отбор контента о родительстве осуществлен путем поиска в поисковых системах Яндекс и Гугл, и идентификации ключевых влиятельных ресурсов (сайты, паблики ВК, телеграм-каналы), а также через взаимодействие с исследователями родительства на конференциях и в совместной работе. Автор, будучи многодетным родителем и активным горожанином, учитывала и личный опыт участия в сетях поддержки и повышения родительской грамотности.

Цель работы: оценить такой аспект деятельности сетей поддержки как повышение родительской грамотности посредством формирования комьюнити, регулярных публикаций и проведения мероприятий. Задачами были социологический анализ контента, выявление отличительных особенностей формирования комьюнити, обобщение тем, оценка полезности предлагаемого контента, оценка эффективности эмоциональной и информационной поддержки.

Автор не ставит задачей охватить все ресурсы или наиболее востребованные ресурсы. Напротив, автор стремится охватить и обозначить многообразие тем и направлений, намеренно не уделяя внимание такому аспекту как популярность (число подписок, рейтинг) ресурсов. Такой подход автор обосновывает новизной данного элемента системы образования и поддержки, его изменчивостью.

Анализируя источники, автор приходит к выводу, что в настоящее время в России выделился новый структурный элемент системы образования: подсистема неформального образования, совершенствующая культурное воспроизводство населения через повышение родительской грамотности.

Публикации отобраны и проанализированы автором, оценены на предмет стиля, содержания, оформления, периодичности, учитывалась также информация о правообладателях интернет-ресурсов и статей.

Прогосударственный портал «Я-родитель» предлагает новости, статьи, высказывания лидеров мнений, проводит конкурсы для семей. Портал позиционируется как ресурс для ответственных родителей и всех, кто хочет ими стать. Флагманским является цикл «Семья – мой главный жизненный проект» по популяризации семейственности и поддержки семейных ценностей. Основные разделы: как воспитать ребенка, книги и подборки, отцовство, разъяснение работы государственных учреждений, тесты и консультации специалистов, раздел для усыновителей, многодетность, правовая и финансовая грамотность. Дополняет сайт раздел для специалистов.

Паблик Вконтакте Многодетные семьи Санкт-Петербурга и Ленинградской области, созданный в 2011 году группой единомышленников, публикует информацию о концертах и скидках на билеты для многодетных, о тонкостях получения мер поддержки, проводит опросы, знакомит многодетных друг с другом. Портал помогает освоению городской среды многодетными, способствует ее улучшению [7, с. 274-287]. Общение в комментариях и обилие развлекательного контента позволяют говорить о неформальной атмосфере, доверии аудитории. Подобные ресурсы своей жизнеспособностью демонстрируют заинтересованность многодетных в общении, обмене информацией о концертах и скидках, говорят о потенциале самоорганизации семей.

Паблик Вконтакте Многодетный Петербург также является частной инициативой. Организован в 2015 году, в целом имеет то же содержание, что и указанный выше Паблик Вконтакте Многодетные семьи Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Отличительной его особенностью является организация взаимовыгодного сотрудничества коммерческих структур и семей, предложение реальных, пусть и небольших, заработков на тестировании продуктов для детей, а также привлечение мам на тематические фотосессии.

Объединение многодетных семей города Москвы, созданное в 2014 году. Объединение насчитывает порядка 55 тысяч семей. Лидером объединения является Наталья Карпович, многодетная мать, лоббирующая интересы многодетных в госструктурах, выступающая приглашенным экспертом на мероприятиях и слушаниях. Сообщество демонстрирует взаимосвязь с сообществом Объединение многодетных Многодетная Россия. Оба сообщества активно привлекали участников на всероссийский фестиваль многодетных семей. Все интернет-ресурсы данной группы транслируют образ новой многодетной семьи: активная, спортивная, образованная, сплоченная. Контент выходит регулярно, отличается качеством и единообразием. Темы: многодетность, гражданские инициативы, спорт, путешествия, воспитание, разъяснение юридических аспектов многодетности.

Ассоциация матерей, имеющих 10 и более детей. В Москве таких семей насчитывается 148. Однако сайт, помимо популяризации образа большой дружной семьи, имеет выраженную утилитарную функцию. Сайт предлагает бесплатный сервис онлайн-калькулятора по начислению пособий для многодетных семей. Данный сервис учитывает подробные данные, позволяет получить информацию об архивных пособиях, на которые семьи могут претендовать, если не прошли по критериям на новые.

Доктор Молодой, личный блог педиатра и врача скорой помощи. Автор книги "Всё, что нужно знать о здоровье детей. Неотложная помощь, советы педиатра" Дмитрий Молодой рассказывает подписчикам о первой и неотложной помощи детям, о результатах медицинских исследований, изменениях в законодательстве, проводит ликвидацию безграмотности. Доктор активно общается с подписчиками в комментариях, предлагает вебинары и тренинги на коммерческой основе.

Книжное издательство детской литературы Самокат существует и ведет диалог с аудиторией с 2003 года. Сайт издательства служит навигатором для детей и родителей в постоянно обновляющемся обилии детской художественной литературы, насаждает культурные нормы, любовь к чтению. Издательство проводит мероприятия, возвращает лидеров мнений и привлекает их.

Учреждения дополнительного образования детей, культуры и спорта формируют комьюнити детей и родителей, поддерживают связь со своей аудиторией, поддерживают теплые взаимоотношения, побуждают к инициативам. Контент, предлагаемый данными учреждениями, становится все более стилистически выдержанным, разнообразным по темам, экспертным.

Прогосударственный портал «Растим детей» предлагает новости, статьи, высказывания лидеров мнений, проводит конкурсы для семей. Портал

позиционируется как неформальный канал коммуникации. Двусторонняя коммуникация организована посредством обращения к психологу и ответов специалиста по электронной почте.

Прогосударственный масштабный конкурс семей «Это у нас семейное». Портал вовлекает в участие во всероссийском творческом конкурсе многопоколенные семьи. Попутно публикуются материалы о семейных ценностях, предлагаются игры для семейных вечеров, идеи досуга и введения семейных традиций.

Молодежный клуб «Иоанновское братство», община семей. Религиозная организация при церковном приходе, ведущая просветительскую работу и волонтерство. Формируют родительскую грамотность у молодых людей, желающих создать семью, помогают созданию гармоничной пары, нацеленной на родительство и многодетное родительство.

Благотворительный фонд «Благовест». Организован многодетным отцом из Санкт-Петербурга. Фонд предлагает тренинги для родителей на тему супружества, бесконфликтного общения. Осенью 2023 года реализована программа Крепкая семья при поддержке Комитета по социальной политике Санкт-Петербурга.

Агентство социально-демографического развития публикует материалы и проводит мероприятия при поддержке Агентства стратегических инициатив. Целевой является молодая аудитория. Формирую родительскую грамотность на этапе начала отношений, создания семьи. Организация проводит различные семинары и мастер классы. Особый интерес представляют семинары "Любовь. Семья. Счастье", которые с 2012 года проводились очно в 37 регионах России и Беларуси, а также цикл семинаров, проведенных в 2023 году совместно с Правительством Нижегородской области по успешному совмещению семейной и профессиональной реализации "Семья и профессия" для нижегородских студентов.

Литлван. Объединение петербургских родителей с более, чем 20-летней историей, своим развитием иллюстрирующее трансформацию родительства. Если раньше родители объединялись, чтобы потреблять (делали коллективные закупки по оптовым ценам с тем, чтобы разделить потом заказ на всех), то теперь объединяются, чтобы делиться опытом родительства.

Портал «Папа сегодня» от негосударственного Фонда Отцовство. Федеральный портал, помогающий отцу понять семью, а семье понять отца. Портал создан отцами для поддержки отцов, популяризирует ответственное родительство. Проводится конкурс для лидеров отцовских сообществ Старт пап, конкурс отцов Крутотец.

Прежде, чем перейти к общим выводам, необходимо отметить, что в ходе обзора, выявлена особая ценность неформальной информационной поддержки для двух целевых групп родителей: отцов (постразводных, вовлеченных, мигрантов, в трудной жизненной ситуации) и многодетных родителей.

Особенно актуальна информационная поддержка для многодетных семей, которые подвергаются большим испытаниям, вместе с тем ограничены в ресурсах ввиду иждивенческой нагрузки и распыления ресурсов (resource

dilution theory) [19]. Многодетные ограничены в ресурсах, чтобы посещать мероприятия и повышать уровень образования. Также поддержка актуальна для отцов, которые демонстрируют рост вовлеченности и заинтересованности в участии, при этом относятся к социальной группе, работа специалистов с которой затруднена [8, с. 632]. Такая поддержка сглаживает противоречия в данных целевых группах. В разнообразных практиках неформального образования, характеризующихся большей доступностью для родителей, более эффективно повышается ресурсность таких семей.

Переходя к общим выводам, следует отметить востребованность и эффективность повышения родительской грамотности как меры поддержки всех типов семей.

В современном обществе родители предъявляют к себе все более высокие требования. Практикуется интенсивное родительство [5, с. 89-99], отцы становятся все более вовлеченными. Семья, осуществляя функцию культурного воспроизводства населения, социализируя детей, решает ряд задач. Задачи родители ставят себя сами. Решают их, активно прибегая к поиску информации, консультациям специалистов. Родители повышают компетентность, экспертность в вопросах пособий, медицины, питания, психологических и педагогических приемов, отношений в семье, совместного досуга, кризисные явления, выбора образовательной стратегии.

Обилие информации разной степени новизны наслаивается на перенятые родителями от старших поколений модели воспитания. В условиях изменчивости среды и возрастающих требований общества, государства и самих семей к подрастающим поколениям, то есть к «продукту», который производит семья, возникает необходимость выстраивания воспитательной стратегии.

Развитие образования приводит к тому, что дети все в более раннем возрасте осваивают письмо и счет, переходя на комплексные виды образовательной деятельности. Современные городские родители формируют образовательную стратегию ребенка часто еще до его рождения. Так, квартиру молодожены или молодые родители выбирают поближе к хорошему детскому саду, школе, учреждениям дополнительного образования [5, с. 89-99]. Образование приобретает всё большую важность. Ресурсные многодетные семьи, учитывая даже их высокую загруженность, могут водить детей в разные школы, если это отвечает потребностям детей и служит эффективному исполнению образовательного плана, определенному семьей ранее.

Современные требования к детям включают уже не только прилежную учебу, но критическое мышление, не только обед из трех блюд, но и умение выбрать здоровую пищу, ограничить себя в сладком.

В детских садах и школах регулярно проводятся собрания. Публикуются книги для родителей по воспитанию и играм с детьми, психологии детей. Школами и центрами помощи семье и детям проводятся мастер-классы. В средней школе родители и дети начинают все чаще обсуждать дальнейшее профессиональное образование. Объем информации возрастает. Современные воспитательные практики отличает самоорганизация родителей и активное участие государства в

повышении родительской грамотности. Издательства книг для детей предлагают родителям статьи о том, как привить ребенку любовь к чтению, как научить его разбираться в литературе, проводят конкурсы. Многочисленные учреждения культуры, дополнительного образования имея целью привлечь аудиторию, производят качественный вовлекающий контент для детей и родителей, создавая комьюнити с определенной идентичностью. Это реальность нового времени.

В настоящее время получили развитие ресурсы, направленные не косвенно, а непосредственно на повышение родительской грамотности. Судя по росту числа подписок, ресурсы набирают популярность и пользуются доверием аудитории. Судя по количеству инициированных и поддержанных государством объединений родителей, будущих родителей, многодетных родителей, усыновителей, можно говорить о формирующейся единой информационной и образовательной политике государства в отношении воспитания детей, поддержки семей.

Анализируя предлагаемый вышеприведенными ресурсами контент, удалось выявить разнообразие тем, конструктивность, последовательность подачи информации. Публикации характеризуются периодичностью, научностью, актуальностью. Тексты в изобилии содержат термины из психологии, экономики, педагогики, юриспруденции. Авторы учитывают повышающуюся степень осведомленности родителей.

Таким образом, можно говорить о том, что организация и деятельность структур, повышающих компетентность родителей в вопросах воспитания детей, выделились в меру поддержки, и, одновременно, в структурный элемент системы образования.

Ниша характеризуется формальным и неформальным уровнями организации. Имеют место частные инициативы и государственные, региональные. Наблюдается активное взаимодействие не только с аудиторией, но и коллаборации порталов.

Библиографический список

1. Архангельский В. Н. (2019) Рождаемость в реальных поколениях российских женщин: тенденции и региональные различия. Экономика. Налоги. Право, 12 (2): 59–69.
2. Безрукова О.Н. Ресурсы и сети поддержки ответственного родительства в молодых семьях. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2011. – 216 с.
3. Бурдые П. Формы капитала // Экономическая социология. 2002. Т. 3, №5 С. 65-71
4. Бурдые П., Пассрон Ж.-К. Воспроизводство: элементы теории системы образования. – М.: Просвещение, 2007, – 267 с.
5. Дорофеева Злата Евгеньевна. "Особенности интенсивного родительства в высокоресурсных многодетных семьях" Интеракция. Интервью. Интерпретация, vol. 13, no. 1, 2021, pp. 89-105.
6. Калинина Н.В. Нематериальные меры поддержки рождаемости и увеличения детности // Социальная динамика населения и человеческий потенциал. Материалы V научно-практической конференции (Москва, 22-23 июня 2023 г.). – М: ИСЭПН ФНИСЦ РАН, 2023. – С. 59-61.

7. Калинина Н.В. Социальные проблемы многолетних семей в современном российском мегаполисе // Современные города и социальное управление в России и Китае. Сборник статей. – Санкт-Петербург: Центр научно-производственных технологий "Астерион", 2023. – С. 274-287.
8. Шишкина Е. В. Социологическое изучение труднодоступных групп населения (на примере изучения отцовства). Социолог: образование и профессиональные траектории: материалы Всероссийской научной конференции XV Ковалевские чтения 25-27 ноября 2021 года / Отв. редакторы: Н.Г. Скворцов, Ю.В. Асочаков. СПб.: Скифия-принт, 2021. С.632-633.
9. Портал «Я-родитель». Официальный сайт <https://www.ya-roditel.ru/>
10. Паблик Вконтакте Многолетние семьи Санкт-Петербурга и Ленинградской области <https://vk.com/mnogodetkispb>
11. Паблик Вконтакте Многолетний Петербург https://vk.com/mnogodetny_peterburg
12. Объединение многолетних семей Москвы "РОО ОМСМ". Официальный сайт https://vk.com/oms_moscow
13. Объединение многолетних Многолетняя Россия https://vk.com/mnogodetey_russia
14. Фестиваль многолетних семей. Официальный сайт <https://ramen.msr.mosreg.ru/article/festival-mnogodetnyh-semej-82403>
15. Ассоциация матерей, имеющих 10 и более детей. Официальный сайт <https://oms.msk.ru/associacia/>
16. Доктор Молодой https://vk.com/doctor_molodoy
17. Книжное издательство детской литературы Самокат. Официальный сайт <https://samokatbook.ru/>
18. Учреждения дополнительного образования детей, культуры и спорта. Официальные сайты: <http://www.zazerkal.spb.ru/>; <https://kr-cbs.ru/libraries/gogol>; <https://xn--d1a2aan.xn--plai/>; <http://www.anichkov.ru/>
19. Bertoni, Brunello. Later-borns Don't Give Up: The Temporary Effects of Birth Order on European Earnings Published online: 16 February 2016. Population Association of America 2016.

А. В. Петров,

профессор кафедры экономической социологии
Санкт-Петербургского государственного университета,
доктор социологических наук

Молодежь и современные профсоюзы

В 2025 году профсоюзы России отметят очередной юбилей — 125 лет образования первых профсоюзных организаций. Профсоюзы в России — по-прежнему самая массовая общественная организация. Только в членских организациях ФНПР состоит более 19 млн. — треть от всех работающих граждан России, при этом 32% составляет молодежь до 35 лет [3]. Профсоюзы — важнейший социоинституциональный фактор регулирования трудовых отношений и создания условий для устойчивого, социально ориентированного

экономического развития в рамках рыночной экономики. В частности, на встрече с председателем ФНПР Президент России В. В. Путин отметил, что профсоюзы в целом подходят «к решению вопросов социального характера с государственных позиций. Конечно, прежде всего исходя из интересов трудящихся, интересы которых вы должны защищать по закону и по смыслу самого существования профсоюзов» [1].

Однако, как и в течение нескольких десятилетий развития постсоветских профсоюзов, одной из самых актуальных задач их деятельности является омоложение профсоюзных кадров и повышение популярности профсоюзов среди работающей молодежи. Например, ещё во второй половине 2010-х гг., анализируя общую ситуацию с профсоюзными кадрами, М. В. Шмаков отмечал, что «сохраняется тенденция старения среди руководителей членских организаций. 32,8% руководителей перешагнули 65-летний возраст; 50% – в возрасте 51-65 лет, в том числе 27% предпенсионного возраста (60-65 лет); 15,6% – в возрасте 36 – 50 лет; 2 чел., или 1,6% в возрасте до 35 лет... Сегодня значительная часть председателей обкомов — люди пенсионного возраста. В профсоюзных организациях ярко выражен дефицит профессионалов, обладающих современными знаниями» [2]. Соответственно, актуальной задачей развития российских профсоюзов является формирование кадрового резерва, включающего, прежде всего, активную и профессионально подготовленную молодежь [6]. Как справедливо отмечают эксперты, нужна активизация работы с молодежью в рамках самих профсоюзов, её привлечение в профсоюзы, в том числе, и на руководящие должности, ведь сами по себе «со стороны» молодые профсоюзные лидеры не придут [4]. И современные профсоюзы России действительно ведут активную молодежную политику. Например, по данным на начало 2020-х гг. увеличилось количество молодых лидеров первичных профсоюзных организаций (с 14,1% в 2020 г до 18,2% в 2022 г.). На протяжении последних лет активно проводятся различные молодежные профсоюзные мероприятия по всей стране — форумы, конкурсы, научно-практические конференции. При этом «вновь принятая в профсоюзы молодежь составляет 0,72 млн. чел. или 55,8% от общего числа вовлеченных в профсоюз (в 2020 году – 0,69 млн. чел. или 58,3%)» [7].

Безусловно, у социологических исследований профсоюзного движения в целом, и активности профсоюзной молодежи, в частности, большие перспективы. Как и раньше, это весьма важное направление современной экономической социологии [5].

Литература:

1. Герейханова А. Путин провел встречу с председателем ФНПР Шмаковым [Электронный ресурс] // Российская газета. 22.01.2024. URL: <https://rg.ru/2024/01/22/putin-provel-vstrechu-s-predsedatelem-fnpr-shmakovym.html> (дата обращения 25.01.2024)

2. Доклад Председателя ФНПР М. В. Шмакова на заседании Генерального Совета ФНПР 31 октября 2018 года [Электронный ресурс] // Смоленское областное объединение организаций профессиональных союзов. 08.11.2018.

URL: <http://www.smolprof.ru/oficial-documents/2219--c-31-2018-.html> (дата обращения 25.01.2024)

3. Заседание Исполкома ФНПР [Электронный ресурс] // Новости ФНПР. 10.04.2023. URL: <https://fnpr.ru/events/novosti-fnpr/zasedanie-ispolkoma-fnpr-spb.html> (дата обращения 25.01.2024)

4. Иванов С. Ю., Шамин А. А. Работающая молодежь и профсоюзы: формы взаимодействия и повышения социальной активности // Вестник МГЛУ. Общественные науки. - 2017. - Вып. 3(787). - С. 172-182.

5. Петров А. В. Социология профсоюзного движения. СПб.: Изд. дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2008. – 143 с.

6. Поколение Y пришло в профсоюзы. Как молодежь предлагает изменить ФНПР [Электронный ресурс] // Солидарность. Центральная профсоюзная газета. 11.12.2019. URL: <https://www.solidarnost.org/articles/pokolenie-y-prishlo-v-profsoyuzy.html> (дата обращения 25.01.2024)

7. Постановление Исполкома ФНПР от 19.04.2022 № 6-3. Информация о сводной статистической отчетности по профсоюзному членству, профсоюзным органам за 2021 год в членских организациях ФНПР [Электронный ресурс] // ФНПР. URL: [https://fnpr.ru/uploads/6-3%20-%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20\(3\).pdf?ysclid=lrx5chuxoe383669700](https://fnpr.ru/uploads/6-3%20-%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20(3).pdf?ysclid=lrx5chuxoe383669700) (дата обращения 25.01.2024)

Чжао Цзе,

аспирант, Санкт-Петербургский государственный университет

Сравнительный анализ механизмов государственной поддержки развития бизнеса в Китае и России

В этой статье изучается историческая траектория и современные особенности развития бизнеса в России и Китае на протяжении 20-го и 21-го веков. В ней рассматривается эволюция предпринимательства, государственное регулирование и проблемы, с которыми сталкиваются малые и средние предприятия (МСП) в обеих странах. Подчеркивая исторический переход России от командной экономики к рыночно-ориентированному подходу и постепенное внедрение Китаем рыночных элементов в рамках контролируемой государством структуры хозяйства, в исследовании оценивается эффективность механизмов государственной поддержки, включая налоговые льготы, финансовую помощь и инициативы, ориентированные на технологии. Кроме того, в нем подчеркивается ключевая роль инновационных малых и средних предприятий, влияние геополитических факторов и необходимость постоянной оценки и адаптации систем поддержки для содействия устойчивому развитию бизнеса.

Ключевые слова: Россия, Китай, развитие бизнеса, МСП, государственная поддержка, налоговые льготы, экономические реформы, предпринимательство

Исследование развития бизнеса в России и Китае разворачивается в историческом контексте дореволюционного предпринимательства, последующего подавления частного предпринимательства в советскую эпоху и постсоветских экономических реформ в России. В то время как Китай пережил изменения во времена становления КНР и следующие за ними принятие элементов рыночной экономики в рамках реформ Дэн Сяопина. Обе страны претерпели преобразования, которые повлияли на предпринимательский ландшафт и экономические структуры. В то время как Россия боролась с такими проблемами, как бюрократические барьеры, коррупция и нестабильная правовая база, Китай адаптировал свою экономическую систему под работу в рамках рыночной экономики с высокой долей государственного участия, одновременно поддерживая растущий частный сектор и стимулируя МСП, ориентированные на инновации.

Особенности развития бизнеса в Китае и России в XX и XXI вв.

Россия.

В России была история успешного развития предпринимательства до революции, но революция 1917 года привела к подавлению частного предпринимательства и подъему экономики, контролируемой государством. Основные черты предпринимательства в досоветскую эпоху:¹

- Купечество: В России существовал значительный торговый класс, известный как кулаки, которые были богатыми крестьянами или торговцами. Они играли решающую роль в торговле, коммерции и финансах, особенно в сфере сельскохозяйственных товаров.

- Промышленные предприниматели: Конец XIX-го и начало XX-го веков стали свидетелями появления промышленных предпринимателей, которые инвестировали в такие отрасли, как текстиль, металлургия и нефть. Этот период ознаменовался подъемом индустриализации и ростом экономики, основанной на фабриках.

- Урбанизация и экономический рост: Такие города, как Москва и Санкт-Петербург, стали центрами экономической активности, способствуя развитию разнообразных видов бизнеса, малых предприятий и растущего среднего класса.

При советской власти частное предпринимательство было сильно ограничено, а государственные предприятия доминировали в экономике.

1 Мурыгина Л.С. История российского предпринимательства: учебное пособие / Л.С. Мурыгина, А.В. Федосеев. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Библиотека А. Миллера», 2022. – 283 с.

Буров В. Ю. Этапы развития предпринимательства в дореволюционной России // Российское предпринимательство. 2013. №22 (244). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etapy-razvitiya-predprinimatelstva-v-dorevoljutsionnoy-rossii> (дата обращения: 17.11.2023).

Командная экономика ограничивала индивидуальную инициативу. Ключевые особенности советской экономики:¹

- Командная экономика: Советский Союз функционировал в рамках централизованно планируемой экономической системы, где правительство определяло производственные показатели, распределение ресурсов и экономическое планирование. Для руководства промышленным и сельскохозяйственным развитием были введены пятилетние планы.

- Государственная собственность: Правительство владело и контролировало почти все основные отрасли промышленности, фабрики и предприятия. Частная собственность на предприятия отсутствовала в большинстве секторов, поскольку государство стремилось к коллективной собственности на средства производства.

- Подавление частного предпринимательства: Частное предпринимательство решительно не поощрялось и часто считалось незаконным. Государственная идеология поощряла коллективные усилия, а не индивидуальные инициативы. Существующие частные предприятия часто были мелкими и действовали неофициально, сталкиваясь с рисками государственного вмешательства и репрессий.

- Вызовы инновациям: Командная экономика ставила во главу угла выполнение производственных плановых заданий, а не инновации или реагирование на требования рынка. Это препятствовало технологическому прогрессу и подавляло предпринимательскую креативность, поскольку предприятия были больше сосредоточены на достижении запланированных показателей, чем на удовлетворении потребностей потребителей.

- Бюрократия: Централизованная система планирования привела к бюрократической неэффективности, при этом решения часто принимались на удаленных правительственных уровнях. Это затрудняло реагирование на требования рынка и приводило к неэффективности распределения ресурсов и производства.

- Отсутствие потребительского выбора: Потребительские товары часто сталкивались с дефицитом или не отличались разнообразием. Плановая экономика плохо учитывала индивидуальные предпочтения, что привело к ограниченному ассортименту доступных продуктов.

В целом, советская экономическая модель отдавала приоритет индустриализации, коллективной собственности и государственному контролю над экономической деятельностью, что привело к созданию среды, в которой предпринимательство с трудом добивалось процветания. Отсутствие частного предпринимательства и доминирование государственных предприятий ограничивали инновации, индивидуальную инициативу и экономическую

1 Ханин, Г.И. Экономическая история России в новейшее время : монография : В 2 т. / Г.И. Ханин; Новосиб. гос. техн. ун-т. – Новосибирск, 2008. – Т. 1. Экономика СССР в конце 30-х годов –1987 год. – 516 с.

гибкость, усугубляя проблемы, с которыми сталкивалась советская экономика на протяжении нескольких десятилетий.¹

Постсоветская эпоха (с 1991 года): После распада СССР Россия провела экономические реформы, перейдя к рыночной экономике. Этот период ознаменовался всплеском предпринимательской активности, когда появилось много малых предприятий в различных секторах. Однако такие проблемы, как коррупция, бюрократические препоны и нестабильная правовая база, препятствовали росту предпринимательства. Переход к рыночной экономике ознаменовался следующими событиями:²

- **Приватизация:** Государственные предприятия были приватизированы, что позволило передать право собственности от государства частным лицам или организациям. Это привело к созданию возможностей для предпринимательства в секторах, ранее монополизированных государством.

- **Возникновение малого бизнеса:** В 1990-е годы наблюдался всплеск предпринимательской активности, поскольку отдельные лица искали возможности в различных отраслях, включая розничную торговлю, услуги, производство и финансы. Этот период стал свидетелем рождения многочисленных малых и средних предприятий (МСП).

- **Либерализация экономики:** Экономические реформы, направленные на либерализацию рынков и ослабление государственного контроля, позволили добиться большей гибкости в деловых операциях. Этот сдвиг способствовал созданию более разнообразной и динамичной бизнес-среды.

Проблемы, с которыми сталкивались предприниматели в начальный период реформ:

1. **Коррупция:** коррупция оставалась значительным препятствием для предпринимателей.

2. **Бюрократические препятствия:** Несмотря на реформы, бюрократическая волокита сохранялась, затрудняя эффективную работу предприятий. Сложные нормативные акты, процедуры лицензирования и административные барьеры препятствовали росту предпринимательства.

3. **Правовая неопределенность:** Правовая база в постсоветскую эпоху была нестабильной и непоследовательной. Такое отсутствие правовой ясности и правоприменительной практики создавало риски и неопределенность для бизнеса, влияя на инвестиционные решения и перспективы роста.

4. **Экономическая нестабильность:** В этот период Россия столкнулась с экономической нестабильностью и кризисами, включая финансовый кризис 1998 года, который повлиял на бизнес и доверие инвесторов.

1 Там же

2 Ясин, Е. Г. Развитие постсоветской экономики: из прошлого в будущее: докл. к XVIII Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 11–14 апр. 2017 г. / Е. Г. Ясин; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. — 23 с.

В то время как постсоветская эпоха способствовала всплеску предпринимательской активности и росту малого бизнеса, сохраняющиеся проблемы, такие как коррупция, бюрократические препоны и нестабильная правовая база, препятствовали реализации всего потенциала предпринимательства, способного внести значительный вклад в экономический рост. Со временем Россия приложила усилия для решения этих проблем посредством реформ, направленных на улучшение делового климата, повышение прозрачности и сокращение бюрократических препятствий.

В новом столетии Россия предприняла шаги по стимулированию предпринимательства посредством различных инициатив, включая налоговые льготы, поддержку малых и средних предприятий (МСП) и центров технологических инноваций. Правительственные инициативы по стимулированию предпринимательства в России:¹

- **Налоговые льготы и стимулы:** Российское правительство ввело налоговые льготы и стимулы, направленные на поддержку стартапов и малого и среднего бизнеса. Эти меры включают сниженные налоговые ставки, льготы и упрощенные налоговые процедуры для малого бизнеса, что делает более привлекательным для предпринимателей создание и поддержание своих предприятий.

- **Программы поддержки малого и среднего бизнеса:** Для оказания помощи малому и среднему бизнесу в России были созданы различные программы поддержки. Эти программы предлагают финансовую помощь, наставничество, консультационные услуги и доступ к финансированию и кредитным линиям, обеспечивая важнейшую поддержку малому бизнесу в его росте и расширении.

- **Центры технологических инноваций:** Россия инвестировала в создание центров технологических инноваций и кластеров, особенно в таких городах, как Москва и Санкт-Петербург. Целью этих центров является стимулирование инноваций, исследований и разработок путем предоставления инфраструктуры, ресурсов и сетевых возможностей для технологических стартапов и предпринимателей.

- **Стартап-инкубаторы и акселераторы:** Правительство поддержало создание стартап-инкубаторов и акселераторов, которые предоставляют рекомендации, наставничество и ресурсы предприятиям на ранних стадиях развития. Цель этих программ - помочь стартапам справиться с трудностями, усовершенствовать их бизнес-модели и ускорить их рост.

¹ Назарова Н. А. Государственная политика стимулирования предпринимательской деятельности в российских регионах // Власть. 2019. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennaya-politika-stimulirovaniya-predprinimatelskoy-deyatelnosti-v-rossiyskih-regionah> (дата обращения: 17.11.2023).

- **Образование и профессиональная подготовка в области предпринимательства:** Предпринимаются усилия по продвижению инициатив в области образования и профессиональной подготовки в школах, университетах и профессиональных учебных заведениях. Эти программы направлены на развитие предпринимательского мышления и предоставление начинающим предпринимателям навыков и знаний, необходимых для успеха в бизнесе.

- **Доступ к финансированию и инвестициям:** Правительство предприняло шаги по улучшению доступа к финансированию и инвестициям для стартапов и малых и средних предприятий. Инициативы включают создание инвестиционных фондов, поддержку венчурного капитала и меры по привлечению внутренних и иностранных инвестиций в предпринимательскую экосистему.

Эти инициативы правительства отражают усилия по созданию более благоприятной среды для предпринимательства в России. Предлагая стимулы, программы поддержки и инфраструктуру для инноваций, правительство стремится стимулировать экономический рост, поощрять инновационное предпринимательство и диверсифицировать экономику за пределы ее зависимости от природных ресурсов.

Несмотря на предпринимаемые усилия, сохраняются некоторые проблемы, мешающие развитию бизнес-среды. Россия в значительной степени полагается на свои природные ресурсы, особенно на нефть, газ и полезные ископаемые, которые исторически составляли значительную часть ее ВВП и экспорта. Хотя эти ресурсы обеспечивают значительный доход, они также создают экономическую уязвимость. Помимо этого, зависимость от сырьевых товаров подвергает экономику колебаниям цен на мировых рынках, влияя на финансовую стабильность. Это также в определенной степени препятствует диверсификации в другие секторы, ограничивая инновации и технологический прогресс. Недостатки инфраструктуры, особенно в отдаленных регионах, могут препятствовать ведению бизнеса и логистике.

Другим препятствием к развитию являются бюрократические барьеры. Неясности в правовой базе и несоответствия в правоприменении создают неопределенность для бизнеса, влияя на инвестиционные решения.

Важным фактором развития российского бизнеса в последнее время стали геополитика и санкции.

Китай.

Подобно России, Китай имел историю предпринимательства до основания КНР. Основные черты предпринимательства в докоммунистическую эпоху:¹

- **Купечество:** В Китае было значительное число купцов, занимавшихся внутренней и международной торговлей. Они играли жизненно важную роль

1 Chen Y. A Chinese Economic Revolution: Rural Entrepreneurship in the Twentieth Century. Linda Grove. Lanham, MD: Rowman and Littlefield, The China Quarterly. 2007. 303 pp.

в торговле, особенно шелком, чаем, специями и другими товарами, способствуя развитию торговых сетей Китая и экономическому процветанию.

- Малые предприятия: Наряду с торговцами существовало множество малых предприятий, таких как семейные предприятия, мастерские и местные ремесленники, производящие товары для местных и региональных рынков.

- Традиционные отрасли промышленности: Сельское хозяйство, ремесла и традиционные отрасли промышленности составляли основу китайской экономики. Эти предприятия часто основывались на сотрудинчестве семьи или общины.

Стоит отметить, что вмешательство западных держав в дела Китая в XIX-м и начале XX-го веков значительно подорвало экономику страны, ослабило ее промышленность и повлияло на традиционный предпринимательский ландшафт. Например, приток иностранных товаров ослабил китайскую промышленность и ремесла, повлияв на внутреннее производство. Отток серебра и других ресурсов для оплаты импортируемых товаров создал экономическую напряженность и привел к торговому дисбалансу. Неравноправные договоры и империализм привели к экономической эксплуатации, потере суверенитета и имели долгосрочные последствия, которые способствовали борьбе Китая за модернизацию и его последующим политическим преобразованиям, включая основание КНР в 1949 году.¹

Приход к власти Коммунистической партии в 1949 году привел к коллективизации и подавлению частного предпринимательства в эпоху маоизма. Так, частная собственность на предприятия и землю была ликвидирована, а предприятия были либо национализированы, либо взяты под государственный контроль. Частное предпринимательство считалось контрреволюционным и не поощрялось. Правительство осуществило централизованное экономическое планирование, приняв модель командной экономики, при которой государство контролировало средства производства, устанавливало производственные цели и распределяло ресурсы. Отрасли промышленности и предприятия постепенно национализировались, что привело к доминированию государственных предприятий (ГП) в различных секторах. Эти предприятия действовали под руководством правительства и отвечали за выполнение производственных квот. Правительство играло центральную роль в регулировании и руководстве экономической деятельностью, следуя социалистическим принципам и идеологии, которые существенно ограничивали развитие частного предпринимательства и рыночной экономики. Это возымело положительный эффект, восстанавливая экономику после западного вмешательства.²

1 Chan, Kai Yiu. Business expansion and structural change in pre-war China: Liu Hongsheng and his enterprises, 1920-1937. Vol. 1. Hong Kong University Press, 2006.

2 Петрунина Ж. В. Проблемы экономической модернизации Китая в конце 1920–1930-х годов// Учёные записки КнАГТУ № IV-2(36), 2018. с. 4-8

Экономические реформы Дэн Сяопина ознаменовали значительный сдвиг, позволивший появиться элементам рыночной экономики. Дэн Сяопин провел реформы по модернизации экономики Китая, перейдя от жесткого централизованного планирования к более ориентированному на рынок подходу. Сельскохозяйственные реформы позволили сельским домохозяйствам заключать контракты на землю, поощряя индивидуальное фермерство и производство. Этот отход от коллективного ведения хозяйства был направлен на повышение производительности сельского хозяйства и доходов. Были созданы особые экономические зоны (ОЭЗ), поощряющие иностранные инвестиции и предпринимательство в определенных регионах. ОЭЗ предлагали налоговые льготы, смягченное регулирование и благоприятные условия для привлечения иностранных инвестиций, передачи технологий и предпринимательства. ОЭЗ служили лабораториями для тестирования ориентированной на рынок политики, обеспечивая большую экономическую свободу и гибкость по сравнению с другими частями Китая. Правительство активно поддерживало и продвигало реформы, проводя политику поощрения предпринимательства, иностранных инвестиций и технологического прогресса. Реформы привели к появлению динамично развивающегося частного сектора, в котором малые и средние предприятия (МСП) и частные предприятия, находящиеся в собственности, играют более существенную роль в экономике. Реформы внесли значительный вклад в быстрый экономический рост Китая, превратив его в одну из крупнейших экономик мира.¹

В XXI веке Китай стал свидетелем значительных преобразований в своей бизнес-среде, которые ознаменовались ростом числа частных предприятий и процветающей экосистемой стартапов, особенно в технологическом и инновационном секторах. Китай пережил значительный рост частного предпринимательства, став глобальным производственным центром. Возникла динамичная экосистема стартапов, особенно в технологическом и инновационном секторах, способствующая развитию таких компаний, как Alibaba, Tencent и других.²

Продолжающаяся политика либерализации и реформ способствовала росту частного сектора, позволяя частным предприятиям успешно развиваться в различных отраслях. Государственная поддержка предпринимательства и инноваций способствовала созданию среды, в которой людей поощряли начинать свой бизнес и осваивать новые предприятия.

Так, Китай стал мировым центром обрабатывающей промышленности, привлекая транснациональные корпорации и создавая производственные мощности благодаря своей квалифицированной рабочей силе, инфраструктуре и преимуществам в затратах. Многие китайские компании имеют важную роль

1 LI, Huaqun. History and development of entrepreneurship in China. *Entrepreneurship and economic growth in China*, 2013, p. 13-33.

2 Ahlstrom D., Zhujun D. *Entrepreneurship in China: an overview.*// *International Small Business Journal* - vol. 32. № 6, 2014. pp. 610-618.

в глобальных цепочках поставок, внося значительный вклад в производство и экспорт различных товаров.

Технологический сектор показал стремительный рост, акцент на инновации и технологические достижения в таких областях, как электронная коммерция, финтех, искусственный интеллект и биотехнологии, способствовали вхождению китайской экономики в крупнейшие экономики мира. Правительство и частные организации создали многочисленные стартап-инкубаторы, акселераторы и технопарки, предоставляя ресурсы, финансирование и наставничество начинающим предпринимателям. Такие компании, как Alibaba, Tencent, Huawei и другие, стали мировыми лидерами, продемонстрировав возможности Китая в области технологий, инноваций и предпринимательства.

Правительство продолжает внедрять поощряющую политику и стимулы, поддерживающие инновации и предпринимательство, предлагая налоговые льготы, субсидии и возможности финансирования стартапов и высокотехнологичных отраслей промышленности. Поощряя предпринимательство, правительство также внедрило нормативные акты для обеспечения справедливого и конкурентного рынка, решая проблемы, связанные с конфиденциальностью данных, кибербезопасностью и рыночными монополиями.

Правительство Китая оказывает поддержку предпринимателям посредством политики поощрения инноваций, инвестиций в технологии и таких инициатив, как инициатива «Один пояс, один путь». Инициатива способствовала расширению торговых и инвестиционных возможностей во многих странах, создавая возможности для расширения охвата китайского бизнеса. Китайские технологические компании вышли на международный уровень, инвестируя в зарубежные рынки и устанавливая глобальное присутствие, способствуя влиянию Китая на мировой технологический ландшафт.

Стоит отметить, что несмотря на рост числа частных предприятий, китайское правительство сохраняет значительный контроль с помощью нормативных актов, цензуры и государственных предприятий, что может повлиять на автономию бизнеса.

Таким образом, обе страны пережили изменения в своих экономических моделях: Россия перешла от командной экономики к рыночно-ориентированному подходу, а Китай принял элементы рыночной экономики, сохранив при этом значительный государственный контроль.

Нормативно-правовая среда Китая, хотя и жесткая в некоторых областях, демонстрирует адаптивность и проактивный подход к развитию предпринимательства по сравнению с Россией, где сохраняется большое влияние государства. У обеих стран есть инициативы по поддержке доступа к финансированию, но Китай предстает более успешным в создании среды, поощряющей финансирование на рынке капитала, предоставляя больше возможностей для предпринимательских начинаний. Обе страны столкнулись с проблемами бюрократии, коррупции и юридических сложностей, влияющих на предпринимательство. В Китае наблюдается значительный рост технологического предпринимательства, в то время как Россия также добилась успехов, но сталкивается

с препятствиями в диверсификации своей экономики, выходящей за рамки природных ресурсов.

Государственное участие Китая в развитие бизнес-среды, как правило, носит более стратегический и упреждающий характер, нацеливаясь на конкретные отрасли и цели развития. Российский подход к развитию бизнес-среды более общий, особо не выделяющий какие-либо отдельные отрасли.

Государственная политика стран в отношении малого бизнеса.

Доля малого и среднего бизнеса в ВВП России составляет 20,8%, в нем занято 27% населения. Однако эти показатели ниже по сравнению с такими мировыми лидерами, как США (56% ВВП, 52% занятости) и Китай (60% ВВП, 83% занятости). На малые и средние предприятия приходится в Китае 60% ВВП и занято 83% рабочей силы. Индекс развития малых и средних предприятий Китая, основанный на результатах обследования 3 тыс. предприятий этой категории, вырос в июне 2023 года на фоне неуклонного восстановления экономики.¹

В России малые и средние предприятия подразделяются на категории в зависимости от количества сотрудников и годового дохода: микро (до 15 сотрудников, < 120 млн рублей), малые (16-100 сотрудников, < 800 млн рублей) и средние (101-250 сотрудников, < 2 млрд рублей). Критерии в Китае включают количество сотрудников, годовой доход и совокупные активы. На малых предприятиях работает до 300 человек, выручка от продаж достигает 80 миллионов юаней.²

В России действует специальный федеральный закон: «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (Федеральный закон № 209-ФЗ). Этот закон определяет рамки развития малого и среднего бизнеса, подчеркивая их роль в экономике и закладывая основу для государственной помощи.³ Российское правительство оказывает поддержку посредством кредитования, налоговых льгот, грантов, административных преимуществ и субсидий. Примечательны такие инициативы, как программы льготного кредитования, субсидии на возобновление деятельности и поддержка неотложных нужд. Другая государственная программа — «налоговые каникулы», призванные обеспечить льготы для малого и среднего бизнеса. Эта

1 Индекс развития малых и средних предприятий Китая вырос в июне 2023 года// Агентство Синьхуа. 10.07.2023 Режим доступа: <http://russian.people.com.cn/n3/2023/0711/c31518-20042263.html> (дата обращения 11.11.2023)

2 Озерникова Т.Г., Терехова Н.В. Сравнительный анализ исторических условий развития малого предпринимательства в России и Китае // Синергия науки и практики в контексте инновационных прорывов в развитии экономики и общества: национальный и международные аспекты: сборник научных статей по итогам Международной научно-практической конференции (Санкт-Петербург, 09–10 декабря 2019 года). СПб: СПбГЭУ, 2019. С. 269-273.

3 Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007 N 209-ФЗ (последняя редакция) Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/ (дата обращения 11.11.2023)

мера предусматривает определенный период, в течение которого вновь зарегистрированные индивидуальные предприниматели или те, кто переходит на упрощенную систему налогообложения, могут воспользоваться налоговыми льготами. Действуют упорядоченные и упрощенные процедуры, особенно в области бухгалтерского учета, отчетности и кассовых операций. Они направлены на снижение бюрократических барьеров для малого и среднего бизнеса, упрощая соблюдение требований и оперативное управление.

В Китае также действуют законы, специально направленные на стимулирование и поддержку малого и среднего бизнеса. «Закон о стимулировании развития малых и средних предприятий» направлен на улучшение условий для малого бизнеса. Политика Китая направлена на расширение доступа МСП к финансированию посредством налоговых субсидий, сокращений и вмешательства государственных финансовых институтов. Правительство поощряет финансирование МСП на рынках капитала и снижает стоимость финансирования различными способами. Китай предлагает различные налоговые льготы, направленные на стимулирование технологических инноваций в рамках МСП. Эти льготы часто предусматривают льготы или сниженные налоговые ставки для предприятий, занимающихся разработкой новых технологий и созданием инновационной продукции. Например, предприятия, активно занимающиеся разработкой новых технологий или созданием инновационных продуктов, могут воспользоваться льготами или сниженными налоговыми ставками. Компании, инвестирующие в исследования и разработки, особенно те, которые приводят к технологическим прорывам, могут претендовать на налоговые вычеты или кредиты, снижающие их налогооблагаемый доход. Определенные регионы или отрасли, которые считаются жизненно важными для технологического прогресса, могут рассчитывать на льготную налоговую политику. Такая политика может включать более низкие ставки корпоративного подоходного налога или расширенные налоговые каникулы для соответствующих требованиям МСП. Малые и средние предприятия, работающие в секторах инновационных технологий, могут получать государственные гранты или субсидии, которые дополняют налоговые льготы. Эти налоговые льготы отражают приверженность Китая созданию процветающей экосистемы для малых и средних предприятий, уделяя особое внимание технологическим инновациям как ключевому фактору экономического прогресса.¹

Помимо этого, КНР создала системы сертификации, направленные на признание и поддержку инновационных малых и средних предприятий, в целях содействия технологическому прогрессу и общественному прогрессу. Министерство науки и технологий Китая осуществляет надзор за системой сертификации, специально разработанной для выявления и признания инновационных малых и средних предприятий. Для получения сертификации малые и

1 中华人民共和国企业所得税法 URL: <https://www.chinatax.gov.cn/chinatax/n810341/n810825/c101434/c28479830/content.html> (Accessed at: 11.11.2023)

средние предприятия должны продемонстрировать свою приверженность технологическому прогрессу и общественным потребностям и внести свой вклад. Это предполагает демонстрацию инновационных возможностей, инвестиций в НИОКР и практического применения, соответствующего национальным целям. Это не только повышает их репутацию, но и обеспечивает доверие и узнаваемость в отрасли. Сертифицированные МСП могут получить доступ к различным программам поддержки, которые могут включать финансовую помощь, льготную политику, доступ к специализированным ресурсам и возможности сотрудничества с исследовательскими институтами или более крупными компаниями. Признавая и поддерживая инновационные МСП посредством сертификации, Китай стремится стимулировать технологический прогресс, повышать конкурентоспособность и укреплять общую инновационную экосистему в секторе МСП. Эта инициатива согласуется с более широкой целью страны стать мировым лидером в области технологий и инноваций.¹

Так, можно увидеть, что Россия делает акцент на ослаблении административного бремени за счет налоговых каникул и упрощенных процедур, стремясь стимулировать рост малого и среднего бизнеса, а Китай активно стимулирует технологические инновации, предоставляя существенные налоговые льготы малым и средним предприятиям, занимающимся технологическим развитием.

Однако, стоит отметить, что российское правительство признает ключевую роль высокотехнологичных отраслей промышленности в глобальном лидерстве и экономическом развитии. В категории высокотехнологичных услуг сектор информационных технологий (ИТ) выделяется в качестве важного приоритета. Этот сектор охватывает такие услуги, как проводная и беспроводная связь, разработка программного обеспечения, обработка данных и научные исследования. Российское правительство реализовало программы, обеспечивающие закупки микроэлектроники российского производства. Эти инициативы были направлены на поддержку отечественного производства и снижение зависимости от импортных технологических компонентов. Кроме того, производителям электронной промышленности были предоставлены прямые субсидии для стимулирования роста и инноваций. Тем не менее, зависимость России от импортных комплектующих, несмотря на государственную поддержку, сохраняется. Такая зависимость создает уязвимость, особенно в условиях сбоя в глобальной цепочке поставок, потенциально препятствуя самокупаемости сектора. В связи с чем был разработан Национальный проект по развитию промышленности. Он направлен на стимулирование электронной промышленности в России. Его основная цель заключается в строительстве заводов, оборудованных для производства интегральных схем. Цель состоит в расширении возможностей национальной микроэлектроники, снижении

1 中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议 URL: https://www.gov.cn/zhengce/2020-11/03/content_5556991.htm (Accessed at: 11.11.2023)

зависимости от иностранных источников и стимулировании внутреннего производства.¹

Россия сталкивается с трудностями в достижении более высокого вклада малого и среднего бизнеса в ВВП и занятость из-за ограничений в доступности капитала, налогообложении и административной среде. В Китае малые и средние предприятия вносят значительный вклад в экономику, но вопросы в области финансовых и регулятивных барьеров, сохраняются, несмотря на широкую государственную поддержку. В стране действуют системы сертификации инновационных малых и средних предприятий, способствующие технологическому прогрессу. Эта сертификация, выданная Министерством науки и технологий, признает вклад малых и средних предприятий в удовлетворение потребностей общества и технологический прогресс.²

Эффективность программ поддержки в России нуждается в оценке, чтобы усилить их влияние на показатели успешности малого и среднего бизнеса и устранить барьеры на пути роста. В Китае для решения существующих проблем и поддержания динамики развития малого и среднего бизнеса необходимы постоянная оценка и адаптация механизмов поддержки.

Несмотря на то, что и Россия, и Китай предприняли меры по стимулированию роста малого и среднего бизнеса, среда малого и среднего бизнеса в Китае выглядит более устойчивой благодаря более высокому уровню инвестиций и широкомасштабному вмешательству правительства. Постоянная оценка и адаптация механизмов поддержки имеют решающее значение для обеих стран для дальнейшего содействия развитию малого бизнеса.

Таким образом, эволюция развития бизнеса в Китае и России на протяжении XX-го и XXI-го веков отличается историческими сдвигами, идеологическими переходами и контрастирующими экономическими моделями. Обе страны сталкивались с постоянными проблемами, препятствующими развитию бизнеса. Сравнительный анализ выявляет различные, но в чем-то схожие пути развития бизнеса в России и Китае, подкрепленные историческим наследием и политическими рамками.

Сравнительный анализ подходов России и Китая выявляет различные механизмы государственной поддержки, ориентированные на развитие малого и среднего бизнеса. Россия делает акцент на упрощении административных процедур и налоговых льготах, в то время как Китай делает упор на технологические инновации посредством надежных налоговых льгот и программ сертификации для инновационных малых и средних предприятий. Несмотря на достигнутые успехи, обе страны сталкиваются с препятствиями, препятствующими

1 Ганичев Н.А., Кошовец О.Б. Цифровая экономика России: к стратегии развития в условиях санкций // Проблемы прогнозирования. 2022. № 6(195). С. 94-108.

2 Соловьева А.А. Сравнительный анализ мер государственной поддержки субъектов малого предпринимательства в российской Федерации и Китайской народной республике: перспективы рецепции управленческого опыта// Научные записки молодых исследователей № 1, 2019. с. 5-15

росту малого и среднего бизнеса, такими как бюрократические сложности и геополитические факторы, влияющие на мировую торговлю. Постоянная оценка и адаптация механизмов поддержки считаются необходимыми для дальнейшего развития малого и среднего бизнеса в обеих странах, при этом Россия стремится увеличить вклад малого и среднего бизнеса в свою экономику, а Китай устраняет сохраняющиеся финансовые и регулятивные барьеры.

Список литературы:

1. Буров В. Ю. Этапы развития предпринимательства в дореволюционной России // Российское предпринимательство. 2013. №22 (244). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etapy-razvitiya-predprinimatelstva-v-dorevolutsionnoy-rossii> (дата обращения: 17.11.2023).

2. Ганичев Н.А., Кошовец О.Б. Цифровая экономика России: к стратегии развития в условиях санкций // Проблемы прогнозирования. 2022. № 6(195). С. 94-108.

3. Индекс развития малых и средних предприятий Китая вырос в июне 2023 года // Агентство Синьхуа. 10.07.2023 Режим доступа: <http://russian.people.com.cn/n3/2023/0711/c31518-20042263.html> (дата обращения 11.11.2023)

4. Мурыгина Л.С. История российского предпринимательства: учебное пособие / Л.С. Мурыгина, А.В. Федосеев. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Библиотека А. Миллера», 2022. – 283 с

5. Назарова Н. А. Государственная политика стимулирования предпринимательской деятельности в российских регионах // Власть. 2019. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennaya-politika-stimulirovaniya-predprinimatelskoj-deyatelnosti-v-rossiyskih-regionah> (дата обращения: 17.11.2023).

6. Озерникова Т.Г., Терехова Н.В. Сравнительный анализ исторических условий развития малого предпринимательства в России и Китае // Синергия науки и практики в контексте инновационных прорывов в развитии экономики и общества: национальный и международные аспекты: сборник научных статей по итогам Международной научно-практической конференции (Санкт-Петербург, 09–10 декабря 2019 года). СПб: СПбГЭУ, 2019. С. 269-273.

7. Петрунина Ж. В. Проблемы экономической модернизации Китая в конце 1920–1930-х годов // Учёные записки КНАГТУ № IV-2(36), 2018. с. 4-8

8. Соловьева А.А. Сравнительный анализ мер государственной поддержки субъектов малого предпринимательства в Российской Федерации и Китайской Народной Республике: перспективы рецепции управленческого опыта // Научные записки молодых исследователей № 1, 2019. с. 5-15

9. Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007 N 209-ФЗ (последняя редакция) Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/ (дата обращения 11.11.2023)

10. Ханин, Г.И. Экономическая история России в новейшее время : монография : В 2 т. / Г.И. Ханин; Новосиб. гос. техн. ун-т. – Новосибирск, 2008. – Т. 1. Экономика СССР в конце 30-х годов –1987 год. – 516 с.

11. Ясин, Е. Г. Развитие постсоветской экономики: из прошлого в будущее: докл. к XVIII Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 11–14 апр. 2017 г. / Е. Г. Ясин ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. — 23 с.

12. 中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议 URL: https://www.gov.cn/zhengce/2020-11/03/content_5556991.htm (Accessed at: 11.11.2023)

13. 中华人民共和国企业所得税法 URL: <https://www.chinatax.gov.cn/chinatax/n810341/n810825/c101434/c28479830/content.html> (Accessed at: 11.11.2023)

14. Ahlstrom D., Zhujun D. Entrepreneurship in China: an overview.// International Small Business Journal - vol. 32. № 6, 2014. pp. 610-618.

15. Chan, Kai Yiu. Business expansion and structural change in pre-war China: Liu Hongsheng and his enterprises, 1920-1937. Vol. 1. Hong Kong University Press, 2006.

16. Chen Y. A Chinese Economic Revolution: Rural Entrepreneurship in the Twentieth Century. Linda Grove. Lanham, MD: Rowman and Littlefield, The China Quarterly. 2007. 303 pp.

17. LI, Huaqun. History and development of entrepreneurship in China. Entrepreneurship and economic growth in China, 2013, p. 13-33.

Е. Е. Богодухова,

Забайкальский государственный университет,
г. Чита, Россия

Интеграция ментальности в пространстве диалога культур России и Китая

В статье автор акцентирует внимание на особенностях трансформации ментальности в российско-китайском культурном пространстве. Анализируется возможность возникновения интеграционных процессов на ментальном уровне, а также их воздействие на языковую личность.

Ключевые слова: ментальность, Россия, Китай, интеграция, коммуникация, диалог культур.

В настоящее время российско-китайское межкультурное взаимодействие находится в состоянии диалога между государствами, что находит своё отражение в трансформации региональной культуры государств. Несмотря на тесное взаимодействие, государства нацелены не только на интеграцию культур, но и на сохранение её самобытности, самостоятельности, традиций.

А.Н. Андреев рассматривает личность и культуру в двусторонней взаимодействующей системе «субъект – объект», элементы которой могут меняться местами. Он отмечает, что культура и личность выступают как формы существования духовности. В культуре накапливаются и трансформируются духовные ценности, которые могут быть реализованы и востребованы только субъектом, их создавшим – личностью [2, с. 93].

Личность человека формируется под воздействием внутренних и внешних факторов. К внутренним факторам можно отнести генетический фон, психическое состояние, физиологические особенности и т.д.; к внешним – историческую эпоху, географическую среду, уровень и качество жизни, геополитические процессы, проходящие в стране (мирное, военное время), социокультурное пространство, в котором находится человек.

А. Н. Андреев отмечает, что личность человека является продуктом общности, историческим продуктом, которая формируется в результате взаимодействия общественного и индивидуального начала. Он предполагает, что целью и смыслом культуры является максимальная реализация потенциала личности. Развитие культуры предусматривает трансформацию духовности человека, которая заключается в совокупности духовных ценностей и разума личности [2, с. 110].

Рассматривая процесс становления личности с точки зрения исторического развития общества, А.Г. Асмолов формулирует три формы существования личности человека в пространстве:

- человек является многомерным существом, которое с одной стороны является участником историко-эволюционного процесса развития общества, с другой – носителем социальных ролей общества, формируя и преобразовывая социум вокруг себя;

- человек выступает диалогичным существом, сущность которого формируется и трансформируется в изменении самого себя и общества;

- человек является субъектом в целостной общественной системе мира, сохранившей в себе самобытные и самобытные качества [1, с. 58].

В.В. Воног отмечает, что для приграничной территории Восточно-Сибирского и Дальневосточного регионах западные территории представлены Россией, культура которой, в своём большинстве, относится к христианскому типу; восток – к конфуцианско-даосскому и индо-буддистскому типам. В современный период времени конфликты не так остры, однако потребность в диалоге возрастает и остаётся актуальной. В.В. Воног формулирует причины необходимости выстраивания процесса диалога культур:

во-первых, умение понять, принять и использовать непохожее, иное – гарантия жизнеспособности системы любого уровня, в этом смысле диалог культур прагматично выгоден. Знание и понимание особенностей национального характера, национальной психологии партнера полезны и предпринимателю, и дипломату, и чиновнику, и специалисту.

Для успешного сотрудничества с соседними странами в любой сфере человеческой жизнедеятельности необходимо иметь системные знания о

культурных ценностях партнеров, а эти знания можно приобрести только в процессе освоения теории и практики межкультурной коммуникации.

Во-вторых, навыки межкультурного диалога способствуют формированию у человека представления о себе как о гражданине мира.

В-третьих, диалог культур стимулирует творческое развитие и духовное обогащение личности, входящей в контакт с ценностями других культур. Для граждан России, чей духовный тип сформирован под влиянием Запада (Европы) и Востока (Азии), осознающих свое евразийство, интерес к восточной культуре тем более естественен, что он еще в большей степени, чем у других народов, помогает самопознанию.

В-четвертых, умение вести диалог способствует развитию толерантности в обществе, что чрезвычайно важно для современной России – страны многонациональной. Распространение национальных и расовых предрассудков, увеличение числа религиозно-этнических конфликтов вызывает серьезное беспокойство, грозит целостности Российского государства[3].

В связи с этим Правительством России принята специальная федеральная программа, рассчитанная на период до 2005 г. В этом контексте Министерством образования и науки Российской Федерации объявлено о разработке междисциплинарной, социально-ориентированной программы для молодежи, цель которой – привить им уважение к чужой культуре, религии, традициям, научить противостоять этнофобии и национальной предвзятости.

Можно предположить, что наиболее позитивной и результативной формой межкультурной адаптации является культурная интеграция, которая выражается в установлении оптимальных межкультурных связей между различными этносами, социумами и отдельными личностями с учетом их культурных особенностей, принятых норм и идеалов. Культурная интеграция представляет собой «партнерство культур», выражается во взаимодействии культурных элементов различных культурных пространств.

Преодоление контрастности является одним из главных направлений российско-китайских отношений, поскольку различия между государствами имеют значительные масштабы в языковом, культурном, поведенческом отношении. На соседствующих приграничных территориях происходит взаимодействие, соприкосновение и слияние культур, способствуя появлению нового культурного пространства с разнообразными культурными элементами. Культура выступает в качестве главного элемента межгосударственного сотрудничества граничащих государств, поскольку даёт возможность выстраивать взаимоотношения с учетом особенностей национального менталитета, ценностей и идеологий населения соседствующей страны.

М.Н. Фомина и М.Б. Лига говорят о том, что культура в современном мире формируется и развивается под воздействием внешних и внутренних факторов. Под воздействием внутренних воздействий происходит отход от традиций, которые характерны для каждой этнической культуры к ценностям потребления, которые не соотносятся с какой-то определенной культурой. Под воздействием внешних трансформаций понимается глобализирующаяся

культура, которая формируется в настоящее время в процессе диалога культур и межкультурного взаимодействия. Культура стремится к гармонии и взаимопониманию, взаимодействию и развитию, она направлена с одной стороны на сохранение самобытности культур и ценностей, с другой стороны – создание единого культурного пространства, обеспечивая культурную безопасность в современных условиях глобализации [4, с. 223-226].

Современное состояние российско-китайских взаимоотношений носит характер диалога, который является важным фактором в процессе межкультурной адаптации личности при нахождении в новом культурном пространстве. Каждый элемент культуры содержит в себе информацию об обществе, его истории и становлении. Процесс вхождения в новое культурное пространство подразумевает трансформацию личности в процессе встраивания в новое общество. Зачастую этот процесс сопровождается изменением лингвокультурной реальности, поскольку человек, который владеет двумя или несколькими языками, является носителем нескольких культур.

Список литературы

1. Асмолов А. Г. Психология личности: Принципы общепсихологического анализа. — М.: Смысл, 2001. — 416 с.
2. Андреев А.Н. Культурология. Личность. Культура. Мн.: Дизайн ПРО, 1998, –160 с.
3. Воног В.В. Межкультурная коммуникация русского населения Сибири и китайской диаспоры. 2019. 160 с.
4. Фомина М.Н., Лига М.Б. Ценности в контексте диалога культур // В сборнике: Россия - Китай: диалог в условиях глобализации = 俄罗斯 - 中国 : 全球化条件下的对话. Сборник статей I Международного российско-китайского симпозиума. Чита. 2019. С. 223-226.

Т. А. Кучерова,

Санкт-Петербургский государственный университет,
г. Санкт-Петербург

Профессиональные ожидания студентов-переводчиков в контексте новаций в сфере искусственного интеллекта

Ключевые слова: профессиональные ожидания, студенты, искусственный интеллект, рынок труда, generation Z.

В социологической науке на данный момент времени лидирует обсуждение проблемы, которая заключается в кардинальном влиянии искусственного интеллекта на работу и занятость, а точнее — на значительное сокращение рабочих мест в будущей перспективе. В проведенном исследовании фокус внимания был сосредоточен на профессии, существование которой на рынке труда будущего подвержено сомнению. Во втором издании «Атласа новых профессий», выпущенное Агентством стратегических инициатив в 2015 году, было спрогнозировано на основании анализа рынка труда, что профессия

переводчика к 2030 году в России исчезнет. В настоящее время специалисты все чаще выполняют все меньше и меньше задач. Работа многих переводчиков сводится к постредактированию: проверке качества, аннотированию или исправлению ошибок в материалах, переведенных с помощью машинного перевода. Подобные изменения в переводческой деятельности могут основательно трансформировать профессиональные ожидания молодых людей, обучающихся по направлению перевода на сегодняшний день, и даже радикально поменять направление их карьерных траекторий.

Цель исследования: изучение профессиональных ожиданий студентов, обучающихся по направлениям, дающих специализацию в области перевода, в контексте новаций в сфере ИИ.

Теоретические основания. Исследуемая социальная группа относится к поколению Z (Generation Z), рожденные в период с 1995 по 2012 [1, с. 2]. Это люди “новой формации”, взросление которых происходило во время перехода общества в свою новую эру — в эру развития информационных технологий. Они открыты к изменениям и разнообразию, ценят время и скорость, в них преобладает внутренний локус контроля и вера в возможность управления собственной жизнью. Что касается профессиональных характеристик рассматриваемого поколения, то исследователи описывают их как ориентированных в цифровых технологиях (digital natives); нацеленных на высокие достижения; ищущих интересную и значимую работу; теряющих мотивацию при отсутствии работы, бросающей им вызов (challenging work) [1, с. 2].

Авторы, пишущие работы по субдисциплине “социология молодежи”, отмечают в целом позитивное отношение молодых людей к действительности. Исследования показывают, что молодые люди в возрасте 20 лет статистически значимо чаще, чем представители старшего поколения (40 лет и старше), ожидают улучшения своей жизни, находятся в хорошем настроении и строят планы на несколько лет вперед [4, с. 339]. С другой стороны, социологи описывают именно поколение Z как позитивно настроенное, ссылаясь на гибкость жизненных стратегий (не боятся смены профессиональной деятельности или места жительства) и оттянутое время для поисков собственного места в обществе и максимальной самореализации [2, с. 42].

Однако стоит отметить, что поколение Z в настоящее время в том числе испытывает неуверенность, поскольку их взросление происходит в условиях изменяющейся социальной реальности, сопровождающейся возрастающей неопределенностью из-за ускорения темпа жизни во всех ее сферах [3, с. 24]. Этот процесс, в котором непрерывно воспроизводятся различные риски, связанные с утратой человеком контроля над окружающей средой, создаваемой им техникой и технологическими достижениями, приведет к социальным и политическим проблемам. Данный процесс начался после индустриализации, и Ульрих Бек назвал его “обществом риска” [5, с. 26].

Приведенные выше положения помогают выстроить следующую типологию профессиональных ожиданий студентов-переводчиков: позитивные и негативные.

Методы исследования. С целью изучить профессиональные ожидания студентов-переводчиков в контексте новаций в сфере искусственного интеллекта, были собраны эмпирические данные с помощью количественного опроса через платформу Google Forms в ноябре 2023 года. Респонденты отбирались на основе стихийной выборки, ими стали студенты-бакалавры Санкт-Петербургского государственного университета, обучающиеся по направлению “Филология”. Итоговая выборка составила 139 респондентов. Для анализа результатов также был применен метод описательной статистики.

Полученные результаты. Одним из ключевых вопросов анкеты, касающихся профессиональных ожиданий студентов-переводчиков, является вопрос “Планируете ли Вы работать/реализовывать себя в сфере перевода в будущем?”. Менее четверти опрошенных студентов (18%) уверены в своем будущем трудоустройстве в этой области, более оптимистичны в этом плане — 35% респондентов. О неопределенности в выборе профессиональной стратегии высказалось чуть более четверти всех опрошенных (25%). Не планируют, но не исключают такой возможности - 19%. И только 4% полностью уверены, что выберут другую профессиональную область.

Из числа тех, кто собирается стать переводчиком или рассматривает такую возможность, 36% опрошенных выразили обеспокоенность по поводу своего трудоустройства в будущем при условии, что ИИ продолжит развиваться теми же темпами, что и в последние пять лет. При этом немного больше респондентов, а именно 42%, заявили, что не испытывают подобных опасений.

Большинство опрошенных (88%) считают возможным сценарий, в котором работодатели, стремясь сэкономить, откажутся от услуг профессиональных переводчиков и начнут использовать ИИ, даже несмотря на снижение качества выполняемой работы. Кроме того, на вопрос о том, приводят ли инновации в области ИИ к необходимости постоянно учиться и приобретать новые навыки для сохранения своей востребованности на рынке труда, почти все (94%) ответили утвердительно. Это может свидетельствовать о том, что молодые люди, испытывающие страхи в русле будущего трудоустройства в качестве переводчиков из-за новаций ИИ, более мотивированы к самосовершенствованию в профессиональной области, что вероятно поможет им стать более востребованными специалистами и выдержать конкуренцию.

Выводы. Было установлено, что для большей доли респондентов, профессиональные ожидания носят положительный характер, хотя и присутствует значительная доля негативного восприятия. Меньшая, но все же существенная часть студентов воспринимает ИИ как угрозу, которая ставит препятствия на пути к карьерной реализации и усложняет поиск работы, выступая конкурентом, которого охотнее предпочтут работодатели.

Литература:

1.Barhate, Bhagyashree & Dirani, Khalil. (2021). Career aspirations of generation Z: a systematic literature review. *European Journal of Training and Development*. 10: 19.

2. Баймурзина Г. Р. Проблемы молодежи на пороге новой экономики // People - management в условиях цифровой трансформации экономики: Материалы I Международной научно - практической конференции. — 2018. — С. 38-43.

3. Зубок, Ю. А., Чупров, В. И. Современная социология молодежи: изменяющаяся реальность и новые теоретические подходы // Россия реформирующаяся. — 2017. — № 15. — С. 12-48.

4. Нартова Н. А., Фатехов А.М. Переход во взрослость российских миллениалов: на пути от получения образования к обретению ответственности и потере оптимизма? // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. — 2021. — № 4. — С. 319–344.

5. Томских М. С. Качество жизни в концепции «Общества риска» У. Бека // Гуманитарный вектор. Сер. Философия. Культурология. — 2016. — Т. 11, № 2. — С. 23-29.

М. И. Чачхиани,

студент по направлению обучения «Социология», 2 курс,
Петрозаводский государственный университет.
Институт истории, политических и социальных наук.
Кафедра политических и социальных наук.
Петрозаводск, Республика Карелия

Трансформация института медицины на примере стоматологии в современном российском обществе

Аннотация: Статья является обзорной сводкой основных процессов, связанных с трансформации института медицины, сосредотачиваясь на примере стоматологии в контексте современного российского общества. Рассматриваются ключевые этапы изменений, а также предлагается социологический взгляд на тенденции, происходящие в сфере.

Ключевые слова: социология, социология медицины, стоматология, трансформация, социологический опрос.

Изучение медицины в контексте социологии обретает особенное значение в современном обществе, ведь роль медицины в жизни индивида не ограничивается только оздоровительными медицинскими практиками, но и оказывает влияние на формирование ценностей, способствует установлению социальных связей, устанавливает нормы и правила поведения. Данная работа преследует собой цель актуализировать необходимость социологического изучения стоматологии в современном российском обществе.

По мнению академика РАН Решетникова Андрея Вениаминовича, “принимая во внимание фактические функциональные потребности общества, новым социальным институтом является социальный институт медицины, и

эволюционный процесс институционализации медицины требует нового, углубленного осмысления”. [5]

Процесс институционализации медицины проходил от разрозненных практик — к системам здравоохранения. Медицина как род деятельности, является неотъемлемой составляющей истории человеческого общества. Пройдя этап само- и взаимопомощи в эпоху первобытных обществ, формирования, развития и легитимации профессиональной деятельности, медицина в настоящее время выступает неотъемлемой составляющей интересов государства и, конечно, жизненного пути каждого человека.

В процессе институционализации медицины Решетников А.В. условно выделяет 5 этапов [6], поясним каждый из них:

1. Стихийный (до XIV века)

Характеризуется высокой ролью народной медицины, передающейся из поколения в поколение. В такой медицине часто содержится немало нерациональных и даже вредных приемов и средств. А также этот период развития медицины тесно связан с религией.

2. Алхимический (XV—XVII веков)

Алхимические операции часто назывались «лечением», изучение соединений — «анатомированием», философский камень — «универсальным медикаментом», «эликсиром бессмертия», способным не только излечить все болезни, но и победить старость и смерть.

3. Виталистический (XVII-XVIII веков)

Период, характеризующийся верой в нематериальную сверхъестественную силу, некой “жизненной силой”, которая называлась в разных культурах по-разному(душа, ци и прана и др.)

4. Систематизационный (первая половина XIX века)

Период, включивший в себя выдающиеся достижения медицины XX века — внедрение физических методов в диагностику и лечение (рентгеновские лучи, электромагнитные волны, лазер и др.)

5. Научный (со второй половины XIX века).

Активное развитие медицинских технологий и цифровизация здравоохранения, фундаментальные теории (учение об иммунитете) и открытия (вирусов, бактерий и др.), расшифровка генома человека и становление генной инженерии, создание новых лекарств (антибиотики, противоопухолевые, противодиабетические) и вакцин.

Работа сконцентрирована на анализе трансформационных процессов, происходящих в стоматологии, как одном из видов медицинского социального института. Мы считаем, что изучение именно этой отрасли особенно важно, так как здоровье ротовой полости, зубов связано с социальной жизнью человека. Улыбка способна сказать о социальном статусе человека, а также способствует или препятствует успешной коммуникации. Справедливо утверждать, что в большинстве развитых стран, прямые, белые зубы в той или иной мере являются социальной прерогативой [10]. Это приводит в том числе к социальному неравенству, проявлениям социальной депривации, так как отдельные

социальные группы не имеют доступа ко всему спектру стоматологических услуг в силу различных социально-обусловленных причин.

В России социология медицины наука молодая, но уже получившая определенный уровень признания, что можно наблюдать по возрастающему количеству работ и оформлению раздела по изучению медицины в Институте социологии РАН [7]. Что касается стоматологии - это направление является практически неизученным как в зарубежных, так и в отечественных исследованиях. Спецификой российских исследований в том числе является то, что в основном научные работы по социологии медицины в основном написаны медиками, либо людьми с двумя направлениями образования: медицинским и социологическим.

В зарубежной практике чаще встречаются именно социологи по образованию, изучающие медицину. Так, например Лоис Коен очень сильно повлияла на развитие понимания процессов, связанных с зубным здоровьем [9, 10]. Процесс осознания горизонтов использования социальной науки в сфере зубов берет начало после Второй мировой войны, когда социологи стали изучать как социальное поведение и социальные силы влияли на начало болезни и восстановление. Культурные, социальные, поведенческие и эмоциональные факторы очень сильно влияют на процесс прохождения стадий заболевания.

До 1950-х и 1960-х не было крупных исследований, и впервые мы можем говорить о достойном уровне публикаций - это после появления USPHS Division of Dental Public Health, которая обратила внимание на связь бихевиористских и социальных наук и оральных болезней, травм и восстановления. Лоис и небольшая группа социологов организовали Программу исследований в области социальных и поведенческих наук для стоматологии вокруг двух направлений, отразивших наиболее актуальные проблемы стоматологии того времени: (1) профилактика заболеваний и (2) подготовка стоматологических кадров [10].

Таким образом, для Лоис исследование профилактики заболеваний началось со сбора данных о сопротивлении общественности фторированной воде. Было уже известно, что фтор безопасен и эффективен для первичной профилактики кариеса, но некоторые американские общины яростно сопротивлялись подобному нововведению. Группа исследователей провела ряд социальных опросов для выявления предубеждений касательно фторирования воды. Они выяснили, что некоторые люди имели крепкие убеждения о том, что фтор в водоснабжении приведет к появлению ржавчины на кастрюлях, сковородках и внутренней сантехники, либо же некоторые разделяли мнение, что фтор увеличивает вероятность развития рака и переломов костей [10]. Социология стала инструментом, который позволил выделить эти факторы, что в свою очередь позволило создать более эффективные меры по развенчанию научно необоснованных предвзятостей и излишних личных опасений общественности.

Для понимания процессов, происходящих в стоматологии, рассмотрим хронологию её развития, как отдельной отрасли медицины. Пашков В.А. в своем анализе представил периодизацию истории зубоочувания и

стоматологии в России [4]. Опираясь на его работу, выделим и охарактеризуем следующие этапы:

1. До XVIII века:

Стоматология в России развивалась в соответствии с традиционными методами лечения, унаследованными от предшествующих эпох. Зубные проблемы решались с применением народных средств и методов, а уровень профилактики был очень низок. В этот период зубы зачастую удалялись и не вставлялись обратно.

2. XVIII-XIX века. Зубоврачевание как самостоятельная область лекарской области:

К 19 веку произошло большое количество прорывов. Один из них - открытие вулканизированной резины, которая стала использоваться для крепления вставных зубов сначала в США, а потом и по всему миру. В Англии, после битвы под Ватерлоо зубы погибших солдат использовались для изготовления протезов впервые не только для высшего класса, но и для среднего [11]. Более того, в 1780 году Уильямом Эдиссом была придумана зубная щетка [2]. К сожалению, распространение зубной помощи всё еще было очень ограниченным и её могли получить только привилегированные слои населения. С другой стороны, в 18-19 веках сахар стал более распространённым и изначально к нему имели доступ только богатые люди, что сильно усугубило состояние зубного здоровья людей и резко повысило цены на стоматологическую помощь. Влияние Западной медицинской науки привело к усилению медицинского образования и развитию профессиональной стоматологии в России. Формирование первых стоматологических учреждений и обучение специалистов стало характерным для этого периода.

3. Советский период (XX век):

20 век характеризуется созданием государственных организацией здравоохранения. Во многом, это было спровоцировано двумя мировыми войнами, поскольку с фронта возвращалось огромное количество солдат с проблемами здоровья, в том числе заболеваниями височно-челюстного сустава. В СССР, после революции 1917 г. Народный комиссариат здравоохранения приступил к созданию государственного зубоврачевания в стране. Основными задачами системы того времени было создание массовой зубоврачебной и зубопротезной помощи и подготовка кадров стоматологов.

Профилактическое направление стало главной особенностью советской стоматологии, главными слагаемыми стали: плановая санация ротовой полости, фторирование воды и молока, гигиеническое воспитание населения.

В условиях дефицита товаров жители СССР также сталкивались с ограничениями, несмотря на общие положительные тенденции со стороны государственных образований. У многих граждан не было возможности менять зубную щетку раз в месяц, и чаще всего зубная щетка была одна на всю семью. Зубными пастами также редко пользовались, вместо них был зубной порошок.

4. Постсоветский период (с 1991 года) и современность:

С распадом СССР, наступлением в 1990-х г. в России эпохи рыночных

отношений произошли принципиальные изменения в организации, управлении и структуре стоматологической службы. В здравоохранение была введена система платных услуг. В связи с этим изменением связан ряд социальных проблем, существующих в российской стоматологии.

Во-первых, это отставание государственного сектора по финансированию, технологическим и экономическим возможностям от частной медицины. Валерий Константинович Леонтьев - главный стоматолог Минздрава РФ с 1996 по 2004 г. В своём докладе на VIII Всероссийском съезде стоматологов от 2006 года отмечал, что стоматология развивается двойственно:

Тогда он говорил о высоком влиянии государственного сектора стоматологии, стоматологических факультетов, подготовки кадров, но и об официальной низкой заработной плате, неполноправном положении главных врачей и стоматологов, зависимости от бюрократов, сложностях с развитием стоматологических учреждений.

Настоящее положение дел показывает постепенное снижение роли и места государственных стоматологических учреждений как по уменьшению сети, так и по численности работающих в ней кадров, объему деятельности, посещаемости, технологической обеспеченности профилактики и лечения [3].

Подобное положение дел подтверждает и проблемы социальной дифференциации, существующие в сфере медицины. По полису ОМС граждане могут получить лишь часть стоматологических услуг, причем качество предоставленных услуг в государственной клинике будет ниже, чем в большинстве частных. Опрос ВЦИОМ подтверждает данное суждение, так как популярными причинами, по которым россияне не посещают стоматолога, являются: “высокая стоимость стоматологических услуг”, “сложности записи к стоматологу бесплатно, нехватка специалистов, большая очередь”, “отсутствие квалифицированного врача-стоматолога” [1].

Еще одной причиной в том же опросе [1] выделена “территориальная отдаленность стоматологического отделения”. Как и во многих опросах ВЦИОМ, в опросе участие приняли всего 1600 россиян, охвачено всего 100 сёл со всей России. Можем предположить, что при региональном и более точном и качественном исследовании, ориентированном на выявление реальных глубинных причин, эта проблема выражалась бы сильнее.

Примечательно, что практически все опрошенные используют зубную щетку или зубную пасту в качестве средства для ухода за полостью рта. Причём большинство опрошенных используют зубную пасту как минимум один раз в день, а чаще несколько раз в день [1]. Это свидетельствует о трансформации в социальном поле. Ранее у людей не было ни возможности, ни идеи о том, что чистить зубы необходимо каждый день. Сегодня - это норма, приобретенная обществом благодаря развитию медицины и повышению важности проблемы здоровья. Невозможно не отметить роль маркетинговых кампаний по распространению средств для ухода за зубами. Требования эстетической привлекательности, вероятно, также сыграли важную роль в содействии широкому распространению чистки зубов».

Рост популярности косметической стоматологии сам по себе является спорным вопросом, и некоторые представители профессии возмущаются вторжением индустрии красоты в здравоохранение. Изучение этой развивающейся «индустрии» может позволить нам критически изучить, как природа профессий может меняться и адаптироваться к новым технологиям и возможностям, а также в какой степени такие изменения «движутся» внешними рынками.

На индивидуальном уровне косметическая стоматология может предложить новую среду для изучения более широких социологических проблем, связанных, например, с «конструированием проекта тела» по теории Э. Гидденса. Представители шоу-бизнеса и медиа являются агентами, распространяющими идею об идеальной улыбке в обществе. Существенное влияние цифровой трансформации и внедрения новых технологий в сферу стоматологии (ортодонтии, хирургии) представляет простор человеку для создания нового образа, в соответствии с теми нормами, которые транслируются в медиа.

Социологическое изучение стоматологии актуальная и мало изученная тема. В целом, социология стоматологии это очень интересная тема, требующая дальнейшего изучения, привлечения к себе большего внимания, чем она имеет сейчас, особенно в контексте развития российской науки. Мы предполагаем, что увеличение количества исследований в этой сфере и применения практических результатов для изменения социальной реальности сможет значительно улучшить качество жизни россиян.

Список источников

1. Зеленый свет здоровым привычкам 2021 г. // ВЦИОМ URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zelenyi-svet-zdorovym-privyчкам> (дата обращения: 20.12.2023).

2. История возникновения зубной щетки и зубной пасты // Colgate URL: <https://www.colgate.ru/oral-health/brushing-and-flossing/history-of-toothbrushes-and-toothpastes#>. (дата обращения: 22.12.2023).

3. Леонтьев В.К. О СОСТОЯНИИ СТОМАТОЛОГИИ В РОССИИ И ПЕРСПЕКТИВАХ ЕЕ РАЗВИТИЯ // Доклад на VIII Всероссийском съезде стоматологов // Официальный сайт Стоматологической Ассоциации России URL: https://e-stomatology.ru/star/info/2006/doklad_perspect.htm (дата обращения: 20.12.2023).

4. Пашков К. А. О периодизации истории отечественной стоматологии // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Серия: Естественные науки. 2011. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-periodizatsii-istorii-otечественnoy-stomatologii> (дата обращения: 29.12.2023).

5. Решетников А. В. Социальный институт медицины (часть 1) // Социология медицины. 2018. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnyy-institut-meditsiny-chast-1> (дата обращения: 20.12.2023).

6. Решетников А. В. Социальный институт медицины (часть 2) // Социология медицины. 2018. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnyy-institut-meditsiny-chast-2> (дата обращения: 20.12.2023).

7. Социология медицины // Институт социологии ФНИСЦ РАН URL: <https://www.isras.ru/publlist.html?a&rub2=18&page=1#beg> (дата обращения: 22.12.2023).

8. Dworkin S. F. The Emergence of the Social and Behavioral Sciences in Dentistry: Lois Cohen as Principal Architect // Journal of Dental Research. - 1999. - №78(6). - С. 1192-1196.

9. Exley C. Bridging a gap: the (lack of a) sociology of oral health and healthcare // Sociology of Health & Illness. - 2009. - №31(7). - С. 1093-1108.

10. Khalid A., Quiñonez C. Straight, white teeth as a social prerogative // Sociology of Health & Illness. - 2015. - №37(5). - С. 782-796.

11. The dentures made from the teeth of dead soldiers at Waterloo // BBC URL: <https://www.bbc.com/news/magazine-33085031> (дата обращения: 20.12.2023).

Лю Тяньси,

аспирантка кафедры экономической социологии,
Санкт-Петербургский государственный университет

Чжоу Цзиньтан,

студент направления Торговое дело
Санкт-Петербургский экономический университет

Текущая ситуация и развитие китайско-российской торговли в рамках инициативы «Пояс и путь»

Аннотация:

В сегодняшней сложной международной обстановке, будучи двумя крупнейшими странами мира, Китай и Россия поддерживают стабильные и дружественные отношения сотрудничества в политической, экономической и других областях. Внедрение инициативы «Пояс и путь» способствовало развитию китайско-российской торговли. В настоящее время китайско-российское торговое сотрудничество демонстрирует положительную тенденцию развития, объем товарооборота неуклонно растет, а сфера сотрудничества расширяется, обладая большим потенциалом.

Ключевые слова:

“Пояс и путь”, китайско-российская торговля, текущая обстановка, развитие, торговое сотрудничество.

1, Расширение китайско-российской торговли

Очень важно изучить развитие китайско-российской торговли, устранить торговые барьеры и избежать трений, а также продолжить развитие торговли.

В 2013 году председатель КНР Си Цзиньпин предложил стратегическую инициативу «Один пояс, один путь», которая обеспечила устойчивую движущую силу для содействия открытости Китая внешнему миру и внутреннему экономическому росту Китая, а также сыграла позитивную роль в содействии торговле и экономическому развитию [2]. Это имеет большое значение для

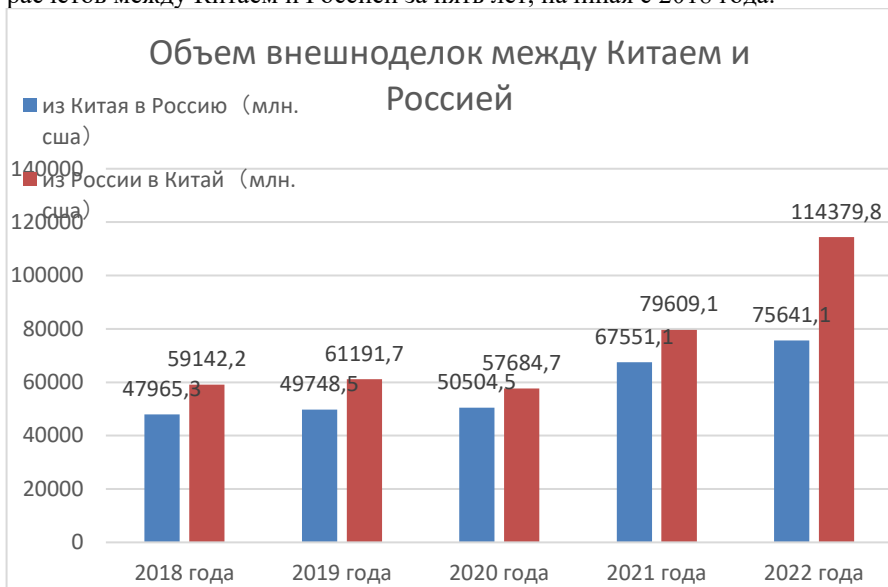
Китая и стран, расположенных вдоль маршрута, для дальнейшего расширения масштабов торговли.

Согласно последним данным, объем двусторонней торговли между Китаем и Россией достиг рекордно высокого уровня [1]. Это неоспоримое достижение происходит из создания и совершенствования механизма сотрудничества в рамках инициативы «Пояс и путь», которая способствовала развитию двусторонней торговли.

В то же время китайско-российское сотрудничество в области энергетики, высоких технологий и инфраструктурного строительства также еще больше расширилось и углубилось.

Согласно таможенной статистике, объем двусторонней торговли между Китаем и Россией в 2018 году достиг исторических 1107,06 млрд долларов США, увеличившись на 27%. С 2013 по 2018 год доля двусторонней торговли между Китаем и Россией в общем объеме товарооборота России увеличивалась из года в год, соответственно 8.12%, 11.27%, 12.07%, 14.12%, 14.86%, 15.76%. Китай становится крупнейшим торговым партнером России девятый год подряд.

На рисунке 1 показан общий объем торгового импорта, вывоза и взаиморасчетов между Китаем и Россией за пять лет, начиная с 2018 года.



Можно видеть, что китайско-российская торговля, будь то импорт или экспорт, значительно увеличится в 2022 году по сравнению с 2018 годом, и динамика развития двусторонней торговли становится все лучше и лучше[3].

Методы торговли Китая и России больше не ограничиваются традиционной торговлей сырьевыми товарами, а постепенно развиваются в более диверсифицированном направлении с высокой добавленной стоимостью.

Углубляющееся сотрудничество между Китаем и Россией в области науки и техники, производства, финансов и других областях заложило прочную основу для модернизации структуры торговли.

Кроме того, правительства двух стран также поощряют трансграничное сотрудничество в области электронной коммерции, создавая новые точки роста в китайско-российской торговле [4].

Сотрудничество в энергетической сфере находится в центре внимания китайско-российского торгово-экономического сотрудничества.

После 2016 года Россия заменила Саудовскую Аравию в качестве крупнейшего импортера нефти в Китае, а Китай также заменил Германию в качестве крупнейшего потребителя российской нефти [5]. Это в полной мере демонстрирует конкурентное преимущество России в области энергоносителей и ее интересы. В 2023 году "Роснефть" опубликовала новость о том, что масштаб совместных поставок с PetroChina достиг 40 миллионов тонн в год. В то же время обе компании в настоящее время перешли на расчеты за сырую нефть в местной валюте.

С 2016 года китайский экспорт механической и электротехнической продукции в Россию значительно увеличился, составив более 60% российского импорта китайской продукции. Железнодорожный путь Китай-Европа также обеспечивает удобный канал для развития китайско-российской торговли [6]. Маньчжурия, "старый центр" с более чем 120-летней историей, в настоящее время стал комплексным узловым центром, объединяющим автомобильные, железные дороги и авиасообщения вдоль границ Китая. Это также важный центр "Железнодорожного пути Китай-Европа", который отвечает за более чем 60% китайско-российской торговли. Задачи наземного транспорта [7].

По состоянию на 4 декабря объем перевозок в железнодорожном центре Маньчжурии превысил 25 миллионов тонн, а ряд транспортных показателей достиг самого высокого уровня в истории за последние 10 лет [8].

Кроме того, Китай и Россия также активизировали строительство стратегических совместных портов и расширили торговые возможности прибрежных районов.

Импортная и экспортная торговля Китая с Россией также открыла специальный зеленый канал, который ускорил темпы торговли и облегчил китайско-российскую торговлю.

Источники

1. Лю Чжичжун. Конкурентоспособность, взаимодополняемость и потенциал развития двусторонней торговли между Китаем и Россией в рамках стратегии "Один пояс, один путь" [J]. Изучение экономических вопросов, 2017, 000(007):95-102, 115.

2. Пан Зе Чжин. Текущая ситуация, проблемы и предложения китайско-российского экономического и торгового сотрудничества в контексте "Пояса и пути" [J]. Международный бизнес, 2017 (1).

3. Моу Мойинг, Чжан Кэ, Лу Цзяци. Китайско-российское торгово-экономическое сотрудничество в контексте "Пояса и пути": эффективность, проблемы и решения [J]. Исследование границ и океана, 2018, 000(001): P.56-66.

4. Лу Наньцюань. Активно продвигать китайско-российское экономическое и торговое сотрудничество в рамках "Пояса и пути" [J]. Журнал колледжа Хэйхэ, 2018, 9(10):7-10.

5. Фэнхуа. Анализ текущей ситуации и контрмер развития китайско-российского экономического и торгового сотрудничества [J]. Успешный маркетинг, 2018 (11): 70-71.

6. Алимун Турсун. Исследование отношений экономического и торгового сотрудничества между Китаем и Россией в рамках инициативы "Пояс и путь". Национальная экономика обращения. 2019, 27 (9) :34-35.

7. Лю Шуан. Совместно строить "Пояс и путь" как движущую силу для достижения нового скачка вперед в китайско-российском экономическом и торговом сотрудничестве [J]. Сибирские исследования, 2019, 46(01):6-9

8. <https://www.yidaiyilu.gov.cn/country/Russia> Данные о торговле между Китаем и Россией

Лю Тяньси,

аспирантка кафедры экономической социологии,
Санкт-Петербургский государственный университет

Юй Ян,

магистрант, СПбГУ,

Санкт-Петербургский государственный университет

Теоретические направления социологии рынка в Китае

Аннотация.

С 1980-х годов теоретической основой новой экономической социологии является «экономическое действие встроено в социальную структуру». Многие эмпирические исследования проводились в основном на основе перспективы встроенности, предложенной М. Грановеттером, и анализа социальных сетей. Новая экономическая социология Китая предлагает новую перспективу теоретического анализа и создает новую теоретическую основу с теоретическим синтезом и объяснением эмпирических проблем. Рыночные исследования также начали серьезно восприниматься в экономической социологии, и рынок в основном понимается с точки зрения «социальной структуры».

Ключевые слова:

социология рынка, социальная структура, логика самодействия, Рыночная практика

1. История развития социологии рынка в Китае

В конце 1970-х годов Китай начал проводить политику реформ и открытости и начал постепенно придавать значение роли рынка в экономике [1]. До

1992 года Китай заявлял, что построит социалистическую рыночную экономику. Рыночная экономика Китая имеет локальную модель, образующую «китайскую модель» и «китайский опыт»[8]. Он имеет уникальное значение в исследованиях экономической социологии Китая. Начиная с нового столетия, исследования китайской экономической социологии стали уделять больше внимания объединению ее с китайской реальностью и больше фокусировались на размышлениях и критическом построении зарубежных теорий, отказываясь от предыдущей теоретической линии. Что касается теоретических проблем, с которыми сталкивается новая экономическая социология с точки зрения «встроенности», китайская социология рынка провела относительно глубокое исследование и размышление вокруг аналитической парадигмы того, как социология изучает рынок и отношения между рынком и обществом[2]. В социально-теоретических и эмпирических исследованиях рынка до сих пор не сформирована единая исследовательская теория, рамки и концептуальные инструменты, но основной идеей является то, что социологи пытаются выработать взгляд на рынок как на социальную структуру. направления исследований. Китайские социологи также предложили различные направления исследований и концептуальный анализ на этой основе.

2. Теории социологии рынка социологии

2.1 Чэнь Линьшэн – «Рынок как социальная структура»

За последние 30 лет теоретической основой новой экономической социологии является «экономическое действие встроено в социальную структуру», и было проведено множество эмпирических исследований. На этом основании китайский социолог Чэнь Линьшэн также предложил тему исследования «анализ рынка с точки зрения социальной структуры или рассмотрение рынка как социальной структуры»[3]. Он опирался на теорию рыночного поля Бурдьё, рассматривал институты, политику и внутреннюю операционную логику рынка с точки зрения практических возможностей участников и, таким образом, предложил аналитическую парадигму «рынка как социальной структуры». Чтобы понять общество Панорамная парадигма исследования в области социологии рынка, основанная на структурном многоуровневом анализе, встроенных этапах полевого анализа и методологии исследования.

Теория «социальной структуры» основана на «практической логике» «практического» поведения, представляющей собой взаимное конструирование «поведения-структуры» для изучения модели социального порядка, из которого состоит рынок. рынка с точки зрения легитимности, вопросы структуры и изменений. Он понимал социальную структуру с точки зрения индивидов: «социальная структура рассматривается как конкретная структура»[3]. А социальная структура воплощается в виде трех уровней исследовательского пути социологии рынка: «институциональная структура», «структура отношений» и «конструктивная структура»[4]. Рынок как институциональная структура: Как метод социально-экономической организации рынок представляет собой социально сконструированное институциональное существование; Рынок как структура отношений: Экономическая социология изучает рынок,

анализируя социальную сеть отношений внутри и вне рынка, а также некоторые более глубокие отношения; Рынок как сконструированная структура: понимание процесса построения рынка с точки зрения «поведенческой предрасположенности» является исследовательским измерением для измерения онтологии рынка. Это приводит к выводу, что «конструктивная структура является механизмом направления и порождения институтов и структур взаимоотношений» и «экономическое действие и социальная структура находятся во взаимно конститутивных отношениях»[4]. При этом конструктивное значение экономического действия субъекта должно быть признано, но оно также сильно ограничено социальной структурой» обеспечивает теоретическое обоснование этой теории с точки зрения трех аналитических шагов в области рынка.

2.2 Ван Хэцзянь - «Рыночная практика» и «Логика самодействия».

Ван Хэцзянь проанализировал существующие рыночные теории - 1. Натуралистическую теорию рынка, 2. Теорию социальной структуры рынка, 3. Новую институционалистскую теорию рынка. Он считал, что этих трех рыночных теорий недостаточно для объяснения или понимания рыночных практик современных китайцев, поэтому он основал социологическое исследование рыночных практик, объединив преимущества этих трех теорий, и на основе этого разработал подходы к пониманию рыночной практики от «таксономии практики» до «логики самодействия»[6]. Он определил «рыночную практику» как всю деятельность, связанную с построением рынка и его функционированием, и рассматривал рынок как динамический процесс практик экономических субъектов. Его концепция направлена на то, чтобы рассматривать практиков как основу исследования. Он считал, что «рыночная практика» может сочетать структуру и действие для анализа.

Ван Хэцзянь позиционировал рыночные практики китайцев в рамках «социального рынка» в современном или переходном китайском обществе. В этот период «политический рынок» и «социальный рынок» Китая смешались друг с другом. Он применил метод «практической таксономии» для изучения рыночной практики китайцев. Так называемая «Таксономия практики» призвана разложить единую, непрерывную во времени практическую деятельность на несколько независимых и последовательных звеньев для централизованного наблюдения и понимания[7]. Цель состоит в том, чтобы выявить внутреннюю логику рыночной практики китайцев, то есть логику действий китайцев. Логика действий китайского народа далее объясняется как: логика самодействия (self-action)[6]. Выведено понятие «логики самодействия», которое определяется как «эгоистическое действие, ограниченное реляционной рациональностью». Самостоятельные действия приводят к «отношенческим действиям», а реляционные действия могут в дальнейшем привести к формированию «клики или фракционного действия»[5]. Логика самодействия проявляется как логическое развитие от самодействия к действиям в отношениях, а затем к действиям в малых группах или фракциях. Чтобы сформировать эту теорию, мы создали программу исследований рыночной практики китайцев,

тем самым анализируя формирование и внутреннюю корреляцию трех основных характеристик рыночной практики китайцев.

Литература:

1. Фу Пин. Изменения и неизменности рыночной социологии в условиях новой экономической нормы [N]. China Social Science Journal, 2015-07-07(006).
2. Фу Пин. Логическая отправная точка и исследовательский путь социологии рынка[J]. Zhejiang Social Science, 2013,(08):97-105+158.
3. Чэнь Линьшэн. Социальная структура рынка - применение теории поля к социологии рынка [J]. Journal of East China University of Science and Technology (Social Science Edition), 2013, 28(04):1-9.
4. Чэнь Линьшэн. Поле рынка: анализ социальной структуры профессионального рынка [D]. Шанхайский университет, 2010.
5. Ван Хэцзянь. Теории социальной практики в направлении рынка: повторный поворот[J]. Society, 2009,29(05):64-87+225.
6. Wang Hejian. The Logic of Self-Action: A Theoretical Framework for Understanding Chinese Market Practices[J]. China Studies, 2007,(Z1):183-209; 299-300.
7. Ван Хэцзянь. Логика самодействия в понимании "неотрадиционализма" и реального социального строительства китайских унитарных организаций[J]. Society, 2006,(03):24-45+205-206.
8. Лю Тяньси. Социальные аспекты рынка в Китае: обзор основных теоретических концепций // МИР, ОБЩЕСТВО, ЭКОНОМИКА, ЧЕЛОВЕК: СМЕНА ПАРАДИГМ . - Воронеж: Автономная некоммерческая организация по оказанию издательских и полиграфических услуг "НАУКА-ЮНИПРЕСС", 2023. - С. 402-408.

Камате Баба,

курсант,

Санкт-Петербургский университет Министерства
внутренних дел Российской Федерации
Научный руководитель: к.с.н., доцент
Плетнев Александр Владиславович

Причины возникновения девиантного поведения в виртуальной среде

Аннотация. В статье рассматривается виртуальная среда с точки зрения участия молодёжи в различных девиантных практиках поведения. Применяются некоторые положения виртуалистики к созданию модели взаимодействия элементов виртуальной среды. Высказывается предположение, что существует большая сложность в применении критериев девиантного поведения, возникших в доцифровую эпоху к современному молодому поколению.

Ключевые слова: виртуальность, видеоблогер, девиантное поведение, поколение z, виртуалистика, цифровизация, хромкей, кибербуллинг, киберсталкинг.

В мире, где наука и технологии продолжают развиваться, эволюция навыков и возможностей систем делает наше общество средой, способствующей принятию и демократизации виртуальной реальности. Действительно, позволяя пользователям пережить уникальный опыт разобщения двух миров, методы виртуальной реальности оказывают замечательное воздействие на людей [5]. Сенсомоторное и когнитивное взаимодействие, возможное тогда с трехмерными объектами, составляющими виртуальный мир, создает более или менее сильное ощущение присутствия, тесно связанное с иммерсивными возможностями технологии. Однако, когда человек полностью погружен, смешение двух миров может иметь последствия для его физиологии, его двигательных действий, его умственных операций или его социальных отношений.

Действительно, ощущение нахождения в месте, отличном от того, где находится наше тело, может порождать сенсомоторные конфликты, возникающие из-за несовместимости информации, воспринимаемой в виртуальном мире, и информации, поступающей из реального мира. Это также может вызвать десинхронизацию координации, вызванную наличием задержек между действием, выполняемым в реальном мире, и реакцией, видимой в виртуальном мире. Одним из наблюдаемых и измеримых последствий этого конфликта является физиологический дискомфорт. Кроме того, с когнитивной точки зрения потребности во внимании, необходимые для освоения новой среды, увеличиваются в десять раз, что увеличивает когнитивную нагрузку: внимание распределяется между обработкой информации, доступной в виртуальной среде, и выполнением поставленной задачи. Таким образом, виртуальный мир порождает новое перцептивное пространство, которое существенно меняет связь между человеком и его окружением. Индивид, адаптивный по своей природе, затем развивает новые способы восприятия и действия, позволяющие ему присвоить и освоить это новое пространство. Наконец, чувство погружения, часто отражающее уровень освоения виртуальной среды пользователем, может, если оно полное, вызвать явления деперсонализации или дереализации, наблюдаемые после воздействия виртуальной среды.

Биофотон считается вектором связи из-за того, что он имеет электромагнитную природу. Давайте расширим эту точку зрения и посмотрим, что может дать гуманологическое прочтение. На физическом, эмоциональном, атомном и квантовом уровнях человек представляет собой независимое колеблющееся энергетическое поле, от которого можно отделить каждую часть.

Все колеблющиеся энергетические поля, поскольку они колеблются, должны иметь эпицентр или вращающийся вихрь. Поскольку сердце как электрический орган имеет самое большое магнитное поле, мы можем обоснованно предположить, что эпицентр биоэнергетического поля тела расположен внутри него, а не на уровне мозга, который имеет более высокое поле. Если учесть, что индивидуальное сознание может быть генетически активным и в той степени, что каждая клетка несет как генетический материал, так и перфузию крови благодаря своей системной интеграции в организм, то примечательно думать, что действительно существует суперпозиция между

биоэнергетическими полями и сердечной активности крови. Опыт Самости показывает, что мы находимся в промежуточном пространстве, разделяющем то, что представлено трансцендентностью, близостью нас самих, и тем, что представлено нашим поведением в окружающей среде, нашей личностью. физического тела, управляемого нашими когнитивными способностями.

Если мы оставим индивидуальному геному возможность использовать универсальную память посредством ее потенциального выражения, мы сможем предоставить мозгу возможность вычислений, которые сделают его эквивалентом виртуального компьютера для различных голографических представлений реальности Самости в окружающей среде. Проще говоря, пока мы находимся в подвижных отношениях между двумя функциональными сущностями, такими как человек и его окружение, существует поведенческий поток, из которого исключена материальность, поскольку исключен аффект. Противоположное выражает степень материальности, поскольку во взаимодействии преобладает не отношение, а сочленение двух затрагиваемых материй, поскольку мы видели, что для человеческих существ чувства в форме аффектов являются материальностью Самости. Для существования человека должен существовать разум, и, следовательно, сознательная способность должна быть связана с ним, а не с системой жизни.

Виртуализация повседневных практик человеческой деятельности становится особенно актуальной, поскольку позволяет прогнозировать риски, связанные с массовым проникновением компьютерных сетей в повседневную жизнь человека. «Цифровизация», «хромкей», «видеоблогер» — эти ставшие обиходными термины показывают, насколько глубоко виртуальные технологии проникают не только в процесс повседневных практик взрослого человека, но и в процессы социализации, образования и воспитания, которые сейчас отмечены высоким уровнем социальной динамики и активизации. социального поведения личности. Я И. Гишинский отмечает, что: «...беспрецедентные технологические возможности и увеличение продолжительности жизни (и ее полноты) создают предпосылки для достижения и обеспечения свободы человека, освобождения от сковывающих догм и предрассудков» [2, с.151]. И считает, что невозможно слепо копировать законы. Принято в доцифровую эпоху: «...представители старших поколений пытаются сохранить свои представления о мире и обществе новыми запретами, что неприемлемо для новых поколений» [1 с.186]. Мы считаем, что замещающая форма девиации, при которой воровство, разрушение и убийство навязываются в виртуальный мир, способна трансформировать само понимание нормы, поскольку в мире игры, пропитанной насилием, нарушением стандартными правилами являются не сами агрессивные и насильственные действия, а «...нарушение правил, установленных создателями данной игры, с использованием программ, в том числе макросов (в том числе чит-кодов, трейнеров и т.п.)» [9, с. 279].

Понять степень взаимодействия молодого поколения с виртуальной реальностью, можно использовать упрощенные модели, классифицирующие эти транзакции на четыре уровня:

1. Девиантное поведение – это стратегия реагирования личности на несправедливость.

2. Девиантное поведение – неотъемлемая характеристика современного общества потребления.

3. Девиантное поведение является следствием патопсихологических нарушений развития личности.

4. Девиантное поведение является результатом внешней манипуляции со стороны заинтересованного лица.

По нашему мнению, подобные взгляды позволяют лишь выявить основные оперативные факторы, которые всегда влияют на личность в процессе выбора той или иной модели поведения. Эту идею разделяют авторы, обнаруживающие: «...четыре места взаимодействия человека как качества динамического пользователя и цифровой системы:

1) это физическое место, предполагающее соответствующий уровень технической оснащенности и идентифицируемости;

2) виртуальное местонахождение пользователя, зарегистрированного в цифровой системе;

3) виртуальное местонахождение получателя сообщения;

4) физическое местонахождение получателя, получающего информацию».

Виртуальное действие может происходить как в реальном месте индивида, так и в мире, генерируемом модулятором, где «...человек сегодня подчиняет свое время пространству между физической реальностью и виртуальностью, в котором мы находим свое место»[6, с.104].

Кибербуллинг и киберсталкинг – явления, по своей сути практически не отличающиеся от своих прототипов в постоянной реальности офлайн-реального мира. Однако существуют формы девиантного поведения, которые формируются благодаря особенностям виртуальной среды, которой свойственны следующие черты: транслокальность, трансмедиа, трансграничность, ориентация на медиапотребление, подражание, интересубъектность. На наш взгляд, троллинг (флейм) и видеоигровая деятельность практически не имеют аналогов в постоянной социальной реальности и представляют собой уникальные и специфические формы поведения в виртуальной среде.

По нашему мнению, основные причины девиантного поведения молодежи необходимо оценивать на основе определенных новых практик, характерных для нового поколения - поколения Z [7]. Поколение Z — первое поколение, представители которого родились и живут в мире, где каждый физический объект имеет свой цифровой эквивалент. Таким образом, они уже живут в цифровом мире и лучше всего подготовлены к его инновациям.

Оценить их поведение на основе концепций, построенных в доцифровую эпоху человеческого существования, невозможно: «простая экстраполяция классических закономерностей и законов физического существования общества в область «виртуальной социализации» уже не работает» [4, с.106]

Недаром исследователи говорят о существовании неких специфических физических состояний.

Развитие современной молодежи. Термин «Phygital» пока не получил широкого распространения, но нам кажется, что этот термин наиболее точно отражает объединение двух реальностей – физической (Physics) и цифровой (Digital), особенно в контексте исследований именно поколения Z, которое не видит разницы между виртуальным и реальным», и не мыслит себя вне физической среды, отсюда и его новое название – фигитальное поколение [10].

Таким образом, можно обоснованно заключить, что современное понимание виртуального, а тем более девиантного поведения молодежи выходит за рамки традиционных представлений, характерных для доцифровой эпохи. Не подлежит сомнению, что делинквентное поведение – киберпреступность – является объектом воздействия компетентных органов в специализированном формате. Однако причины девиантного поведения в виртуальной сфере следует искать не в самой виртуальной реальности, которая всегда вторична по отношению к постоянным реалиям не виртуального социального существования человека, а к социальным реалиям образования, воспитания и социальной жизни. постройка, окружающая его.

Литература.

1. Гилинский, Я. И. Девиантность в цифровом мире // Проблемы деятельности ученого и научных коллективов. 2018. № 4. (34). С. 182-190.
2. Гилинский Я. Онтологический трагизм бытия. Сборник статей. СПб. Алетейя. 2023. – 192 с.
3. Мазурчук, Е. О. Девиантное поведение молодежи в виртуальном пространстве: кибербуллинг / Е. О. Мазурчук, Н. И. Мазурчук. – Текст : непосредственный // Педагогическое образование в России. 2020.– № 6. – С. 224-229. – DOI: 10.26170/ro20-06-26.
4. Микешина Л.А. Экстраполяция как способ оптимизации знания // Epistemology & Philosophy of Science 2010. Vol. 25, Iss. 3, 2010 pp. 105-121. <https://doi.org/10.5840/eps201025359>
5. Плетнев, А. В. Развитие социальной аномии как фактор изменения педагогических практик в условиях виртуализирующегося общества // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. 2018. № 3(79). С. 190-193.
6. Щеров В.И. Виртуальное пространство и понятие «Места» в современной философии // : Грамота, 2020. Том 13. Выпуск 1. С. 104-107.
7. Philippe B. environnements immersifs: spectacle, avatars et corps virtuel, entre addiction et dialectique sociales dans Hermès, La Revue 2012/1 (n° 62), pages 53 à 58
8. Cécile I. B., Philippe F. Influence des environnements virtuels 10 juin 2019.
9. Chen V., Ong J., The rationalization process of online game cheating behaviors // Information, Communication & Society. 2018 Vol. 21 Iss. 2. pp. 273–287. Available at: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1271898>.

10. Tolstikova I., Ignatjeva O., Kondratenko K., Pletnev A. Generation Z and Its Value Transformations: Digital Reality Vs. Phygital Interaction // Communications in Computer and Information Science. – 2020. – Vol. 1242. – P. 47-60. – DOI 10.1007/978-3-030-65218-0_4

М. В. Конон,

Белорусский государственный университет, Минск, Беларусь
Научный руководитель – профессор Титаренко Л.Г.

Манипулятивный потенциал СМИ

В статье рассматривается манипулятивный потенциал СМИ. Автор анализирует общественную обеспокоенность манипулятивным характером СМИ, которая берёт своё начало в XV веке, с появлением первых печатных устройств и не теряет актуальности по сей день. С течением времени манипулятивные возможности СМИ только растут и усугубляются лёгким доступом к системе баз данных, развитием технологий, а также человеческим фактором.

Ключевые слова: манипуляция, воздействие на сознание, общественное мнение, СМИ, потенциал

Цель данной статьи – описание манипулятивного потенциала СМИ. Средство массовой информации (СМИ) — это средство донесения информации (словесной, звуковой, визуальной) по принципу широковещательного канала, охватывающее большую аудиторию и действующее на постоянной основе. За последние годы информационные потоки получили массу возможностей для развития, в частности благодаря непрерывному увеличению количества баз данных, развитию технологий, человеческих ресурсов, задействованных в сфере коммуникативной деятельности и технологий массовых коммуникаций. Современное состояние общества характеризуется повышением значимости и ценности информации, что актуализирует изучение СМИ.

Несмотря на попытки (или утверждения) СМИ оставаться беспристрастными и нейтрально информировать аудиторию о происходящем в мире, этого не удастся достигнуть. Действуя согласно интересам целевой аудитории, на которую рассчитывает то или иное издание, СМИ формирует повестку дня из разных событий, делая акцент на одних, наводя тень на другие. Используя разнообразные элементы, полунамёки или прямой текст, СМИ принуждают задуматься в нужном им направлении, либо дают понять читателю, какой точки зрения надо придерживаться.

Манипуляции сознанием осуществляются без прямой трансляции ложной или непроверенной информации, за счет умелого использования новых технологий. Общественная обеспокоенность манипулятивным характером СМИ берёт своё начало от создания первого печатного станка в 1450 году. Вскоре после его изобретения церковная и правящая власть общества, выразили беспокойство влиятельностью печатного слова.[1] Исторические свидетельства использовались как хроника явно выраженных изменений

общественного мнения или коллективного поведения, как следствие воздействия массовой информации на аудиторию. В особенности это касается тех случаев, когда потребители массовой информации реагировали на серьёзные сообщения и поддавались внушению.

Общественная озабоченность последствиями воздействия СМИ проявляется среди прочего в мерах ограничения функционирования прессы от государства, что доказывает осознанность властей о влиятельности СМИ.

Исторические документы показывают, что изначально о потенциальном влиянии СМИ на население, а именно социальном воздействии печатного слова на сознание, хорошо знала только правящая элита общества. Немалое количество государственных лидеров, опасаясь последствий общей грамотности населения, а также доступа населения к печатным изданиям, стремились к осуществлению контроля над изданными публикациями, в частности, чтобы лишить оппозицию права голоса.

Появление и распространение новых технологий, а также распространение всеобщей грамотности, привело к возникновению новых форм коммуникации, а именно СМИ. С данного этапа развития общества, озабоченность последствиями воздействия СМИ выражается не только представителями просвещённого слоя общества – элиты, но и всех слоёв общества.

Например, в середине XVI века католическая церковь требовала ввести запрет на протестантскую литературу. Распространение протестантских брошюр через печатные мастерские Европы сопровождалось жестокими репрессиями по отношению к тем, кто осмелился пользоваться печатным станком в данных целях.

В конце XVIII века филадельфийское издание Бенджамина Франклина Баха «Аугога» было выразителем республиканских идей в США. Волнующие статьи Баха взволновали общественное мнение и вызвали множество откликов [1].

Со стороны общества, важной демонстрацией недовольства деятельностью СМИ являются массовые беспорядки, направленные против определённых изданий, редакторов, ответственных за публикацию, вызвавшую недовольство. В истории есть примеры преследований, насилия и убийств сотрудников редакций из-за публикаций, вызвавших волнения в обществе.

Воздействие СМИ на общественное мнение является мощным для того, чтобы изменить его.

Манипулирование – это скрытое управление сознанием и поведением людей с целью принудить их действовать или бездействовать в интересах манипуляторов, навязывание воли манипулятора манипулируемому в форме скрытого воздействия, включающее определённые методы и использующее определённые средства, среди которых ведущую роль играют СМИ. Оксфордский словарь английского языка трактует манипуляцию как «акт влияния на людей или управления ими с ловкостью, особенно с пренебрежительным подтекстом, как скрытое управление или обработка».[1] Причём это осуществляется так, что манипулируемый не осознаёт себя объектом контроля.

Исследователи культуры СМИ концентрируют внимание в том числе на тех факторах прямого / неявного воздействия сообщения, которые нацелены на то, чтобы предопределить ментальное и физическое поведение потребителей масс-медийной продукции и, в конечном счете, реализацию функции убеждения СМИ. Функция воздействия у СМИ становится главной, отодвигая на вторые места другие функции, даже информационную.

Ввиду этого мы становимся свидетелями того, как средства массовой информации играют деструктивную роль – обостряют политические конфликты, создают негативные стереотипы. Скрытое воздействие на аудиторию становится более явным и со временем приобретает агрессивные формы.

Основой манипулирования является создаваемая СМИ искусственная реальность, которая может в корне изменить кусочки подлинной модели мира.[2] Важной предпосылкой для манипуляции можно считать тот факт, что, обладая монополией на информацию, СМИ задают приоритеты среди событий, о которые освещают. В мире происходят миллионы событий, но обсуждают те, что СМИ вводят в сферу внимания общества.

Важным условием успешного манипулирования через СМИ является то, что в подавляющем большинстве случаев люди не хотят тратить нравственные и умственные силы, собственное время, чтобы усомниться в достоверности полученной информации и тем более проверить ее. В частности, это происходит оттого, что пассивно окунуться в поток информации гораздо легче, чем обрабатывать её и анализировать.

Известно, что современное общество живёт в условиях информационной перегрузки, когда объём поступающей информации превышает возможности её обработки.[2] В этих условиях, чтобы определить специфику языкового воздействия на сознание, целесообразно выделить из огромного потока информации одно или несколько событий и проследить их освещение в различных СМИ.

Наряду с этим условием стоит необходимость интерпретировать факты, комментировать их. Данный аспект подчиняется человеческому фактору, так как здесь всё определяет уровень социальной ответственности журналиста: в какой контекст он изложит факты, какими словами опишет их, что подчеркнёт, а о чём умолчит, как оценит. Манипулирование всегда осуществляется через трансформацию модели мира человека или социальной группы, при опоре на особенности функционирования нашего сознания.

Кроме того, важнейшим и ключевым наряду с фактором отбора информации существует не менее важный элемент составляющей манипулятивную силу СМИ – слово как важнейшее орудие, с помощью которого политики воздействуют на массы.

Под языковым манипулированием понимается скрытое языковое воздействие на человека, намеренно вводящее его в заблуждение относительно замысла или содержания речи, осуществляемое на трёх уровнях: индивидуальном, групповом и массовом. [2]

Как уже было сказано, манипулирование сознанием может осуществляться вербальными, визуальными и акустическими способами. Несомненно, сами по себе, визуальные и акустические способы, могут нести самостоятельную воздействующую нагрузку на сознание индивида или масс, однако чаще они усиливают, сопровождая языковое воздействие.

Это ещё раз показывает, что субъектом манипулирования сознанием в современном обществе активно выступают средства массовой информации.[3] Так в общественное сознание внедряются идеи, образы, стереотипы, интерпретация каких-либо фактов, которые могут с лёгкостью, незаметно для объекта воздействия, изменить его отношение к определённому событию, череде событий и даже изменить восприятие картины мира части или большинства представителей определённого социума.

Таким образом, всё вышесказанное указывает на манипулятивный потенциал СМИ. Но зачастую манипулирование через СМИ – это целенаправленное воздействие, например через рекламу.

Список использованной литературы

1.Брайнат, Дж., Томпсон, С. Основы воздействия СМИ.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2004 – 432 с.

2. Данилова, А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации / А. А. Данилова. – М.: «Добросвет», 2009. – 234 с.

3. Филатова, О. Г. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие/ О. Г. Филатова. – М.: Гардарики, 2006 – 303 с.

С. В. Виватенко,

доцент, кандидат исторических наук, кафедра гуманитарных и общественных наук, Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения

Т. Е. Сиволап,

доцент, кандидат исторических наук, кафедра гуманитарных и общественных наук, Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения

Военные суды в Вишиской Франции

Аннотация. В статье рассказывается о военных судах, которые явились одним из трагических символов «последнего года правительства Виши» и самым кровавым эпизодом в истории французского правосудия периода оккупации Франции в годы Второй мировой войны. Появление военных судов стало последним шагом «правительства Виши» в создании репрессивного судопроизводства, которое власть коллаборационистов строила с 1940 года. Статс-секретарю по поддержанию порядка «правительства Виши» Жозефу Дарнану было поручено формирование военных судов. Но немногие судьи согласились участвовать в военных трибуналах. Военные трибуналы заседали по всей Франции, за исключением Нормандии и аннексированных территорий на севере Франции. Военные суды были идеально структурированным

инструментом государственных репрессий, а не «простым» злоупотреблением со стороны ряда фашиствующих «лидеров Виши».

Summary. The article talks about the military courts, which were one of the tragic symbols of the “last year of the Vichy government” and the bloodiest episode in the history of French justice during the occupation of France during the Second World War. The emergence of military courts was the last step of the «Vichy government» in the creation of repressive legal proceedings, which the government of the collaborators had been building since 1940. The Secretary of State for maintaining order of the «Vichy government», Joseph Darnand, was entrusted with the formation of military courts. But few judges agreed to participate in military tribunals. Military tribunals were held throughout France, with the exception of Normandy and the annexed territories in northern France. Military courts were a perfectly structured instrument of state repression, and not a «mere» abuse by a number of fascist «Vichy leaders».

Ключевые слова: военные суды, трагический символ, кровавый эпизод, французское правосудие, оккупация, «правительство Виши»

Key words: military courts, tragic symbol, bloody episode, French justice, occupation, «Vichy government»

«Самое темное время суток, перед рассветом»

Военные суды являются одним из трагических символов «последнего года Виши» и самым кровавым эпизодом в истории французского правосудия во время оккупации Франции в годы Второй мировой войны.

«Вишисты», сторонники «Национальной Революции», с самого начала прихода к власти, боролись с «врагами Нации», сначала в обычных судах, затем с 1941 года были созданы исключительные суды с постоянно увеличивающимися полномочиями. А в 1942 году были созданы «особые отделы». С 15 сентября 1943 года администрация пенитенциарных учреждений более не находится в ведении Министерства юстиции, поскольку они полностью переходят под контроль Министерства внутренних дел.

В начале 1944 года после победных для Красной армии битв «коренного перелома», и после уничтожения войсками союзников германского африканского корпуса Э. Роммеля и высадки на Сицилии, всем стало ясно, кто победит во Второй мировой войне. Прекрасно это осознавало и коллаборационистское «правительство Виши».

Появление военных судов стало последним шагом «правительства Виши» в создании репрессивного судопроизводства, которое власть коллаборационистов, ступенчато, строила с 1940 года, с момента укрепления позиций.

Но, безусловно, и то, что военный крах нацистской Германии подтолкнул режим маршала Петэна к ужесточению борьбы со своими внутренними оппонентами.

Повсеместное использование военно-полевых судов могло быть осуществлено только в тесной связи с всё более усилившейся мощью

«Сопrotивления», и было продолжением борьбы, начатой в 1940 году Национальной революцией против «анти Франции»: коммунистов, евреев, иностранцев и макизаров. Они были созданы и поставлены непосредственно на службу исполнительной власти.

Военные трибуналы (в статье авторы используют термин «военные суды») Генерального секретариата по поддержанию порядка¹ (SGMO) были введены законом от 20 января 1944 года, который устанавливал, что применяется против «лиц, действовавших в одиночку или в составе групп, арестованных при совершении покушения или убийства, совершенного с применением оружия или «взрывчатых веществ» для дальнейшей террористической деятельности».

Состав военного суда назначался приказом и состоял из 3 членов военного трибунала. «Тройка»² выносила приговор немедленно, без судебного указания, и обвиняемый не имел права на адвоката или на какое-либо обращение. Решение суда могло иметь только два варианта: смертный приговор или признание обвиняемого в недееспособности. После приговора обвиняемый передавался прокурору, который интегрировал его в классическую систему исключительного правосудия. Решение вступало в силу немедленно путем расстрела. Расстрельная команда состояла из полицейских SGMO или военизированной жандармерии RMP³. Тело осужденного хоронили в общей могиле. Региональный префект отвечал за логистику. Военные трибуналы заседали не в зданиях судов, а часто возле мест казней, особенно в тюрьмах [1, p. 39].

Беспрецедентные репрессивные полномочия были встречены обществом достаточно спокойно, за исключением нескольких индивидуальных реакций, самым известным была отставка начальника полиции Марселя Робера Андриё в январе 1944 года. Судебная власть своей пассивностью и покорностью допускала создание военно-полевых судов.

Статс-секретарю по поддержанию порядка «правительства Виши» Жозефу Дарнану было поручено формирование военных судов. Но немногие судьи согласились участвовать в военных трибуналах, поэтому членами «троек» часто были ополченцы и другие фанатики «режима Виши» или набранные из кабинета Дарнана. Они осудили не менее двухсот бойцов «Сопrotивления». Казненными были в основном молодые люди из маки или городских партизан, а также выбранные, например, из мятежников Хелса и Эйсеса. Самому младшему из расстрелянных было 18 лет, самому старшему – 46 лет, средний возраст казнённых – 26 лет. Военные трибуналы заседали по всей Франции, за исключением Нормандии и аннексированных территорий на севере Франции. Их следы можно найти в 13 городах южной зоны и в 14 городах северной зоны.

¹ Les cours martiales du secrétariat général au maintien de l'ordre.

² Несомненно, что автор создания «троек» Жозеф Дарнан прекрасно был осведомлен о появлении в 1934 году в СССР похожих трибуналов.

³ Groupe mobile de réserve.

Вопреки распространенному мнению, военные трибуналы являются ответвлением «государства Виши», и их строго контролируемая деятельность оставляет мало места для личной инициативы. Это верхний этаж системы исключительного правосудия, созданной в 1941 году.

Нужно понимать, что появление нового репрессивного органа, не отменяло старые структуры. Судебные органы продолжают играть свою мрачную роль, даже если они уходят на второй план. Так, в первой половине 1944 года лионский суд даже более активизировал свою деятельность – с января по июль 1944 года он рассмотрел 125 дел, что в два раза больше, чем за весь 1943 год¹. Увеличивается число судов по более серьезным правонарушениям, если в 1943 году судили за хранение или распространение подпольных газет или брошюр, то в 1944 году – за хранение или использование оружия и взрывчатых веществ.

Такая позиция французской судебной власти объясняется всё большим увеличением политического веса «Сопrotивления», которое со временем уже не являлось ультраменьшинством, и могло создать государство завтрашнего дня. Учреждение военно-полевых судов компенсирует нежелание институционального правосудия ужесточать репрессии. Можно сказать, что новая судебная конфигурация показывает не столько кризис системы, сколько новую взаимодополняемость различных «вишистских властей». Теперь военные трибуналы на самом деле уже не сдерживаются другими субъектами репрессий и законом.

Новый вид суда нужен был полиции, следствию, прокуратуре и жандармерии, чтобы временно заключить под стражу любого подозреваемого без старых защищающих гражданина процедур и доказательств. Исследователи обнаружили, что в Лионе, ссылаясь на новый закон, с января по июль 1944 года было арестовано 152 человека, но только 52 были, затем, осуждены военным трибуналом.

Среди арестованных макизаров² многие действительно были расстреляны сразу же на месте ареста.

Других комбатантов «власти Виши» доведут до осуждения военным трибуналом, чтобы скрыть свои злоупотребления и создать у населения образ эффективной и «справедливой» власти, поскольку она сопровождается судебной процедурой. Но вскоре, с мая 1944 года, маска «законности» была окончательно отброшена, когда власти поручают военным судам судить и расстреливать заключенных из Глиера, в отместку за вынесенный в Алжире смертный приговор лидеру африканской фаланги Пьетро Симоне Кристофини (Симон Петру Кристофини) [2].

Последний раз военный суд собрался в Лионе 04 августа 1944 года, чтобы приговорить восемнадцатилетнего студента Андре Ройсснера к смертной казни. Он был арестован, когда, с револьвером в руке, стрелял в воздух,

¹ https://www.fondationresistance.org/pages/rech_doc/justice-pire-les-cours-martiales-sous-vichy_cr_lecture44.htm (дата обращения 25.11.2023 г.)

² Французские партизаны.

чтобы прикрыть своих товарищей по «Сопrotивлению». Он был расстрелян в день вынесения приговора. До освобождения его родного города оставалось менее месяца [1, p. 131].

Военные суды были созданы во Франции во время окончательной радикализации режима. За время действия они приговорили к смертной казни и на основании их вынесенных решений были казнены около двухсот бойцов «Сопrotивления», что является самым высоким числом казненных под юрисдикцией Виши.

Авторы статьи постарались показать, что военные суды были идеально структурированным инструментом государственных репрессий, а не «простым» злоупотреблением со стороны ряда фашиствующих «лидеров Виши».

Список литературы:

1. Sansico Virginie. La justice du pire. Les cours martiales sous Vichy. – P., 2003.
2. Il Martirio di un irredento: il colonnello Petru Simone Cristofini. Rivista Storia Verità, n.11, 1998.

С. В. Виватенко,

доцент, кандидат исторических наук, кафедра гуманитарных и общественных наук, Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения

Т. Е. Сиволап,

доцент, кандидат исторических наук, кафедра гуманитарных и общественных наук, Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения

Процесс-бумеранг. Суд в Риоме: История попытки маршала Петэна осудить Третью республику

Аннотация. В статье рассказывается о том, что после военной катастрофы 1940 года и последующей за ней гибели Третьей республики к власти во Франции пришли коллаборационисты во главе с маршалом Филиппом Петэном, который захотел легализовать свою власть через обвинение политической и военной элиты предвоенной республики в допуске серьезных ошибок в годы подготовки Франции к войне. Суд в Риоме стал резонансным событием эпохи нацистской оккупации Франции и «правительства Виши». Попытка коллаборационистской власти и лично маршала Петэна доказать пагубность республиканской формы правления для Франции не увенчалась успехом.

Summary. The article tells that after the military disaster of 1940 and the subsequent death of the Third Republic, collaborationists came to power in France, led by Marshal Philippe Petain, who wanted to legalize their power by accusing the political and military elite of the pre-war republic of making serious mistakes in years of France's preparation for war. The Riom trial became a high-profile event during the era of the Nazi occupation of France and the «Vichy government». The attempt of the collaborationist government and Marshal Petain personally to prove the detrimental nature of the republican form of government for France was unsuccessful.

Ключевые слова: процесс-бумеранг, правительство, Третья республика, военная катастрофа, коллаборационисты, политическая элита, власть

Key words: boomerang process, government, Third Republic, military disaster, collaborators, political elite, power

После военной катастрофы 1940 года и последующей за ней гибели Третьей республики к власти во Франции пришли коллаборационисты во главе с маршалом Филиппом Петэном. Руководитель «правительства Виши» захотел легализовать свою власть через обвинение политической и военной элиты предвоенной республиканской Франции в допуске серьезных ошибок в подготовке Франции в годы, предшествовавшие конфликту [1]. Вишисты заявляли, что главными причинами поражения Франции было республиканское правление и действия политиков левого сектора, которые намеренно недостаточно хорошо оснащали армию.

Нацистский режим так же был только рад ещё раз продемонстрировать неэффективность демократии и объявить её политических лидеров – «поджигателями войны»¹.

Поэтому неслучайно, что после прихода к власти Петэна появилась идея судить руководителей Третьей республики. Ещё 20 июня 1940 года, до подписания перемирия, маршал Петэн заявил: «Дух наслаждения преобладал над жертвенностью. Мы требовали больше, чем обслуживали. Мы хотели сэкономить усилия, сегодня мы встречаем несчастье» [2]. Кроме кары над виновниками французской катастрофы «герой Вердена» хотел приговором дистанцироваться от национального фиаско.

Маршал Петэн, охваченные идеей сведения целого ряда политических и личных счетов, хотел демонизировать «старый режим»; обвиняемые должны были стать «козлами отпущения», наказание которых доказывало бы простым французам необходимость морального и интеллектуального выздоровления, к которому их авторитетно призывало и вело французское национальное государство.

Во французской истории уже присутствовал «процесс поражения». В октябре 1873 года во дворце Большой Трианон начался инициированный Леоном Гамбетта военный трибунал над маршалом Франсуа Ашиль Базеном, которого «Суд чести генералов», под председательством дивизионного генерала герцога Омальского, судил за капитуляцию французской армии под Метцом. Трибунал приговорил маршала к расстрелу [3].

Во время суда Филиппу Петэну было 17 лет. И конечно будущий маршал, который тогда готовился поступать в военное училище Сен-Сир, внимательно следил за процессом. Для него суд над Базеном стал началом Третьей республики. Будучи противником республиканской формы правления, он

¹ Ведь именно Франция объявила Германии войну, после нападения нацистов на Польшу.

посчитал, что новый процесс должен стать отличной жирной точкой в истории французской республики.

«Правительство Виши», опираясь на 23 статью Конституционного закона № 5 от 30 июля 1940 года, учредило Верховный суд, который также получил функции следствия. Суд должен был «судить министров, бывших министров или их непосредственных подчиненных (...), обвиняемых в предательстве своих должностных обязанностей, в действиях, которые способствовали переходу от состояния мира к состоянию войны до 4 сентября 1939 года и в тех, которые впоследствии усугубляли последствия создавшейся, таким образом, ситуации»¹.

Преступный период принятия предательских решений, рассмотренных судом, объявлялся с 1936 года, что соответствует приходу к власти Народного фронта, по 1940 год, что соответствует дате, когда маршал Петэн был наделен всеми учредительными полномочиями двумя ассамблеями, собравшимися в Национальном Собрании.

Более ранние спорные решения не рассматривались, так как в 1934 году в правительстве Гастона Думерга военным министром был сам Петэн, а «вишисты» Пьер Лаваль и Пьер-Этьен Фланден возглавляли соответственно Кэ Д'Орсе (Министерство иностранных дел) и Министерство общественных работ, поэтому тень поражения на них упасть не должна была.

Совершенные «преступления» были определены задним числом (то есть на момент совершения, предположительно, совершенные преступления не являлись преступлениями по закону), что противоречит всем французским правовым принципам и международным принципам (на Нюрнбергском процессе некоторые обвинения были основаны на более ранних представлениях о законе, а некоторые, такие как преступления против человечности, применялись задним числом).

Суд начался 08 августа 1941 года в родных местах Поля Лаваля, в столице Оверни городе Риоме, в здании Апелляционного суда². Состав суда состоял из девяти судей, во главе с Пьером Кау, а обвинителями на процессе были назначены юристы Гюстав Кассаньо и Морис Габольд³.

Защищала обвиняемых группа адвокатов во главе с Морисом Рибе, Феликсом Гуэнтон, Андре Ле Трокером и Самуэлем Спанинем⁴.

Перед судом в качестве обвиняемых предстали пять человек:

- Леон Блюм, бывший председатель правительства времен Народного фронта 1936 – 1938 годов;

¹Acte constitutionnel n° 5 du 30 juillet 1940, relatif à la Cour suprême de justice // <https://mjp.univ-perp.fr/france/co1940.htm#5>

² Рядом с городом в замке Шато-де-Шатезон находились в заключении Л. Блюм и Э. Деладье.

³ Richardot, «GABOLDE (Maurice)» dans *Dictionnaire de biographie française*, Paris, 1932-2005.

⁴ Samuel Spanen dans *La grande bibliothèque du droit*.

- Эдуард Даладьё, бывший военный министр и председатель Совета министров с 1938 по 1940 год;
- Генерал Морис Гамлен, бывший начальник французского Генерального штаба;
- Ги Ла Шамбр, бывший министр авиации;
- Робер Жакоме, бывший генеральный секретарь военного министерства.

Для удобства суда «режим Виши» принял несколько законов, позволяющих осуществить административное интернирование бывших политических лидеров. Все пять обвиняемых были задержаны и под охраной доставлены в Овернь.

Открытие судебного процесса, наконец, состоялось 19 февраля 1942 года. Процесс начался бойко, в начале его освещали 150 журналистов [1]; в зал суда было вызвано более четырехсот свидетелей, которые должны были доказать, что французская армия была недостаточно оснащена, и что в капитуляции французов виновны только эти ответственные лица, которые приняли Закон, устанавливающий 40-часовую рабочую неделю. Он был представлен как одна из катастрофических ошибок правительства прежнего режима Третьей республики (в то время, как он никогда не применялся во всей своей строгости) [1]. Обвиняемые в измене также ввели Закон об оплачиваемых отпусках и национализации, которые замедляли перевооружение страны¹. Слабость бывшей власти в подавлении «подрывных и революционных элементов» была представлена, как преступная ошибка. Так, было много причин, по представлению «власти Виши», чтобы признать обвиняемых виновными.

Главнокомандующего французскими армиями в момент начала Второй мировой войны генерала Мориса Гамелена обвинили в «расколе штаба посреди войны». Он решил построить свою защиту, на тактике, основанной на молчании. На вопросы прокурора, он лишь заявил: «Молчать – значит служить», – а затем генерал добавил, – «что он не будет отвечать на поставленные вопросы» [4].

Не повезло обвинителям и с экс-министром ВВС Ги Ла Шамбром и Робером Жакоме, генеральным контролером армий при правительстве Эдуард Даладьё. Во время их допросов защитники легко доказали суду, что оба обвиняемых не были фигурами ответственными за принятия государственных решений в Совете министров.

А вот с Леоном Блюмом и Эдуардом Даладьё суду не повезло. Прекрасные полемисты, опытные политики и осведомленные государственные деятели они дали обвинению бой. Они воспользовались неосторожностью Петэна, который позволил превосходным ораторам, таким как, Даладьё и Блюм, защищаться. У этих двух главных героев процесса не было недостатка в аргументах, и суд в Риоме стал смехотворен, послужил трибуной для

¹ «19 février 1942: Ouverture du procès de Riom» // <https://www.herodote.net> [archive], 11 mars 2018.

«обвиняемых». Красноречие Леона Блюма в сочетании с упорством и непрекращающимися атаками Эдуара Даладьё, который напрямую напал на Петэна, поставили «режим Виши» в крайне затруднительное положение.

Присутствовавшие 150 журналистов были потрясены позицией Даладьё и Блюма. С самого начала процесса, им давался запрет, не распространять ни малейшей информации, которая могла бы поставить под сомнение политику, проводимую «режимом Виши». Тем не менее, присутствующая на месте процесса международная пресса придает особый резонанс доводам «обвиняемых», которые, в конце концов, и станут обвинителями. Судьи позволили Блюму и Даладьё открыто критиковать действия Петэна, и этот судебный процесс против Республики, в конечном итоге, стал судом над самим лидером «режима Виши».

Суд в Риоме организовывался Петэном, как внутри французское дело, происходящее независимо от Германии, но информация о скандальном процессе достигает руководителей стран Оси – Гитлера и Муссолини, которые внимательно и нервно следили за его ходом.

15 марта 1942 года фюрер заявил: «Мы ожидали от Риома, что Франция займет позицию в отношении ответственности за сам факт войны ..., но французы оказались неспособны быстро осудить виновных в развязывании войны и очистить себя!»¹. А Муссолини добавил: «этот процесс – типичный фарс демократии» [5].

Глава оккупационной власти во Франции германский посол Отто Абетц 21 марта 1942 года потребовал от «властей Виши» приостановки риомского процесса. Через три недели 15 апреля 1942 года Петэну ничего не оставалось, как отложить своим указом судебный процесс, для сбора дополнительной информации. А 21 мая 1943 года он был окончательно прерван.

Еще до официальной приостановки процесса в марте 1943 года Леон Блюм был передан немецким властям и депортирован в Бухенвальд². 03 апреля 1945 года Леон Блюм и его жена были отправлены на этап, в колонне пленных, и через месяц скитаний оказались в итальянском Тироле, где 04 мая 1945 года были освобождены американской армией.

Что касается Эдуара Даладьё, то в марте 1943 года он был этапирован в австрийский замок Иттер, где помещён под домашний арест. Там его уже ждали его товарищи по несчастью – генерал Морис Гемелен, президент Альбер Лебрен, лидер ВКТ Леон Жуо и премьер Поль Рейно, а также и другие руководители Третьей республики. Их заключение продолжалось практически до окончания войны в Европе. Они были освобождены американскими войсками лишь 05 мая 1945 года.

¹ Гитлер желал, чтобы суд сумел «доказать», что именно Франция, а не Германия спровоцировала и объявила войну во время вторжения их армии в Польшу 01 сентября 1939 года.

² Он находился в бараке, а в специальном домике, в нескольких сотнях метров от лагеря.

Суд в Риоме стал резонансным событием эпохи нацистской оккупации Франции и «правительства Виши». Попытка коллаборационистской власти и лично маршала Петэна доказать пагубность республиканской формы правления для Франции не увенчалась успехом. Причина неудачи риомского процесса была для Петэна в том, что он решил бороться с демократическими принципами Третьей республики, демократическими процессуальными методами французского судопроизводства, что дало шанс обвиняемым доказать свою невиновность.

Список литературы:

1. Газета Le point. 16 octobre 2013 // https://www.lepoint.fr/histoire/procès-de-riom-comment-pétain-s-est-tiré-une-balle-dans-le-pied-16-10-2013-1744455_1615.php (дата обращения 25.11.2023).
2. Burlet Paul. Le procès de Rion-1942 // <http://www.tracesdhistoire.fr> (дата обращения 25.11.2023).
3. Amédée Le Faure, Procès du Maréchal Bazaine. Rapport. Audiences du premier conseil de guerre. Compte rendu rédigé avec l'adjonction de notes explicatives. – Paris, Garnier, 1874.
4. Lopez Jean. «La Seconde Guerre mondiale: 1940: la France au fond du Gouffre» // Science et vie Junior: Dossier Hors Série 38. – October 2018, p. 34-40.
5. Les chemins de la memoire № 222. – Janvier 2012, p.3.

О. Ю. Близинцова,

студентка бакалавриата 4 курса, факультет социологии,
Санкт-Петербургский государственный университет

Планетарный рынок труда: проблемы и особенности функционирования

Аннотация. Исторически сложилось так, что работа была ограничена географически, и рабочие выполняли свою работу в определенном месте. Однако с появлением Интернета и последовательным совершенствованием цифровых технологий ситуация изменилась. Сегодня клиенты, начальники, рабочие и пользователи конечных продуктов могут находиться в разных частях мира, посредством онлайн-платформ. Субъекты, работающие на основе платформ, как правило, являются самозанятыми или индивидуальными предпринимателями. Цифровые самозанятые лица отличаются от классических самозанятых, так как их деятельность контролируется при помощи различных мер и механизмов: алгоритмов и рейтинговых систем, финансовых и организационных стимулов, рекомендаций и управленческих решений. На сегодняшний день ученые все чаще стали говорить о появлении такого явления, как «планетарный рынок труда» в сфере работы, позволяющего работникам и работодателям конструировать дистанцированные отношения, которые все больше простираются до планетарного масштаба. Перспектива развития планетарного рынка труда позволяет увидеть, что его структура способствует дальнейшему

подрыву социальной силы работников относительно платформенных капиталистов. Целью данной статьи является рассмотрение социально-трудовых проблем работников на планетарном рынке труда и выявление особенностей его функционирования.

Ключевые слова: планетарный рынок труда, цифровые платформы, онлайн-труд, цифровой труд, рынок труда.

Abstract. Historically, work has been geographically limited, with workers performing their tasks in specific locations. As David Harvey noted in his book "The Urban Experience," "the workforce must go home every night." However, with the advent of the internet and the continuous improvement of digital technologies, this situation has changed. Today, clients, supervisors, workers, and end-users can be located in different parts of the world through online platforms. Individuals working on platform-based jobs are typically self-employed or independent entrepreneurs. Digital self-employed individuals differ from traditional self-employed workers in that their activities are controlled through various measures and mechanisms: algorithms and rating systems, financial and organizational incentives, recommendations, and managerial decisions. Nowadays, scholars increasingly talk about the emergence of a phenomenon called the "planetary labor market" in the field of work, which allows workers and employers to construct remote relationships that extend to a planetary scale. The prospect of the development of the planetary labor market reveals that its structure contributes to further undermining the social power of workers relative to platform capitalists. The goal of this article is to attempt to identify and examine the socio-labor issues faced by workers in the planetary labor market and the peculiarities of its functioning.

Keywords: global labor market, digital platforms, online work, digital labor, job market.

Прежде всего обратимся к определению понятия «цифровой труд». Цифровой труд — это общий термин для целого ряда как оплачиваемых, так и неоплачиваемых видов деятельности, которые осуществляются с помощью цифровых и мобильных технологий. Цифровой труд может конкретно относиться к официально признанной работе, выполняемой в цифровой экономике, — такой работе, как кодирование, программирование и разработка платформ, — а также к экономике поддержки, которая делает возможной такую формальную работу. Однако фраза «цифровой труд» также используется в более провокационной манере, чтобы указать на множество скрытых цифровых практик, создающих ценность, которые расширили опыт, время и пространство работы. В этом отношении термин «цифровой труд» привлекает внимание к цифровым практикам, которые стирают четкие грани между работой, неработой, игрой, отдыхом и даже самой жизнью [3].

Рост цифрового труда произошел на стыке двух тенденций. Во-первых, в большинстве стран мира безработица и неполная занятость являются серьезной социальной и экономической проблемой для политиков, людей, имеющих

работу, и людей, ищущих работу. Во-вторых, для большей части мира характерны быстро меняющиеся возможности подключения. Примерно 15 лет назад к Интернету было подключено менее 15% человечества, в 2016 году этот показатель достиг 40%, а сегодня к Интернету подключено более 64,4% населения планеты [5]. Индекс, измеряющий использование цифровых платформ труда, показывает, что их использование растет во всем мире со скоростью, эквивалентной 25% в год [6].

Как уже упоминалось ранее, исторически рынок труда подразумевал физическое место встречи работодателя и работника – ферма, фабрика или офис, которые предполагают место, где работник должен физически присутствовать для выполнения своих обязанностей. Со временем меняется характер труда и представления об ограниченности рынков труда. Вместо пространства как такого (помещения, места) возникают социальные отношения. Такое пространство возникает здесь и сейчас с помощью акторов и технических артефактов, образуя – сети. Иначе говоря, информационные технологии на самом деле резонируют и связаны с активным строительством пространства и места, не существующими визуально. Цифровые платформы труда выступают рабочим местом для онлайн-работников, которые позволяют им подавать заявки на выполнение заданий. Выполнение заданий может занимать от нескольких минут (например, работа с щелчками или пометка изображений) до нескольких месяцев (написание объемных текстов или создание веб-дизайнов). По данным Хикса, во всем мире насчитывается около 70 млн зарегистрированных работников [7].

По состоянию на январь 2021 г. в мире насчитывается около 800 цифровых трудовых платформ. Наибольшее количество в сфере доставки – 383 платформы, веб-платформы – 283, такси – 106 и 5 гибридных платформ, которые предоставляют широкий спектр услуг – доставку, такси, электронную коммерцию и др [4].

Эксперты МОТ классифицируют трудовые платформы на две категории: локальные и глобальные. *Локальные* платформы предполагают выполнение работы в определенном месте (доставка еды, услуги такси и ухода). Они характеризуются стандартизацией услуг, где качество предоставляемых услуг гарантируется и контролируется цифровой платформой. Работники на таких платформах являются представителями платформы и могут получать униформу, транспортные средства и т.д. Такие платформы трансформируют местный рынок труда. *Глобальные* платформы труда, напротив, предоставляют возможность удаленного выполнения работы. Они ориентированы на предоставление инфраструктуры для взаимодействия пользователей и имеют глобальное влияние по радиусу своих действий. Например, такие платформы предоставляют услуги перевода или написания текстов. Для выполнения задачи не имеет значения местонахождение заказчика и исполнителя. На глобальных платформах работают сотрудники со всего мира, что позволяет организациям выполнять задачи быстрее и дешевле [4].

Цифровые платформы труда позиционируют свои преимущества следующим образом, онлайн-работа может осуществляться везде, где есть надежное подключение к Интернету – в офисе, доме, кафе или на крыше. У онлайн-работников, также, есть возможность выбирать с кем работать, среди большого количества людей со всего мира. Таким образом, современная работа, становится все менее конституированной через локализованные, физически-непосредственные отношения и все больше конституируется через дистанцированные отношения. Эти многочисленные пространственные ассоциации все больше простираются до планетарного масштаба.

Термин «*планетарный рынок труда*» ввел в социальные науки цифровой географ М.Грэм в работе «Глобальная гиг-экономика: на пути к планетарному рынку труда» [1] и развил в работе «Цифровой труд на планетарном рынке» [2]. Под планетарным рынком труда понимается не просто «глобальное» расширение рынка труда. Это слияние локальных рынков труда, которое может выйти за пределы физических пространственных границ, ограничивающих конвергенцию работодателей и работников, оно остается сформированным в символическом пространстве и характеризуется мультискалярными и асимметричными технологическими, политическими, социальными, культурными и институциональными факторами. Организация планетарного рынка труда способствует дальнейшему ослаблению социальной позиции работников относительно платформенных капиталистов [1] по нескольким причинам:

1. Массовое цифровое подключение работников со всего мира приводит к массовому избыточному предложению рабочей силы, главным образом из стран и социальных слоев с низким уровнем доходов. Существует гораздо меньше цифровых рабочих мест, чем людей, способных и желающих выполнять рабочие задания в онлайн-формате.

2. Многие работники, ищущие работу на планетарном рынке труда, являются сменяемыми и взаимозаменяемыми. Это происходит не только из-за избытка рабочей силы, но и из-за того, что производственные сети могут быть открытыми и глобальными, в то время как рабочие привязаны к месту.

3. Бизнес-модель устроена таким образом, что платформа нанимает минимальное количество официальных сотрудников, в то же время «привлекая услуги» из большого пула случайных, самозанятых людей. Работа проводится удаленно без официального рабочего места, которое может быть на дорогах, в качестве водителя доставки, дома, в качестве технического инженера или торгового представителя, или на нескольких рабочих местах. Работники часто не могут контролировать свой рабочий день или взять работу у нескольких работодателей. Трудовая деятельность цифровых работников контролируется и/или управляется с помощью приложения или программного обеспечения. Оплата происходит за задание, например, за доставку товара или выполненную работу. Работник имеет право делегировать часть работы другому исполнителю и несет ответственность за оплату этого человека. Такая бизнес-модель заставляет цифрового работника изменить свою социальную роль на рынке труда и превращает его из обычного работника с трудовыми правами в

предпринимателя, несущего все риски за выполнение работы качественно и точно в срок. Предприниматель получает право на субподряд назначенной работы, но не сохраняет трудовые права (вроде обеспечения минимальной зарплатой или пенсией). Предприниматель должен рисковать, чтобы получить свой доход. Его доход – это предпринимательская прибыль, а не зарплата.

4. Взаимодействие работников носит характер конкуренции, а не сотрудничества. Такая ситуация возникает, в первую очередь, по причине недостаточного количества физических площадок, на которых работники могли бы обсудить общие для всех интересы и проблемы. Помимо этого, коммодифицированный характер цифровой работы приводит к сильной ценовой конкуренции. Цифровые платформы намеренно ограничивают объем горизонтальной информации, которой работники могут обладать друг о друге, а распределенный характер работы означает, что работники имеют мало возможностей для участия в коллективных действиях как следствие нарушения пространственной близости.

5. Хотя цифровые работники могут использовать цифровые инструменты для поиска работы по всему миру, часто оказывается, что они обладают неполной информацией о ценности, которую они создают в глобальной производственной цепочке, реальной оценке стоимости их труда, не говоря уже о цели и назначении создаваемого ими продукта или услуги. Также они лишены возможности повышать свою квалификацию за счет работодателя или в процессе выполнения более сложных проектов. Их входной уровень квалификации создает для них профессиональную (и ценовую) нишу, которая закрепляется за ними в дальнейшем.

6. Цифровые работники имеют слабый институциональный голос в оспаривании условий труда и формировании новых нормативных оснований. Они редко обладают возможностью контроля физических или цифровых средств производства в цифровой экономике. Это происходит в силу того, что онлайн-рынки труда не являются публичными рынками. Напротив, они являются социально закрытыми пространствами для институциональных инноваций. Появление профсоюзов цифровых работников является управляемым социальным процессом во главе с платформенными капиталистами. На платформах регулярно проводятся внутренние маркетинговые исследования цифровых работников на предмет минимально возможной стоимости их труда, сроков исполнения заказов, подтверждения квалификации, отказов выполнять заказ в силу политических, этических, культурных, религиозных и др. факторов.

7. Цифровые работники, как правило, не защищены трудовым законодательством, поскольку онлайн-рынок труда выходит далеко за пределы юрисдикции конкретной страны. Регулирование труда работников, как правило, осуществляется платформами и их клиентами. Трудовые законы, которые существуют для защиты прав работников, в некоторых случаях игнорируются, что может быть даже умышленно. Другими словами, цифровые

работники, как правило, работают по фиктивным контрактам «независимых подрядчиков», которые гарантируют, что у них нет никаких трудовых прав.

Все эти проблемы усиливают друг друга и служат подрыву структурной власти рабочих. Так, планетарный рынок труда изменяет баланс сил между трудом и капиталом. Цифровые технологии, лежащие в основе онлайн-рынков труда, помогают клиентам работать неограниченно и транс-пространственно, а также позволяют им реконфигурировать географию своих производственных сетей практически с нулевыми затратами. Цифровым работникам они дают возможность открыто продавать свою рабочую силу по всему миру.

Заметим, что модель планетарного рынка цифрового труда была сконструирована во времена неолиберального законодательства, фокусирующего свое внимание на таких понятиях, как рыночная власть, экономическая эффективность и антимонопольное регулирование, оставляя проблемы прав цифровых работников и распределительной справедливости в стороне.

Список источников:

1. Graham, M., Anwar, M.A. (2019) The Global Gig Economy: Towards a Planetary Labour Market? *First Monday*. 24 (4). doi.org/10.5210/fm.v24i4.9913 (accessed 22.12.2023).

2. Graham, M., Ferrari, F. (eds.) (2022) *Digital Work in the Planetary Market*. Cambridge MA. MIT Press (accessed 22.12.2023).

3. Gregory, K. (2017). Digital labor. In G. Ritzer (Ed.), *The Blackwell Encyclopedia of Sociology* Wiley Blackwell. <https://doi.org/1002/9781405165518.wbeos0992> (accessed 22.12.2023).

4. ILO (2021), World Employment and Social Outlook. The role of digital labour platforms in transforming the world of work. Available at: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_771749.pdf (accessed 22.12.2023).

5. ITU (2016) Measuring the Information Society Report: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/misr2016/MISR2016-w4.pdf> (accessed 22.12.2023)

6. Kässi, O., and Lehdonvirta, V. (2016) Online Labour Index: Measuring the Online Gig Economy for Policy and Research: <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/74943/> MPRA Paper No. 74943, posted 09 Nov 2016 11:19 UTC, c 13-14, (accessed 22.12.2023).

7. Richard Heeks, 2017. “Digital economy and digital labour terminology: Making sense of the ‘gig economy’, ‘online labour’, ‘crowd work’, ‘microwork’, ‘platform labour’, etc.” *Centre for Development Informatics, Global Development Institute, University of Manchester, Working Paper Series*, number 70, at http://hummedia.manchester.ac.uk/institutes/gdi/publications/workingpapers/di/di_wp70.pdf, accessed 20 March 2019. (accessed 22.12.2023).

С. С. Погорелая,
аспирант факультета социологии,
Санкт-Петербургский государственный университет,
г. Санкт-Петербург

Роль образования в развитии государства и общества

Аннотация: Образование тесно связано с образом жизни людей, включается в общественную систему, заставляет общество изменять и улучшать ее. В обществе происходит взаимовлияние развития образования и политики, и экономики, и науки, и культуры. Только благодаря образованию развиваются новые технологии, происходят научные открытия, формируется культурный менталитет общества. Государству необходимо развивать экономику, научную сферу, производства, а для этого необходимо получение качественных, современных знаний, которые граждане смогут применять в процессе своего труда. Именно с помощью образования в государстве передаются культурные ценности, происходит развитие личности. Поэтому в настоящее время необходимо понимать, что благодаря образованию идет развитие общества, его формирование, которое непосредственно влияет на культурное, экономическое, социальное и политическое развитие государства.

Ключевые слова: государство, общество, образование.

Государство, общество и образование неразрывно связаны. Образование можно назвать отражением развития общества и государства, ведь именно оно дает развиваться гражданину, формироваться как личность, приобретать духовные ценности, реализовываться в профессии, делать научные открытия. С помощью образования развивается общество, формируется поведение граждан, создаются ценности, которые передаются из поколения в поколение. Для развития государства, его экономики, культуры, политики необходимы образованные граждане, которые применяя свои знания, будут иметь возможность реализовывать себя в сфере экономики, культуры, политики, производства.

Государство

В давние времена на смену родоплеменным отношениям пришло государство, предпосылками которого были: экономические, политические, социальные. Поэтому государство называют результатом развития экономической, политической и социальной организации.

Чаще всего в литературе государство рассматривается с юридической позиции, редко уделяется внимание социологическому подходу. Профессор М. Н. Марченко считает, что «Для формирования адекватного представления о государстве и определения его понятия с необходимостью следует рассматривать государство не только как чисто юридическое или политическое, а точнее политико-юридическое образование, но и как социальный феномен»¹.

¹ Марченко М. Н. Государство как явление и социальная категория (социологическое измерение) // Вестник Московского университета. Серия 11. Право.

Данную позицию поддерживает социолог Зорькин В. Д., который рассматривает государство с социологической точки зрения: «Общей чертой социологического понятия государства является отрицание юридической природы государства, рассмотрение в качестве основы государства не формально-юридических, а фактических социальных явлений, а именно явлений властвования»¹. Но существует и несколько иное мнение, так, исследователь Гольбах П. рассматривает государство как «человеческое творение, как результат развития интеллекта человека и человеческой культуры в целом»². Если обобщить мнения исследователей, то можно привести еще одно высказывание М. Н. Марченко, что государство – это «естественная необходимость и потребность его создания порождается самой природой, но создается оно только людьми»³. Все государства имеют свою историю создания, разные религии, разные культурные традиции, разный политический строй, но их всех объединяет то, что они имеют социальную составляющую. Цели и задачи любого государства направлены на развитие общества: экономические, политические, научные, культурные, образовательные, оно развивается и изменяется вместе с обществом. То есть, степень развития государства определяется степенью развития общества, где решающую роль играют социальные, экономические, культурные условия.

Общество

Следует отметить, что любое государство «изначально порождается обществом и в основе своей обуславливается средой, обществом»⁴. В. Касьянов под обществом понимает «самовоспроизводящаяся устойчивая социальная система, которая состоит из людей разного возраста и пола и образует экономические, политические и культурные системы»⁵. А в «Словаре русского языка» С. Ожегова значение слова «общество» звучит так: «совокупность людей, объединенных исторически обусловленными социальными формами совместной жизни и деятельности»⁶. Изначально появилось «открытое общество», в котором были правила взаимодействия людей и их с природой, далее – «гражданское общество» связано с появлением классовых различий, в настоящее время – информационное общество», где главным стало развитие информационных технологий, улучшение экономики, приоритет на знания. В

2017. №4. С. 58.

¹ Зорькин В. Д. Позитивистская теория права в России. М. 1978.

² Гольбах П. Естественная политика, или Беседы об истинных принципах управления. Т. 1. С. 442.

³ Марченко М. Н. Государство как явление и социальная категория (социологическое измерение) // Вестник Московского университета. Серия 11. Право. 2017. №4. С. 66.

⁴ Там же. С. 59.

⁵ Касьянов В. В., Нечипуренко В.Н., Самыгин С.И. Социология / Учебное пособие. Под ред. Касьянова В. В. Р-н/Д.: МарТ, 2000. 512 с.

⁶ Толковый словарь русского языка С. И. Ожегова. 1949.

каждом обществе происходит производство материальных благ, существуют нормы поведения граждан, передаются культурные традиции из поколения в поколение, происходит общение между гражданами, личностный рост членов общества и т.д.

Общество состоит из граждан, которые заинтересованы в его образовании и существовании, ведь цели и задачи его социальные, должны быть направлены на развитие, защиту и благосостояние граждан. Можно назвать общество системой, где соединяются все формы объединения людей. Для рассмотрения понятия «общество» обратимся к позициям социологов. Э. Дюркгейм рассматривал общество как индивидуальную реальность, основанную на коллективных представлениях. Вебер представлял общество как «взаимодействие людей, продукт социальных, то есть ориентированных на людей действий»¹. Позиция О. Конта состояла в том, что «общество – это функциональная система, включающая государство, классы и семьи»².

Образование

Образование человека возникло много тысяч лет назад, оно неразрывно связано с развитием и древних, и современных обществ, государств. Рассмотрим позиции социологов и исследователей. Социолог К. Маннгейм считал, что «Образование формирует не человека вообще, а человека в данном обществе и для этого общества»³, «ни одна система образования не в состоянии поддерживать у молодого поколения эмоциональную стабильность и духовную целостность, пока она не имеет общей стратегии с социальными службами, действующими вне школы»⁴. Маннгейм К. считал, что «в каждом обществе необходима интеллигенция, которая способствует образованию членов общества и его демократизации»⁵. Исследователь Г. Е. Зборовский видит образование как «главный социальный институт для передачи знаний и умений, равно как и культурных норм и ценностей, молодым людям»⁶. Академик И. Ф. Харламов дает следующее определение: «Под образованием следует понимать овладение личностью определенной системой научных знаний, практических умений

¹ Машенко И. В. PR-деятельность в управлении конфликтами // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2021. №4 (289).

² Хорошкевич Н. Г. К вопросу изучения понятия «Общество» в социологии // Вопросы управления. 2014. №3 (9). С. 178.

³ Пузиков В. Г. Образование и общество: к вопросу системной связи // ОНВ. 2005. №3 (32). С. 13.

⁴ Гуревич Павел Семенович Философия образования: теория и практика // Знание. Понимание. Умение. 2006. №4. С. 35.

⁵ Маннгейм К. Идеология и утопия / К. Маннгейм // Диагноз нашего времени. – М. : Юрист, 1994. С. 15.

⁶ Зборовский Г.Е., Шуклина Е.А. Социология образования: Учеб. пособие. М.: Гардарики, 2005. С. 166.

и навыков и связанный с ними тот или иной уровень развития ее умственно-познавательной и творческой деятельности, а также нравственно-эстетической культуры, которые в своей совокупности определяют ее социальный облик и индивидуальное своеобразие»¹. Позиция Э. Дюркгейма состоит в следующем: «история образования, по крайней мере национального образования, есть первая из пропедевтик (подготовительных курсов) в формировании педагогической культуры»², которая, по мнению автора, должна опираться на историческую базу, и соответствует «состоянию общества»³. Исходя из позиции Э. Дюркгейма следует, что образование является одной из форм коллективного сознания, оно является сущностью общества, поддержанием связей между личностью и социумом.

Если обобщить данные мнения, то можно утверждать, что в процессе образования идет формирование личных качеств человека, развитие его навыков и умений, происходит получение социальных навыков. С помощью образования граждане имеют возможность осваивать новые специальности, технологии, которые в дальнейшем смогут использовать в процессе труда. Э. Дюркгейм в своем труде «Социология образования» приходит к выводу, что «когда интеллектуальная жизнь общества достигает определенной ступени развития, существуют и обязательно должны существовать люди, которые посвящают себя исключительно мыслительной деятельности»⁴. Несомненно, что образование имеет социальную природу, в нем отражаются все изменения, которые происходят в обществе, это один из элементов образа жизни людей. Исследователь Горбунова Е. М., анализируя работы Э. Дюркгейма, приводит следующую позицию социолога: «образование может быть реформировано только в том случае, если само общество уже прошло реформы»⁵. То есть, само общество, его задачи и цели должны быть направлены на развитие, образование его граждан. Исследователь на основании работ Э. Дюркгейма о современном образовании, приходит к выводу, что «задачей образования является поддержание стабильности общества; посредством образования новым поколениям должны передаваться базовые моральные принципы, чувство солидарности и принадлежности к группе; оно призвано быть образцом мирской нравственности, направленной на поддержание национальной сплоченности и солидарности»⁶. Действительно, образование дает личности, обществу, государству не только научные знания, но и культурные, нравственные ценности, которые

¹ Харламов И. Ф. Педагогика. М., 2003. С. 125.

² Дюркгейм Э. Социология образования / Под ред. В. С. Собкина и В. Я. Нечаева. - М.: ИНТОР, 1996. С. 16.

³ Там же.

⁴ Там же. С. 23.

⁵ Горбунова Е. М. Дюркгейм и современное образование // Социологическое обозрение. 2002. №4. С. 66.

⁶ Там же. С. 69.

передаются из поколения в поколение. Именно образование формирует поведение, взгляды, цели гражданина.

К. Маркс и Ф. Энгельс в своих работах уделяли внимание образованию, но «не наука для науки», а овладение общеобразовательными знаниями. Ф. Энгельс считал, что «в социалистическом обществе труд и воспитание будут соединены и таким путем подрастающим поколениям будет обеспечено разностороннее техническое образование»¹. Исследователь Горбунова Е. М., в своем труде пишет следующее: «образование – суть преобразованная религия: так же, как религия «привносит священное в реальную жизнь» с целью создания социального идеала, так же образование привносит образ высшего, универсального сознания, «главную цель морального поведения»². Поэтому можно утверждать, что личность будущего, настоящего должна соответствовать требованиям общества, уважать его культурное наследие, развивать в себе интеллектуальные, моральные качества, которые важны в обществе. К. Маркс считал, что человек будущего будет по настоящему богат, он писал: «Богатство по-настоящему богатого человека является абсолютным проявлением ее творческих дарований, без любых других предпосылок, кроме предшествующего исторического развития, который делает самоцелью эту целостность развития, т.е. развитие всех человеческих сил как таковых. В этих условиях человек не воспроизводит себя в какой-либо одной только определенности, а воспроизводит себя во всей своей целостности, не пытается оставаться чем-то окончательно установившимся, а находится в абсолютном движении становления. А поскольку только в коллективе существуют для каждого индивида средства для всестороннего развития его задатков, то, соответственно, только в коллективе возможна личностная свобода. В свою очередь свободное развитие каждого является необходимым условием свободного развития всех»³. Можно утверждать, что, по мнению К. Маркса, личность, гражданин должны стремиться к постоянному развитию, а развитие коллектива, общества напрямую зависит от развития личности.

Роль образования в развитии государства и общества

В каждую эпоху и в каждом государстве, в обществе были и есть личности, которые вносили и вносят заметный вклад в развитие науки, культуры, образования. Но время идет, меняются ценности, а с ними меняются и общества. С помощью образования «общество постоянно обновляет условия своего собственного существования»⁴. Именно новые знания, открытия делали возможным развитие государств, улучшение качественного уровня жизни людей.

¹ Константинов Н. А., Медынский Е. Н., Шабаева М. Ф., "История педагогики" "Просвещение", Москва, 1982 г.

² Горбунова Е. М. Дюркгейм и современное образование // Социологическое обозрение. 2002. №4. С. 71.

³ Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. Т. 4. С. 35.

⁴ Дюркгейм Э. Социология образования / Под ред. В. С. Собкина и В. Я. Нечаева. - М.: ИНТОР, 1996. С. 27.

Но, чтобы оценить значение, качество образования, «надо всегда возвращаться к изучению общества»¹, ведь «глубокие преобразования, которые пережили или переживают в настоящее время современные общества, требуют соответствующих преобразований в национальном образовании»². Согласно Э. Дюркгейму, образование, его качество и необходимость его развития, нераздельно связано с развитием общества, государства. Для государства необходимо, чтобы все отрасли экономики страны имели подготовленных специалистов, развивалась культура, политика. Но любое общество нуждалось и нуждается в развитии творческих способностей, передачи научных и культурных знаний поколениям.

Данную позицию Э. Дюркгейма можно проследить небольшим количеством примеров из истории России. На Руси после Крещения начинается развитие грамотности, возникают школы, в которых преподавали славянскую азбуку. В 15 веке на Руси наблюдается стремление к знаниям, поэтому стал заметен рост количества школ в монастырях и церквях. Данный период характеризуется развитием культуры, строились соборы, создавались произведения живописи и литературы. Но при развитии купеческого сословия шло закрепощение крестьян. В 17 веке чиновники, служители церкви обязаны были знать латынь, греческий языки. Поэтому в 1687 году на Руси открывается Славяно – греко – латинская академия. При Петре I берет свое начало школьная реформа, благодаря которой в 1701 году открывается Школа математических и навигационных наук, а с 1714 по 1723 годы было создано более 42 цифирных школ, где делался упор на геометрию и арифметику. И главное, созданное Петром I для образования, это Академия наук, открывшаяся в 1725 году. В петровский период появились первые музей, кунсткамера, газета «Ведомости». Петр I подчинил церковь государству, ограничил число монахов, создал морской флот. В этот период Россия стала империей, морской державой, возрос ее международный авторитет, шло строительство городов и флота. В 1764 году был создан Смольный институт, где происходило воспитание благородных девиц, но, тем не менее, им преподавали языки, математику, географию, историю, физику и литературу. В 1732 году открывается Шляхетский кадетский корпус. В этот период успешно развивалась торговля, образование и промышленность, увеличивалось количество мануфактур, был создан кредитный банк, стали использовать бумажные деньги, открывались книжные магазины. С 1802 года в России было закреплено бессловность и бесплатность начального образования, благодаря чему народные училища стали гимназиями, а для крестьян были созданы начальные школы. С созданием земств и отмены крепостного права в 1861 году ознаменовалось созданием земских школ, где смогли обучаться мальчики и девочки, которым преподавали арифметику, чистописание и Закон Божий. Этот период можно охарактеризовать как контроль власти над экономической, культурной и политической жизнью страны. В 1861 году

¹ Там же. С. 33.

² Там же. С. 34.

был издан «Манифест об освобождении», который отменил крепостное право. В этот период создаются движения: народников, марксистов. Но это период и экономического роста страны и неудачных войн. После 1917 года были созданы трудовые школы. После 1930 года в нашей стране стало обязательным начальное образование. В этот период шла работа над восстановлением экономики, при централизации госуправления. 1958 год в СССР был ознаменован школьной реформой, при которой обязательным стало среднее образование. В этот период принимались меры по улучшению работы народного хозяйства, развивалась атомная энергетика и электроника, освоение земель. Позже Россия перешла на многоуровневую систему высшего образования, а с 2001 года ЕГЭ стал обязательным для регионов страны. В России с 2012 года система образования состоит из: общего, профессионального, дополнительного образования и профессионального обучения. Итак, мы видим, что система образования в России создавалась, совершенствовалась и способствовала развитию государства, развитию российского общества, создавало условия для развития промышленности, науки, культуры. Развитие образования, общества и государства происходило взаимосвязано. Но есть и недостатки, о которых исследователь М. К. Горшков в своих исследованиях отмечает: «Национальная образовательная система нуждается в реформировании и модернизации. Отечественная система образования ориентируется на спрос не на трудовом, а на образовательном рынке»¹. Поэтому исследователь Л. А. Абалтусова приходит к следующему выводу, что «Тема измерения качества образования, выработка показателей, которые можно применить к эмпирическим реалиям, становятся ключевыми в сфере образовательной политики»². Свою позицию имеют исследователи З. Бутовская, С. Косарнецкий, Р. Звягинцев, которые считают, что в России «образование является неотъемлемой частью социальной политики»³.

В настоящее время происходит быстрое развитие технологий, производств, науки, информационных технологий, экономики. Поэтому государству и обществу необходимо готовить высококвалифицированных специалистов. Именно образование способно предоставить те кадры работников, которые необходимы экономике. В настоящее время должна быть создана современная методологическая основа образования. Именно при системе постоянного образования, совершенствования навыков и умений, гражданин может быть востребован на рынке труда, экономика страны сможет получать

¹ Горшков М. К. Образование и общество в социологическом измерении (вместо предисловия) // Россия реформирующаяся. 2009. №8. С. 9,11.

² Абалтусова Л. А. Система высшего профессионального образования как фактор преодоления и воспроизводства социального неравенства в трансформирующейся России / Автореферат. 2006. С. 13.

³ Бутовская З. С., Косарнецкий С. Г., Звягинцев Р. С. Образовательная бедность в РФ: проблемы измерения и оценки // Образовательная политика. 2022. №2 (90). С. 55.

высококвалифицированного специалиста. Исследователь В. Я. Рушанин, делая анализ образовательной системы в России, пришел к выводу, что «В процесс непрерывного образования в последние годы оказываются вовлеченными все большие слои и группы населения, что позволяет говорить уже о непрерывно обучающемся обществе»¹.

Заключение

Исходя из того, что образование является социальным институтом, оно зависит от исторических условий развития общества, на него оказывает влияние социально-экономическое и политическое развитие государства, зависит от потребностей общества. Но при этом и развитие государства и общества напрямую зависит от развития образования, его качества. С помощью образования происходит развитие личности, формируется культурный менталитет общества, происходит развитие науки и культуры. Именно с помощью образования государство получает высококвалифицированных специалистов, которые необходимы для развития современной экономики страны, культуры и науки. Но и образование напрямую зависит от государства, его целей, стремления развития данной сферы. Поэтому можно утверждать, что развивая образование, идет развитие общества и государства. Закончить считаю возможным позицией исследователя Г. Е. Зборовского: «Основными факторами, способствовавшими расширению системы образования в индустриальном обществе, стали: промышленная революция, успехи в развитии технологии, влияние общества (народа) на принятие правительственных решений, формирование заинтересованных в развитии образования социальных групп, стремящихся с его помощью сохранить и увеличить богатство, власть, статус, престиж. Возникла целая индустрия непрерывного образования»².

Список литературы

1. Абалтусова Л. А. Система высшего профессионального образования как фактор преодоления и воспроизводства социального неравенства в трансформирующейся России / Автореферат. 2006. С. 13.
2. Бутовская З. С., Косарецкий С. Г., Звягинцев Р. С. Образовательная бедность в РФ: проблемы измерения и оценки // Образовательная политика. 2022. №2 (90). С. 55.
3. Гольбах П. Естественная политика, или Беседы об истинных принципах управления. Т. 1. С. 442.
4. Горбунова Е. М. Дюркгейм и современное образование // Социологическое обозрение. 2002. №4. С. 66, 69, 71.
5. Горшков М. К. Образование и общество в социологическом измерении (вместо предисловия) // Россия реформирующаяся. 2009. №8. С. 9, 11.

¹ Рушанин В. Я. Общество непрерывного образования: утопия или реальность? // Образование через всю жизнь: непрерывное образование в интересах устойчивого развития. 2014. №1. С. 46.

² Зборовский Г. Е. Социология образования или образование без социологии? Опыт Наукоедческого исследования // ИТС. 2022. №4 (109). С. 661.



6. Гуревич Павел Семенович *Философия образования: теория и практика // Знание. Понимание. Умение.* 2006. №4. С. 35.
7. Дюркгейм Э. *Социология образования / Под ред. В. С. Собкина и В. Я. Нечаева.* - М.: ИНТОР, 1996. С. 16, 23, 27, 33, 34.
8. Зборовский Г. Е. *Социология образования или образование без социологии? Опыт Научоведческого исследования // ИТС.* 2022. №4 (109). С. 661.
9. Зборовский Г.Е., Шуклина Е.А. *Социология образования: Учеб. пособие.* М.: Гардарики, 2005. С. 166.
10. Зорькин В. Д. *Позитивистская теория права в России.* М. 1978.
11. Касьянов В. В., Нечипуренко В.Н., Самыгин С.И. *Социология / Учебное пособие.* Под ред. Касьянова В. В. Р-н/Д.: МарТ, 2000. С. 512.
12. Константинов Н. А., Медынский Е. Н., Шабаяева М. Ф., "История педагогики" "Просвещение", Москва, 1982 г.
13. Маннгейм К. *Идеология и утопия / К. Маннгейм // Диагноз нашего времени.* – М. : Юрист, 1994. С. 15.
14. Маркс К., Энгельс Ф. *Сочинения.* Т. 4. С. 35.
15. Марченко М. Н. *Государство как явление и социальная категория (социологическое измерение) // Вестник Московского университета. Серия 11. Право.* 2017. №4. С. 58, 59, 66.
16. Мащенко И. В. *PR-деятельность в управлении конфликтами // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология.* 2021. №4 (289).
17. Пузиков В. Г. *Образование и общество: к вопросу системной связи // ОНВ.* 2005. №3 (32). С. 13.
18. Рушанин В. Я. *Общество непрерывного образования: утопия или реальность? // Образование через всю жизнь: непрерывное образование в интересах устойчивого развития.* 2014. №1. С. 46.
19. Толковый словарь русского языка С. И. Ожегова. 1949.
20. Харламов И. Ф. *Педагогика.* М., 2003. С. 125.
21. Хорошкевич Н. Г. *К вопросу изучения понятия «Общество» в социологии // Вопросы управления.* 2014. №3 (9). С. 178.

Научное издание

**ГЛОБАЛЬНЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЦЕССЫ 5.0:
ОБЩЕСТВО, ЭКОНОМИКА, ИСТОРИЯ**

Сборник статей

Дата подписания к использованию 29.01.2024 г.
Заказ № 018. Объем данных: 5,2 Мб. Усл.-изд. л. 27,3 п.л.
Санкт-Петербург, 191015, а/я 174,
тел. /факс (812) 685-73-00, 663-53-92, 970-35-70

: asterion@asterion.ru : <http://www.asterion.ru>

: https://vk.com/asterion_izdatelstvo