МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное
автономное образовательное учреждение высшего образования

«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)
Институт социально-экономических наук
Социологический факультет

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ НАРРАТИВ 2025

Социология как res-publica

Сборник статей по материалам
XXIV Всероссийской научной конференции
студентов и аспирантов

Москва 2025

УДК 316(063)
ББК 60.5я431
С69

Составитель *А.С. Елистратова, Д.С. Агафонова*

Редколлегия
В.А. Градова, А.С. Томленов, А.В. Махова, Е.В. Роот, М.В. Клопова, А.Т. Аббазова, М.А. Мартынова, Е.Р. Груднова

Рецензент
А.В. Кученкова, кандидат социологических наук, доцент
Центр методологии социологических исследований ИС ФНИСЦ РАН

С69
Социологический нарратив 2025: Социология как res-publica: Сборник статей по материалам XXIV Всероссийской научной конф. студентов и аспирантов / Сост.: А.С. Елистратова, Д.С. Агафонова. М.: РГГУ, 2025. 1 файл PDf: 392 с. Текст: электронный.
ISBN 978-5-7281-3553-1

Сборник представляет собой интеллектуальное предприятие по объединению социологического студенчества на поиск смыслов, релевантных сегодняшнему дню и академическим дискуссиям. Одновременно выбор темы – социология как res-publica, наше общее дело – это дань уважения проекту публичной социологии и коммеморация идейного наследия Майкла Буравого, призывавшего оживить социологию как профессию открытым обсуждением научных проблем. В издании представлены работы, исследующие влияние локальных и глобальных процессов на конкретное проблемное поле, а также методологические дискуссии, прокладывающие путь «от теории к методу и обратно».
Для студентов, аспирантов и действующих практиков, желающих погрузиться в изучение актуальных вопросов современного общества.

УДК 316(063)
ББК 60.5я431

© Елистратова А.С., Агафона Д.С., составление, 2025
© Российский государственный гуманитарный университет, 2025

ISBN 978-5-7281-3553-1

Содержание

К читателю

I. Жить как люди: социальные экономические и культурные вызовы современности

Романова К.А. *Савина А.А.* *Евграфова А.А.* *Кузнецова Е.А.*	Характеристики духовно-нравственного состояния личности	8
Андрианова В.А.	Условия труда и занятости на московском рынке танцевальных услуг в оценках хореографов	17
Пхунтхасан П.П.	Современные вызовы через призму буддийской мудрости: философско-источниковедческий анализ Дигхаджану-сууты	27
Семёнова К.Д.	Престиж профессии врача в России: мнение врачебного сообщества и населения	33
Андросова К.Д.	Услуги по организации детского дня рождения: востребованность и качество в оценках родителей	37
Андросова К.Д.	Работники торговли как социальная группа в общественном договоре в период 80-90-ых	46
Папков Д.И.	К слову о цифровой идентичности студентов	50
Кремлёв Д.А.	Роль социально-культурных технологий в преодолении кризисов культурного пространства	60
Себрова А.С.	Проблема столкновений цивилизаций в современности	67
Данилов Г.А.	Защита прав прекарных работников. Кейс московских курьеров	75
Бутысина А.Е.	Опыт международной академической мобильности Болонской системы в контексте российской системы образования	81

II. Иметь или быть: молодое поколение в современных российских реалиях

Плотникова К.С.	Модус «быть» в концепции шеринговой экономики глазами миллениалов	92
Николаев А.И. *Каймыштаева С.А.*	Факторы формирования уверенности в будущем у студенческой молодежи	96
Бутысина А.Е.	Способы повышения спортивной мотивации у детей и подростков: социологический анализ	105
Чехонина П.В.	За кулисами патриотического воспитания (на примере города Москвы)	114
Агеева Е.В.	Мотивы и барьеры участия молодёжи в работе общественно-политических объединений	124

Шорина А.С. *Прохорова В.А.*	Цифровая автобиография студентов РГГУ	132
Шилова В.Г.	Формирование представлений о социальной справедливости в ходе взросления: биографическое лейтмотивное интервью	141
Пастухова Д.А. *Леонтьева П.А.*	Ностальгия в цифровой век: как поколение Z трансформирует образы прошлого через медиа	148
Перлина А.В. *Кирсанова А.М.*	Карьера и самореализация: как молодое поколение выбирает свой путь	156
Агафонова Д.С.	«Студенческая субкультура» как забытый концепт	166
Глазова А.В.	Молодые педагоги в школе: ожидание и реальность	176
Осиповская И.П.	Мотивация участия молодежи в избирательном процессе	184
Гончарова Е.И.	Восприятие молодёжью блогерства как формы развлекательной деятельности	195
	III. Общность и выбор поколений: традиции, идентичность и социальные ориентиры в эпоху глобализации	
Пузанова А.С.	Современные подходы к гендерной идентичности. Гендер как социальный конструкт	202
Фокина М.С.	Этнические стереотипы в языке в современном обществе: классификация, языковые инструменты, пути решения проблемы	208
Челомбитко М.С. *Александров А.В.*	Стигматизация как фактор дискриминации современных субкультур на примере квадробики	211
Чистова А.А.	Соотношение реальной и виртуальной идентичности студенческой молодежи	219
Пастухова Д.А. *Леонтьева П.А.*	Мотивация и идентичность молодых исполнителей русского фольклора: роль традиций и инноваций	225
Полухина П.В.	Цифровая идентичность или феномен множественного «я»	234
Козырева О.В.	Процесс социологического познания как реализация социального потенциала интеллигенции	241
	IV. Цифровой поворот: от трансформаций к принятию	
Цыганова В.А.	Информационное общество России: текущее состояние в цифрах	253
Озова Л.А.	Цифровая трансформация социального взаимодействия: возможности, риски и актуальные коммуникативные практики	266
Кузнецова О.А.	Мнение родителей дошкольников о внедрении цифровизации в дошкольные учреждения России	271
Сафразбекян Л.В.	Теоретические подходы к анализу занятости специалистов информационных технологий: интегративный взгляд	278

Воронина В.И. *Сороканюк А.Р.*	Роль блога в распространении здорового образа жизни	287
Королева Д.А.	Отношение молодежи поколения Z к вопросу создания семьи и родительству (записки с рабочего стола социолога)	292
Завгородняя П.А.	Новые формы коммуникации преподавателей и студентов в цифровой среде	296
Халимов И.С.	Мотивация российской молодежи к использованию социальных сетей	302
Степанян А.С.	Цифровые навыки как фактор формирования цифровых разрывов	307
Зимина А.А.	Практики поведения молодёжи в интернет-пространстве	312
Платко Д.А.	Парадокс коммуникации подростков в интернет-среде	317
Малявко С.А.	Некоторые особенности онлайн-коммуникации религиозных сообществ Республики Алтай	321
Воронина А.М.	Геймерство как цифровая субкультура молодёжи	327
	V. От теории к методу и обратно: трансформация общества, технологий и политического в эпоху прорывов	
Тарасова К.И.	Герои Советского Союза или простые работники: образ инженеров-конструкторов 40-60-х годов в отечественных кинофильмах	333
Ветошкин Н.С.	Концептуальные основы изучения социального маркетинга	345
Ульянова К.Р.	Роль экранизаций книг в структуре мотивов чтения	350
Кириченко С.М.	Влияние гендерных стереотипов на конструирование публичного образа политического субъекта	356
Батурина В.П.	Гетерогенность, как наличествующая невозможность замыкания гегемонии	363
Соколовская Э.А.	Критическое мышление в эпоху гипер-информации	369
Ермолова А.А.	Мотивы приобретения информационных продуктов в социальных сетях московской молодежью	375
Павлова А.Ю.	Личность в эпоху алгоритмов	380
Наши авторы		388

К читателю

Уважаемые друзья, мы рады представить очередной сборник статей по итогам XXIV Всероссийской научной конференции студентов и аспирантов «Социологический нарратив» В этом году организационный комитет конференции решил провести конференцию под названием «Социология как res-publica», подразумевая обновления общими усилиями (один из вариантов перевода res-publica – общее дело) социологического знания. Это новое знание возможно только коллективными усилиями и диалогом между исследователями. И кому как не молодым коллегам создавать это новое знание? Результатом этого диалога и является данный сборник, в котором опубликовано свыше 50 научных статей студентов, магистрантов и аспирантов из разных университетов России. Поэтому можно считать, что данный диалог состоялся, а получилось ли выработать новое знание судить вам читателям данного сборника.

Сборник представляет собой своеобразный срез тех проблем, которые волнуют молодежь, и мы видим насколько разносторонние научные интересы современного студенчества. Большое количество работ посвящено проблемам труда и занятости различных социально-профессиональных и социально-демографических групп российского общества, распространению цифровизации и адаптации общества к этому процессу. Отдельно хотелось бы отметить работы, изучающие ценности российского общества и их влияние на молодежь, а также участию молодежи в политической и социальной жизни российского общества.

В заключение хочу пожелать авторам сборника дальнейших успехов и творческих прорывов в своих научных поисках. Мы надеемся, что этот опыт участия в конференции и публикации статьи для кого-то станет первым шагом в создании новой социологии и среди авторов статей нашего сборника окажется будущий П. Сорокин, П.Бурдье, Р. Мертон ведь и они, когда были начинающими исследователями, такими же, как и авторы «Социологического нарратива» и вполне возможно наш сборник станет одной из искр, зажегших свет будущего светила социологии. Также всех молодых читателей сборника приглашаю к участию в следующей научной конференции студентов и аспирантов «Социологический нарратив 2026», которая в будущем году отметит свой четвертьвековой юбилей, с надеждой на интересные выступления и статьи.

Р.И. Анисимов
декан социологического факультета
Института социально-экономических наук РГГУ

I. Жить как люди: социальные, экономические и культурные вызовы современности

Характеристики духовно-нравственного состояния личности

Александра А. Савина, Карина А. Романова
Елена А. Кузнецова, Анастасия А. Евграфова
студенты
Череповецкий государственный университет, г. Череповец

Научный руководитель: Елена А. Смирнова
канд. социол. наук, доцент, Череповецкий государственный университет, г. Череповец

Аннотация. Статья рассматривает духовно-нравственное состояние личности в контексте постмодернистского общества, акцентируя внимание на проблемах морали, медицины и религии. Исследование показывает, что, несмотря на рост секуляризации, большинство людей осознает значимость традиционных ценностей и моральных качеств в медицине. Важную роль играют гендерные различия: женщины чаще обсуждают этические вопросы и выступают за сохранение религиозных ценностей, тогда как мужчины склонны к более прагматичным взглядам.
Ключевые слова: духовно-нравственные ориентиры, биоэтика, религия, мораль, медицина, секуляризация, традиционные ценности, здравоохранение

Для общества постмодерна характерен отход от религиозного мировоззрения, основу которого теперь составляет стремление ко все большему потреблению и распространению гедонистических ценностей [Светличная, Смирнова 2024]. На этом фоне быстрыми темпами внедряются в медицинскую практику достижения научно-технического прогресса, которые актуализировали проблему повышения «риска возникновения неблагоприятных последствий медицинских вмешательств» [Фоменко 2007, с. 23]. С другой стороны, авторы отмечают «отставание духовно-нравственного развития современного человека от быстрых темпов информационно-технологического прогресса, что в медицине вызвало появление разрыва между технической и этической компетентностью медицинских работников» [Светличная, Смирнова 2019, с. 30], что обусловило «рост напряженности в отношениях» медицинских работников с пациентами [Чирикова, Шишкин 2014, с. 154]. Актуальность изучение этической компетентности пациентов в условиях формирования новой (партнерской) модели отношений участников лечебно-диагностического процесса, ставшее целью настоящего исследования не вызывает сомнения.

© Савина А.А., Романова К.А., Кузнецова Е.А., Евграфова А.А., 2025

Материалы и методы. Предметом исследования являются духовно-нравственные ориентиры населения. Программа исследования представлена «Анкетой для изучения биоэтических представлений пациентов» (автор Т.Г. Светличная).

Половой состав опрошенных пациентов преимущественно представлен женщинами (62%). По возрасту мы изучали лиц от 18 до 35 лет.

Результаты. Рассмотрим этические представления населения о религии, морали и медицине, результаты представлены в табл. 1.

Большинство респондентов (86,8%) размышляют над вопросами морали. Это свидетельствует о том, что вопросы морали и этики остаются важными для общества. Однако можно заметить, что женщины (88,7%) чаще, чем мужчины (83,6%), соглашаются с этим утверждением.

Большая часть респондентов (78,8%) не согласны с утверждением о божественном происхождении морали (женщины 80,8% и мужчины 75,4% соответственно). Согласие с этим утверждением демонстрируют лишь 21,2% опрошенных, причем мужчины (24,6%) согласны несколько чаще, чем женщины (19,2%). Однако они не поддерживают идею о связи медицины и морали (женщины 58,8% и мужчины 56,4% соответственно). В то же время 42,1% респондентов согласны с этим утверждением, причем мужчины (43,6%) выражают согласие немного чаще, чем женщины (41,2%).

Лишь 19,5% респондентов поддерживают идею вмешательства религии в медицину, причем мужчины (22,6%) выражают согласие несколько чаще женщин (17,6%). В то же время большинство опрошенных женщины (73,3% женщин и 65,6% мужчин), демонстрируют более высокий уровень несогласия.

Для 66% опрошенных собственные религиозные взгляды не влияют на принятие решений, связанных с оказанием или использованием медицинских услуг. При этом женщины (68,8%) демонстрируют более высокий уровень несогласия по сравнению с мужчинами (61,5%). Согласие с этим утверждением выражают 24,8% опрошенных, причем мужчины (30,3%) согласны значительно чаще, чем женщины (21,4%).

Таблица 1

Этические представления населения о религии, морали и медицине (%)

		Согласны	Не согласны	Нет ответа
Проблемы морали являются предметом размышлений				
Пол	мужской	83,6	9,7	6,7
	женский	88,7	3,8	7,5
всего		86,8	7,2	7,2
Происхождение морали имеет божественную природу				

Пол	мужской	24,6	75,4	0
	женский	19,2	80,8	0
всего		21,2	78,8	0
Медицина связана с моралью и зависит от моральных установок общества				
Пол	мужской	43,6	56,4	0
	женский	41,2	58,8	0
всего		42,1	57,9	
Религия должна вмешиваться в медицину				
Пол	мужской	22,6	65,6	11,8
	женский	17,6	73,3	9,1
всего		19,5	70,4	10,1
Собственные религиозные взгляды влияют на принятие решений, связанных с оказанием (использованием) медицинских услуг				
Пол	мужской	30,3	61,5	8,2
	женский	21,4	68,8	9,8
всего		24,8	66,0	9,2

Далее нами были рассмотрены этические оценки относительно состояния российского общества и здравоохранения (табл. 2).

Значительное большинство респондентов (72,1%) согласны с утверждением о том, что сохранение традиционных религиозных ценностей является необходимым условием развития российского общества. Отметим, что процент согласных среди опрошенных женского пола выше, чем мужского (76,4% против 65,1% соответственно).

Чуть менее половины (47%) согласны с утверждением о том, что российские средства масс-медиа активно внедряют в общественное сознание идеи потребления и гедонистические ценности. Несогласных с данным утверждением – 17,9%. Относительно пола, женщины чаще придерживаются данной точки зрения, нежели мужчины (49,1% против 43,6% соответственно).

60% опрошенных убеждены, что основная причина неблагополучного положения дел в отечественной медицине заключается в недостатке материальных ресурсов здравоохранения, а не в духовно-нравственном кризисе общества. И снова, процент согласных женщин выше, чем мужчин (61,6 % против 57,4% соответственно).

Значительная часть опрошенных (66,7%) убеждены, что медицинский профессионализм предполагает наличие у медицинских работников моральных качеств и этических знаний. Среди женщин с данным утверждением согласны – 67,9%, а среди мужчин – 64,6%.

С утверждением о том, что принятие клятвы врача выпускниками медицинских вузов является необходимым условием медицинской деятельности согласны 78,6%

опрошенных. Причем, в данном случае, различия в процентах между женским и мужским полом значительное (84,6% против 68,7% соответственно).

Утверждение о том, что преподавание будущим врачам ряда тем биомедицинской этики (жизнь как ценность, смерть) следует передать священнослужителям вызвал значительный процент несогласных (61,4%). Доля несогласных женщин выше, чем доля мужчин (65,4% против 54,9% соответственно)

Таблица 2

Этические оценки относительно состояния российского общества и здравоохранения (%)

		Согласны	Не согласны	Нет ответа
Сохранение традиционных религиозных ценностей является необходимым условием развития российского общества				
Пол	мужской	65,1	23,1	11,8
	женский	76,4	13,8	9,8
всего		72,1	17,4	10,5
Российские средства масс-медиа активно внедряют в общественное сознание идеи потребления и гедонистические ценности				
Пол	мужской	43,6	22,0	34,4
	женский	49,1	15,4	35,5
всего		47,0	17,9	35,1
Основная причина неблагополучного положения дел в отечественной медицине заключается в недостатке материальных ресурсов здравоохранения, а не в духовно-нравственном кризисе общества				
Пол	мужской	57,4	42,6	0
	женский	61,6	38,4	0
всего		60,0	40,0	0
Медицинский профессионализм предполагает наличие у медицинских работников моральных качеств и этических знаний				
Пол	мужской	64,6	14,9	20,5
	женский	67,9	14,2	17,9
всего		66,7	14,4	18,9
Принятие клятвы врача выпускниками медицинских вузов является необходимым условием медицинской деятельности				
Пол	мужской	68,7	21,0	10,3
	женский	84,6	10,4	5,0
всего		78,6	14,4	7,0
Преподавание будущим врачам ряда тем биомедицинской этики (жизнь как ценность, смерть) следует передать священнослужителям				
Пол	мужской	7,7	54,9	37,4
	женский	4,1	65,4	30,5
всего		5,5	61,4	33,1

Обсуждение и выводы. Большинство респондентов считают проблемы морали важным предметом для размышлений. При этом женщины демонстрируют более высокий

уровень согласия с этим утверждением по сравнению с мужчинами, которые чаще выражают несогласие. Такая разница может быть связана с социально-культурными и психологическими факторами. Традиционно женщины чаще ассоциируются с эмоциональной рефлексией и заботой, что способствует их большей вовлеченности в обсуждение моральных вопросов. Мужчины, напротив, склонны к более прагматичному подходу, ориентированному на действия и результаты, что может объяснять их меньшую склонность к размышлениям на эти темы.

Подавляющая часть респондентов не поддерживают идею божественного происхождения морали, при этом женщины демонстрируют более высокий уровень несогласия по сравнению с мужчинами. Такие результаты могут быть связаны с процессами секуляризации, в рамках которых мораль всё чаще воспринимается как продукт социального развития и культурных норм, а не как нечто, данное свыше. Женщины, проявляя более критическое отношение к традиционным религиозным догмам, чаще отвергают идею божественной природы морали, что может отражать их большую склонность к независимому мышлению. Мужчины, напротив, несколько чаще поддерживают традиционные религиозные взгляды, что свидетельствует об их большей приверженности консервативным ценностям.

И женщины, и мужчины в целом не поддерживают связь медицины с моралью, но значительная часть всё же согласна с этой идеей, причём мужчины чаще. Это может быть связано с восприятием медицины как объективной науки, основанной на данных, а не морали. Большинство считает, что медицинские решения должны основываться на клинических показаниях, а не на социальных нормах. Мужчины чаще связывают медицину с моралью, возможно, из-за её социальной роли. Женщины реже, но тоже признают важность этики. Дискуссии вокруг биоэтики, такие как эвтаназия, объясняют признание связи медицины с моралью, но большинство считает, что такие вопросы должны решаться индивидуально или законодательно, не влияя на медицину в целом.

Женщины чаще мужчин отвергают вмешательство религии в медицину, особенно в вопросах репродуктивного здоровья, что отражает их более критичный взгляд на религиозное влияние. Мужчины в большей степени склонны поддерживать традиционные религиозные ценности. Однако и те, и другие считают, что медицинские решения должны основываться на научных данных, а не на вере. Респонденты опасаются, что религиозное влияние может ограничить доступ к медицинской помощи или создать конфликт между убеждениями и лечением. Эти данные подтверждают тенденцию к секуляризации, где религия воспринимается как личное, а не общественное дело.

Женщины чаще возражают против влияния религии на медицину, особенно в вопросах здоровья и репродуктивных прав, из-за большей критичности к религиозным догмам. Мужчины чаще признают влияние религии, что может свидетельствовать о их приверженности традициям. Большинство опрошенных предпочитает, чтобы медицинские решения основывались на научных данных и профессиональных рекомендациях, а не на религиозных убеждениях. Это отражает процесс секуляризации, где религия становится личным делом, не влияющим на общественную жизнь, включая медицину. Вмешательство религиозных убеждений в медицину вызывает опасения, поскольку может привести к конфликтам между религиозными принципами и медицинскими потребностями, ограничивая доступ к необходимой помощи, особенно для женщин. В регионах с сильным религиозным влиянием поддержка вмешательства религии в медицину может быть выше.

Большинство респондентов согласны с необходимостью сохранения традиционных религиозных ценностей для развития российского общества, что связано с восприятием этих ценностей как основы культурной и национальной идентичности, особенно в условиях глобализации. Религиозные ценности ассоциируются с моральными и этическими нормами, такими как семья, взаимопомощь и уважение к старшим, что воспринимается как опора для укрепления общества. Поддержка традиционных ценностей также может быть обусловлена политическим и общественным дискурсом, подчеркивающим важность сохранения национальных традиций и духовности, а также государственными инициативами, направленными на укрепление роли религии в общественной жизни.

Высокий процент согласия с утверждением среди женщин объясняется их традиционной вовлеченностью в религиозные практики и воспитание детей, что усиливает их приверженность традиционным ценностям. Религия воспринимается женщинами как основа морали и стабильности, важная для их роли хранительниц семейного очага и культурных традиций. Женщины видят в традиционных религиозных ценностях опору для укрепления семьи, воспитания детей и поддержания социальной гармонии, особенно в условиях современных вызовов, таких как изменение ролей в обществе, экономическая нестабильность или трансформация семейных устоев. Они также склонны поддерживать ценности, которые защищают моральные и этические нормы, связанные с заботой, милосердием и социальной ответственностью.

Большинство опрошенных согласны, что российские СМИ способствуют распространению идей потребления и гедонизма. Однако некоторые респонденты могут не осознавать влияние медиа, воспринимая получаемую информацию поверхностно. Уровень восприятия зависит от возраста и социального положения: молодежь, активнее использующая цифровые платформы, может сильнее подвергаться влиянию, хотя и не

всегда осознаёт его целенаправленность. Пожилые люди, менее погружённые в цифровое пространство, часто остаются вне зоны воздействия. Также есть те, кто скептически относится к утверждению, полагая, что СМИ лишь отражают общественные запросы, а не формируют их. Женщины демонстрируют более высокий уровень согласия, вероятно, из-за большей вовлеченности в тематики (мода, красота), где потребительские ценности выражены ярче. Мужчины же, потребляя иной контент (спорт, технологии), менее подвержены таким установкам. Некоторые респонденты считают, что СМИ скорее отражают, чем формируют общественные запросы.

Согласие с утверждением, что проблемы медицины вызваны недостатком ресурсов, а не духовно-нравственным кризисом, объясняется личным опытом и общественными дискуссиями о недофинансировании. Видимая устаревшая инфраструктура и дефицит медикаментов создают впечатление материального характера проблем. Сложность измерения духовных вопросов делает их менее заметными. Разница в согласии между мужчинами и женщинами может объясняться большей вовлеченностью женщин в систему здравоохранения (беременность, роды, уход), что делает их более осведомленными о материальных трудностях. А мужчины могут быть менее склонны связывать проблемы медицины исключительно с материальными факторами, поскольку они чаще рассматривают системные или управленческие аспекты.

Большинство опрошенных считают моральные качества и этические знания важной частью медицинского профессионализма. Это мнение сложилось под влиянием нескольких факторов: исторически сложившихся высоких стандартов врачебной профессии (сострадание, ответственность), современных требований биоэтики и личного опыта взаимодействия с медиками. Пациенты ценят в врачах не только профессиональные навыки, но и способность решать этические дилеммы с эмпатией и уважением. Женщины чаще подчеркивают значение этической составляющей в медицине. Это связано с их более активным взаимодействием с системой здравоохранения и традиционной занятостью в сферах заботы (образование, социальная работа). Мужчины, признавая важность моральных аспектов, больше внимания уделяют технической стороне профессии - точности диагностики и эффективности лечения.

Большинство поддерживает необходимость принятия врачебной клятвы выпускниками мединститутов, считая её символом моральных обязательств перед обществом и способом установления высоких профессиональных стандартов. Этот ритуал подчеркивает преемственность врачебных ценностей – гуманность, сострадание и приоритет интересов пациента. Мы можем предположить, что люди верят, что клятва обязывает врачей соблюдать ключевые принципы: уважение к жизни, конфиденциальность

и этичное поведение. Женщины чаще поддерживают утверждение, вероятно, из-за большей чувствительности к моральным и этическим аспектам медицины и склонности ценить символику. Мужчины же могут быть более прагматичны и уделять внимание практическим навыкам.

Несогласие с передачей преподавания биомедицинской этики священнослужителям связано с убеждением, что медицина должна основываться на науке и доказательной практике, а не на религиозных догмах. Вопросы жизни и смерти, такие как эвтаназия и аборты, требуют многостороннего обсуждения, учитывая разнообразие культурных и социальных взглядов. Религиозный подход может быть воспринят как слишком узкий и потенциально ограничивающий свободу выбора. Молодежь склоняется к более секулярному восприятию мира, предпочитая обсуждение этих вопросов с научной, философской и правовой точки зрения. Кроме того, существует обеспокоенность по поводу возможного навязывания религиозных взглядов, что противоречит принципам академической свободы и плюрализма.

Что касается различий между мужчинами и женщинами, последние чаще выражают несогласие, вероятно, благодаря большему пониманию современных образовательных подходов, включающих интеграцию разных дисциплин. Они считают важным учитывать различные перспективы – философские, правовые и научные, наряду с религиозными, для формирования всесторонне подготовленных врачей. Некоторые женщины также опасаются усиления патриархальных установок, которые могут ограничить их права и возможности в профессиональной сфере.

Заключение. Результаты проведенного исследования позволяют сделать выводы о значимости духовно-нравственных ориентиров в современном обществе, особенно в условиях социокультурного кризиса. Большинство респондентов считают проблемы морали важным предметом для размышлений, что свидетельствует о сохранении актуальности этических вопросов в общественном сознании. При этом женщины демонстрируют более высокий уровень согласия с этим утверждением по сравнению с мужчинами, что может быть связано с их большей склонностью к эмоциональной рефлексии и заботе.

Исследование показало тенденцию к секуляризации: большинство не поддерживает идею божественного происхождения морали и вмешательства религии в медицину, рассматривая мораль как социальный конструкт. Однако многие считают традиционные религиозные ценности важными для общества, что подтверждает их роль в формировании культурной идентичности.

Большинство респондентов считают главной причиной проблем в здравоохранении недостаток материальных ресурсов, а не духовно-нравственный кризис. Ключевыми факторами качества медицинской помощи считаются финансирование, оборудование и зарплата медиков. Одновременно медицинский профессионализм ассоциируется с моральными качествами, такими как сострадание и ответственность.

Большинство опрошенных поддерживают необходимость принятия клятвы врача, что символизирует моральные и этические обязательства медицинских работников перед пациентами и обществом. Однако идея передачи преподавания биомедицинской этики священнослужителям вызвала значительное несогласие, что отражает стремление к светскому образованию и научному подходу в медицине.

Таким образом, исследование подчеркивает необходимость баланса между научным подходом и культурно-религиозными ценностями в медицинской практике. В условиях секуляризации важно учитывать разнообразие мнений и культурных особенностей современного общества, чтобы обеспечить высокий уровень медицинской помощи и уважение к правам пациентов.

Литература

Светличная, Смирнова 2019 – *Светличная Т.Г., Смирнова Е.А.* Духовно-нравственные ориентиры медицинских работников и пациентов // Биоэтика. 2019. № 1 (23). С. 30–35.

Светличная, Смирнова 2024 – *Светличная Т.Г., Смирнова Е.А.* Открытые биоэтические проблемы современной трансплантологии (в социальных оценках будущих специалистов) // Биоэтика. 2024. № 1 (17). С. 55–66.

Фоменко 2007 – *Фоменко А.Г.* Безопасность пациентов как важнейшее условие обеспечения качества медицинской помощи в Республике Беларусь // Вопросы организации и информатизации здравоохранения. 2007. № 2. С. 23–31.

Чирикова, Шишкин 2014 – *Чирикова А.Е., Шишкин С.В.* Взаимодействие врачей и пациентов в современной России // Мир России. 2014. № 2. С. 154–182.

Условия труда и занятости на московском рынке танцевальных услуг в оценках хореографов

Вероника. А. Андрианова

студентка

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Ольга В. Китайцева

канд. социол. наук, доцент

Российский государственный гуманитарный университет), Москва

Аннотация. В статье рассматривается трудовая занятость хореографов г. Москвы, включая теоретический обзор понятий труда, занятости и профессиональных компетенций. На базе авторского исследования, проведенного методом глубинного интервью, рассмотрены ключевые аспекты условий труда хореографов с точки зрения их субъективной оценки. В результате удалось прийти к выводу, что для данной группы характерна нестандартная, частичная занятость, никак официально не оформленная.

Ключевые слова: трудовая занятость, хореограф, условия труда, работа в танцевальной студии, занятость хореографов

Изучение деятельности хореографов как профессиональной группы на рынке танцевальных услуг достаточно актуально, так как танцевальная индустрия развивается динамично, что приводит: к увеличению количества танцевальных студий, изменению спроса на специалистов, появлению новых форматов работы. Согласно статистическим данным[2], за период с 2022 по 2023 г., с марта по май, жители России стали искать студии обучения танцам на 31% чаще. В Москве поиск подобных организаций на карте вырос на 16%. А общее количество студий в крупных городах с июня 2022 г. за 12 месяцев увеличилось на 9%. В целом, в городах-миллионниках в настоящий момент работают свыше 8 тыс. студий, и с каждым годом их число увеличивается.

Помимо этого, важным является и то, что сама профессия хореографа претерпевает изменения: наряду с традиционными формами занятости как, например, работа в государственных учреждениях культуры или школах искусств, появляются новые – в частных студиях, фриланс, занятия в онлайн-формате. Последнее было особенно актуально

© Андрианова В.А., 2025

[2] В России спрос на танцевальные студии вырос на 31%. Новостной сайт Москва 24. URL: https://www.m24.ru/news/obshchestvo/04072023/593619 (дата обращения: 21.12.2024).

в период пандемии в 2020 г. и впоследствии стало практиковаться многими студиями. Эта тенденция подтверждается данными за первые месяцы 2025 г.[3]: так как потребность в доступных и гибких вариантах обучения растет – это приводит к росту рынка онлайн-обучения танцам, а пандемия лишь ускорила этот рост. Так, в 2023 г. объем рынка онлайн-обучения танцам оценивался в 10,8 млрд руб. (125 млн долл.), и ожидается, что к 2031 г. эти значения увеличатся до 36,7 млрд руб. (425 млн долл.). Все эти изменения, конечно же, приводят к разнообразию условий труда преподавателей танцев и требует внимательного изучения для того, чтобы оценить не только влияние на качество обучения танцам, но и на хореографов как профессиональную группу.

Осмыслением понятий занятости и труда занимались и продолжают заниматься многие ученые и исследователи. Изучение занятости связано с такими именами как А. Смит и Д. Рикардо – основоположники экономической теории, которые рассматривали полную занятость как норму, которая обеспечивает бескризисное и равновесное состояние рыночной экономики. При этом их изучение этого вопроса было сосредоточено на рассмотрении труда как, например, источника богатства или того, что формирует стоимость товаров [Рикардо 2007, с. 500]. Они не акцентировали внимание на условиях трудовой деятельности и не рассматривали эти «внутренние особенности» занятости, в отличие от К. Маркса, который осуществил содержательный анализ занятости и обозначил объективные (например, средства труда и орудия производства) и субъективные (необходимые для человека жизненные средства, развитие человеческого капитала – накопление мастерства и знаний) условия труда[4]. У Дж. Кейнса трудовая занятость ставится в зависимость от таких факторов как заработная плата и склонность людей к потреблению и сбережению: он отмечает, что снижение размера оплаты труда не приведет к росту занятости, а лишь перераспределит доходы в пользу предпринимателей и уменьшит потребительский спрос со стороны рабочих [Кейнс 2021, с. 300]. Об оплате труда говорил и А. Маршалл, давая обозначения понятиям «заработная плата» как оплата труда и «проценты» как вознаграждение [Маршалл 2010, с. 216].

Анализом современных форм занятости занимались В.Е. Гимпельсон и Р.И. Капелюшников. Они выделили две основные формы занятости: стандартная и

[3] Рынок онлайн-обучения и прогнозы. Официальный сайт Market Research Intellect. URL: https://www.marketresearchintellect.com/ru/product/global-online-dance-training-market-size-forecast/ (дата обращения: 01.03.2025).

[4] *Маркс К.* Критика политической экономии. Т. 1. Кн. 1: Процесс производства капитала М. Эксмо, 2024. 1120 с.

нестандартная. К стандартной относится занятость по найму в режиме полного рабочего дня на основе бессрочного трудового договора на предприятии или в организации. К нестандартной же относится все остальное: неполная; сверхурочная; временная занятость на основе срочных договоров; случайная; занятость на основе договоров гражданско-правового характера; вторичная; неформальная занятость [Гимпельсон, Капелюшников 2008]. Данная классификация отражает разнообразие новых форм занятости в современных реалиях.

Исходя из этого, трудоустройство может быть разных видов:

1. По трудовому договору – предполагает официальную работу в штате компании.
2. По ГПХ – гражданско-правовой договор, не регулирующийся ТК РФ, подразумевающий найм под определенную задачу.
3. ИП – оформление физического лица как предпринимателя, у которого есть права и возможности юридических лиц. Человек может вести бизнес, получать доход, платить налоги, а также нанимать сотрудников.
4. Самозанятость – оформление гражданина как физического лица, но без полномочий юридических лиц. Нанимать работников они не могут, поэтому сами производят и продают товары или оказывают услуги, получая с этой деятельности доход и оплачивая налоги.

Классификацией форм занятости занимался и В.М. Петюх, который помимо стандартной и нестандартной занятости выделили еще: 1) полную/неполную; 2) добровольную/вынужденную; 3) первичную/вторичную; 4) постоянную/временную и 5) легальную/нерегламентированную/нелегальную.

Изучением трудовой занятости такой профессиональной группы, как хореографы, занимались О.В. Калугина и М.Е. Лоханина, которые рассмотрели виды профессиональной компетенции педагога-хореографа [Калугина 2021; Лоханина 2021]. Те же требования к квалификации педагога-хореографа предполагаются к выпускникам заведений, осуществляющих подготовку по направлению 52.03.01 «Хореографическое искусство».

Таблица 1

Профессиональные компетенции и навыки педагога-хореографа

М.Е. Лоханина	О.В. Калугина	Требования в рамках направления 52.03.01

Собственное исполнительское мастерство	Специальная компетентность – владение на оптимальном уровне методикой преподавания хореографических дисциплин, методикой работы с творческим коллективом	Знание теории и истории музыки, сценографии, костюма и т. п.
Навыки комбинации и составления учебных и сценических хореографических связок	Социальная компетентность – владение социальными знаниями, которые выступают в качестве руководства к действию в профессиональной инновационной деятельности, умелое использование приемов профессионального общения, социальная ответственность за результаты педагогического труда	Знание методов обучения музыкальному слуху; Методов развития пластики тела; Методов раскрытия артистизма
Мастерство постановщика целостных танцевально-музыкальных номеров, спектаклей и шоу-программ	Личностная компетентность – владение приемами личностного самовыражения и позиционирования, умение противостоять стрессовым ситуациям	Знание основ хореографии; Анатомии человека; Методов оказания первой медицинской помощи
Педагогические навыки, понимание методологии и психологии работы с учениками различного уровня мастерства, возраста и характера	Индивидуальная компетентность – владение приемами индивидуального самообразования и саморазвития, готовность к профессиональному росту, умение выстроить индивидуальную перспективу повышения профессионализма	Правильность направления энергии во время занятий
Организационные и управленческие навыки		Навыки коммуникации
Культурологические знания и навыки		
Навыки рефлексии и критического мышления		

Таким образом, для успешной адаптации на рынке труда хореограф должен обладать знаниями и в сфере танцев, и в педагогике, и даже в анатомии и психологии.

Регулирование труда хореографов нечетко прописано в актах трудового законодательства. Эту профессиональную группу рассматривают как группу творческих работников – физических лиц, которые создают или интерпретируют культурные ценности, считают собственную творческую деятельность неотъемлемой частью своей культурной жизни. В таком случае их деятельность может иметь ненормированный график, поэтому, согласно трудовому законодательству, работникам, характер деятельности которых не позволяет строго регламентировать их рабочее время, может быть установлен ненормированный рабочий день. Режим рабочего времени творческих работников в

зависимости от вида учреждения культуры может быть следующим: 1) 5 рабочих дней, 2 выходных; 2) 6 рабочих дней, 1 выходной; 3) режим гибкого рабочего времени; 4) ненормированный рабочий день; 5) сменная работа; 6) разделение дня на части.

Стоит отметить, что должность «хореограф», согласно формальной трактовке российского законодательства[5], относится к категории специалистов, но не является должностью педагогического сотрудника, хотя относится к категории дополнительного образования. Так или иначе, отдельного нормативно-правового акта, который устанавливает учебную нагрузку для хореографа, в законодательстве нет. Но при этом, как разъясняет Минтруда России в своем локальном акте[6], должность хореографа приравнивается к педагогу, и имеет норму часов преподавательской работы за ставку заработной платы в объеме 18 часов в неделю.

Чтобы понять, как описанные выше условия работают труда хореографов реализуются на практике, обратимся к данным авторского исследования «Особенности трудовой занятости хореографов на московском рынке танцевальных услуг»[7], проведенного методом глубинного интервью с 11 хореографами, работающими в танцевальных студиях не менее года.

[5] Приказ Минздравсоцразвития от 15 августа 2011 г. N 916н «Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел "Квалификационные характеристики должностей работников в области физической культуры и спорта"». Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ. URL: https://ivo.garant.ru/#/document/55172358/paragraph/1:0 (дата обращения: 05.12.2024).

[6] Ответ Минтруда о нагрузке хореографов от 21.09.2016 N 14-21005-8538. URL: https://psv4.userapi.com/s/v1/d/0EZobHcRoHvPqRli-GCZVC0bUwyzB_GzuUh_6QCptQu-SCWN2FftVvjam2E4to8Eu1JP42u2MAlM2h-YKR-U-MQOHQt8toxKA1aKJnsqDMhjfGHcabE2Ag/Otvet_Mintruda_Rossii_o_nagruzke_khoreografa.pdf (дата обращения: 05.12.2024).

[7] Архив автора. Авторское качественное исследование «Особенности трудовой занятости хореографов на московском рынке танцевальных услуг»; метод - глубинное интервью; онлайн формат; 25 февраля – 13 марта 2025 г., г. Москва; 11 хореографов, работающих в танцевальных студиях не менее года.

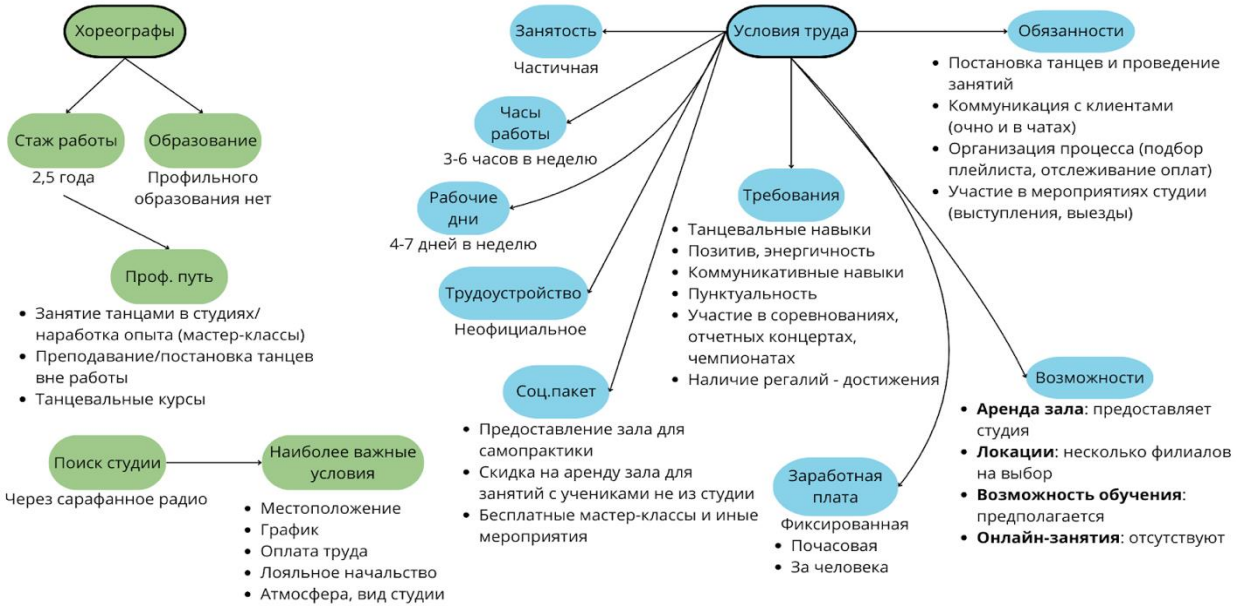

Рис. 1. Характеристика трудовой деятельности хореографов с позиции их субъективных оценок

Схематичное представление о трудовой деятельности, сформированное на базе превалирующих субъективных оценок хореографов, представлено на рис. 1. У преобладающей части респондентов профильного образования нет, но для них это проблемой не является. Наоборот, считается, что его наличие особо ни на что не влияет:

> Если человек много занимается тем, что нужно, у него есть опыт, я думаю, за счёт этого опыта в данной сфере, в хореографии, это может преобладать над теми специалистами, которые учились. Я очень многих знаю людей, которые получали корочку […], и это не играло никакой роли абсолютно (Архив автора. Интервью № 4, с. 36).

Лишь в единичном случае такое образование имелось:

> Я училась на режиссера-постановщика, получила бакалавр, и хореографические постановки – это тоже часть моего профиля (Архив автора. Интервью № 8, с. 88).

В целом, весь профессиональный путь выстраивается через наработку опыта посредством посещения и проведения танцевальных занятий, а также участия в постановках под разные мероприятия. Причем опыт, полученный от наставников и педагогов, оценивается очень высоко:

> …у меня был другой преподаватель – это народный артист, заслуженный, Республики Армении, и этнолог. Он ходил по всем историческим областям Армении и собирал от народа песни и пляски, записывал их… вот такая колоссальная работа (Архив автора. Интервью № 4, с. 35).

Бывает, что наработка опыта происходит с помощью посещения курсов, но, как отмечается, это малоэффективно:

> Ты, по сути, ничего не делаешь особо. Корочка есть, а по факту ничего не изменилось (Архив автора. Интервью № 1, с. 3).

Практически все респонденты, работающие в студиях, нашли их через сарафанное радио – кому-то это место посоветовало ближайшее окружение, кого-то позвали бывшие наставники:

4 года танцевал, потом мне предложили в этой же студии поработать (Архив автора. Интервью № 6, с. 68);

У меня много друзей там работает, и мне предложили, когда я искала работу (Архив автора. Интервью № 8, с. 89).

В единичных случаях пришли по объявлению о кастинге или благодаря собственному объявлению на Профи.ру. Оценивая степень сложности поиска работы на танцевальном рынке, преобладающая часть отметила, что, в целом, это сделать легко. Некоторые делали разделение: легко, если студия районная; сложно, если – популярная и медийная – там может быть жесткий отбор:

Смотрят на число подписчиков в Инстаграме, для них это реально важно. На внешность смотрят – ты должна быть очень красивой картинкой (Архив автора. Интервью № 2, с. 14);

Есть мнение и о том, что сложнее зарабатывать, чем искать работу:

Устроиться работать очень легко, а вот зарабатывать деньги тяжело (Архив автора. Интервью № 6, с. 69).

Занятость для большинства хореографов является частичной, то есть, менее 40 часов в неделю. Обычно, количество рабочих часов варьируется от 3 до 6; среднее значение выявить сложно из-за единичных выбросов в виде 33 часов в неделю. Число рабочих дней составляет около 4-5, но могут случаться форс-мажоры или работа вне студии, а именно, – разработка и подготовка танцевальных материалов, т. е., неофициальное рабочее время. Поменять свой график могут все респонденты, единственным условием является поиск замены, но ее найти очень легко:

Обычно у нас занятия не отменяются, обычно мы ищем себе замену. Обычно быстро откликаются, то есть, с этим проблем нет у нас (Архив автора. Интервью № 7, с. 83).

Трудоустройство доминирующей части респондентов является неофициальным – они никак не оформлены. Причины разные – нежелание платить налоги; доверие начальству; неосведомленность:

Так как у меня не было опыта работы на других работах, я не знаю, какие могут быть социальные гарантии. Если бы я знал, я бы, конечно, начал бы, возможно, просить какой-то официальный договор (Архив автора. Интервью № 6, с. 70).

Лишь небольшая часть из них устроены по официальному договору: как самозанятые, либо по совместительству. Отсутствие оформления считается достаточно распространенной практикой:

Это во всех танцевальных студиях: можно прийти в самую популярную у нас в России –

тоже устраивают не по трудовому договору. Они все, это денежки в конвертике, это стандартно (Архив автора. Интервью № 8, с. 91);

Я недавно общалась с ребятами, которые работают в корейских танцевальных студиях. Они тоже в большинстве своём получают деньги в конвертики. Это беда не только российская, что хореограф при студии – это малозащищённая единица в рабочем плане (Архив автора. Интервью № 8, с. 97).

Практика отсутствия формального трудоустройства приводит к риску материальных потерь для хореографов:

Случались переработки, учитывая, что мы неофициально устроены, нету каких-то граней четко выстроенных. Ты ничего и предъявить не можешь (Архив автора. Интервью № 5, с. 61).

Таким образом, опираясь на классификацию вышеупомянутых В.Е. Гимпельсона и Р.И. Капелюшникова, такая занятость является нестандартной, так как осуществляется не по трудовому договору и не полному рабочему дню.

Ввиду этого, возникает вопрос о наличии «соцпакета» или гарантий. Учитывая специфику работы этой группы (частичная занятость, гибкий график), соцпакет будет состоять не из стандартных позиций по типу оплачиваемого отпуска или больничного, а из таких опций как скидки и льготы сотрудникам. Согласно определению, «соцпакет» – это набор социальных льгот и бонусов для работников, который предоставляет работодатель сверх требований законодательства, чтобы привлечь, удержать и мотивировать нужные ему кадры[8]. У большей части респондентов такие бонусы есть. Чаще всего это скидки на аренду зала или его предоставление на бесплатной основе, а также оплата разных мастер-классов и мероприятий. В единичных случаях это может быть, например, предоставление клиентской базы, оплата проезда до дома или оснащение рабочего места всем необходимым.

Что касается требований, то для получения работы, хореографы должны обладать: 1) определёнными качествами (коммуникабельность, пунктуальность, ответственность); 2) опытом (работы с детьми, посещения мастер-классов); 3) навыками (танцевальными, коммуникативными); 4) заниматься определенной деятельностью (административная работа, выезды на мероприятия и выступления, участие в съёмках); 5) хорошими характеристиками (наличие регалий и достижений).

В круг обязанностей же, помимо постановки танцевальных номеров и проведения занятий, в основном, входят: 1) коммуникация с клиентами – родителями детей, самими

[8] Что такое соцпакет. Объясняем простыми словами. Интернет-портал Рамблер. URL: https://finance.rambler.ru/money/47471048-chto-takoe-sotspaket-obyasnyaem-prostymi-slovami/ (дата обращения: 25.03.2025).

детьми, подростками – вживую и в социальных сетях; 2) организация рабочего процесса; 3) участие в студийных мероприятиях. В некоторых случаях хореографов обязуют вести соцсети для привлечения клиентов или формировать запасы косметики и иных принадлежностей для танцоров, если намечается какой-либо выезд на мероприятия:

> Я обязана на все мероприятия, это уже тоже не обговариваемая такая обязанность, априори, что я всегда с собой беру косметику, целый чемодан. Я вот такие вот пачки закупаю, заказываю ватные палочки, диски […] и всё-всё-всё. […] [берет с собой] по несколько пар туфель (Архив автора. Интервью № 4, с. 44).

Оплата труда в большинстве случаев фиксированная – почасовая ставка или ставка за человека. Конкретный размер оплаты преобладающая часть респондентов предпочла не оглашать, но озвученные некоторыми цены варьируются от 1000 до 2000 руб. за занятие. При этом, интересно единичное мнение о минимальной фиксированной цене с надбавками за каждого человека:

> Чем больше людей у тебя на классе набирается, тем больше у тебя ставка в час, и тут такой интересный момент: ты загораешься и пытаешься раскрутиться, чтобы узнали, что ты работаешь в этой студии, чтобы пришли именно к тебе на занятия (Архив автора. Интервью № 2, с. 14).

Предоставляемые студией возможности касаются аренды залов, выбора рабочей локации, проведения онлайн-занятий и обучения в рамках студии. Залы для проведения занятий с учениками студии хореографам предоставляются безвозмездно:

> Если занятие в студии, студия просто предоставляет зал, я не плачу (Архив автора. Интервью № 9, с. 104).

Педагоги могут выбрать наиболее удобную для них локацию тренировочных залов, но, как правило, хореографы работают только в одной – наиболее удобной для них:

> Филиалы есть, но я в основном только на одной точке. Если требуется замена в другом, я могу откликнуться, но туда далеко ехать (Архив автора. Интервью № 3, с. 31).

Онлайн-обучение не реализуется нигде, для некоторых это не совсем удобная практика:

> Просто танцы – это такая вещь, которая нереальна в онлайн-формате. Особенно, есть же люди, которые абсолютно к онлайн-формату не восприимчивы (Архив автора. Интервью № 4, с. 47).

Наконец, возможность обучения, которая выражена в проведении лекций, мастер-классов и т. п. для педагогов, имеется у большинства хореографов:

> Чтобы повысить квалификацию интенсивы [есть], они про какие-то базовые движения (Архив автора. Интервью № 11, с. 123).

В целом, согласно данным проведенного исследования, хореографы высказывают мнение о том, что работа в нынешней студии максимально устраивает педагогов по всем параметрам: ожидания совпадают с реальностью. Единственные моменты, которые им

хотелось бы изменить, касаются повышения оплаты труда, осуществления продвижения студии в соцсетях для привлечения большего числа клиентов и большего уважения к деятельности хореографа. В отдельном случае было высказано желание создания мобильного приложения для структурирования информации о записях в студию:

> …чтобы сделать удобнее нашу работу – это [создать] мобильное приложение. Именно там, где к тебе записываются люди, и ты у себя в телефоне видишь, кто к тебе записался сегодня, кто будет из новеньких, кто будет, кто не будет (Архив автора. Интервью № 11, с. 125).

Таким образом, деятельность профессиональной группы хореографов характеризуется понятием – нестандартная занятость – работа вне рамок официального договора. Ввиду этого, определенные аспекты их занятости имеют свои нюансы. С одной стороны, удобным является наличие гибкого графика, но с другой стороны график может носить неструктурированный характер и выходить за рамки обговоренного количества рабочих часов, что ведет к переработкам, которые могут не оплачиваться. В целом, отсутствие социальных гарантий как таковых также ставит под угрозу защищенность педагогов от несправедливости в отношении оплаты труда или продолжительности рабочего дня. Тем не менее, несмотря на описанные условия труда для этой группы, сами респонденты считают условия своего труда удовлетворительным, потому что уверенность в стабильности базируется либо на основе доверия к самой студии, либо наличии дополнительной работы, которая является дополнительным источником дохода.

Литература

Гимпельсон, Капелюшников 2008 – *Гимпельсон В., Капелюшников Р.* Нестандартная занятость и российский рынок труда. М.: ГУ ВШЭ, 2008. 36 с.

Калугина 2021 – *Калугина О.Г.* Формирование профессиональных компетенций, лежащих в основе модели конкурентоспособного выпускника-хореографа // Инновационные процессы в современном образовании: практики, технологии, решения: Сб. трудов по материалам междунар. научно-практич. конф. М. 2021. С. 304–310.

Кейнс 2021 – *Кейнс Дж.М.* Общая теория занятости, процента и денег / Пер. с англ. Н. Любимова. М.: АСТ, 2021. 315 с.

Лоханина 2021 – *Лоханина М.Е.* Оценка профессиональных компетенций у педагогов-хореографов // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. 2021. № 3 (42). С. 127–132.

Маршалл 2010 – *Маршалл А.* Принципы экономической науки: Пер. с англ. Кн. 4. М.: Бизнеском, 2010. 594 с.

Рикардо 2007 – *Рикардо Д*. Начала политической экономии и налогового обложения / Пер. с англ. Н.И. Зибера. М.: АСТ, 2007. 567 с.

Современные вызовы через призму буддийской мудрости: философско-источниковедческий анализ Дигхаджану-сууты

Пхунтхасан Пхра Парон (Джаянандо Бхиккху)

аспирант

Бурятский государственный университет им. Доржи Банзарова, г. Улан-Удэ

Аннотация. В статье представлен философско-источниковедческий анализ Дигхаджану-сууты (AH 8.54: *Dīghajāṇusutta*, **ทีฆชาณุสูตร**) как древнего буддийского учения, направленного на достижение благополучия в текущей жизни посредством реализации принципов «Диттхадхаммикаттха» (*пали: ditthadhammikathā*, ***ทิฏฐธัมมิกัตถะ***). Исследование опирается на сравнительный анализ оригинального пали-текста (Mahamakut 1982) и тайской редакции Типитаки (Mahachula 1996), что позволяет выявить тонкости терминологии и установить подлинное содержание сутты. Особое внимание уделено восприятию и интерпретации данного учения в тайском обществе, где оно трактуется как практическое руководство для достижения материальных и социальных благ. Результаты исследования демонстрируют универсальность и актуальность древнего учения для решения современных социальных и экономических вызовов.

Ключевые слова: Дигхаджану-суутта, диттхадхаммикаттха, буддизм, тайский буддизм, Тхеравада, источниковедение, философия религии, религиоведение, социальные вызовы, экономическая устойчивость

Введение в проблему

В условиях современной динамики, характеризующейся экономической нестабильностью, социальным неравенством и ростом стрессовых факторов, вопросы формирования устойчивых этических норм и моделей поведения приобретают особую значимость. Древние буддийские учения предлагают проверенные веками принципы, способные обеспечить гармоничное развитие личности и общества. Одним из таких учений является диттхадхаммикаттха (пали: *ditthadhammikathā*, **ทิฏฐธัมมิกัตถะ**) – учение о достижении благополучия здесь и сейчас посредством реализации четырех ключевых принципов: усердия, бережливости, добродетельного общения и умеренности в жизни.

Цель настоящего исследования — провести философско-источниковедческий анализ Дигхаджану-сууты (AH 8.54: *Dīghajāṇusutta*, **ทีฆชาณุสูตร**) и показать, как принципы диттхадхаммикаттха могут служить инструментом для преодоления современных социальных и экономических вызовов. Задачи исследования включают:

– детальное изучение содержания сутты с опорой на два ключевых источника: оригинальный пали-текст и тайскую редакцию Типитаки;

© Пхунтхасан П.П., 2025

– проведение филологического и источниковедческого анализа терминологии и синтаксиса оригинала;

– интерпретацию традиционных комментариев для адаптации древнего учения к современным условиям.

Методологическая база исследования опирается на философский анализ религиозных текстов, сравнительное источниковедение и междисциплинарный подход, объединяющий методы философии религии, религиоведения и социологии.

Обзор источников:

источниковедение и критический анализ текстовой традиции

Для проведения глубокого источниковедческого анализа Дигхаджану-сууты используются два ключевых издания, где содержится канонический текст, представленный в оригинале и в переводе. Оригинальный пали-текст из издания Mahamakut 1982, опубликованный Буддийским университетом Махамакут, позволяет провести строгий филологический анализ и установить подлинность изложения учения [Mahamakut 1982, с. 289–294]. Тайская редакция Типитаки, представленная в издании Mahachula 1996 Буддийского университета Махачулалонгкорнраджавидая, воспроизводит содержание оригинала и содержит традиционные объяснения, позволяющие понять, как древнее учение воспринимается и адаптируется в тайском буддийском контексте [Mahachula 1996, с. 340–344]. Сравнительный анализ этих источников, с учетом комментариев как классических, так и современных авторов, позволяет выстроить комплексное понимание сутты и оценить ее актуальность для современных социальных и экономических реалий [Phrakru Arthonwanakit 2014, с. 30].

Историко-культурный контекст сутты

Дигхаджану-суутта занимает ключевое место в каноне Тхеравады, входя в состав Ангуттара Никаи (AH 8.54), а именно в разделе Саттака-Аттхака-Наваканипата. Учение возникло в период, когда в обществе высоко ценились честный труд, сохранение имущества и крепкие межличностные связи. В то время наставления Будды отвечали насущным потребностям людей, стремившихся обеспечить как материальное, так и духовное благополучие. Согласно сутте, один из учеников, Дигхаджану, обратился к Будде с просьбой о наставлении, которое позволило бы ему достичь немедленных выгод через правильное ведение хозяйственной деятельности. Современное общество, несмотря на технологический прогресс и глобализацию, сталкивается с проблемами экономической нестабильности, социального неравенства и утраты традиционных ценностей. Сопоставление исторического контекста с современными вызовами демонстрирует, что

принципы, изложенные в Дигхаджану-суутте, обладают значительным потенциалом для адаптации к текущим условиям, сохраняя свою универсальность и актуальность [Phrakru Arthonwanakit 2014, с. 60].

Философско-религиозный анализ принципов «Диттхадхаммикаттха»

Согласно Дигхаджану-суутте, учение диттхадхаммикаттха представляет собой руководство к достижению благополучия в настоящей жизни через реализацию четырех ключевых принципов.

1. Принцип усердия (uṭṭhāna-sampadā, **อุฏฐานสัมปทา**) требует постоянной настойчивости, трудолюбия и целеустремленности во всех видах деятельности, будь то сельское хозяйство, ремесла или торговля. Согласно сутте, именно непрерывные усилия являются фундаментом личного развития и социальной устойчивости.

2. Принцип бережливости (ārakkha-sampadā, **อารักขสัมปทา**) подразумевает умение защитить и сохранить имущество, приобретенное честным трудом. Учение акцентирует необходимость рационального управления ресурсами, предупреждая о рисках, связанных с кражами, природными бедствиями или неумеренными тратами, что является важным элементом финансовой грамотности и экономической устойчивости.

3. Принцип добродетельного общения (kalyāṇamitta, **กัลยาณมิตตตา**) предписывает выбор окружения из людей с высокими нравственными качествами. Общение с такими людьми способствует духовному росту и социальной сплоченности, что критически важно для формирования здоровых межличностных отношений.

4. Принцип умеренности в жизни (samajīvita, **สมชีวิตา**) определяется как ведение жизни в соответствии с возможностями, при котором доходы и расходы находятся в гармоничном соотношении. Такая сбалансированность предотвращает как излишнее расточительство, так и чрезмерную экономию, что способствует сохранению качества жизни и устойчивому экономическому развитию.

В сутте концепция сбалансированного образа жизни иллюстрируется посредством сравнения с водоемом, имеющим четыре входа и четыре выхода. Такое сравнение подчеркивает необходимость правильного распределения «потоков» благосостояния, что обеспечивает его стабильное накопление независимо от неблагоприятных природных условий.

Далее сутта указывает, что имущество, приобретенное честным трудом, может развиваться по двум направлениям. При несоблюдении принципов оно подвергается постепенному ухудшению и порче, что проявляется через распущенность, пристрастие к алкоголю, азартным играм или связи с недобродетельными людьми. Соблюдение же

предписанных принципов ведет к благоприятному развитию имущества. Таким образом, правильное понимание и применение принципов усердия, бережливости, добродетельного общения и умеренности способствует не только материальному процветанию, но и духовному благополучию, являясь основой для устойчивости как в настоящей, так и в будущей жизни. Образное сравнение с водоемом, где равномерное распределение потоков обеспечивает его полное сохранение, наглядно демонстрирует, что гармония в жизни достигается при соблюдении всех четырех принципов диттхадхаммикаттха [Somdet Phra Buddhaghosacharya 2021b, с. 144].

Практическое применение принципов
в условиях современных социальных и экономических вызовов

Современное общество сталкивается с многочисленными проблемами: экономическая нестабильность, неэффективное управление ресурсами, социальная изоляция и утрата моральных ценностей. Принципы диттхадхаммикаттха, изложенные в Дигхаджану-сууте, предоставляют практическое руководство для их преодоления. Принцип добродетельного общения способствует формированию здоровых межличностных отношений и созданию сетей поддержки, что является особенно важным в условиях роста социальных конфликтов. Принципы усердия и бережливости способствуют повышению эффективности труда и рациональному управлению ресурсами, способствуя развитию финансовой грамотности, устойчивому ведению хозяйства и предпринимательской этике. Принцип умеренности в жизни обеспечивает баланс между доходами и расходами, что служит основой экономической стабильности. Данные принципы могут быть интегрированы в современные системы управления, образовательные программы и социальные инициативы, способствуя созданию более гармоничного и устойчивого общества [Phrakru Arthonwanakit 2014, с. 65].

Восприятие и интерпретация учения в тайском обществе

В тайском буддийском контексте понятие *«**ทิฏฐธัมมิกัตถประโยชน์**»* (диттхадхаммикаттха-прайоджана) занимает особое место. Учение трактуется как руководство к получению практических выгод в текущей жизни и нередко именуется «**หัวใจเศรษฐี**» («сердце богатых»). Полное название – *«**ทิฏฐธัมมิกัตถสังวัตตนิกธรรม** 4»*, что означает «четыре основные дхармы, способствующие получению выгод в настоящей жизни». Согласно буддийской терминологии, диттхадхаммикаттะ определяется как совокупность явных, повседневных благ, таких как богатство, положение, почет и дружеские связи, достигаемых через реализацию принципов усердия, бережливости,

добродетельного общения и умеренности [Somdet Phra Buddhaghosacharya 2021b, с. 144]. В то же время, диттхадхаммикаттха-прайоджана рассматривается как учение, направленное на достижение счастья и благополучия здесь и сейчас, основываясь на этих принципах [Somdet Phra Buddhaghosacharya 2021a, с. 116]. Такое трактование делает данное учение особенно актуальным для современного тайского общества, стремящегося к материальному и социальному процветанию.

Сравнительный анализ и междисциплинарная интерпретация

Применение междисциплинарного подхода позволяет сопоставить принципы диттхадхаммикаттха с современными этическими нормами в западной экономике и социальной политике. Анализ выявляет как сходства, так и различия между древними буддийскими ценностями и теориями устойчивого развития. Методы философии религии, религиоведения и социологии способствуют глубокому пониманию универсальности принципов Дигхаджану-сууты и их потенциала для решения современных проблем, что на практике выражается в разработке рекомендаций по интеграции данных принципов в социально-экономические модели [Phrakru Arthonwanakit 2014, с. 78].

Заключение

Детальный анализ Дигхаджану-сууты (пали: *Dīghajāṇusutta*, **ทีฆชาณุสูตร**) демонстрирует, что учение диттхадхаммикаттха обладает высокой универсальностью и актуальностью для современного общества. Принципы усердия, бережливости, добродетельного общения и умеренности в жизни выступают действенным инструментом формирования устойчивых моделей поведения в условиях экономической нестабильности и социальных вызовов.

Практическая значимость исследования выражается в возможности интеграции этих принципов в современные системы управления, образовательные программы и социальные инициативы, что позволяет создать более гармоничное и устойчивое общество. Результаты работы могут быть использованы практиками, педагогами, исследователями и политиками, стремящимися применить древнюю буддийскую мудрость для решения актуальных проблем современности.

Особое внимание уделено перспективе пересмотра религиозных текстов с точки зрения современной науки и актуальных социально-экономических потребностей. Такой подход открывает возможность выявления новых аспектов пользы древнего учения и адаптации его для практического применения в различных областях, будь то управление, психология или социальная политика. Пересмотр религиозных текстов, основанный на

современных научных методах, способствует тому, что буддийское учение становится доступным и понятным как система знаний, способная внести существенный вклад в развитие современного общества. Перспективы дальнейших исследований могут включать углубленный источниковедческий анализ текстов и разработку методик, позволяющих интегрировать традиционные знания в современные управленческие и социально-экономические практики. Такой междисциплинарный подход обеспечит эффективное применение накопленного опыта древних учений для решения задач устойчивого развития и оптимизации человеческого потенциала.

Литература

Mahachula 1996 – Mahachulalongkornrajavidyalaya University. Thai Tripitaka, MCU Edition. Vol. 23: Suttanta Piṭaka, Aṅguttara Nikāya, Sattaka-Aṭṭhaka-Navakanipāta. Bangkok: MCU Publishing House, 1996. 608 p. (на тайском яз.)

Mahamakut 1982 – Mahamakut Buddhist University. Pali Tipitaka in Thai Script, Siamrath Edition. Vol. 23: Suttantapiṭaka Aṅguttaranikāya, Sattaka-, Aṭṭhaka-, Navakanipāta. Nakhon Pathom: MBU Publishing House, 1982. 487 p. (на языке пали)

Phrakru Arthonwanakit 2014 – *Phrakru Arthonwanakit (Anãlayo / Chanthasirikul)*. An Analytical Study of Dithadhammakatha Samvattanika-Dhamma Concept in Theravāda Buddhism and Application to Solve Thai Society Problem. A Thematic Paper (Doctor of Philosophy in Buddhist Studies). Bangkok: Mahachulalongkornrajavidyalaya University, 2014. 99 p. (на тайском яз.)

Somdet Phra Buddhaghosacharya 2021a – *Somdet Phra Buddhaghosacharya (P.A. Payutto)*. Dictionary of Buddhism. 43rd ed. Bangkok: Thammasapa, 2021. 389 p. ISBN 974-8357-89-9. (на тайском яз.)

Somdet Phra Buddhaghosacharya 2021b – *Somdet Phra Buddhaghosacharya (P.A. Payutto)*. Dictionary of Buddhism: Compiled Edition. 35th ed. Bangkok: Thammasapa, 2021. 654 p. ISBN 974-575-029-8. (на тайском яз.)

Престиж профессии врача в России: мнение врачебного сообщества и населения

Ксения Д. Семёнова

студентка
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Наталья И. Белова

канд. социол. наук, доцент
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье рассматривается престиж профессии врача в оценках самих медицинских специалистов и по мнению населения России. Приводятся данные качественного авторского исследования, в котором врачи рассуждают о восприятии их профессии в обществе и о трансформациях, произошедших с социальным статусом медицинских работников за последние десятилетия.
Ключевые слова: врач, престиж профессии, социальный статус, сфера здравоохранения

Престиж в социологии является одним из главных критериев социальной стратификации и отражает социальное положение человека в обществе. Существуют различные подходы к освещению данного термина, которые в своих работах рассматривают зарубежные и российские учёные. Рассмотрение престижа возможно с разных сторон, однако в основу данной работы заложен профессиональный престиж, изучением которого изначально занимались западные учёные. В Советском Союзе термин не пользовался популярностью, так как противоречил идеологии государства. Интересно и то, какими маркерами обладает престижная профессия, для одних — это высокий уровень дохода, для других уважение со стороны окружающих или даже наличие власти. Если рассматривать престиж профессии под призмой структурного функционализма, можно выделить такие факторы престижа, как значимость трудовой деятельности для общества, уровень образования и длительность обучения, возможность построения карьеры, наличие властных полномочий и приближенность к руководству, высокий уровень материального вознаграждения за проделанную работу, признание со стороны коллег, наличие положительной репутации и доверие к вашей профессиональной деятельности [Бессуднов 2009].

Среди всех специальностей профессия врача всегда считалась одной из наиболее значимых для общества и была необходима во все времена. В современной России профессия и по сей день является востребованной, о чем свидетельствуют данные целого ряда опросов. С 2005 г. ВЦИОМ составляет рейтинг профессий, которые родители

© Семёнова К.Д., 2025

предпочли бы для своих детей. Всё это время профессия врача входила в тройку лидеров наравне с юристами и экономистами, однако лишь медицинские работники каждый год не только удерживали свои позиции в рейтинге, но и повышали их. Так, в 2005 г. 12% взрослых заявили о желании становления ребёнка врачом, в 2017 г. показатель достиг 35%[11]. Исследование подтверждает, что в глазах россиян врачи не теряют свою актуальность и востребованность, однако говорит ли это о престижности профессии?

Говоря о факторах престижа, большинство россиян (57%) считают, что престижная профессия – в первую очередь высокооплачиваемая. Мнение о том, что для престижа достаточно уважения общества, разделяют только 29%[12]. В 2023 г. ВЦИОМ изучал профессии в России с точки зрения таких показателей, как престиж, доходность профессии и её популярность. Для населения профессия врача является одной из самых престижных, так считают 30% респондентов. В 2018 г. этот показатель составлял 28%, однако во время пандемии он достиг своего высшего значения. Среди всех профессий по уровню престижа среди россиян врачи занимают второе место, уступая лишь программистам. Причём престиж профессии врача чаще всего отмечала молодёжь в возрасте от 18 до 24 лет, в то время как респонденты от 25 лет и старше чаще называли IT-специалистов. В целом, профессия врача достаточно популярна в обществе, о чём свидетельствует и факт того, что 30% респондентов заявили, что хотят, чтобы их дети или внуки строили карьеру в медицине[13]. Россияне чаще всего называли среди самых престижных специальностей стоматологию и хирургию, что опять же свидетельствует о том, что население сопоставляет престиж с уровнем заработной платы.

В свою очередь, представители врачебного сообщества демонстрируют другую позицию. Так по результатам авторского исследования, проведённого методом интервью среди врачей, работающих в Москве и Московской области[14], большинство специалистов

[11] Профессиональный вопрос 2017 // Официальный сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения «ВЦИОМ». URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/professionalnyj-vopros (дата обращения: 20.03.2025).

[12] Каждый второй россиянин убежден, что престижной работу делает зарплата // Исследовательский центр портала SuperJob. 2023. URL: https://www.superjob.ru/research/articles/114170/kazhdyj-vtoroj-rossiyanin-ubezhden/ (дата обращения: 10.03.2025).

[13] Профессии в России: престиж, доходность, востребованность // Официальный сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения «ВЦИОМ». 2023. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/professii-v-rossii-prestizh-dokhodnost-vostrebovannost?ysclid=m8k8elghvw657826138 (дата обращения: 13.03.2025).

[14] *Архив автора*. Авторское качественное исследование «Оценка условий труда в медицинских учреждениях врачами: сравнительный анализ города Москвы и Воскресенска»; декабрь 2023 г., метод – глубинное интервью; 10 глубинных интервью с врачами широкого и узкого профиля, работающими в государственных поликлиниках города Москвы и Воскресенска; стаж работы от 7 до 47 лет.

не удовлетворены своим социальным статусом в обществе, в который входит и отношение пациентов к медицинским работникам и в целом отношение общества к данной профессии.

Неудовлетворённость подтверждается и данными опроса, согласно которому, более половины респондентов (55%) считают, что в России отношение к врачам со стороны общества скорее негативное и ухудшилось за последние несколько лет. Позитивное отношение к врачам отметили 37% опрошенных и лишь 14% заявили о том, что за последние несколько лет отношение к медицинским работникам со стороны общества улучшилось[15].

На практике многие врачи отмечают отсутствие престижности профессии и часто сталкиваются с плохим отношением пациентов к докторам. Интересно, что несколько специалистов при описании статуса врача в обществе сравнивали его с такими профессиями как продавец или парикмахер и отмечали, что врачи сейчас превратились в обслуживающий персонал и отношение пациентов к ним такое же:

> Может быть, чуть лучше, чем продавец (Архив автора. И. 2. Участковый терапевт. Стаж работы 43 г.);
>
> Мы перешли в обслуживание, мы обязаны обслужить. Нас как бы спустили ниже на ступеньку, а может быть, и на две (Архив автора. И. 4. Врач УЗ-диагностики. Стаж работы 37 л.);
>
> Обслуживающий персонал, оказывающий услуги (Архив автора. И. 5. Терапевт, заведующая поликлиникой. Стаж работы 13 л.);
>
> До 2010 года врача гораздо больше уважали. Потом политика в отношении врачей поменялась и в народные массы транслировалось негативное отношение к врачам. Ну и второй момент, когда врач зарабатывает меньше парикмахера в стране, значит, с медициной всё плохо (Архив автора. И. 8. Врач уролог. Стаж работы 19 л.).

По мнению самих врачей, на восприятие их профессии обществом в значительной мере повлияли и средства массовой информации:

> Использовалось очень много обобщений (в СМИ), и врачи преподносились как коррупционеры основные в России, взяточники и низкоквалифицированные специалисты (Архив автора. И. 8. Врач уролог. Стаж работы 19 л.).

Говоря о престиже собственной профессии, врачи подразумевали не только материальные факторы, но и уважительное отношение со стороны пациентов. Немаловажным для медицинских работников является и признание значимости профессии в обществе:

> Буквально сегодня в соседнем кабинете одна пациентка вышибает дверь и начинает кричать на врача. В итоге она врачу предложила идти работать в «Пятерочку». Считают, что врач всё

[15] Врачи расстроены неблагодарностью пациентов. Официальный сайт портала «Коммерсантъ». 2023. URL: https://www.kommersant.ru/doc/6379090?ysclid=m8k8bwy8om879090493 (дата обращения: 10.03.2025).

должен. Понятно, что должен, но требуют иногда от врача невозможного (Архив автора. И. 9. Участковый терапевт. Стаж работы 40 л.);

Хотелось бы, чтобы это больше ценилось, чтобы меньше, как медицинская услуга оценивалась, а как нечто большее (Архив автора. И. 10. Врач терапевт. Стаж работы 7 л.).

Также часть специалистов сравнивала статус врача в России и за рубежом, отмечая, что в Канаде, США, Европе профессия уважаема, она хорошо оплачивается и является престижной. Ключевое мнение о положении в обществе врача в России было полностью противоположным:

Врач должен ездить на хорошей машине, хорошо одеваться, он должен выделяться. А не чтобы он приходил домой и думал, где бы еще взять деньги, где бы подработать, где бы занять. Есть вот ребята – мои знакомые врачи, которые сейчас работают в Канаде. У них самый хороший дом, машина. Достойная зарплата. То есть это показывает статус врача в обществе, врач не должен постоянно думать, как семью накормить, на что детей учить, он должен полностью быть обеспечен (Архив автора. И. 1. Пульманолог, заведующий отделением. Стаж работы 47 л.);

Когда ты приезжаешь за границу и там люди узнают, что ты доктор, то это почетно, это престижно. Там доктора имеют свои отдельные дома. А у нас вот услугу должен оказывать (Архив автора. И. 5. Терапевт, заведующая поликлиникой. Стаж работы 13 л.)

Можно сделать вывод о том, что врачи и население по-разному воспринимают такое понятие, как престиж. Для врачей престиж – это уважение, достойный уровень заработной платы, доверие к профессии и в целом положительная репутация в глазах общественности. Для большинства населения деятельность считается престижной, если она высокооплачиваемая. В целом, среди врачей доминирует мнение о низком положении в российском обществе, они считают, что профессия потеряла свой престиж и это по наблюдениям специалистов проявляется в потребительском отношении со стороны пациентов и в низком уровне заработной платы докторов. При этом парадоксально, что по мнению общественности профессия врача до сих пор остается одной из наиболее желанных и престижных. В целом по мнению россиян профессия остаётся востребованной и необходимой, хорошо оплачивается, однако сами врачи не ощущают уважения к их деятельности со стороны пациентов и не видят должной материальной поддержки со стороны государства, что ещё раз подтверждает, что оценки престижа врачами и населением разнятся.

Литература

Бессуднов 2009 – *Бессуднов А.Р.* Социально-профессиональный статус в современной России // Мир России. Социология. Этнология. 2009. № 2. С. 89–115.

Услуги по организации детского дня рождения: востребованность и качество в оценках родителей

Ксения Д. Андросова

студентка
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Анна В. Кученкова

канд. социол. наук, доцент
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье рассматриваются востребованность и качество услуг по проведению детского дня рождения с позиции родителей детей младшего школьного возраста. Выявлено, что критериями оценки качества услуг выступают положительные эмоции от торжества, клиентоориентированность персонала, соответствие ожиданиям родителей, отсутствие посторонних, отсутствие плохих отзывов, доступная стоимость и удобное расположение. В оценках родителей рынок таких услуг является разнообразным и включает много предложений.

Ключевые слова: развлекательные услуги, ивент-индустрия, детский праздник, услуги по организации детского дня рождения, детская досуговая инфраструктура

Услуги по организации детского дня рождения занимают важное место в сегменте современного рынка развлечений. Появление услуг по такому виду деятельности как празднование дня рождения вне дома является интересным феноменом в современном обществе, который отражает изменения в структуре семьи (распространение семей нуклеарного типа, трансформацию традиционных гендерных ролей внутри семей) [Мазаева 2021], а также быстро развивающиеся социокультурные тенденции, связанные с коммерциализацией разных аспектов жизнедеятельности, развитием так называемого «общества потребления», глобализацией. Эти тенденции оказывают влияние на сферу досуга, в связи с чем происходит его трансформация, формирование и активное развитие сферы развлекательных услуг или ивент-индустрии [Сологуб, Плотников 2018]. Стоит отметить, что празднование детского дня рождения с использованием услуг по организации праздников является достаточно новым направлением в сфере ивент-индустрии.

В современном мире темп жизни сильно ускоряется. Многим людям приходится интенсивно работать для того, чтобы обеспечивать семью и поддерживать ее в условиях экономических трудностей. По этой причине семьи сталкиваются с заметным уменьшением свободного времени и нехватки ресурсов на проведение совместного досуга [Аверкин 2016]. По данным исследования ВЦИОМ за 2022 г., трудящиеся респонденты говорят о том,

© Андросова К.Д., 2025

что за последние годы стали больше работать – 53%, этот показатель вырос в 1,4 раза с 1992 г. – 39%. О нехватке свободного времени заявляют экономически активное население в возрасте от 18 до 34 лет – 56-61%. У таких семей, где родители загружены работой, остается мало времени на подготовку и проведение традиционных семейных мероприятий, включая дни рождения детей. В такой ситуации для родителей услуги по организации детского праздника становятся не только удобным, но и практичным вариантом.

Кроме того, мир детства изменился и сделался более визуализированным, красочно-насыщенным, что отображает современные тенденции в меняющемся мире, который, как отмечают исследователи, стал «миром гламура», для которого характерны определенный образ жизни, стиль и действия людей, а также их мысли, направленные на демонстрацию красоты, богатства и роскоши [Яковлева 2016]. Так как родители сильнее включены в мир гламура, то они способствуют культивированию в детях демонстративного поведения, приучая детей жить напоказ. Например, родители в социальных сетях «выкладывают» достижения своих детей в виде грамот, призов, наград и т.д., тем самым дети выступают и символом статусности родителей [Майорова-Щеглова 2014].

Демонстративное поведение проявляется и в праздничной культуре. Поэтому празднование дня рождения с использованием развлекательных услуг вне дома становится популярным также и потому что родители стремятся организовать роскошное мероприятие для своих детей, с целью продемонстрировать свой социальный статус и успех своей семьи другим семьям [Митрофанова 2019]. Такие праздники, как правило, включают в себя престижные и модные подарки имениннику, дорогие развлечения и декорации, которые способны произвести положительные впечатления на приглашенных родителей и детей [Яковлева 2016].

Празднование дня рождения является одной из форм проведения детского досуга. Услуги по организации детского дня рождения отражают меняющиеся социокультурные ценности. В современном российском обществе становится все более распространенным такое явление как индивидуализм, которое проявляется в желании каждого человека удовлетворить свои собственные потребности [Ярошенко 2017]. В контексте организации детского дня рождения – это может проявляться в стремлении родителей устроить такой праздник, который будет соответствовать интересам, предпочтениям и характеру их ребенка. Рынок детских развлекательных услуг предлагает широкий выбор тематических анимаций и развлечений, что удовлетворяет не только предпочтения детей, но и запросы родителей [Пушкарева 2015].

Рынок детских развлекательных услуг является динамично развивающейся отраслью, которая представляет собой коммерческую деятельность, характеризующуюся

значительным масштабом развития, широким диапазоном форм детского досуга, большим количеством разных предложений и высоким потребительским спросом [Домаренко 2020].

Так как современная индустрия детского досуга является достаточно новой отраслью, то следует выявить *основные критерии*, которые влияют на *оценку потребителями предоставляемых услуг* досугово-развлекательными центрами. Это изучение необходимо для дальнейшего анализа данного сегмента рынка, чтобы выяснить его устойчивость и способность к развитию.

Родители младших школьников остаются главными потребителями услуг по организации детского дня рождения, поэтому они выступают основной группой для оценки качества услуг данной сферы. Для выявления критериев, по которым оцениваются качества услуг по организации детского дня рождения родителями было проведено авторское исследование методом глубинного интервью с использованием проективной методики неоконченных предложений (10 глубинных интервью с родителями детей 7–11 лет, у которых был опыт использования досуговых услуг по организации детских праздников, сроки проведения: 01 декабря – 12 декабря 2023 г.). Информантам было предложено завершить следующие предложения:

Оказанную услугу по организации детского дня рождения можно назвать качественной, если...;

При оценке качества услуги по организации детского дня рождения я буду обращать внимание на…»;

Одна из важных характеристик качественной услуги по организации детского дня рождения – это…;

Я откажусь от услуги по организации детского дня рождения, если…;

Я не буду отмечать день рождения ребенка в месте, где…[17].

Таблица 1

Критерии оценки качества предоставляемых услуг
по проведению детского праздника вне дома

Характер оценок	Элементы / критерии оценки	Типичные ответы информантов / элементарные обоснования
	Положительные эмоции	«ребенку все понравилось»; «рад виновник торжества и родители»; «все остались довольны»; «именинница, гости, родители именинницы, все остались довольны»; «есть позитивные эмоции»;

[17] Архив автора. Авторское качественное исследование «Практики проведения детского дня рождения в оценках родителей, использующих досуговые услуги», метод – глубинное интервью с проективной методикой неоконченных предложений – с родителями детей (7–11 лет), у которых был опыт использования услуг по проведению детского дня рождения вне дома не более трёх лет назад; срок проведения: 01 декабря – 12 декабря 2023 г.; 10 респондентов (9 женщин, 1 мужчина; жители Московской области).

Позитивно оцениваемые элементы		«эмоциональный фон, чтобы всем было комфортно, уютно и хорошо»; «получил эмоции»
	Клиентоориентированность персонала	«вежливый, отзывчивый персонал»; «хороший персонал»; «компетентность персонала»; «готовность сотрудничать персонала»; ориентация на «пожелания клиента»; «клиентоориентированность»; «ответственность»
	Соответствие организации мероприятия ожиданиям и требованиям клиента	«Все, что было обещано, все совпадает»; «всё заявленное и затребованное с нашей стороны было выполнено, всё было приготовлено вовремя, качественно»; «выполнены все требования клиента»; «всё, что мы хотели, всё ли было подано своевременно»
Негативно оцениваемые элементы	Присутствие посторонних	«взрослых компаний, чтобы не было»; «было чисто детское мероприятие»; «не отдельно выделенный зал»; «чтобы не мешали, чтобы не смешивались там»
	Присутствие взрослых, демонстрирующих нежелательное поведение	«где выпивают»; «где курят»; «можно распивать спиртные напитки»; «выпивают алкоголь взрослые»; «алкогольные напитки распивают»
	Плохие отзывы	«на сайте организации буду читать плохие отзывы»; «услышу плохие отзывы от своих друзей, от своих знакомых»
Нейтрально оцениваемые элементы	Доступная стоимость	«цены»; «соотношение цены и качества»; «если цена меня устроит»; не «будет очень дорого»
	Удобная локация	«место проведения»; «локация»; «место проведения праздника»

Из ответов информантов видно, что оценка качества услуг по организации детского праздника складывается из нескольких факторов, которые оцениваются позитивно, негативно и нейтрально:

1. Положительные оценки озвучиваются по следующим аспектам: а). Положительные эмоции, полученные от праздника; б) доброжелательность/вежливость персонала. Эти элементы формируются внутренними потребностями клиента – его эмоциями и ощущениями; в). Соответствие требованиям клиента. Этот компонент формируется из внешних составляющих – организационных моментов, которые влияют на оценку качества процесса предоставления услуг.

2. Негативные оценки относятся к отталкивающим факторам – это то, по каким причинам потенциальный потребитель откажется от услуги по проведению детского праздника в конкретном месте (присутствие посторонних людей на детском празднике, разрешено распитие спиртных напитков и курение на территории детского комплекса, плохие отзывы о детско-развлекательном центре).

3. Нейтральные оценки получает степень доступности услуги. Она складывается из физического (локация) и материального (стоимость) доступа оказываемой услуги. Является нейтральным критерием оценки, так как, если интервьюированных родителей цена и локация устраивали, то они оценивали положительно развлекательную услугу, если не устраивали – то негативно.

Сфокусировав внимание на критериях, которые выделяют потребители сегмента детских досугово-развлекательных услуг, организации по предоставлению таких услуг могут разработать план по наиболее полному удовлетворению ожиданий своих клиентов.

Ожидания клиентов отражают то, что сами клиенты прогнозируют получить в ходе использования продукта или услуги. Можно сказать, что из ожиданий клиентов формируются критерии, которыми руководствуются потенциальные потребители при выборе детских досугово-развлекательных услуг. То есть в сознании клиентов вырисовывается определенный вариант, каким должен быть идеальный детский праздник, который смог бы удовлетворить их потребности:

1. Родители ожидают, что при использовании детских досугово-развлекательных услуг они и их дети получат удовлетворенность и положительные эмоции:

> Идеальный детский день рождения – это когда совпали интересы ребенка и наши родительские. Если ребенок рад, значит все удалось (Архив автора. Интервью № 2, с. 11-12)*;*
>
> Хочется, чтобы ребенок был доволен своим днем рождения, исполнились ее желания (Архив автора. Интервью № 3, с. 18).

2. Кто-то из родителей смотрит на идеальный день рождения с прагматичной точки зрения, т. е. на осязаемые вещи, качество которых можно ощутить и «потрогать». Наличие праздничных атрибутов – торт, свечки, шарики, красиво украшенный зал, вкусные блюда, напитки:

> Вкусный стол. Красивый украшенный зал. Очень хорошая развлекательная программа (Архив автора. Интервью № 5, с. 33)*;*
>
> Должен быть детский стол, напитки, торт, свечки, шарики. Хорошая программа, подготовленная специалистами (Архив автора. Интервью № 1, с. 40);
>
> Красивый зал, украшенный соответственно вкусам ребенка. Наряжен шариками, заготовлены мини-подарки для детей которые пришли к нам (Архив автора. Интервью № 3, с. 25).

3. Некоторые родители считают идеальный день рождения комбинацией положительных эмоций и осязаемостью качества услуги:

> Идеальный – когда действительно хорошее помещение, где отмечается день рождения. Хороший персонал, хорошая кухня, хорошее развлечение. Когда ребенок счастлив и доволен, наверное, это идеальное день рождения (Архив автора. Интервью № 7, с. 47).

Большинство родителей отмечают то, что негативного опыта как такового не было при использовании детских досугово-развлекательных услуг для организации детского дня рождения:

Мы с этим не сталкивались. Все удачно проходило (Архив автора. Интервью № 1, с. 4);

Я не могу такие припомнить случаи (Архив автора. Интервью № 2, с. 12);

Неудачных, слава богу, не было (Архив автора. Интервью № 3, с. 18);

Такого опыта не было (Архив автора. Интервью № 6, с. 41).

Но все-таки не всегда ожидания родителей совпадают с реальностью, с тем, что они получают в итоге. Так, например, несколько родителей сталкивались с негативным опытом использования детских досугово-развлекательных услуг.

Основная причина для того, чтобы назвать проведение детского дня рождения неудачным – это некачественная организация праздника и несоответствие качества предоставляемых услуг заявленным требованиям клиентов:

Говорили, что будет 2 часа, а была 1.5 (развлекательная программа). А взяли как за 2. Костюмы были изрядно потрепанные. И сами аниматоры не сумели детей заинтересовать (Архив автора. Интервью № 4, с. 26);

Сначала объявляли это будет одно мероприятие и одни развлекательные программы, а на деле столкнулись совершенно с тем, что по возрасту деткам не совсем подошло (Архив автора. Интервью № 9, с. 64).

В контексте празднования детского дня рождения с использованием досугово-развлекательных услуг, родители стремятся создать для своих детей идеальный праздник, который надолго останется в памяти ребенка. И, если организация способна качественно удовлетворить требования клиентов, то спрос на ее услуги повышается, появляется возможность удержать старых клиентов и привлечь новых [Домаренко 2020].

Большинство интервьюированных родителей используют развлекательные услуги не в первый раз, то есть являются потребителями со стажем данного сегмента. С помощью их ответов об оценке последнего опыта проведенного детского дня рождения, можно выявить их ожидания от праздника.

Основные ожидания родителей заключаются в положительных эмоциях ребенка и его заинтересованности в месте проведения праздника, а также ожидают, что качество предоставляемых услуг будет высоким:

Чтобы все было весело, все празднично… Каждый устраивает день рождения для себя, поэтому он должен крутиться вокруг именинника (Архив автора. Интервью № 4, с. 27);

Чтобы дети были довольны все, чтобы были красивые декорации, чтобы была вкусная еда, хорошая развлекательная программа. Ну, чтобы они не сидели, не скучали… (Архив автора. Интервью № 5, с. 34);

Всем угодить, особенно имениннице (Архив автора. Интервью № 6, с. 42);

Чтобы было всё на уровне, чтобы всё прошло по намеченному плану, чтобы не было никаких

осечек, проколов, всё было вовремя, чтобы ничего не ждать все остались довольны… (Архив автора. Интервью № 7, с. 48).

При анализе данных выявилось, что все интервьюированные родители собираются в дальнейшем отмечать детский день рождения вне дома с использованием услуг по организации детского дня рождения. То есть, можно сказать, что полученный опыт по проведению детских праздников с использованием развлекательных услуг положительно влияет на будущие планы относительно проведения праздников вне дома.

Удалось выявить, по каким причинам родители собираются прибегнуть к повторному обращению к развлекательным услугам по проведению детского дня рождения вне дома. Самые основные причины, по которым родители используют развлекательные услуги для проведения детского дня рождения – это то, что отметить день рождения вне дома можно разнообразнее, то есть большое количество предложений и вариантов, а также интерес самого ребенка.

Современная индустрия детского досуга представляет многоаспектное явление, которое отличается разнообразием предоставляемых услуг, составляющих часть коммерческой деятельности. Рынок торгово-развлекательных услуг (в том числе и детских развлекательных центров) в России стремительно развивается [Домаренко 2020]. Так как этот сегмент рынка является узконаправленным, то на основе результатов авторских исследований было выявлено, каким видят рынок детских досугово-развлекательных услуг родители как потребители данного сектора рынка.

По результатам ответов выявлено, что больше половины интервьюированных родителей считают рынок детских развлекательных услуг многообразным, с большим количеством предложений:

Очень разнообразное все. Там развлечения сочетаются и с центрами питания (Архивавтора. Интервью № 3, с. 23);

Рынок настолько сейчас обширен этих услуг, что можно найти сейчас много всего (Архив автора. Интервью № 7, с. 52);

Сейчас все хватает. Индустрия развлечений развита просто очень-очень-очень… (Архив автора. Интервью № 8, с. 61);

Всё развито, что вполне достаточно (предложений). Ты можешь выбрать вариант любой, который будет устраивать (Архив автора. Интервью № 10, с. 77).

Но, несмотря на то, что объем предлагаемых услуг велик, некоторые родители отмечают, что сам рынок детских развлекательных услуг является не всегда доступным по финансовым возможностям:

Главное, чтобы желания совпадали с возможностями (Архив автора. Интервью № 7, с. 52); Единственное, что это только вопрос денежный (Архив автора. Интервью № 8, с. 61);

Доступных мест больше должно быть (по цене) (Архив автора. Интервью № 2, с. 15).

Сегмент рынка, который предоставляет детские досугово-развлекательные услуги, играет важную роль в социализации детей – он оказывает влияние на их успешную интеграцию в социум. Поэтому этот сегмент рынка не только способствует развлечению детей, но и влияет на воспитание и развитие личности ребенка.

Современная детская досугово-развлекательная инфраструктура способна удовлетворить потребности не только самого ребенка, но его семьи, обеспечить возможности для удовлетворения культурных потребностей в процессе отдыха (рекреация, творческий, развлекательный досуг и др.). Одновременно гедонистическая функция является основополагающей для индустрии досуга, потому что она определяет специфику социокультурных функций этой индустрии – развивающая, познавательная, коммуникативная, развлекательная, рекреационная [Домаренко 2020].

Услуги по организации детского дня рождения занимают все более важное место в современном рынке развлечений. Празднование дня рождения является одной из форм детского досуга, и услуги по организации таких праздников отражают меняющиеся социокультурные тенденции в обществе. Рынок детских развлекательных услуг предлагает широкий выбор тематических программ, развлечений, аттракционов и др., которые способны удовлетворить потребности и желания детей, их родителей и общества в целом.

Можно сделать вывод, что данный сегмент рынка активно развивается и демонстрирует возрастающий спрос. Это связано с тем, что родители стремятся сделать день рождения своего ребенка ярким и незабываем праздником, поэтому растущий спрос стимулирует ивент-индустрию повышать качество своих услуг, а разнообразие предложений по организации и проведению детского праздника позволяет реализовать желания как детей, так и их родителей.

Литература

Аверкин 2016 – *Аверкин М.Г.* Анализ досуговых форм социальной деятельности человека в современном коммуникативном пространстве города // Вестник НГИЭИ. 2016. № 7 (62). С. 160–168.

Домаренко 2020 – *Домаренко Е.В.* Индустрия современного детского праздника: функциональная специфика и воспитательные возможности // Образование и культурное пространство. 2020. № 1. С. 49–56.

Мазаева 2021 – *Мазаева Н.И.* Семейно-гендерные роли в условиях глобальных преобразований современного российского общества // Общество: философия, история, культура. 2021. № 3 (83). С. 37–40.

Майорова-Щеглова 2014 – *Майорова-Щеглова С.Н.* Трансформация детства в начале века: к уточнению концепции социального конструирования детства // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2014. № 4 (126). С. 173–183.

Митрофанова 2019 – *Митрофанова С.Ю.* Меняющийся ребенок в меняющимся мире: новые тенденции и практики в изменении современного детства // Сборник материалов научно-практической конференции с международным участием, посвященной 30-летию социологического факультета Самарского университета. Самара: ООО «САМАРАМА», 2019. С. 325–332.

Пушкарева 2015 – *Пушкарева Д.Г.* Российский рынок развлекательных услуг: состояние и перспективы развития // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. 2015. № 32. С. 198–202.

Сологуб, Плотников 2018 – *Сологуб Г.Н., Плотникова А.В.* Культурологические особенности современной праздничной культуры как общественного явления // Физическая культура, спорт – наука и практика. 2018. № 1. С. 47–50.

Яковлева 2016 – *Яковлева Е.Л.* Симулятивные ценности гламура и мир детства // Восточно-европейский научный журнал. 2016. № 8. С. 90–96.

Ярошенко 2017 – *Ярошенко Н.Н.* Индустрия развлечений в пространстве современных культурных практик // Международный журнал исследований культуры. 2017. № 1 (26). С. 112–122.

Работники торговли как социальная группа в общественном договоре в 1980–1990-х

Ксения Д. Андросова

студентка
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Анастасия А. Зайцева

канд. социол. наук
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье рассматривается структура и динамика внутренней (государственной, кооперативной и сельской) торговли в период с 1980–1990-х. Анализ системной организации торговли Советского Союза второй половины XX в. позволяет выявить особое положение работников этого сектора, а также изменения в численности трудящихся, оплате труда, требованиях к образованию кассиров, продавцов, заведующих магазинами. Авторы подчеркивают особое положение работников торговли с точки зрения влияние неформальных связей на систему «блата», что формировало особую систему взаимоотношений. В условиях неустойчивого общественного договора изучаемого периода, работники торговли с одной стороны, становились «скрепой» общественных отношений в вопросах распределения ресурсов, с другой стороны – подрывали авторитет власти, демонстрируя несостоятельность плановой экономики.

Ключевые слова: торговля, советская торговля, работники торговли, блат

С древних времен торговля, как один из главных элементов экономики, играет ключевую роль в развитии жизни общества и государства. Состояние и развитие этой отрасли в советский период имело свои особенности – это была плановая, регулируемая из центра система с распределением ресурсов по всей стране. В течение развития социалистической экономики Советского Союза внутренняя торговля приобрела три формы: государственная, колхозная и кооперативная. Эти три вида торговли стали основными механизмами, с помощью которых осуществлялся оборот товаров, их купля и продажа в стране.

Первый вид, а именно государственная торговля – обслуживала преимущественно городское население. Государство планировало деятельность организаций и предприятий, а большинство потребительских товаров реализовывались по прейскурантным ценам государства. В 1986 г. на долю государственной торговли приходилось 70% розничного

© Андросова К.Д., 2025

Статья выполнена в рамках гранта РНФ № 23-18-00093 «Судьбы общественного договора в России: генезис идей и уроки реализации».

товарооборота страны[19]. Государственная торговля занимала наибольшую долю в общем розничном товарообороте, постоянно увеличиваясь – с 194,1 млрд руб. в 1980 г. до 342,8 млрд руб. в 1990 г.

Второй вид – кооперативная торговля была направлена на удовлетворение потребностей сельского населения, основана на колхозно-кооперативной собственности и осуществлялась потребительскими кооперациями. Многие товары продавались по розничным ценам, которые устанавливало государство. В 1986 г. на долю кооперативной торговли в розничном товарообороте СССР приходилось 28%[20]. Кооперативная торговля также росла в течение 10 лет – с 76,4 млрд руб. в 1980 г. до 125,5 млрд руб. в 1990 г. Но кооперативная торговля занимала меньшую долю в розничном товарообороте по сравнению с государственной.

Третий вид – колхозная торговля продажа излишков сельхозпродукции колхозниками и колхозами на рынке. Специфика этого вида торговли заключалась в том, что цены не устанавливались государством, отсутствовал какой-либо посредник, то есть колхозники напрямую продавали свою продукцию населению, без государственного вмешательства. Колхозная торговля занимала наименьшую долю в общем товарообороте. Но при этом демонстрировала устойчивый рост: с 7,9 млрд руб. в 1980 г. до 13,4 млрд руб. в 1990 г.

Описывая структуру розничной торговли Советского Союза, нельзя не упомянуть особую категорию магазинов – «Березка», так называлась сеть розничных магазинов в СССР, которые были созданы для обслуживания иностранцев и малой части советских граждан, работавших за границей и получавших зарплату в валюте. Иностранцы платили валютой, советские граждане покупки оплачивали сертификатами, а с 1977 г. чеками от Внешпосылторга и Внешторгбанка. Точное количество магазинов формата «Березки» неизвестно, результаты деятельности не публиковались, так как магазины были недоступны простым советским гражданам.

После того, как в оборот вошли чеки для покупки товаров в таких «премиальных» магазинах, началась спекуляция ими. Стоит отметить, что для советской торговли в целом были характерны спекуляция, «блат», продажа товаров для «своих». «Блат» означал неформальные связи и знакомства, которые часто использовались для получения преимуществ в различных сферах жизни, особенно в торговле. В условиях дефицита товаров, который был характерен для этой эпохи, «блат» давал доступ к товарам, которые

[19] Краткий экономический словарь / Под ред. Ю.А. Белика и др. М.: Политиздат, 1987. 400 с.

[20] Там же.

были в состоянии дефицита, либо же вообще недоступны для большей части населения. Люди, у которых были связи, могли приобрести различные товары – от продуктов питания до бытовой техники. Эта система обходила официальные каналы сбыта товаров, и позволяла «своим» людям получать дефицитные товары быстро и без очереди.

В развитии торговли решающее значение имели профессиональные кадры. В советский период в данной отрасли предъявлялись высокие требования к подготовке работников, поэтому специальное торговое образование активно развивалось. Основными вузами были Московский государственный университет коммерции, Санкт-Петербургский торгово-экономический институт, Всероссийская академия внешней торговли. Также существовали техникумы торгового профиля по всей стране, в которых к началу 1980-х гг. обучалось 76,3 тыс. человек.

Начиная с 1980 и до 1987 г. численность работников розничной торговли и общественного питания непрерывно росла, но с 1988 г. по 1990 г. – численность сократилась. Такое сокращение численности работников можно объяснить начавшимся в конце 1980-х гг. экономическим кризисом.

Среднемесячная начисленная заработная плата работников оптовой и розничной торговли, общественного питания за период с 1980 по 1990 г. демонстрировала устойчивый рост, без резких скачков или спадов – с 145,8 руб. по 258,4 руб., только в 1991 г. наблюдался резкий скачок – 470,6 руб. В 1992 г. случилась девальвация рубля, которая продолжалась до 1998 г. – произошла деноминация рубля (1:1000), после чего ситуация стала выравниваться[21]. Поэтому оценить реальную заработную плату за этот период сложно.

Стоит также рассмотреть основные аспекты деятельности советского работника торговли. Одним из таких аспектов являлось соблюдение основных правил и внутреннего распорядка магазина: порядок приема и хранения товаров, продажи, расчета с покупателями, санитарные требования, обязанности работников и контроль за деятельностью магазина. Еще один важный аспект деятельности – высокий уровень обслуживания населения, который во многом зависел от поведения продавца. Для того, чтобы быть профессионалами своего дела, продавцы, помимо профессионального образования, должны были регулярно повышать свои знания о товарах и технике торговли с помощью различных источников информации (от учебников до специализированных журналов).

[21] *Калабеков И.Г.* СССР и страны мира в цифрах: Справочное издание. М., 2025. 1035 с.

Таким образом, внутренняя торговля в 1980–1990-х гг. была неотъемлемым элементом экономики страны. Торговля СССР преимущественно была государственной, а работники советской торговли представляли уникальную социальную группу. Они выполняли важную роль посредников между государством и обществом, создавая неформальные, зачастую неправовые формы перераспределения товаров. В условиях неустойчивого общественного договора изучаемого периода, работники торговли с одной стороны, становились «скрепой» общественных отношений в вопросах распределения ресурсов, с другой стороны – подрывали авторитет власти, демонстрируя несостоятельность плановой экономики.

К слову о цифровой идентичности студентов

Денис И. Папков

студент
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Гульшат К. Уразалиева

канд. филос наук, доцент
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. Понятие «цифровой идентичности» пока что не устоялось в научном поле, так как оно появилось относительно недавно и можно утверждать, что оно находится в состоянии динамического развития. Целью всех работ, используемых в данной статье направлено на изучение особенностей сетевой идентичности студенческой молодежи, её взаимосвязи с реальной идентичностью, а также влияния личностных факторов на самораскрытие в цифровой среде.

Ключевые слова: цифровая идентичность, цифровая среда, сеть, идентификация, гибридная реальность, актант, агент

Современная эпоха высоких технологий радикально трансформирует социокультурные, экономические и антропологические основы человеческого существования. Цифровизация, изначально воспринимавшаяся как сугубо экономический феномен, стремительно переросла в масштабный культуротворческий процесс, порождающий новые форматы идентичности и способы бытия. Виртуальное пространство, созданное инфокоммуникационными технологиями и системами ИИ, становится «четвертой природой» – альтернативной реальностью, где размываются границы между физическим и цифровым, материальным и идеальным.

Сегодня человек немыслим вне цифровой среды: в ней формируются социальные связи, осуществляется профессиональная деятельность, конструируется идентичность. Интернет, превращаясь в новую социальную реальность, порождает уникальные антропологические феномены – от «цифровых номадов» до множественных цифровых «Я». Однако стремительное погружение в виртуальность актуализирует ключевые вопросы: где находится подлинное «Я» в условиях цифрового дублирования? Как соотносятся между собой реальная и сетевая идентичности?

Особую значимость эти вопросы приобретают в контексте молодежи, для которой цифровая среда стала естественным пространством самореализации. В статье исследуются особенности сетевой идентичности студенческой молодежи, ее связь с реальной

© Папков Д.И., 2025

идентичностью и влияние личностных факторов на самораскрытие в цифровом пространстве.

Л.Н. Соловьева в своих исследованиях подчеркивает, что цифровая идентичность формируется через синтез виртуального и реального аспектов личности [Соловьева 2020]. Однако, как замечает автор статьи «Проблема цифровой идентичности. Свойства и риски» А.В. Шляков, не дает четкого определения характера этого единства – представляет ли оно собой простое механическое соединение или же целостное органическое образование [Шляков 2024].

Критический анализ показывает, что трактовать данное единство как органическое вряд ли правомерно. Виртуальное «Я» по своей природе является:

1) искусственно созданным конструктом;
2) приобретенным в процессе социализации в цифровой среде, в отличие от изначально присущего человека реального «Я» естественного происхождения.

Если же рассматривать это единство через призму конструктивистского подхода, предполагающего равнозначность составляющих, возникает методологическая проблема. Сам термин «реальный» (в противопоставлении «виртуальному») изначально содержит оценочную иерархию, что ставит под сомнение возможность подлинного равноправия этих компонентов идентичности. Таким образом, вопрос о природе взаимосвязи между виртуальным и реальным «Я» остается открытым для дальнейших исследований.

В статье под названием «Цифровая идентичность личности: сущность, особенности возникновения и проявления» Ю.А. Чернавина, автор, признавая взаимосвязь реального и виртуального «Я», выделяет два подхода к исследованию цифровой идентичности.

Первый, формальный подход, основан на анализе объективных цифровых следов личности, включающих три компонента:

1) данные, сознательно размещённые пользователем в сети;
2) информацию, собранную о нём организациями;
3) паттерны сетевой активности (посещаемые ресурсы, скачиваемый контент, покупки) [Чернавин 2024].

Хотя такой подход позволяет технически идентифицировать личность, он ограничивается внешними проявлениями идентичности, игнорируя субъективное самоощущение индивида.

Второй, содержательный подход, рассматривает цифровую идентичность как систему осознанных представлений личности о себе в цифровой среде, которая формируется через переживание собственной уникальности, оценку цифровой компетентности, устойчивые паттерны взаимодействия с другими пользователями и

осмысленное отношение к цифровому контенту, акцентируя таким образом внутренние, смысловые аспекты цифрового самовосприятия.

Л.Б. Шнейдер в статье «Пользователь в информационной среде: цифровая идентичность сегодня» отмечает, что большинство активных пользователей цифрового пространства не фиксируют кардинальных изменений в структуре личностной идентичности, отмечая преимущественно модификации социального характера. В данном контексте особую важность приобретает способность индивида к рефлексивному осмыслению собственной позиции в условиях технологически опосредованной реальности [Шнейдер, Сыманюк 2017].

Принципиальным моментом выступает разграничение функциональной роли технологий: они служат инструментарием для процесса идентификации, в то время как смыслообразующим ядром становится процесс интеграции личности в систему координат цифровой среды через отождествление с ее ключевыми объектами и феноменами.

Согласно концепции Ю.А. Чернавина, процесс формирования идентичности в цифровой среде представляет собой сложный механизм, где ключевую роль играет не только отождествление личности с определенными группами, но и ее противопоставление другим участникам сетевого взаимодействия. Этот дуалистический процесс реализуется преимущественно через коммуникативные практики, характерные для онлайн-пространства. Современные цифровые платформы создают уникальные условия для самопрезентации, позволяя пользователям экспериментировать с различными социальными ролями и моделями поведения. В ходе сетевого взаимодействия индивид конструирует и транслирует специально адаптированный образ себя, который формируется под влиянием личностных ценностей, мировоззренческих установок и индивидуальных интересов. При этом цифровая идентичность отличается принципиальной множественностью и вариативностью.

Онлайн-коммуникация создает уникальные условия для формирования идентичности: обеспечивает анонимность и возможность редактирования образа, но лишает общение невербальной составляющей. Это трансформирует традиционные механизмы самопрезентации, делая цифровой образ динамичной конструкцией, которая меняется в зависимости от контекста и коммуникативных задач.

Немаловажно упомянуть и другие позиции, связанные с «постугманистическим дискурсом», упомянутые в статье «Проблема цифровой идентичности. Свойства и риски» А.В. Шлякова, например, позиция Р. Пеннер, чья теоретическая интерпретирует цифровую идентичность как инновационный инструмент социальной валидации, который, с одной стороны, осложняет процессы становления субъектности, а с другой – предоставляет

уникальные формы самопроявления через характерные для онлайн-среды позиции агента (автономного деятеля) и актанта (активного участника цифровых взаимодействий). Данный подход подчеркивает двойственную природу сетевой идентичности, сочетающую ограничения и новые возможности самореализации в цифровом контексте [Пеннер, Осипова 2022].

Большое значение в рамках данного дискурса занимает концепция К. Барада, который одним из первых предложил распространить принципы агентности за пределы антропоцентрической парадигмы. В рамках этого подхода автор обосновывает необходимость преодоления традиционной гуманистической перспективы, где человек занимает привилегированное положение, и перехода к анализу интерактивных возможностей различных типов агентов [Barad 2003].

Создание антропоморфных роботизированных систем, способных имитировать человеческое поведение, открывает новые познавательные возможности. Такие технологические агенты, воспроизводящие ключевые характеристики человека, выполняют несколько важных функций:

– выступают своеобразным зеркалом, позволяющим наблюдать человеческие проявления со стороны;

– служат инструментом самопознания и рефлексии;

– становятся средством расширения человеческих возможностей.

Особую практическую значимость данный подход приобретает в контексте задач дистанционного присутствия, когда необходимо обеспечить безопасное функционирование человека в опасных или труднодоступных средах. Технологические агенты в этом случае становятся продолжением человеческой личности, расширяя границы ее физических возможностей.

Иную концепцию субъектности предлагают представители акторно-сетевой теории, основой которой выступает конструктивистская парадигма, рассматривающая социальную реальность не как данность, а как постоянно воспроизводимый результат взаимодействий между различными типами акторов. Такой подход позволяет преодолеть традиционный антропоцентризм социальных наук, демонстрируя, как неодушевлённые объекты становятся активными участниками социальных процессов, формируя и трансформируя сети взаимоотношений. При этом агентность понимается не как внутреннее свойство, а как эффект, возникающий в процессе сетевых взаимодействий и распределённый между всеми элементами системы.

Сторонники акторно-сетевой теории, опираясь на постструктуралистские идеи, рассматривают мир как гетерогенное образование, где все элементы сети – будь то люди,

технологии или предметы – обладают равным статусом. Для обоснования этого принципа Б. Латур использует структуралистский подход, демонстрируя, как в языковой системе стирается различие между активностью человека и пассивностью объекта. Это позволяет ввести понятие актанта (от франц. «действующий») – элемента сети, который одновременно воздействует и подвергается воздействию [Латур 2017].

В цифровой среде актанты, в отличие от классического субъекта, не обладают устойчивой идентичностью, а демонстрируют адаптивность и текучесть. Однако, в отличие от радикальных постмодернистских концепций, акторно-сетевой подход не отрицает существование субъекта, но онтологически уравнивает его с объектом. В результате цифровая идентичность определяется через призму актантности, что приводит к своеобразной объективации человека, его превращению в элемент сети наравне с другими сущностями.

Основные подходы, сложившиеся по отношению к исследуемому феномену, можно разделить на три группы: принятие цифровой идентичности как равноправного по отношению к настоящему дополнения к целостному образу «Я» человека; восприятие цифровой идентичности как вспомогательного инструмента «дополнения» человека, выступающего копией, стремящейся к «витальности» (очеловечивание предмета); понимание цифровой идентичности как объекта, утверждающего социальное поведение (опредмечивание человека).

Так, обобщая разные подходы к изучению феномена цифровой идентичности, можно сформулировать усредненное определение этого понятия, которое представляет собой целостность, образуемую взаимодействием двух компонентов: «Я-виртуального», выражающего цифровую составляющую личности (включая онлайн-образ, профиль в соц.сетях, цифровой след, сетевые идентификаторы и прочее), и «Я-реального», отражающего биопсихосоциальное единство личности в физическом мире. Эта концепция подразумевает целостное самовосприятие и самоощущение индивида, существующего одновременно в реальном и цифровом пространствах, где оба измерения личности взаимосвязаны и взаимообусловлены.

Исследования, направленные на выявление взаимосвязи цифровой и «реальной» идентичностей.

В исследовании, проведённом А.А. Сецко и М.С. Танцурой в статье «Проблемы цифровой идентичности современной молодёжи на примере студенческого сообщества ДВФУ», цифровой след человека разделён на три уровня.

Первый уровень – это данные, которые пользователи сознательно размещают в сети и могут управлять ими (профильные сведения, фотографии, видео, личные сообщения, история поиска, репосты и посты).

Второй уровень – это сведения о действиях в интернете, формирующие контекст цифрового поведения. Их сложно отследить, скорректировать или стереть (геолокация, время активности, психологические характеристики).

Третий уровень – это обработка данных из первых двух категорий, их анализ и сопоставление с информацией о других пользователях для выявления закономерностей (семейный статус, страхи, желания, обязанности, взгляды, уровень образования). Это позволяет лучше понимать аудиторию и эффективно предлагать товары и услуги [Сецко, Танцура 2021].

Авторы провели опрос 100 студентов, изучая их мотивы пребывания в сети и соотношение реальных и виртуальных референтных групп. Результаты показали, что цифровая идентичность становится все важнее, тесно переплетаясь с реальной Я-концепцией. Эта взаимосвязь проявляется в стирании границ между онлайн и офлайн, расширении коммуникационных возможностей и появлении новых форм самовыражения, недоступных в реальной жизни. Основные выводы: технологический прогресс трансформирует социальные и психологические границы, открывая новые перспективы для реализации творческого потенциала в цифровой среде.

По итогам опроса студентов ДВФУ были подведены следующие итоги:

1. Глобализация сознания. Более 53% опрошенных идентифицируют себя скорее, как «граждане мира», чем как граждане РФ. Это подтверждает значительное влияние глобализации на ценностные ориентации молодежи.
2. Цифровая самореализация. 43% респондентов отмечают, что онлайн-пространство предоставляет им больше возможностей для самовыражения и реализации идей. 66% считают самовыражение ключевым мотивом пребывания в интернете, что свидетельствует о снижении роли традиционных форм коммуникации, начале трансформации личности в виртуальном формате.
3. Роль соц.сетей в повседневной жизни. 70% респондентов проводят время в интернете преимущественно для общения, поиска информации и развлечений, что подчеркивает их зависимость от соцсетей. Однако только 40% придают значение регулярному обновлению своего цифрового профиля, что говорит о нейтральном отношении к онлайн-имиджу.
4. Противоречие между реальным и виртуальным образом. Менее 40% сомневаются, что их контент (фото, видео, посты) соответствует

реальным интересам и социальному статусу. Респонденты связывают это с частым использованием фильтров и редактированием фото, цитированием чужих идей, стремлением создать идеализированный образ.

5. Влияние цифровых авторитетов: 60% опрошенных признают, что в сети есть люди, чье мнение для них значимо. Молодежь активно следит за блогерами, потребляет их контент и разделяет их взгляды. Это, очевидно, указывает на высокую степень влияния онлайн-лидеров на формирование мнений и ценностей студентов и «вторгается» в формирование их цифровой идентичности.
6. Критичность и осознанность. Несмотря на активное использование интернета, часть молодежи демонстрирует здравый подход, т.к. 83% предпочитают личные встречи виртуальному общению, 47% проверяют достоверность информации и лишь 10% обеспокоены негативным контентом в сети.

Авторы исследования делают вывод о том, что современная молодёжь существует на тонкой грани между глобальным и локальным, цифровым и реальным. Их самовосприятие уже не ограничивается географическими или политическими рамками — они мыслят себя частью безграничного цифрового пространства, где стираются традиционные представления о принадлежности. Интернет стал для нового поколения не просто инструментом, а естественной средой обитания. Подчеркивается опасность подмены понятий ИИ, а также кризис традиционных ценностей, от которых молодежь всё больше отдаляется.

В другом исследовании под названием «Интернет-коммуникации студенческой молодежи: аспекты конструирования сетевой идентичности (на примере студентов-первокурсников Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики)» Е.П. Шеболкиной, Н.В. Красиковой также напрямую затрагивается взаимосвязь реальной и цифровой идентичности. В этом исследовании приняли участие 329 студентов-первокурсников СПбУТУиЭ

Цель данного исследования заключается в выявлении ключевых особенностей онлайн-поведения студентов по трем основным направлениям:

1) характер цифровой активности: роль интернета в повседневной жизни студентов, типы потребляемого и создаваемого ими контента, мотивация использования цифровых ресурсов;
2) формирование цифрового имиджа. Стратегии создания онлайн-образа, соответствие виртуальной личности реальным характеристикам, цели проектирования сетевой идентичности;

3) особенности онлайн- и офлайн-взаимодействий: страхи и предубеждения, опрошенных в цифровой среде, их критерии принятия или отвержения других пользователей, влияние виртуального общения на их восприятие действительности, процесс принятия решений и жизненные выборы [Шеболкина, Красикова 2024].

В результате опроса была выявлена следующая статистика: половина участников (50%) утверждают о полной идентичности своего онлайн- и офлайн-поведения; треть опрошенных (35%) признают наличие некоторых различий; и лишь незначительная часть (12%) однозначно заявляет о существенном отличии цифрового общения от реального. Небольшой процент респондентов (3%) не смогли дать определенного ответа на данный вопрос.

Большинство студентов СПбУТУиЭ не видят значимой пользы в онлайн-общении с незнакомцами. Только 16% опрошенных считают такие контакты ценными, тогда как 33% полностью отрицают их полезность. 38% респондентов допускают ограниченную пользу подобного общения, а 13% не смогли дать однозначного ответа.

Что касается влияния реального окружения на цифровую активность: две трети первокурсников подтвердили, что их офлайн-друзья воздействуют на выбор контента и круга общения в сети, 16,9% полностью согласны с этим утверждением, 44,2% – частично, 32,2% заявили о самостоятельном формировании своей цифровой среды, отрицая влияние реального окружения.

В исследовании были открытые вопросы, позволившие студентам подробно раскрыть свою позицию о цифровой идентичности. Авторы пришли к выводу, что сетевая идентичность опрошенных эволюционирует вместе с их личностным развитием и реагирует на общественные изменения. Студенты демонстрируют четкое понимание своего места в интернете, способны критически оценивать информацию и осознанно формируют свою позицию по различным вопросам, включая политические. При этом часть респондентов отмечала сильное влияние интернет-среды и озабоченность мнением других пользователей, что указывает на определенное несоответствие между реальной и цифровой идентичностью. Эти тенденции подтверждаются конкретными ответами студентов:

> Раньше я старался угодить другим, выкладывая то, что им нравится. Сейчас публикую только то, что интересно мне. Такой подход избавил от стресса и необходимости подстраиваться.
>
> С возрастом я стал осознаннее относиться к поведению в сети: тщательнее выбираю контент, который поддерживаю, и ценю конструктивность. Это связано с личностным ростом и пониманием влияния интернета на жизнь.

Современные исследования цифровой идентичности студенческой молодежи демонстрируют сложный процесс формирования гибридного самосознания, в котором

виртуальная и реальная составляющие личности находятся в постоянном взаимодействии и взаимовлиянии.

Таким образом, цифровая идентичность современной студенческой молодежи представляет собой динамическую систему, в которой органично переплетаются элементы традиционного самосознания и новые, порожденные цифровой средой формы саморепрезентации. Этот феномен требует дальнейшего междисциплинарного изучения, так как отражает глубинные трансформации не только индивидуального, но и коллективного сознания в условиях цифровизации общества.

Литература

Латур 2017 – *Латур Б.* Визуализация и познание: изображая вещи вместе // Логос. 2017. Т. 27. № 2 (117). С. 95–156.

Пеннер, Осипова 2022 – *Пеннер Р.В., Осипова Л.Б* Цифровые варианты проектирования социальной идентичности // Социум и власть. 2022. № 4 (94). С. 7–15.

Сецко, Танцура 2021 – *Сецко А. А., Танцура М.С.* Проблемы цифровой идентичности современной молодёжи на примере студенческого сообщества ДВФУ // Известия Восточного института. 2021. № 1(49). С. 29–36.

Соловьева 2020 – *Соловьева Л.Н.* Цифровая идентичность как феномен информационной современности // Общество: философия, история, культура. 2020. № 12 (80). С. 53–56.

Чернавин 2024 – *Чернавин Ю.А.* Цифровая идентичность личности: сущность, особенности возникновения и проявления // Человеческий капитал. 2022. № 12-2 (168). С. 74–78.

Шеболкина, Красикова 2024 – *Шеболкина Е.П., Красикова Н.В.* Интернет-коммуникации студенческой молодежи: аспекты конструирования сетевой идентичности (на примере студентов-первокурсников Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики) // Социология и право. 2024. № 16 (3). С. 358–371.

Шляков 2024 – *Шляков А.В.* Проблема цифровой идентичности. Свойства и риски // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. 2024. Т. 17. № 2. С. 100–115.

Шнейдер, Сыманюк 2017 – *Шнейдер Л.Б., Сыманюк В.В.* Пользователь в информационной среде: цифровая идентичность сегодня // Психологические исследования. 2017. Т. 10. № 52. С. 7.

Barad 2003 – *Barad K.* Posthumanist performativity: Toward an understanding of how matter comes to matter // Journal of Women in Culture and Society. 2003. Vol. 28 (3). P. 801–831.

Роль социально-культурных технологий в преодолении кризисов культурного пространства

Денис А. Кремлёв
аспирант
Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, г. Санкт-Петербург

Аннотация. Статья изучает социально-культурные технологии для решения проблем культурного пространства, вызванных глобализацией и цифровизацией Исследование показывает, как эти технологии помогают сохранить и формировать культурные идентичности, используя междисциплинарный подход и методы анализа.

Ключевые слова: культурное пространство, социально-культурные технологии, глобализация, цифровизация, социальная идентичность

Современное культурное пространство сталкивается с многочисленными вызовами, связанными с глобализацией, цифровизацией и социальными изменениями. Эти процессы приводят к размыванию традиционных культурных идентичностей, утрате нематериального культурного наследия и увеличению социальной разобщенности. В таких условиях возникает необходимость поиска новых подходов и инструментов для восстановления и развития культурного пространства, которые могли бы учитывать современные реалии и способствовать интеграции различных социальных групп. Одним из таких инструментов являются социально-культурные технологии, которые представляют собой совокупность методов и практик, направленных на оптимизацию культурных процессов и создание условий для устойчивого развития социокультурной среды.

Изучение социально-культурных технологий приобретает особую актуальность в условиях кризисов, затрагивающих культурное пространство. Эти технологии способны не только сохранить, но и развивать культурные ценности, адаптируя их к современным вызовам. Они играют ключевую роль в укреплении социальной сплоченности, формировании новых культурных практик и преодолении барьеров между различными социальными группами. В условиях глобальных изменений и кризисных ситуаций социально-культурные технологии становятся важным инструментом для поддержания культурной идентичности и создания новых возможностей для взаимодействия в обществе.

Целью настоящего исследования является анализ роли социально-культурных технологий в преодолении кризисов культурного пространства и их влияния на общество. Для достижения этой цели поставлены следующие задачи: изучить теоретические основы и классификации социально-культурных технологий, исследовать их влияние на

© Кремлёв Д.А., 2025

формирование новых культурных практик и идентичностей, а также проанализировать успешные примеры их применения в различных регионах. Эти задачи направлены на выявление потенциала социально-культурных технологий в условиях современных вызовов.

В исследовании использовались междисциплинарный подход и методы анализа, синтеза, сравнительного исследования и кейс-стади. Это позволило рассмотреть социально-культурные технологии с различных точек зрения, включая их теоретические основы, практическое применение и влияние на общество. Анализ успешных примеров из разных регионов мира дал возможность выявить ключевые факторы, способствующие их эффективности, и сформировать рекомендации для дальнейшего использования этих технологий.

Теоретические основы социально-культурных технологий

Определение и классификация социально-культурных технологий

Термин «социально-культурные технологии» появился в научной литературе в конце XX в. и обозначает совокупность методов и инструментов, направленных на управление культурными процессами в обществе. Эти технологии включают как традиционные подходы, так и современные инновационные решения, которые способствуют сохранению, развитию и популяризации культурного наследия. Их значимость заключается в способности адаптироваться к изменяющимся условиям и обеспечивать устойчивое развитие культурного пространства. В этом контексте важно отметить, что

> …разработка и реализация значимых социально-культурных проектов и программ предоставляет студентам возможность применять на практике полученные теоретические знания, практические умения и навыки, а также внедрять инновационные технологии при организации совместных мероприятий [Бабаева и др. 2018, с. 178].

Таким образом, социально-культурные технологии играют ключевую роль в формировании активного культурного взаимодействия и поддержании культурного разнообразия.

Социально-культурные технологии можно классифицировать по различным признакам. Например, по цели применения они делятся на технологии сохранения культурного наследия, культурного просвещения и культурной интеграции. В зависимости от используемых средств выделяются цифровые технологии, такие как виртуальные музеи, и традиционные методы, например, проведение культурных мероприятий. Согласно исследованию ЮНЕСКО 2018 г., более 60% проектов по сохранению нематериального культурного наследия применяют современные технологии, что подчеркивает их значимость в современном мире. Важно отметить, что

…культура современности, насколько бы она не постулировала собственную свободу от дидактики, тем не менее – в силу самой знаковой природы познания и передачи опыта – несет в себе определенное послание [Верещагина и др. 2016, с. 5].

Это утверждение подчеркивает необходимость комплексного подхода к использованию технологий в сфере культуры, учитывающего различные аспекты их влияния.

Критерии эффективности
социально-культурных технологий в кризисных условиях

Критерии эффективности социально-культурных технологий в кризисных условиях определяются их способностью адаптироваться к изменяющимся потребностям общества и решать специфические задачи восстановления культурного пространства. Одним из ключевых аспектов является устойчивость технологий, что подразумевает их долговременное воздействие и способность сохранять значимость в условиях кризиса. Программы обучения традиционным ремеслам демонстрируют высокую эффективность благодаря их роли в сохранении нематериального культурного наследия, как отмечено в исследованиях ЮНЕСКО. Эти программы не только способствуют передаче знаний, но и укрепляют культурную идентичность, что особенно важно в условиях социальных и экономических потрясений. В контексте текущих вызовов стоит задуматься, может ли модернизация быть осуществлена в условиях духовно-нравственного кризиса, культурной деградации страны и пребывания значительной части населения в депрессии? Это подчеркивает необходимость комплексного подхода к оценке эффективности технологий, учитывающего как культурные, так и социальные факторы.

Примеры успешного применения социально-культурных технологий в кризисных условиях иллюстрируют их практическую ценность. Так, в рамках инициативы «Культурные мосты», реализованной в Европе в 2020 г., были разработаны технологии для интеграции мигрантов через культурные мероприятия. Эти мероприятия, включая фестивали и мастер-классы, способствовали снижению социального напряжения и укреплению межкультурного диалога. Подобные проекты демонстрируют, как социально-культурные технологии могут быть использованы для решения актуальных проблем, таких как социальная изоляция и культурная фрагментация. Более того, такие инициативы подчеркивают важность адаптации технологий к уникальным условиям каждого региона.

Влияние социально-культурных технологий на общество

Формирование новых культурных практик и идентичностей

В современном мире социально-культурные технологии играют ключевую роль в формировании новых культурных практик. Они способствуют созданию и распространению инновационных форм взаимодействия с культурными материалами, такими как виртуальные туры по музеям и онлайн-выставки, что особенно ярко проявилось в период пандемии COVID-19. В 2020 г. виртуальные туры по музеям привлекли на 30% больше аудитории по сравнению с традиционными посещениями, что свидетельствует о том, что цифровые технологии не только расширяют доступ к культуре, но и формируют новые способы её восприятия. Стремительное развитие информатизации общества, электронных средств массовой информации и новых технических средств вносит значительные изменения в содержание и методику обучения в образовательных учреждениях высшего профессионального образования.

Цифровые технологии оказывают значительное влияние на формирование культурных идентичностей, создавая условия для их переосмысления и адаптации. Программы, такие как «Цифровой Эрмитаж», способствуют объединению различных культурных традиций в глобальном масштабе и формируют общую культурную идентичность. Это особенно актуально в условиях глобализации, когда традиционные формы культурной идентичности трансформируются под воздействием новых медиа и технологий. Исследование сосредоточено на бренде как культурно-символическом феномене, а также на социально-культурных практиках формирования и продвижения бренда в системе массовой коммуникации. Это подчеркивает важность взаимодействия цифровых технологий и культурных практик [Запесоцкий 2009, с. 5].

Новые культурные практики, формируемые с использованием социально-культурных технологий, играют важную роль в адаптации общества к современным изменениям. Эти практики создают платформы для взаимодействия и обмена опытом, что способствует социальной сплочённости и устойчивости.

Социально-культурные технологии могут стать важным инструментом для восстановления и развития культурного пространства, особенно в условиях кризиса» [Дни науки 2019, с. 40].

Это утверждение подчеркивает их значимость в контексте текущих вызовов. Согласно исследованию ЮНЕСКО, более 60% населения в развивающихся странах получает доступ к культурным материалам благодаря цифровым технологиям, что способствует интеграции этих стран в глобальное культурное пространство. Таким образом, комплексное использование социально-культурных технологий не только

обогащает культурный опыт, но и укрепляет связи между различными сообществами, создавая условия для более глубокого взаимодействия и взаимопонимания.

Социальная интеграция и взаимодействие различных групп населения

Социально-культурные технологии играют важную роль в процессе социальной интеграции, способствуя созданию платформ для взаимодействия между различными группами населения. Например, программа «Культурный мост», реализуемая в России с 2010 г., предоставила возможность более чем 20 тысячам переселенцев участвовать в культурных мероприятиях и образовательных проектах. Это демонстрирует, как использование технологий может способствовать включению различных социальных групп в культурное пространство, создавая условия для их участия в жизни общества. Такие инициативы не только помогают решать проблемы социальной изоляции, но и способствуют укреплению социальной сплоченности.

Технологии также оказывают значительное влияние на взаимодействие между социальными группами, открывая новые возможности для коммуникации и сотрудничества. Согласно исследованию Pew Research Center, 73% пользователей социальных сетей считают, что эти платформы помогают людям находить общий язык и объединяться для решения социальных проблем. Таким образом, социальные сети и другие цифровые инструменты становятся важным средством для преодоления барьеров в общении, способствуя установлению связей между различными группами. Это особенно важно в условиях глобализации, когда культурное разнообразие становится неотъемлемой частью современного общества.

Примеры успешного применения социально-культурных технологий

Кейс 1: Социально-культурные проекты в городах России

Одним из ярких примеров успешного применения социально-культурных технологий в России является проект «Стрит Арт в Казани». Этот проект был направлен на преобразование городской среды с использованием искусства и вовлечение молодёжи в культурные инициативы. В рамках проекта на стенах зданий и в общественных пространствах города создавались художественные произведения уличного искусства. Это способствовало не только улучшению визуального облика города, но и активному участию местных жителей, особенно молодёжи, в культурной жизни. Проект стал платформой для самовыражения и творчества, что укрепило социальные связи и повысило интерес к культуре среди горожан. Такой подход показал, как социально-культурные технологии могут эффективно использоваться для решения задач по развитию городского культурного пространства.

Кейс 2: Международный опыт и лучшие практики

Международный опыт применения социально-культурных технологий подчеркивает их значимость в преодолении кризисов в культурной сфере. Проект «Культурный автобус» в Финляндии, реализованный в 2015 г., предоставил жителям удаленных регионов доступ к культурным мероприятиям, что укрепило культурные связи и способствовало интеграции различных социальных групп. Этот проект иллюстрирует, как инновационные подходы могут эффективно решать проблемы доступности культуры. Важно также отметить, что

> …социально-культурное партнерство выполняет различные функции, среди которых можно выделить экономическую, политическую, нормотворческую, организационную, технологическую [Грибкова и др. 2017, с. 3].

Таким образом, комплексный подход к социально-культурным технологиям способен значительно улучшить культурную доступность и взаимодействие в обществе.

Программа Европейского Союза «Creative Europe», начатая в 2014 г., финансировала более 2500 проектов, способствуя обмену опытом между странами и внедрению инноваций в культурной сфере. Эти проекты иллюстрируют возможность адаптации успешных практик к различным социальным и экономическим условиям, что делает их универсальными инструментами для развития культурного пространства. Для эффективной реализации таких инициатив необходимо «разработать методологию формирования региональной культурной политики» [Бирженюк 1999, с. 4]. Это позволит более точно учитывать местные особенности и потребности, что, в свою очередь, усилит положительное влияние культурных программ на развитие регионов.

Заключение

В ходе проведенного исследования было выявлено, что социально-культурные технологии играют значимую роль в преодолении кризиса современного культурного пространства. Они способствуют формированию новых культурных практик, адаптации общества к текущим вызовам и интеграции различных социальных групп. Анализ успешных примеров показал, что использование технологий позволяет не только сохранять культурное наследие, но и развивать новые формы культурного взаимодействия, что особенно актуально в условиях глобализации и цифровизации.

На основе проведенного анализа рекомендуется продолжить изучение влияния социально-культурных технологий на формирование культурных идентичностей и их роль в интеграции различных социальных групп. Также перспективным направлением является исследование адаптации успешных практик применения технологий в различных

культурных и экономических контекстах. Это позволит разработать более универсальные подходы к использованию технологий для решения культурных и социальных проблем.

Литература

Бабаева и др. 2018 – *Бабаева Е.В., Ганьшина Г.В., Заварина С.Ю., Муравьева Ж.В.* Взаимодействие вузов с учреждениями культуры как форма диверсификации высшего образования // Современные наукоемкие технологии. 2018. № 5. С. 178–179.

Бирженюк 1999 – *Бирженюк Г.М.* Методология и технологии региональной культурной политики: Автореф. дис. … д-ра культурологии. СПб., 1999. [б. с.].

Верещагина и др. 2016 – *Верещагина А.В., Нечипуренко В.Н., Самыгин С.И.* Ценностный кризис современного образования в исторической проекции и динамике модернизации его парадигмальных оснований в условиях вызовов информационной эпохи // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2016. № 2. С. 74–91.

Грибкова и др. 2017 – *Грибкова Г.И., Панова Н.Г., Умеркаева С.Ш.* Социально-культурное партнерство в сфере высшего образования: из опыта работы педагогического вуза // Современные высокие технологии. 2017. № 11. С. 112–113.

Дни науки 2019 – Дни науки: Сб. материалов по результатам проведения Дней науки (г. Луганск, 13–17 мая 2019 г.). Луганск: ЛГАКИ имени М. Матусовского, 2019. 298 с.

Запесоцкий 2009 – *Запесоцкий Ю.А.* Символическая сущность бренда в современной культуре: Автореф. дис. … кандид. культурологии. СПб., 2009. 2 с.

Проблема столкновений цивилизаций в современности

Анастасия С. Себрова

курсант

Московский университет МВД России имени В.Я. Кикотя, Москва

Научный руководитель: Татьяна Н. Фролова

канд. социол. наук, доцент

Московский университет МВД России имени В.Я. Кикотя, Москва

Аннотация. В статье рассматривается актуальная проблема взаимодействия различных цивилизаций в современном мире. Анализируются основные теоретические подходы к пониманию цивилизационных конфликтов, от концепции С. Хантингтона до современных теорий межкультурного диалога. Особое внимание уделяется анализу причин возникновения цивилизационных противоречий, их проявлениям в политической, экономической и культурной сферах. Рассматриваются современные формы цивилизационных столкновений, включая религиозные конфликты и геополитические противостояния.

Ключевые слова: цивилизационный конфликт, межкультурный диалог, глобализация, культурный плюрализм, геополитика

Трактат американского исследователя Самуэля Хантингтона «Столкновение цивилизаций», опубликованный в 1993 г., спровоцировала оживленные дебаты не только в академической среде, но и среди широкой интеллектуальной публики. В своем труде Хантингтон анализирует трансформацию международных отношений, рассматривая ее через призму меняющегося цивилизационного ландшафта. Хантингтон определяет цивилизацию как «культурную общность наивысшего ранга, самый широкий уровень культурной идентичности людей» [Хантингтон 2024, с. 46]. Он выделяет ряд объективных признаков цивилизации: язык, историческое наследие, коллективное самосознание, традиции, общественные институты, религиозная принадлежность. При этом наиболее важным считает самоидентификацию людей. Человек может идентифицировать себя на разных уровнях: к примеру, житель средневековой Германии мог считать себя арийцем, католиком, христианином, европейцем, представителем западного мира. Цивилизация же представляет собой наиболее обширную общность, с которой индивид себя соотносит. Эта самоидентификация подвержена изменениям, что, в свою очередь, влечет за собой перемены в составе и границах конкретной цивилизации.

© Себрова А.С., 2025

Рис. 1. Цивилизации на карте мира

Цивилизация способна охватывать обширные группы населения, как, например, Китай, который, по словам Люсьена Пая, является «цивилизацией, притворяющейся государством». Однако она также может быть немногочисленной, переплетаться и накладываться на другие. Западная цивилизация имеет две главные формы: европейскую и североамериканскую, в то время как исламская делится на арабскую, турецкую и малайскую ветви. Несмотря на различия, цивилизации остаются определёнными единствами. Их границы часто размыты, но при этом ощутимы. Цивилизации подвержены трансформациям: они переживают периоды расцвета и упадка, распадаются и объединяются. По оценкам А. Тойнби, история человечества насчитывает 21 цивилизацию.

Только восемь из них существуют в современном мире и находятся друг с другом в достаточно напряженных отношениях: синская (китайская), японская, индуистская, исламская, православно-славянская, западная, латиноамериканская, африканская (возможная), так как север Африки относится к исламской цивилизации, а юг насажден западными колониями со своей культурой.

По мнению Хантингтона, с окончанием эпохи «холодной войны» культурные различия стали основным фактором, определяющим мировое устройство. Он предполагал, что будущие конфликты будут возникать не между государствами, а между цивилизациями, считая, что в основе всех войн лежит столкновение цивилизаций, разделенных «линиями разлома». Если раньше конфликты возникали из-за политических и идеологических разногласий, то теперь они сместились на культурную почву. Наибольшую

угрозу представляют столкновения, происходящие вдоль этих линий разлома. Хантингтон предсказывал, что следующая глобальная война станет войной цивилизаций, где ключевым противостоянием будет конфликт между западной цивилизацией и остальным миром, который он назвал «центральной осью мировой политики». Автор утверждал, что в новом тысячелетии войны будут обусловлены культурными и идеологическими различиями, поскольку после «холодной войны» произошло разделение именно по этим признакам, особенно в противостоянии западного христианства исламу и православию. Американский антрополог У. Уоллис считал восточную границу западного христианства, сформировавшуюся к 1500 г., важнейшей разделительной линией в Европе, проходящей по нынешним границам Финляндии и России, стран Балтии и России и далее на юг. К северу и западу от этой линии преобладает население, исповедующее протестантизм и католицизм.

Иногда конфликты по линиям разломов представляют собой борьбу за контроль над народом. Гораздо чаще борьба идёт за обладание территорией. Целью, по меньшей мере, одного из участников конфликта является завоевание территории и освобождение её от другого народа путём изгнания, или физического уничтожения, или и того и другого вместе, что представляет собой «этническую чистку» [Хантингтон 2024, с. 444].

Хантингтон полагал, что навязывание западных принципов и стандартов другим культурам порождает международные разногласия. Стремление западных стран распространить демократические ценности и права человека в другие регионы мира лишь провоцирует новые конфликты. По мнению Хантингтона, эти конфликты могут перерасти в глобальную войну, причем наиболее вероятным источником напряженности является исламский мир. Демографический рост в исламских странах создает политическую нестабильность, которая может привести к столкновениям на границах исламской цивилизации. Эта опасность усугубляется отсутствием единого централизованного руководства. Как следствие, отдельные государства региона постоянно соперничают друг с другом, что создает благоприятную почву для возникновения конфликтов.

Сегодня западная цивилизация сталкивается с серьезной демографической проблемой: с одной стороны – сокращение рождаемости, а с другой – растущая и часто неконтролируемая миграция. Значительная часть мигрантов в Европу прибывает из мусульманских государств, что может способствовать размыванию западноевропейской культуры и дальнейшему культурному упадку Запада. Хантингтон, анализируя эти тенденции, предсказал, что ислам, будучи более молодой религией, чем христианство, находится в фазе активного развития. Для таких периодов свойственно экспансивное распространение и стремление закрепиться на новых территориях. В исламских странах наблюдается демографический подъем, что создает потребность в новых, желательно

развитых, землях. Хантингтон отмечал, что отношения между исламской и другими культурами часто характеризуются конфликтами и напряженностью. Основная проблема Запада при этом – вовсе не исламский фундаментализм. Это – ислам, цивилизация, убежденная в превосходстве своей культуры. Для ислама проблема – вовсе не ЦРУ и не министерство обороны США. Это – Запад, который убежден в универсалистском характере своей культуры. Вот компоненты того топлива, которое подпитывает огонь конфликта между исламом и Западом [Хантингтон 2024, с. 372]. Христианство в период с XV по XIX в. прошло через схожий этап мессианства, когда европейские страны активно продвигали свою веру по всему миру, добившись значительных успехов в обращении в веру большей части населения земного шара. Однако в настоящее время влияние западной культуры ослабевает. Она сталкивается с противодействием, в том числе со стороны китайской культуры и амбиций Китая, стремящегося к доминированию в Восточной Азии, что, как мы видим, уже становится реальностью.

Таблица 1

Противоречия цивилизаций

Сфера	Причины противоречий	Проявления противоречий
Политическая	1. Постоянные споры за территории 2. Конфликты интересов в вопросах безопасности 3. Борьба за сферы влияние между государствами 4. Противоречия международных организаций	1. Рост числа вооруженных конфликтов между странами 2. Терроризм 3. Проявление сепаратизма 4. Усиление геополитической напряженности
Экономическая	1. Проблема «Север – Юг» 2. Борьба за ресурсы 3. Неравномерность экономического развития стран 4. Созависимость стран друг от друга	1. Торговые войны 2. Экономические кризисы 3. Финансовый дисбаланс между государствами 4. Экономическая зависимость отстающих стран

Культурная	1. Утрата культурной идентичности 2. Языковой барьер 3. Навязывание культурных стандартов 4. Массовая культура вытесняет традиции	1. Культурная ассимиляция 2. Религиозные конфликты 3. Потеря языкового богатства и разнообразия 4. Ослабление традиционных ценностей

Столкновение цивилизаций возможно в разных масштабах. На локальном уровне общности, проживающие вблизи границ между различными цивилизациями, вовлечены в соперничество, нередко жестокое, за территории и доминирование. На глобальном уровне государства, представляющие разные цивилизационные блоки, конкурируют за первенство в военно-экономической областях, стремятся к лидерству в международных институтах и борьбе за влияние над другими странами, продвигая свои политические и религиозные идеалы.

В представлении Самуэля Хантингтона, Россия оказывает заметное влияние на текущую конфигурацию международных отношений. Важно подчеркнуть, что Хантингтон акцентирует внимание на значении православной цивилизации в этом контексте. Он рассматривает Россию как уникальную цивилизационную единицу, сформировавшуюся на основе наследия Киевской Руси и Московского княжества. Эта цивилизация обладает самобытной культурой, укорененной в византийских традициях и подвергшейся влиянию периода монгольского владычества. Это воздействие стало определяющим в формировании социальной структуры и культурных особенностей, отличных от западноевропейской модели. Таким образом, Россия, по мнению Хантингтона, представляет собой самостоятельный цивилизационный полюс в современном мире. Однако, Россия 1990-х гг. – явно разорванная страна, и западно-славянофильский дуализм оставался «неотъемлемой чертой национального характера» [Хантингтон 2024, с. 236].

В настоящее время Российская Федерация представляет собой самобытную цивилизацию и центр притяжения для русского мира, оказывая существенное влияние на глобальные процессы. На долю России возложена ответственная задача по поддержанию стабильности в международной системе. Ключевой целью является содействие мирному прогрессу всего человечества. В этой связи Россия намерена развивать взаимодействие с другими странами для предотвращения возникновения новых конфронтаций. Данные положения закреплены в обновленной Концепции внешней политики Российской Федерации, утвержденной указом Президента России 31 марта 2023 г. Россия – значимый

член международного сообщества, занимающий особое положение в современном мире. Несмотря на переживаемые трудности, включая усиление санкционного давления, страна продолжает активно участвовать в мировой политике и международных отношениях, оставаясь ключевым участником Совета Безопасности ООН, БРИКС, ШОС и других организаций. В сложившихся обстоятельствах Россия последовательно стремится к расширению экономических связей и укреплению дипломатических отношений с различными регионами мира, уделяя особое внимание сотрудничеству в сферах науки, культуры и спорта. Хантингтон призывал западных лидеров признать Россию как ключевое государство православной цивилизации и влиятельную региональную державу с обоснованными интересами в обеспечении безопасности своих границ.

В 1950-х гг. Лестер Пирсон высказывал предостережение: человечество движется к …эпохе, когда различные цивилизации научатся жить друг с другом, учась друг у друга, изучая историю, идеалы, искусство и культуру друг друга, взаимно обогащая жизнь каждой из них. Альтернативой в этом переполненном маленьком мирке будет непонимание, напряженность, столкновение и катастрофа [Pearson 1955, pp. 83-84].

К этому Хантингтон подчеркнул, что вмешательство Запада во внутренние дела других цивилизаций является серьезным фактором дестабилизации и потенциальной причиной глобального конфликта в многополярном мире.

Оправдались ли прогнозы Хантингтона? В последние десятилетия мы наблюдаем интенсивную трансформацию мира. Начиная с трагедии 11 сентября 2001 г., когда «Аль-Каида» совершила атаку на США, усилилось доверие к аналитическим предположениям Хантингтона о разногласиях между Западом и исламским миром. Последовавшие за этим действия западных стран в мусульманских регионах, равно как и теракты в Лондоне, Париже и других западных городах, как будто подтверждали его теорию.

Современные конфликты на Ближнем Востоке, включая Сирию, представляют собой внутренние распри в исламском мире, ставящие под сомнение концепцию о том, что причиной конфликтов является вмешательство Запада. Сотни военизированных группировок находятся в постоянной конфронтации. Отдельные политологи даже предполагают, что конфликты в этом регионе не прекратятся никогда. Соответственно, его «предсказание», несмотря на то, что оно подкреплено событиями 11 сентября, может быть подвергнуто критике со стороны аналитиков международной политики.

Украина в настоящее время представляет собой государство, где наблюдается разделение на две различные культурные группы. Граница, разделяющая западную культуру и православие, проходит через центр этой нации. Исторически западные регионы входили в состав Польши, Литвы и Австро-Венгерской империи. Значительная часть населения является адептами униатской церкви, сохраняя православные обряды, но

признавая верховенство Папы Римского. Религиозный фактор не единожды был частью политических конфликтов в этом регионе, «оранжевая революция» и дальнейшие события стали прологом к расколу православия. На Украине были внедрены западные установки: правительство в Киеве развернуло самую масштабную в современной истории кампанию преследования Украинской Православной церкви. Радикальные группировки устраивают акты вандализма в православных церквях, а монахи канонической православной церкви подвергаются преследованиям и изгнанию из монастырей.

Страны, состоящие из разнородных элементов и связанных слабыми узами, подвержены распаду. Вероятно, в будущем произойдет воссоединение территорий с государствами, имеющими близкую культуру, но осуществимо ли это? Пока неясно. Украина оказалась разделенной. Западная часть не обладает достаточным потенциалом, ресурсами и развитой промышленностью для независимого существования. Это дотационный регион, зависимый от западной помощи. Хантингтон рассматривал различные сценарии развития ситуации, включая наименее вероятный – вооруженный конфликт с Россией, который, однако, стал реальностью, подтвержденной событиями Майдана 2014 г. и Специальной военной операцией. Главный вывод Хантингтона таков:

> Если Запад и Россия достигнут согласия по принципиальным вопросам, то они не станут представлять друг для друга угрозы в долгосрочной исторической перспективе.

Теория Хантингтона не является фаталистическим прогнозом неизбежной войны между цивилизациями. Она подчеркивает важность уважительного диалога между различными культурными традициями. Для построения более гармоничного мирового порядка западным обществам следует признать право других цивилизаций на их уникальность, при этом защищая собственные ценности и интересы. В текущей ситуации особенно важно, чтобы разные цивилизации находили общий язык в решении глобальных проблем, сохраняя при этом свою культурную идентичность. Только через взаимное уважение и понимание можно избежать наиболее острых форм противостояния и установить более справедливый и стабильный мировой порядок.

Анализ публикаций западных экспертов, посвященных определенным проблемам, демонстрирует, что они рассматривают теорию «столкновения цивилизаций» Хантингтона с учетом ее достоинств и недостатков, а также оценивают ее методологический потенциал в исследовании и прогнозировании международных конфликтов в прошлом и будущем. К числу сильных сторон теории Хантингтона относят признание активной роли цивилизаций как участников социальных процессов и общественных изменений. В качестве слабых выделяют скрытое стремление американского социолога отвлечь внимание от стратегии США, направленной на установление мирового доминирования и однополярного мира, и

переключить его на межцивилизационные противоречия и столкновения. Следует отметить, что часть ученых принимает основные положения теории Хантингтона, но не согласна с его классификацией стран по цивилизациям. Другие же исследователи полагают, что главной причиной вооруженных конфликтов является не культурно-религиозная разница, а столкновение политических и экономических интересов государств.

Исследования, опубликованные за последние десять лет, показывают отсутствие консенсуса в западных научных кругах относительно правоты Самюэля Хантингтона. Дискуссия ведется вокруг того, являются ли цивилизационные различия основной причиной вооруженных конфликтов, или же политические и экономические мотивы государств играют решающую роль. В ряде случаев культурные особенности этносов действительно способствовали обострению конфликтных ситуаций. Однако, во многих других ситуациях столкновения возникали из-за политических, экономических или идеологических разногласий, что ставит под сомнение исключительную роль цивилизационных факторов.

В заключение необходимо отметить непреходящую актуальность концепции столкновения цивилизаций Самюэля Хантингтона для понимания современной международной политики. Несмотря на критику, нельзя отрицать возрастающее значение культурных и цивилизационных различий в формировании политических союзов и конфликтов в глобальном масштабе. Это особенно проявляется в усилении влияния религиозных убеждений на политические решения и в тенденции возврата к традиционным культурным нормам. Глобализация вместо создания единой мировой культуры часто усиливает разногласия между различными культурными группами.

Литература

Хантингтон 2024 – *Хантингтон С.* Столкновение цивилизаций. [пер. с англ. Т. Велимеева]. М.: АСТ, 2024. 640 с.

Pearson 1955 – *Pearson L.B.* Democracy in World Politics. Princeton: Princeton University Press, 1955. 134 p.

Защита прав прекарных работников. Кейс московских курьеров

Глеб А. Данилов

студент
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. Статья рассматривает забастовку курьеров Яндекс.Еда и создание профсоюза «Рабочий союз курьеров» (РСК) в декабре 2022 г. Исследуются причины протеста, условия труда, действия курьеров, реакция компании и государства, а также перспективы защиты прав прекарных работников. Исследование базируется на анализе видеоматериалов, документов профсоюза «Рабочий союз курьеров» и интервью с участниками, которые принимали участие в организации профсоюза и проведении забастовок, тем самым в исследовании были выявлены системные проблемы и потенциал коллективных действий.

Ключевые слова: прекарный труд, курьеры, забастовка, профсоюз, мигранты, самозанятость, эксплуатация, коллективные действия, юридическая защита, прекариат

Прекариат – принципиально новое образование, означающее социальный слой, который олицетворяет отчуждение не только от результатов труда, но и от всего общества значительных социальных групп, испытывающих особые, изощренные формы эксплуатации их труда, их знаний, их квалификации, что, в конечном счете, влияет на качество их жизни [Тощенко 2018, с. 6]. Прекарный труд – это одна из определяющих черт современной экономики, где работники сталкиваются с нестабильностью занятости, низкими доходами, отсутствием социальных гарантий и высоким уровнем эксплуатации. Курьеры Яндекс.Еда стали ярким примером прекариата: они работают в условиях жестких требований, непредсказуемой оплаты и постоянного давления со стороны компании. В декабре 2022 г. их недовольство вылилось в масштабную забастовку, проходившую с 20 по 25 декабря, и привело к созданию профсоюза «Рабочий союз курьеров» (РСК). Эти события не только обнажили системные проблемы в сфере прекарной занятости, но и продемонстрировали потенциал самоорганизации работников в условиях, казалось бы, полной зависимости от работодателя.

Цель этой статьи – подробно рассмотреть предпосылки протеста, условия труда курьеров, динамику забастовки, процесс создания профсоюза, реакцию компании Яндекс и государства, а также участие мигрантов в этих событиях. Для анализа было выполнено авторское исследование подходом кейс-стади; был рассмотрен отдельный случай забастовки, в рамках которого применялись методы анализа документов Революционной Рабочей Партии (РРП) и профсоюза «Рабочий союз курьеров», использованы данные

© Данилов Г.А., 2025

интервью, проведенные с участниками-организаторами профсоюза «Рабочий союз курьеров», которые позволяют понять, как курьеры и организаторы реагировали на проблемы и искали пути их решения. Контакты информантов для проведения интервью были переданы на основании их причастности к организации забастовок курьеров. Также в рамках кейс-стади проведен анализ видео-интервью с одним из ведущих организаторов профсоюза РСК – Нургазы Алибековым.

Основные проблемы. Условия труда курьеров Яндекс.Еда стали главным катализатором протестов. Одной из ключевых претензий было снижение тарифов. Если в 2020–2021 гг. курьеры могли зарабатывать 3500–4000 руб. за смену при 10–12 часах работы, то к 2022 г. оплата упала до 70 рублей за заказ. В результате дневной доход сократился до 1200–1500 руб., что в условиях высокой стоимости жизни в Москве (аренда жилья, транспорт, питание) стало критически недостаточным. Для мигрантов ситуация усугублялась необходимостью оплачивать патенты (5500–6900 руб. в месяц), что делало их особенно уязвимыми.

Система мультизаказов добавила проблем. Курьерам автоматически навязывали второй заказ, оплачиваемый всего по 35 рублей, что увеличивало нагрузку без адекватной компенсации. Зимой это приводило к дополнительным сложностям: термосумки не сохраняли тепло, а клиенты жаловались на холодную еду, что иногда влекло штрафы или отказ от оплаты. Курьеры требовали сократить зону доставки с 5–6 километров до 2, чтобы уменьшить физическую нагрузку и повысить эффективность работы.

Штрафы и произвол. Штрафная система Яндекса стала ещё одним источником недовольства. За опоздание на минуту курьер терял 3 рубля, а за невыход на смену штраф мог достигать 1800 руб. – почти дневной заработок. Эти санкции применялись автоматически, без учёта обстоятельств.

Для мигрантов штрафы были особенно болезненны. Языковой барьер и юридическая неграмотность мешали им оспаривать санкции, а риск депортации заставлял молча соглашаться с условиями. В документе «Профсоюз для самозанятых» описано, что самозанятость, на которой работают курьеры, лишает их социальных гарантий – оплачиваемых отпусков, больничных, пенсионных взносов, – превращая их в полностью зависимых от компании работников.

Для более конкретного анализа были взяты интервью у двух информантов:

Информант № 1, участвовавший в организации протестов, объясняет, что самозанятость и договоры гражданско-правового характера (ГПХ) – это инструмент экономии для компаний. Они позволяют избежать социальных взносов (30% от зарплаты

при трудовом договоре), перекладывая все риски на работников. Единственное преимущество самозанятости – гибкий график – могло бы сохраниться и при трудовом договоре, из-за чего становится заметна вся искусственность этой системы. Информант считает, что государство поддерживает такую модель, так как она выгодна бизнесу (налог 4–6% вместо 13% НДФЛ).

Информант № 2, сам работавший курьером, связывает ухудшение условий с монополизацией рынка доставки Яндексом. После поглощения конкурентов (например, Delivery Club) компания начала снижать ставки и ужесточать правила. Он приводит пример: курьер, у которого умерла мама, не смог выйти на работу (в свой слот), после чего компания начислила штраф в половину месячной зарплаты, хотя у него была уважительная причина пропустить смену.

Первые забастовки. Забастовка курьеров Яндекс.Еда, начавшаяся 20 декабря 2022 г., стала первым крупным коллективным протестом в этой сфере. По данным Нургазы Алибекова, одного из организаторов, на второй день в Москве бастовало 1500 человек, а по всей стране – более 3000. Протест развивался поэтапно: сначала небольшая группа курьеров объявила о забастовке в Telegram-чатах, затем к ним присоединились тысячи коллег, что усилило давление на компанию. Кульминацией стало 23–24 декабря, когда доставка в крупных городах практически остановилась.

Ключевым фактором успеха стало привлечение внимания общественности. Организаторы связались с депутатами КПРФ, которые подняли вопрос в Госдуме. Пример депутата Сергея Обухова, не сумевшего заказать еду в парламент из-за забастовки, стал символом её масштаба и получил освещение в СМИ.

Яндекс был вынужден реагировать. Компания ввела «умный таймер», который стал учитывать погодные условия и расстояние при расчёте времени доставки, а также повысила ставки в регионах (например, в Воронеже на 30%, с 70 до 91 руб. за заказ). Были пересмотрены правила мультизаказов: курьерам дали возможность отказаться от второго заказа без штрафа. Однако Яндекс преуменьшил масштаб протеста, заявив о 600 участниках против 3000–4000 по данным организаторов.

Информант № 1 привел данные, что забастовка охватила около 4000 курьеров, из них половина – в Москве. Это парализовало доставку в предновогодний период, вынудив Яндекс пойти на уступки. Он отмечает, что без координации с депутатами и СМИ эффект был бы меньше. Огласка защитила курьеров от репрессий и усилила их позицию. Уступки Яндекса (таймер, повышение ставок) он считает частичными и вынужденными, а не системным решением.

Однако информант № 2 описывает внутренние разногласия в движении. «Профсоюз-Курьер», существовавший ранее, откладывал забастовку и плохо информировал курьеров, что вызвало недоверие. Это подтолкнуло активистов к сотрудничеству с Революционной рабочей партией (РРП) и созданию РСК. Он подтверждает, что забастовка вынудила Яндекс повысить оплату в бастующих регионах, но подчёркивает её спонтанный характер: «Мы просто перестали выходить, и они запаниковали».

Создание «Рабочего союза курьеров» (РСК). «Рабочий союз курьеров» был зарегистрирован 17 декабря 2022 г. как часть Российского профсоюза работников и услуг (РПРиУ) и Союза профсоюзов России (СПР). Его цель – защита прав курьеров и других прекарных работников, включая самозанятых. Нургазы Алибеков, один из лидеров движения, подчёркивает открытость РСК: «Мы хотим объединить всех, кто работает в доставке и сфере услуг, независимо от статуса».

Регистрация профсоюза стала ответом на разногласия с "Профсоюзом-Курьер", который, по мнению активистов, был недостаточно решительным. Сотрудничество с РРП ускорило процесс, а юридическая поддержка РПРиУ дала РСК инструменты для борьбы с Яндексом.

РСК предоставил курьерам юридическую защиту. Профсоюз мог представлять их интересы в суде, вести переговоры с работодателем и оспаривать штрафы. Например, в одном из случаев РСК добился отмены штрафа за пропуск смены из-за смерти родственника. В тот момент в Telegram-чате профсоюза собралось около 1000 человек, что показывает высокий уровень поддержки.

Однако РСК столкнулся с трудностями: нехватка финансирования, давление со стороны Яндекса и страх работников, особенно мигрантов, вступать в профсоюз из-за риска увольнения или депортации.

Информант № 1 объясняет, что профсоюз – это единственный способ защитить самозанятых. Он может судиться с компанией, добиваться компенсаций и требовать изменений условий труда. Регистрация в составе РПРиУ и СПР дала РСК легитимность и защиту от властей. Информант приводит пример: профсоюз помог курьеру вернуть 5000 рублей, удержанных за «нарушение стандартов».

Информант № 2 подчеркивает роль РРП в создании РСК. После разрыва с «Профсоюз-Курьер» активисты обратились к РРП, которая помогла с регистрацией и мобилизацией. Он считает, что регистрация профсоюза напугала Яндекс, ускорив уступки. Однако он отмечает необходимость низовой инициативы: «Без чатов и агитации ничего бы не вышло».

Реакция Яндекса и властей. Яндекс пошёл на частичные уступки (пересмотр штрафов, мультизаказов, повышение ставок), но избегал прямого диалога с РСК. Компания занизила число бастующих, заявив о 600 участниках против 3000–4000 по данным организаторов в попытках минимизировать репутационный ущерб. Улучшения были точечными и не затронули системные проблемы, такие как самозанятость.

Власти заняли нейтральную позицию, не поддержав ни курьеров, ни Яндекс. Это типично для их отношения к прекариату: государство получает выгоду от самозанятости (низкие налоги, отсутствие обязательств), поэтому не вмешивается в конфликты. Депутаты КПРФ сыграли вспомогательную роль, но без системной поддержки со стороны государства курьеры остались один на один с компанией.

Информант № 1 считает, что государство не заинтересовано в защите самозанятых, так как это выгодно бизнесу. Налог в 4–6% вместо 13% НДФЛ и отсутствие социальных взносов снижают нагрузку на компании, но лишают работников будущего. Уступки Яндекса он называет «косметическими».

Информант № 2 подмечает, что регистрация РСК стала сигналом для Яндекса, что курьеры готовы к долгосрочной борьбе. Отсутствие доставки в Госдуму он считает публичным доказательством успеха протеста, но подчеркивает пассивность властей: «Им всё равно, пока это не их проблема».

Участие мигрантов в протестах. Мигранты на момент забастовок составляли до 70% в Москве от общего числа курьеров Яндекс.Еда, по оценкам активистов. Их положение особенно уязвимо: необходимость оплачивать патенты, штрафы и риск депортации делают их зависимыми от компании. Нургазы Алибеков упоминает трагические случаи: за 2022 г. 17 мигрантов погибли в ДТП, доставляя заказы за пределами зоны регистрации патента.

Несмотря на риски, мигранты активно участвовали в забастовке. Их отчаяние – низкие доходы, штрафы, отсутствие прав – стало движущей силой протеста. Однако языковой барьер и страх репрессий затрудняли их вовлечение в профсоюз.

Информант № 1 добавил, что самозанятость лишает мигрантов социальных взносов. Это выгодно компаниям, но не государству в долгосрочной перспективе. Он отмечает, что мигранты редко обращаются за помощью из-за незнания русского языка и законов.

Информант № 2 высоко оценил вклад мигрантов в забастовку. «Они бастовали, хотя могли потерять всё», – сказал он. Однако посчитал, что без юридической поддержки их участие останется ограниченным.

Перспективы защиты прав прекарных работников. Забастовка и создание РСК стали важным шагом в борьбе за права курьеров, но проблемы прекариата далеки от решения. Профсоюз планирует расширять протесты, привлекать новых членов и

добиваться законодательных изменений. Главная цель – переход от самозанятости и ГПХ к трудовым договорам, которые обеспечат социальные гарантии.

Информант № 1 видит решение в изменении законодательства. Запрет ГПХ и самозанятости в пользу трудовых договоров – единственный способ защитить работников. Он считает профсоюзы ключом к локальным и глобальным изменениям, но объяснил, что для развития необходима солидарность: «Один в поле не воин».

Информант № 2 называет трудовой договор главной целью прекариата. Он приводит пример Wildberries, где регистрация профсоюза привела к улучшениям, и настаивает на низовой инициативе: «Чаты и агитация – это основа». Однако он признает, что без массовой поддержки успех будет ограниченным.

Выводы. Забастовка курьеров Яндекс.Еда и создание РСК показали, что прекариат способен к самоорганизации и коллективным действиям. Частичные уступки Яндекса – «умный таймер», повышение ставок, пересмотр штрафов – стали первым результатом, но не решили системных проблем. РСК дал курьерам юридический инструмент борьбы, но его эффективность зависит от массовости и коллективности, финансирования и изменений в законодательстве, а участие мигрантов подтверждает социальную остроту конфликта, ведь их уязвимость требует не только локальных, но и глобальных решений в сфере прекарной занятости. Без солидарности работников и поддержки государства борьба прекариата останется борьбой за выживание, а не за права.

Литература

Тощенко 2018 – *Тощенко Ж.Т.* Прекариат: от протокласса к новому классу: Монография / Институт социологии ФНИСЦ РАН, РГГУ. М., 2018. 341 с.

Опыт международной академической мобильности Болонской системы в контексте российской системы образования

Арина Е. Бутысина
студентка
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Анастасия А. Зайцева

канд. социол. наук, доцент
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье рассматривается феномен международной академической мобильности на примере современной программы «Эразмус +», а также её эволюция как всеобъемлющей образовательной инициативы. Делается вывод о значительном вкладе программы Эразмус в развитие единого образовательного пространства Европейского сообщества и становление Болонской системы. Анализируются возможности и ограничения формирования внутрироссийской академической мобильности на примере опыта программы Эразмус.

Ключевые слова: академическая мобильность, международная академическая мобильность, Erasmus, внутрироссийская академическая мобильность

Введение. Болонская система представляет собой движение по созданию Европейского пространства высшего образования. Она была принята в 1999 г. и имела цель сменить эру стажировок, предполагая, хотя и временное, но более длительное пребывание зарубежом для обучения или работы – от семестра до учебного года. Во время такой формы обучения участники программы учатся полноценно, а не только изучают язык и ознакомительно отдельные дисциплины, но проходят полный семестровый или годичный курс, который им засчитывается по возвращении в базовый вуз.

Рассматривая академическую мобильность студентов и иных участников образовательного процесса, отметим, что болонский процесс различает две группы академической мобильности: 1) *внутренняя и внешняя*, которые предполагают программы обучения внутри своей страны и зарубежом соответственно; 2) *вертикальная и горизонтальная*. Первый вид мобильности предполагает полное обучение студента на степень в зарубежном вузе; второй – обучение зарубежом в течение ограниченного периода (полгода, год).

Развитие академической мобильности считается самой конкретной, легко трактуемой и непротиворечивой из всех задач Болонского процесса, так как мобильность одновременно выступает и задачей, и инструментом для достижения других его целей.

© Бутысина А.Е., 2025

Тем не менее относительно задолго (с 1973 г.) до подписания Болонской декларации уже были заложены основы того, что в дальнейшем в ней воплотилось с позиции развития Европейского пространства высшего образования. Речь идет о программе Эразмус, которая была учреждена в 1987 г., и до которой Европейской комиссией на протяжении 6 лет (1981–1986 гг.) уже проводились пилотные программы обмена студентами[27].

Развитие программ академической мобильности. В 1987 г. в программе Эразмус участвовало лишь 3,244 тыс. студентов из 11 (12) стран (Бельгия, Дания, ФРГ, Греция, Франция, Ирландия, Италия, Нидерланды, Португалия, Испания, Великобритания). Участие Люксембурга носит неопределенный характер ввиду особенностей получения высшего образования в этой стране [Брабанд, Пауэлл 2016], однако в документах и отчетах о проведении академической мобильности Эразмус Люксембург входит в состав участников.

Первый этап (1987–1994 гг.). В начале развития Эразмус были заложены принципы программы в рамках четырех действий, которые в дальнейшем получили развитие в усовершенствованных версиях системы мобильности Эразмус. Среди них: разработка общей учебной программы для вузов в государствах-членах программы Эразмус; предоставление грантов, покрывающих расходы на мобильность студентов; внедрение пилотной программы, известной как «Система перевода зачетных единиц за курс Европейского сообщества» (ECTS) и др.[28].

Второй этап (1995–2006 гг.). К середине 1990-х гг. у Европейского союза (далее – ЕС) было уже семь образовательных программ, в том числе Эразмус, «Сократ», «Comenius» и др. Однако такое разнообразие усложняло реализацию академической мобильности. После завоевания авторитета данными программами, а также ЕС в данной области, была проведена реформа, в результате которой образовались две зонтичные программы, объединявшие в себе все предыдущие – «Сократ», куда вошел Эразмус, и «Леонардо да Винчи» [Богатырева, Лескина 2018].

Структура программы «Сократ», существовавшей в два этапа (1995–1999 гг., «Сократ» II 2000–2006 гг.), состояла из следующих блоков: Comenius, Erasmus, Grundtvig, Minerva, Lingua [Erasmus 2002].

---

[27] History of ERASMUS Programme. 2013. Internet Archive. Wayback Machine. URL: https://web.archive.org/web/20130404063516/http://ec.europa.eu/education/erasmus/history_en.htm (дата обращения: 02.04.2025).

[28] Erasmus newsletter. Office for Official Publications of the European Communities, 1988. Luxemburg. № 2/87. 16 p. URL: https://aei.pitt.edu/81793/1/1987_Volume_-_No_2.pdf

Третий этап (2007–2013 гг.). Впоследствии программа «Сократ II» была заменена проектом ЕС «Обучение в течение жизни» (Lifelong Learning Programme), функционировавшая с 2007 по 2013 г., и объединяющая в себе четыре программы: Comenius, Erasmus, Grundtvig, Leonardo da Vinchi, Jean Monnet. Другие проекты в областях, актуальных для всех уровней образования, таких как изучение языков, информационно-коммуникационные технологии, политическое сотрудничество, а также распространение и использование результатов проектов, финансировались через «трансверсальную» (Transversal programme) часть программы.

Четвертый этап (2014–2020 гг.). Учитывая громкий успех программы Эразмус на протяжении многих лет, что доказывает неустанно растущее с каждым годом число как стран-участников, так и студентов (рис. 1), а также тот факт, что “Erasmus” был гораздо более широко известен, чем другие образовательные программы, было решено распространить бренд «Erasmus» на все ранее существовавшие академические программы (в т. ч. наряду с уже обозначенными образовательными проектами Erasmus Mundus, Tempus и др.), объединив их под расширением «плюс» – ErasmusPlus (Erasmus+), которое призвано напомнить, что программа Эразмус поддерживает больше секторов, чем просто высшее образование, как это было в начале ее развития. Помимо студенческой академической мобильности она включила в себя программы ЕС в области образования, профессиональной подготовки, молодёжной политики и спорта, в том числе Программу непрерывного образования («Lifelong Learning Programme») (рис. 2)[29].

[29] Erasmus+. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». «Наука и общество». 2014. URL: https://fp.hse.ru/erasmus (дата обращения: 02.04.2025).

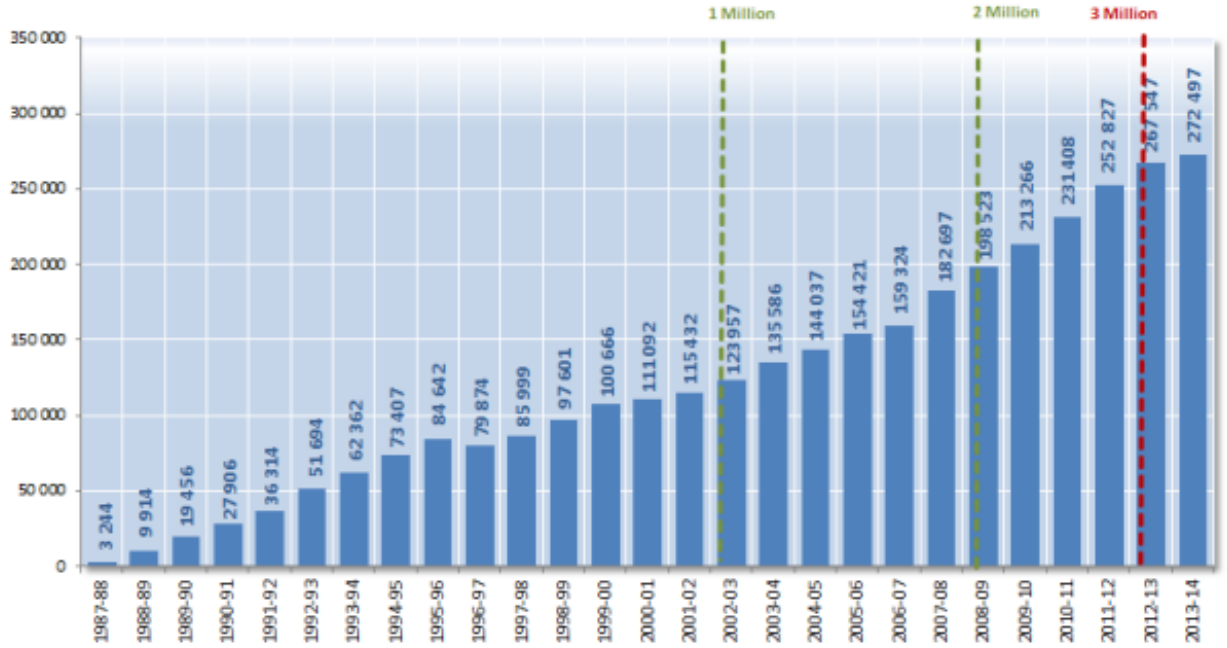

Рис. 1. Количество студентов в год, участвующих в программе ERASMUS в период с 1987/88 по 2013/14 гг.[30]

Пятый этап (2021–2027 гг.). На сегодняшнем этапе программа Эразмус+, сохраняя в себе прежние свойства, уделяет внимание их улучшению и новым приоритетам в развитии международного образовательного пространства: цифровизация, инклюзивность, устранение социальных, экономических, расовых, культурных и иных барьеров для потенциальных участников, внедрение «зеленых» технологий, расширение стран-участниц и стран-партнеров и т.д.[31] Главное отличие от предыдущего этапа – это расширение международного измерения: высшее образование, профессиональное образование, молодежь и спорт.

Таким образом, программа Эразмус во многом стимулировала развитие европейских и других вузов и качества предоставления образования, а также механизмы наднационального регулирования для координации этой деятельности. Впоследствии программа Эразмус простимулировала Болонский процесс, как единой европейской системы развития качества образования, принципами которой стали решения, разработанные еще на первых этапах становления Эразмус, а именно: прозрачные и

[30] European Commission. Erasmus: Facts, Figures & Trends. The European Union support for student and staff exchanges and university cooperation in 2013-2014. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2015. 40 p.

[31] Программа ERASMUS+ (2021–2027). О.Н. Олейникова. Информационная сессия по СВНЕ. 2021. URL: https://goo.su/9qZM9T (дата обращения: 02.04.2025).

сопоставимые степени, система перезачета единиц (ECTS), продвижение академической и профессиональной мобильности, единое и совершенствующееся качество образования и др.

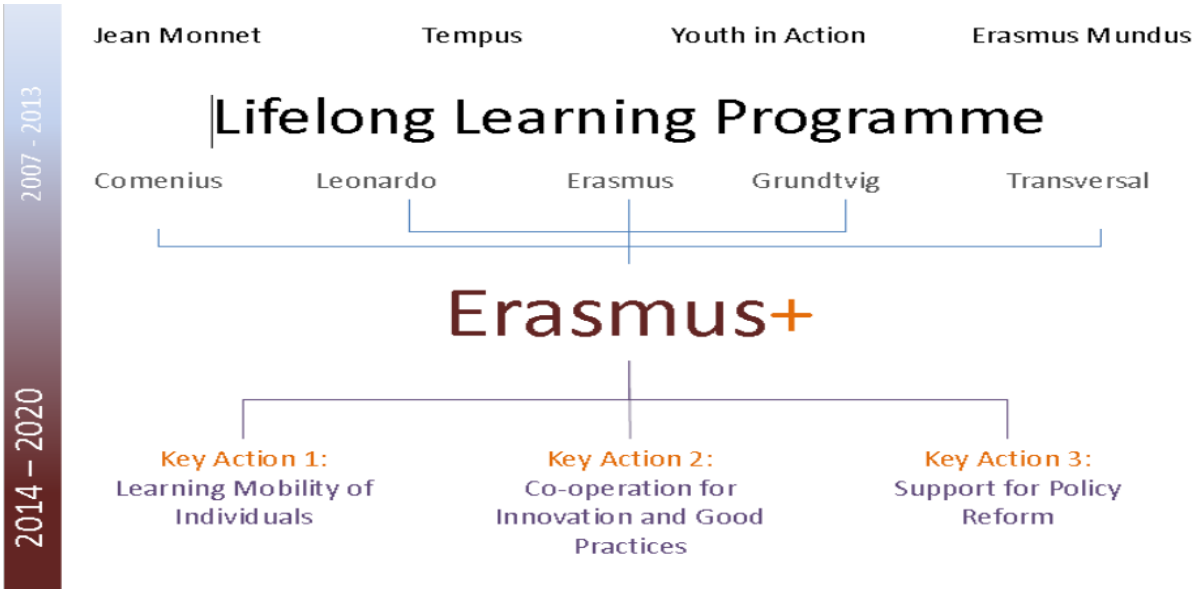

Рис. 2. Трансформация образовательных программ в ErasmusPlus[32]

Развитие программы Erasmus в цифрах. С целью проследить динамику развития образовательной системы Эразмус, были проанализированы годовые отчеты на разных этапах существования программы: за 1) 1989/90 уч. г., 2) 2008/09 уч. г., 3) 2014 г., 4) 2023 г., по трем выделенным показателям: 1) общий размер стипендиального фонда; 2) количество студентов (участников), в т. ч. по направлениям; 3) популярные образовательные программы. Данные критерии могут различаться в зависимости от периода, на которые пришлись анализируемые учебные года, ввиду вышерассмотренных трансформаций программы Эразмус.

Отметим, что Эразмус – это некоммерческая программа Европейского союза, которая финансируется Европейской комиссией, странами-партнерами и другими организациями. До 2014 г. бюджет определялся ежегодно, однако с трансформацией программы в Эразмус+ бюджет устанавливается на предстоящий период, т. е. 2014–2020, 2021–2027. Годовой бюджет принимается Бюджетным органом. Эти средства распределяются между университетами, исследовательскими центрами, преподавателями и студентами.

[32] Erasmus Plus. Quarter Mediation. URL: https://www.quartermediation.eu/fileain/content/images/Projects/Placet/Outcomes/5_QMED_Erasmus_plus.pdf (дата обращения: 02.04.2025).

I. Первым был рассмотрен 1989/90 учебный год, как начальный этап развития программы Эразмус, но более или менее устойчивый по прошествии двух лет с запуска[33].

1. Бюджет финансирования: 26,84 млн евро.
2. Количество студентов: 19 тыс. чел.
3. Популярные образовательные программы: языковые программы, бизнес-исследования, социальные науки, юриспруденция и инженерия.

II. Учебный год 2008/09 пришелся на уже сформированную программу Lifelong Learning после череды преобразований[34].

1. Бюджет финансирования: 416,36 млн евро.
2. Количество участников: 198 600 студентов, отправившихся на обучение и стажировку заграницу (в т. ч. 168 200 – на обучение); 36 400 сотрудников и преподавателей учебных заведений.
3. Популярные образовательные программы:
    a. социальные науки, бизнес-исследования и юриспруденция были самыми популярными предметами у студентов Erasmus, за ними следовали гуманитарные науки и искусство на втором месте и инженерия, производство и строительство на третьем месте.
    b. Самым популярным направлением для студентов, проходящих стажировку по программе Erasmus, был образовательный сектор, за которым следовал профессиональный, научно-технический и инженерный секторы.

III. Отчет за 2014 год как первом годе реализации программы Erasmus+ – новой программы ЕС по финансированию образования, профессиональной подготовки, молодёжной и спортивной деятельности[35].

1. Бюджет финансирования: 2,071 млрд евро.
2. Количество участников: 400 тыс. студентов высших и профессиональных учебных заведений; 100 тыс. волонтеров и молодых людей; 150 тыс. учителей, молодежных тренеров и других сотрудников.

---

[33] Student Mobility ERASMUS within 1989/90. A statistical profile. Kassel: Wissenschaftliches Zentrum fiir Berufs- und Hochschulforschung der Universitat Gesamthochschule Kassel, 1993.

[34] Erasmus Programme in 2008/09: the figures explained. European Commission. 2010. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/memo_10_267 (дата обращения: 02.04.2025).

[35] Erasmus+: The first year. European Commission. 2016. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/it/memo_16_143 (дата обращения: 02.04.2025).

3. Популярные образовательные программы/сферы мобильности в разрезе потраченного на них финансирования, ввиду расширения областей Эразмус+:
    a. Образование и обучение (69%).
    b. Молодежные программы (10%).
    c. Жан Монне (2%), в том числе поддержано 212 проектов программы.
    d. Спорт (1%), в том числе реализовано 50 некоммерческих спортивных мероприятий.
    e. Международное сотрудничество (12%).
    f. Другое (6%).

IV. Современный этап реализации программы за 2023 г.[36]

1. Бюджет финансирования: 4,5 млрд евро.
2. Количество участников:[37]
    a. Высшее образование – 495 тыс. чел., в том числе 383 тыс. студентов, 112 тыс. сотрудников.
    b. Профессиональное образование – 241 тыс. чел., в том числе 81% обучающихся и 19% персонала.
    c. Школьное образование – 314 тыс. чел., в том числе 68% школьников и 31% персонала.
    d. Обучение взрослых – 23 тыс. чел.
    e. Молодежные программы – 196 тыс. чел.
    f. Спорт – 600 спортивных сотрудников.
3. Популярные образовательные программы/сферы мобильности в разрезе потраченного на них финансирования:
    a. Образование и обучение (74%).
    b. Молодежные программы (9%).
    c. Жан Монне (1%), в том числе поддержано 391 проект программы.
    d. Спорт (2%), в том числе реализовано 705 некоммерческих спортивных мероприятий.

[36] Erasmus+ Annual Report highlights support for 1.3 million learning opportunities abroad and 32,000 projects in 2023. European Commission. 2024. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_6106 (дата обращения: 02.04.2025).

[37] European Commission: Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture, Erasmus+ annual report 2023. Publications Office of the European Union. 2024. URL: https://data.europa.eu/doi/10.2766/833629 (дата обращения: 02.04.2025).

e. Международное сотрудничество (9%).
f. Другое (5%).

Участие России в программе Эразмус. В 2004 г. Россия приняла участие в программе международной мобильности Erasmus Mundus (магистерские программы), однако самое ранее участие российских студентов и молодых ученых зафиксировано лишь в 2006/07 учебном году – 36 и 14 человек соответственно [Россия и ЕС 2007]. Следующий учебный год 2007/08 имел больше потоков академической мобильности, из которых консорциум планировал профинансировать около 310 индивидуальных поездок: студенты (104 чел.), магистры (76 чел.), докторанты (64 чел.), стипендиаты докторантуры после защиты докторской диссертации (34 чел.) и преподаватели (32 чел.) [Россия и ЕС 2007].

Специфика участия России в программе международного обмена заключалась в том, что она не являлась страной-участницей Erasmus, но была страной-партнером, что означало то, что Россия не участвует напрямую в программе мобильности, ввиду чего российский вуз не мог быть заявителем: чтобы сотрудничать с зарубежными вузами, участвующими в мобильности, российскому вузу необходимо скооперироваться с вузом из страны-участника Erasmus+. Тот или иной европейский университет, в свою очередь, должен подать заявку в Национальное Агентство Erasmus+ по месту своего пребывания. После успешного прохождения конкурса и до начала мобильности между вузами страны хартии Erasmus и страны-партнера (России) подписывается Межвузовское соглашение (Inter-Institutional Agreement), уже на основании которого осуществляется академический обмен.

Однако в 2022 г. Россия вышла из Болонской системы, в том же году Минобразования РФ порекомендовало остановить сотрудничество российских образовательных организаций с Европой и другими странами в рамках программы Erasmus+. Со стороны последней также последовало заявление о приостановке академического взаимодействия. В апреле 2021 г.сообщалось, что с 2014 г. участие в данной программе приняли более 13,2 тыс. российских студентов[38].

Сегодня академический обмен стал неотъемлемой частью международной деятельности российских учебных заведений, и что немало важно – показатели мобильности стали индикаторами эффективности их деятельности в отчетных формах Минобразования и науки РФ. Однако существует ряд ограничений, которые затрудняют

[38] Минобрнауки не рекомендует вузам РФ вести сотрудничество в рамках программы Erasmus+. Информационное агентство ТАСС. 2022. URL: https://tass.ru/obschestvo/14784105?utm_source=tass.ru&utm_medium=referral&utm_campaign=tass.ru&utm_referrer=tass.ru (дата обращения: 02.04.2025)

развитие академической мобильности в России как внешней, так и внутренней. Среди них неплановый характер такой деятельности, недостаточная разработанность механизмов реализации студенческого обмена, ограниченное финансирование, отсутствие необходимой инфраструктуры и др. Более того, участие в международных программах ставит на первый план вопрос о степени сопоставимости образовательных программ и зачета дисциплин. Сложность осуществления академической мобильности студентами усугубляется такой особенностью российского образования, как «кафедроцентричность», которая выражается, во-первых, в чтении большого количества фундаментальных дисциплин как подготовительных для последующей профилизации, без которых освоение программ на старших курсах будет затруднено. Во-вторых, в ранней специализации студентов, в то время как в программах европейского бакалавриата специализация не предусматривается вовсе. В-третьих, строгая продуманность образовательных программ в российских вузах не позволяет свободно варьировать последовательность изучения дисциплин. Данные ограничения особенно затрудняют осуществление академической мобильности зарубеж на этапе бакалавра [Харитонова 2012]. Возможно, именно в этой связи наблюдается более активная студенческая мобильность (анализируя СМИ) именно на этапе магистратуры в программе Erasmus Mundus (EMJMD), в которой российские студенты лидируют по числу стипендиантов[39]. Тем не менее в России есть примеры успешной реализации совместных образовательных программ как зарубеж, так и внутри страны. Одним из примеров последней является программа Внутрироссийской академической мобильности «ДВИЖ», реализуемая между пятью вузами: ИТМО, ВАВТ, МИФИ, СВФУ, РУДН.

Подводя итоги проведенного анализа развития и реализации программы Эразмус с момента её создания по сегодняшний день, можно заключить о все растущей популярности международной академической мобильности. Увеличивается как спрос со стороны студентов, преподавателей, иных сотрудников образовательного процесса, так и предложение от Европейского союза, цель которого – повышение качества образования в Европе, развитие мобильности и культурных связей студентов европейских и соседних с ЕС стран. Программа Эразмус стала базой построения Болонской системы образования.

[39] Российские студенты занимают лидирующие позиции по числу полученных стипендий программы Erasmus+. 2020. Представительство Европейского Союза в Российской Федерации. URL: https://goo.su/eiIDje (дата обращения: 02.04.2025).

Литература

Богатырева, Лескина 2018 – *Богатырева О.Н., Лескина Н.В.* Европейская программа ERASMUS: основные этапы и итоги развития (1987–2017) // Научный диалог. 2018. № 1. С. 124–134.

Брабанд, Пауэлл 2016 – *Брабанд Г., Пауэлл Дж.* Расширение системы высшего образования в Люксембурге как ответ на глобальные тенденции // Международное высшее образование. 2016. № 86. С. 35–36.

Россия и ЕС 2007 – Россия и ЕС на пути к общеевропейскому пространству высшего образования. Сценарии будущего: Сб. аналитических материалов по сотрудничеству в области образования со странами Европы в рамках реализации «дорожной карты» Россия – ЕС. М.: Издат. дом ГУ ВШЭ, 2007. 325 с.

Харитонова 2012 – *Харитонова О.В.* Академическая мобильность в пространстве высшего образования // ЧиО. 2012. № 2 (31). С. 41–45.

Erasmus 2002 – ERASMUS in the SOCRATES Programme. Findings of an Evaluation Study / Ed. by Ulrich Teichler. Bonn: Lemmens Verlags- & Mediengesellschaft, 2002 (ACA Papers on International Cooperation in Education). 241 p.

II. Иметь или быть: молодое поколение в современных российских реалиях

Модус «быть» в концепции шеринговой экономики глазами миллениалов

Ксения С. Плотникова

магистрант

Российский государственный социальный университет, Москва

Аннотация. В статье представлены описание концепции модусов «иметь» и «быть» Эриха Фромма, анализ проведения и обработки результатов прикладного социологического исследования общественного мнения по теме шеринговой социо-экономической модели в РФ, итоги исследования на тему совместного пользования от ВЦИОМ, сделаны выводы по возможностям «бытия» миллениалов в шеринге.

Ключевые слова: модус «иметь», модус «быть», шеринговая экономика, миллениалы, осознанное потребление, совместное пользование

Социолог и основоположник неофрейдизма Эрих Фромм анализировал два фундаментальных аспекта человеческого существования в работе «Иметь или быть?» – соответственно модус «иметь» и модус «быть». Модус «иметь» по Фромму – стремление к обладанию и накоплению материального, модус «быть» – тяга к творчеству, любви, самореализации. Автор указывал, что общество новейшего времени ориентировано на обладание внешними и вещественными благами, стремился развенчать миф о том, что эгоистическое преуспевание отчужденной (чувствующей себя чужой самой себе, не ощущающей себя хозяином своей жизни) личности с ориентацией на модус «иметь» ведет к росту и процветанию государства, и считал, что погоня за собственностью становится «новой религией», делающей людей агрессивными [Фромм 2000].

В эссе «Человек одинок» Фромм писал следующее:

Я исхожу из того, что потребление – это определенное человеческое действие, в котором участвуют наши чувства, чисто физические потребности и эстетические вкусы, то есть действие, в котором мы выступаем как существа ощущающие, чувствующие и мыслящие; другими словами, потребление должно быть процессом осмысленным, плодотворным, очеловеченным. Однако наша культура очень далека от этого. Потребление у нас – прежде всего удовлетворение искусственно созданных прихотей, отчужденных от истинного, реального нашего «я» [Фромм 1996, с. 2].

Данная цитата позволяет утверждать, что Фромм выступал за идею осознанного потребления.

В культуру осознанного потребления принято включать рациональное использование материальных благ, бережное отношение к ограниченным природным ресурсам, внимание к экологическим проблемам, сокращение, сортировку и переработку отходов, отказ от избыточного объема продуктов питания и предметов гардероба

© Плотникова К.С., 2025

[Завгородняя 2022]. Именно концепция осознанного потребления, то есть разумного использования товаров и услуг с целью отказа от ненужного, легла в основу шеринговой экономики.

Впервые термин «шеринговая экономика» был использован в 2008 г. Лоуренсом Лессигом, профессором Стэнфордского университета, и трактовался как «совместное пользование или аренда ресурса без передачи права на его владение». После этого в 2010 г. Ру Роджерс и Рэйчел Ботсман опубликовали монографию «Что мое – твое: рост совместного потребления», где представили историческое описание становления и функционирования шеринг-экономики; Ботсман также выступила на телепередаче Big Ideas, заявив, что шеринг как новая не только экономическая, но в первую очередь социальная модель изменит общество потребления. Рэйчел Ботсман приводила «иллюстрации» из реальной жизни: как пример, у многих в домах есть дрель, которую человек, согласно исследованиям, в среднем использует всего 10-15 минут за все время своего проживания в доме, что наталкивает на мысль об аренде дрели как более выгодного предложения в сравнении с покупкой [Авдокушин, Кузнецова 2019].

Таким образом, шеринговая экономика – это «долевая» экономика, экономика участия и сотрудничества, основной принцип которой – доступ к пользованию, а не владению каким-то благом [Адактилос и др. 2018].

Далее будут приведены результаты исследования, реализованного автором данной статьи в научной команде с коллегами [Гурьева и др. 2021]. Целью социологического исследования являлось определение отношения представителей русскоязычного общества к шеринг-модели и ее перспективам в современном мире. Для изучения общественного мнения был выбран метод анкетного опроса как оперативный, экономичный и удобный как для однократного, так и для дальнейшего многократного (в случае расширения исследования, например, перехода к лонгитюдному методу) использования. Опрос был направлен на конкретную целевую аудиторию – миллениалов, людей, рожденных в период примерно с 1986 и до 2000 г., активно использующих технологии, желающих показать свою индивидуальность, значимость, полезность [Бирженюк 2020]. В социологическом опросе, проведенного на онлайн-платформе Google Формы, приняли участие сто семнадцать человек, что позволяет говорить о пилотажном характере исследования, открывающего возможности для дальнейших, более глубоких исследовательских работ. Большинство опрошенных (95,7%) отметило, что предпочитает приобретать, нежели арендовать товары, что противоречит стереотипу о том, что миллениалы так же часто, как и зумеры, предпочитают пользование, а не владение ресурсом. При таком категоричном утверждении, однако, 43,6%, т. е. почти половина респондентов, отметили, что когда-либо пользовались

услугами шеринга, что означало следующее: россияне, пусть и медленно, но постепенно осваивают образ жизни, когда вместо долгих попыток копить на имущество можно получить необходимый функционал и положительные впечатления «в моменте», «здесь и сейчас».

Опрошенные подчеркивали, что за счет шеринговой модели чаще всего стремятся сократить транспортные расходы (59,8% опрошенных) либо затраты на развлекательную, досуговую деятельность (52,1%). Данные объясняются тем, что покупка и обслуживание автомобиля становятся все дороже в сравнении с каршерингом (арендой), а предметы для досуга часто носят сезонный характер и потому берутся на прокат (например, летом – электросамокаты и мангалы, зимой – лыжи и сноуборды).

Положительное отношение к шеринговой экономике из опрошенных выразили 33,3%, нейтральное – 41%, негативное – лишь 1,7%; оставшиеся 24% никогда не слышали о такой модели. Низкий процент негативно настроенных, наличие «нейтральных» и «незнающих» дает возможности для популяризации шеринговой идеи и привлечения новых пользователей данной социо-экономической модели. Интересным моментом является, что чаще всего респонденты выделяют как главное преимущество шеринга не экономию денег, а «повышение доступности различных товаров и услуг» (64,1%), «эффективное использование ресурсов и сокращение объемов отходов» (53%), увеличение скорости оказания услуг, гибкость и мобильность» (36,8%). Это означает, что основным мотивом аренды ресурса вместо его приобретения миллениалы видят все-таки в первую очередь стремление к осознанному, разумному потреблению, которое не несет существенного вреда окружающей среде. Экологическое самосознание, а не финансовое положение становятся первопричиной шеринг-поведения миллениала. Почти 80% опрошенных заявили, что считают шеринговую модель безопасной, 74,8% выдвинули предположение, что шеринг стоит регулировать на едином законодательном уровне, а 64,3% подчеркнули, что настолько доверяют шеринговым услугам, что порекомендовали бы их друзьям [Гурьева и др. 2021]. Все это также сигнализирует о возможности развития данной модели в российском обществе, привлечения большего внимания молодых людей к шеринговой экономике как концепции, дающей возможность сфокусироваться на модусе «быть», а не «иметь».

Стоит отметить, что 2022 г. Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) было проведено уже крупное исследование на тему совместного потребления. Было выявлено следующее: более половины россиян (56%) в той или иной степени осведомлены о возможности совместного пользования товаров и услуг, наиболее

востребованная услуга – аренда автомобильного транспорта (40%), а 90% среди практиковавших шеринг отзываются о своем опыте положительно[41].

Идея шеринга может выступать по-настоящему близкой людям поколения Y, поскольку миллениалы в силу своих личностных особенностей по достоинству оценивают возможности для путешествий и саморазвития, нового опыта и ярких впечатлений, которые предоставляют шеринговые платформы, предлагая самые разные услуги, начиная от аренды различных помещений (например, для путешественников или предпринимателей) и заканчивая онлайн-заказами работ от фрилансеров (например, на «Авито» можно выложить описание себя как репетитора или массажиста и найти клиентов). Миллениалы ценят социальные и доверительные связи, выстраивают устойчивый и экологичный образ жизни, готовы создавать новое, обладают гибкостью и способностью к различным видам самообразования, в том числе и к технологическому обучению – и все это является реализацией модуса «быть» в контексте социо-экономической модели совместного пользования, сотрудничества и участия.

Литература

Авдокушин, Кузнецова 2019 – *Авдокушин Е.Ф., Кузнецова Е.Г.* Экономика совместного потребления: сущность и некоторые тенденции развития // Экономический журнал. 2019. № 2 (54). С. 6–19.

Адактилос и др. 2018 – *Адактилос А.Д., Чаус М.С., Молдован А.А.* Шеринговая экономика // Economics. 2018. № 4 (36). С. 95–100.

Бирженюк 2020 – *Бирженюк Г.М.* Шеринг как новый ориентир образования // Инновационное развитие профессионального образования. 2020. № 2 (26). С. 12–21.

Гурьева и др. 2021 – *Гурьева М.А., Давыдова М.В., Плотникова К.С.* Шеринговая экономика: взгляд общества миллениалов // Устойчивое развитие предприятий, стран и регионов. 2021. С. 223–239.

Завгородняя 2022 – *Завгородняя А.С.* Культура осознанного потребления // Цифровая наука. 2022. С. 33–40.

Фромм 2000 – *Фромм Э.* Иметь или быть? Пер. с англ. М.: АСТ, 2000. 393 с.

Фромм 1996 – *Фромм Э.* Человек одинок: Пер. с англ. М.: Иностранная литература, 1996. 2 с.

[41] Совместное потребление: арендовать или покупать? ВЦИОМ Новости. 2022. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/sovmestnoe-potreblenie-arendovat-ili-pokupat?ysclid=m8hm81q578681237660 (дата обращения: 20.03.2025).

Факторы формирования уверенности в будущем у студенческой молодежи

Андрей И. Николаев

студент
Новосибирский государственный университет экономики и управления, Новосибирск

Светлана А. Каймыштаева

студент
Новосибирский государственный университет экономики экономики и управления, Новосибирск

Научный руководитель: Наталья Г. Сухорукова

канд. социол. наук, доцент
Новосибирский государственный университет экономики экономики и управления, Новосибирск

Аннотация. В статье анализируются факторы формирования уверенности в будущем у студентов. По результатам опроса 253 респондентов, обучающихся на разных направлениях профессиональной подготовки НГУЭУ, выявлено доминирующее влияние материальной стабильности и перспектив трудоустройства. Установлено, что максимальная уверенность преобладает у юристов, минимальная – у IT-специалистов. Результаты исследования имеют практическое значение для разработки молодежной социальной политики.
Ключевые слова: образ социального будущего, социальное самочувствие, уверенность в завтрашнем дне, социальные ожидания, социальный оптимизм, студенческая молодежь

Современный мир характеризуется высокой степенью неопределенности, которая проникает в различные сферы жизни, создавая многочисленные трудности и вызовы. Экономические кризисы, социальные изменения, геополитические конфликты и глобальные пандемии формируют сложную и динамичную среду, в которой особенно остро ощущается неустойчивость будущего. Одной из наиболее уязвимых социальных групп становится студенческая молодежь, сталкиваясь с необходимостью адаптации к быстро меняющимся условиям на стадии своей профессиональной социализации. Возникает потребность в изучении данной социальной группы, поскольку молодежь, несмотря на динамичность, открытость к переменам и стремление к самореализации, представляет мощный потенциал нестабильности. Недостаточное внимание к потребностям, ценностям и ожиданиям формирует вопрос относительно того, инициатором каких перемен может стать в ближайшем будущем студенческая молодежь. Самоощущение счастья действует стабилизирующим образом, обеспечивая сохранение определенного вида практик или их изменение в определенных рамках [Кузьмин, Каменева 2020, с. 2]. При этом самоощущение счастья у молодежи основывается не только на основании уже достигнутых

© Николаев А.И., Каймыштаева С.А., 2025

результатов, но и на интуитивном восприятии будущего, которое во многом определяется степенью уверенности в нем.

Анализ разнообразия научных публикаций позволяет увидеть, что уверенность в завтрашнем изучается в рамках различных научных подходов – психологического [Баймурзина, Бурханова 2022], экономического [Зубец 2022] и социологического, каждый из которых вносит свой вклад в понимание этого многомерного феномена [Дидковская, Трынов 2019].

В рамках социологического подхода отметим работу Я. В. Дидковской и Д. В. Трынова, где понимание социального самочувствия исходит из того, что для молодежи оно во многом определяется сформированным в ее сознании образом социального будущего, важнейшим компонентом которого выступают социальные ожидания [Дидковская, Трынов 2019, с. 205]. Авторы предложили собственную классификацию молодежи, в зависимости от социальных ожиданий: оптимисты, пессимисты, «ноувисты» (отказываются от размышлений о будущем, живут одним днем) и «терпеливые» (принимающие события такими, какими они есть, готовясь терпеть их последствия).

Основываясь на данной классификации в пилотажном социологическом исследовании, проведенном авторами данной статьи, изучалась уверенность в завтрашнем дне студентов. Методом анкетного опроса, в котором приняли участие 253 студента Новосибирского государственного университета экономики и управления (63% – девушки, 37% – юноши), было выявлено, что абсолютное большинство студентов задумываются о своем будущем и строят на него планы: половина планирует на ближайший год, а около трети – на ближайшие 5 лет. Более двух трети студентов в целом уверены в своем завтрашнем дне, и только пятая часть респондентов высказалась отрицательно. Отметим, что респонденты, ощущающие большую уверенность в будущем, чаще имеют четкий план на ближайший год или 5 лет.

Исследование факторов уверенности показало, что половина студентов нейтрально оценивает получаемое образование, около трети респондентов – скорее удовлетворены, вследствие чего можно сказать, что для многих учеба в НГУЭУ не является гарантией будущего благополучия, точнее, успехи в учебе не являются ключевым фактором уверенности в своем будущем. Среди факторов, оказывающих гораздо большее влияние были: финансовая стабильность (82%), вера в собственные способности (61%) и перспективы трудоустройства (53%). Таким образом, на уверенность в завтрашнем дне наибольшее влияние оказывают материальные факторы, но их студенты не связывают с успешной учебой в вузе.

По результатам опроса было установлено, что около двух третьих респондентов оценивают свое материальное положение как среднее, то есть средств хватает на удовлетворение основных потребностей, однако не всегда их достаточно на реализацию интересов и хобби. Пятая часть участников исследования положительно оценивает свои финансовые возможности и не чувствует затруднений в реализации всех потребностей, интересов и хобби. Менее 10% студентов указали на финансовые трудности и возможность удовлетворения исключительно базовых потребностей. Примечательно, что студенты, у которых хватает средств не только на удовлетворение базовых потребностей, но и на реализацию всех хобби реже отмечали полную уверенность в завтрашнем дне и чаще сомневались, по сравнению со студентами, ограниченными в реализации абсолютно всех хобби. Наличие этого противоречия требует более глубокого исследования, возможно, с привлечением дополнительных качественных методов.

Вследствие преобладания материальных ценностей в сознании студентов, важно также оценить их отношение к возможности трудоустройства после завершения обучения в вузе. Две трети респондентов уверены в том, что смогут найти работу после получения диплома об образовании, хотя признают, что могут столкнуться с некоторыми сложностями. Около 20% считают, что устроятся на работу без проблем. При этом студенческая молодежь различных направлений подготовки по-разному оценивает свои возможности трудоустройства. Наибольшей уверенностью в дальнейшем трудоустройстве обладают студенты юридических специальностей, а наименьшей – студенты IT-специальностей. Вместе с тем, студенты IT-специальностей меньше всех чувствуют уверенность в завтрашнем дне, это отметила примерно половина респондентов. Закономерно, что студенты юридических специальностей обладают наибольшей уверенностью (81%), участники исследования, обучающиеся на экономических и рекламных направлениях, занимают серединное положение (75% и 68% соответственно). Наиболее распространенной среди опрошенных стала стратегия наемного работника (59%). Стратегия отложенного профессионального самоопределения, суть которой заключается в том, что индивид в ближайшее время не планирует работать, а хочет продолжить обучение, например, в магистратуре, характерна для 21,1% респондентов. Наименее привлекательными оказались предпринимательская стратегия и стратегия эскапизма, которая проявляется в отсутствии желания и работать, и учиться (по 10% соответственно).

В ходе исследования были выявлены как положительные, так и негативные события, которые студенты ожидают в будущем. Наибольшую тревогу у респондентов вызывает экономическая нестабильность, включая рост цен, инфляцию и снижение уровня жизни. На втором месте по уровню беспокойства находится социальная нестабильность. Меньше

всего студентов тревожат политические риски, такие как протесты, ухудшение международных отношений, а также экологические угрозы. При этом более половины опрошенных связывают позитивные ожидания с личной жизнью: созданием семьи и рождением детей. Вторым по значимости положительным сценарием студенты считают развитие наукоемких отраслей и инновационных технологий. Более трети студентов отмечают, что произойдет увеличение информационной открытости, свободы в обществе, что объясняет относительно низкое положение возможной политической нестабильности в сознании студентов. Несмотря на высокий уровень тревоги по поводу экономической нестабильности, студенческая молодежь верит в возможность успешных экономических реформ, принятие законов, стимулирующих бизнес, и последующий подъем экономики. Таким образом, можно сказать, что студенты обладают негативными ожиданиями от будущего, однако, ввиду их высокой уверенности в завтрашнем дне, они также рассматривают и позитивные ожидания, включая возможные пути разрешения проблемных ситуаций, которые вызывают у них тревогу.

Основываясь на классификации, упомянутой выше, авторами был включен вопрос «Какие настроения, ожидания относительно ситуации в стране у Вас сегодня преобладают?», посредством которого было выявлено, что в студенческой среде преобладают «оптимисты» (29,2%), «терпеливые» (28%) и «пессимисты» (25%). Меньше (10,3%) всего оказалось «ноувистов» – тех, кто живет одним днем. Также выделилась небольшая группа (7,1%) затруднившихся с выбором.

Примечательным становится соотношение групп студенческой молодежи в разрезе направлений подготовки (рис. 1).

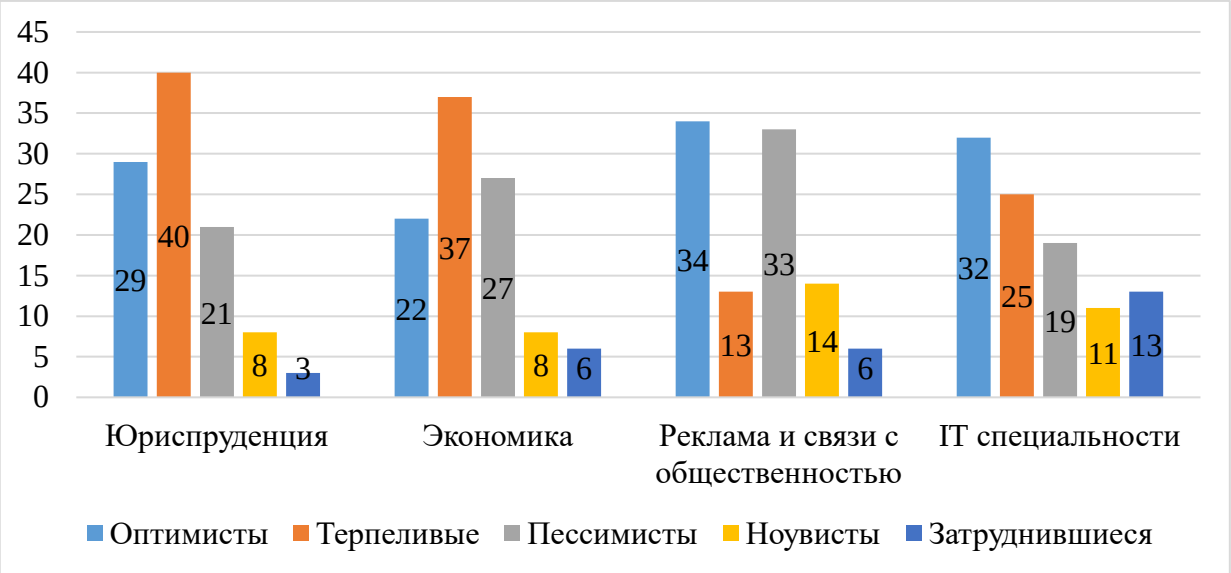

Рис. 1. Распределение категорий студенческой молодежи по направлениям обучения (%)

«Терпеливые» участники исследования преобладают среди юристов и экономистов. Это объясняется тем, что студенты этих направлений сталкиваются с пониманием сложных и, порой, негативных реалий текущего состояния экономики и правовой системы. Тем не менее, они осознают потенциал для изменений и роста, поскольку экономисты исследуют, как страны могут развиваться и процветать с помощью научно-обоснованных реформ и экономической политики. Юристы изучают нормы, регулирующие общественные отношения, и считают, что соблюдение прав и обязанностей необходимо для стабильного общества. Оптимисты более всего представлены среди студентов, обучающихся на рекламе и связи с общественностью и IT специальностях. Также студенты рекламного направления отличаются наивысшим количеством студентов, относящихся к пессимистам и «ноувистам».

На рис. 2 видно, что на первом курсе ноувистов больше, чем на последующих что, вероятно, связано с периодом адаптации к новой учебной среде, появлению новых знакомств и достижению ранее поставленной цели – поступление в вуз. Поэтому первокурсники не задумываются серьезно о своем будущем. На втором курсе ситуация меняется: здесь преобладают оптимисты (30%) и терпеливые (32%). Студенты этого курса уже адаптировались к учебе, начинают более уверенно смотреть в будущее и строить планы. На третьем курсе тенденция к оптимизму сохраняется: доля оптимистов остается высокой (30%). Однако на четвертом курсе картина меняется. Здесь заметно увеличивается число пессимистов и затруднившихся. Это связано с приближением окончания вуза, необходимостью выхода на рынок труда и определением ближайших жизненных целей. Многие студенты начинают испытывать тревогу из-за неопределенности будущего, что приводит к пессимистичным настроениям или затруднениям в выборе дальнейшего пути.

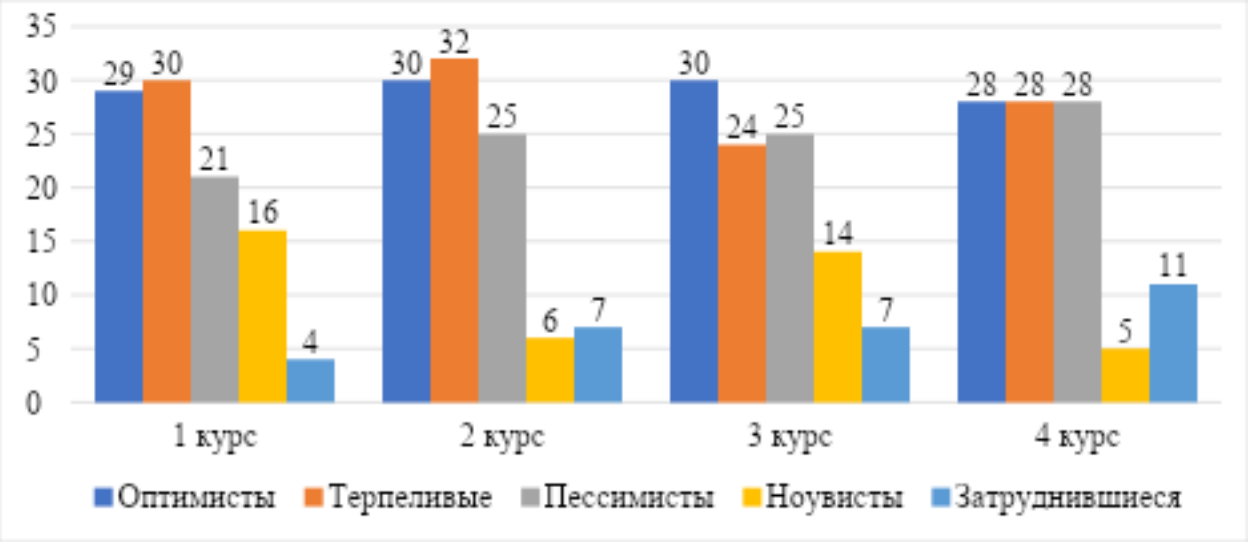

Рис. 2. Распределение категорий студентов по курсам обучения (%)

Более детальное изучение групп студенческой молодежи, в зависимости от социальных ожиданий, позволяет выделить их характерные черты:

1. Оптимисты положительно оценивают существующие условия и считают, что ситуация в стране будет улучшаться, вследствие этого у них на достаточно высоком уровне выражены стратегии продолжения обучения, трудоустройства в качестве наемного работника и создания своего бизнеса. Оптимисты чаще других категорий удовлетворены качеством образования и уверены в своих возможностях найти работу без особых проблем. Также в данной группе студенческой молодежи наибольшее количество респондентов абсолютно уверены в своих возможностях найти работу без особых проблем. У оптимистов не наблюдаются финансовые трудности: они могут удовлетворить базовые потребности, однако средства на реализацию хобби строго ограничены, и они относятся к выбору хобби, на которое они будут тратить свои средства разумно. Отметим, что свойственно планирование как на год, 5 лет, 10 лет, так и на всю жизнь.

2. Терпеливые наблюдают некоторые трудности в данный момент времени, вследствие чего они менее всех заинтересованы в построении бизнеса в настоящее время, поскольку считают, что ситуация в стране будет улучшаться и условия для их дела будут более комфортными в будущем. Вместо этого они предпочитают работать по найму или продолжать обучение, например, в магистратуре. У терпеливой группы студентов более всех выражены скорее положительные оценки получаемого образования, то есть они замечают негативные моменты, но для дальнейшего трудоустройства или поступления в магистратуру они могут их игнорировать. Терпеливые рассматривают, что могут возникнуть какие-то проблемы во время поиска работы, но в остальном уверены в трудоустройстве. Данная категория студенческой молодежи чаще всех отмечала ограниченность в финансах на реализацию своих хобби, но их базовые потребности всегда удовлетворены. Отметим, что в вопросах планирования терпеливые схожи с оптимистами.

3. Пессимисты не уверены в будущем и ожидают ухудшение ситуации, вследствие этого на достаточно высоком уровне у них выражена стратегия наемного работника. Примерно половина оценивает получаемое образование нейтрально, отмечая как положительные, так и негативные моменты, при этом с большим акцентом на положительные последствия, что можно интерпретировать как инструментальный взгляд на образование – способ в дальнейшем получить более высокооплачиваемую должность. При этом они больше всех не уверены в возможности своего трудоустройства, из-за трудностей в данном процессе, с которыми они не смогут справиться, а также недостатка их собственных способностей. В данной группе чаще всего встречаются студенты, отмечающие финансовые ограничения: средств хватает только на основные потребности,

на хобби их совсем не остается. При этом пессимисты ограничиваются краткосрочным планированием в основном на год или максимум на пять лет.

4. Ноувисты не задумываются о будущем и не ожидают улучшение ситуации в стране, из-за того, что живут сегодняшним днем. Вследствие этого у них наименее всего выражено желание продолжить обучение после окончания вуза и работать в качестве наемного работника. Ввиду того, что для них «отсутствуют последствия» в завтрашнем дне, ноувисты больше всех рассматривают себя в качестве предпринимателей или не желают ни работать, ни учиться вовсе. В данной группе чаще остальных встречаются студенты, оценивающие скорее негативно получаемое образование и считающие его преградой (*«Я уже работаю, учеба мешает»)*. Также они сомневаются по поводу дальнейшего трудоустройства, но ввиду их скорее негативной оценки образования и отсутствия взгляда в завтрашний день, можно сделать вывод, что их акцент делается не на квалификации (hard skills), а на способностях (soft skills), вследствие чего многие отмечали, что уже ведут трудовую деятельность. Отметим, что в данной группе чаще всего встречались студенты, оценивающих свое материальное положение крайне положительно: средств, помимо базовых потребностей, хватает на реализацию абсолютно всех хобби и увлечений. Ввиду высокой выраженности стратегии эскапизма, студенты данной группы довольно часто (27%) отмечали, что вовсе не обладают долгосрочными планами, но при этом часть студентов данной категории все же продумывает их на год, 5 лет, 10 лет или на всю жизнь.

5. Затруднившиеся с отнесением к вышеописанным категориям в некотором плане схожи с ноувистами – достаточно высоким желанием ни учиться, ни работать. Но вместо того, чтобы реализоваться в предпринимательской сфере, им свойственно оставаться с низкой профессиональной и учебной мотивацией. Более всех нейтральны к оценке своего образования. Они не задумываются о соотношении негативных или положительных моментов образования, поскольку не заинтересованы ни в учебной, ни трудовой деятельности. Поэтому они сами не знают, какую дать оценку процессу получения знаний и квалификации. Однако замечено большее смещение в сторону негативного. Затруднившиеся обладают самыми распространенными негативными оценками возможностей своего трудоустройства, или вовсе считают, что найти работу после завершения обучения не смогут. В данной группе чаще всего встречались студенты, отмечающие финансовые трудности и ощущающие трудности с удовлетворением базовых потребностей, например, *«финансов хватает только на оплату обучения»* или вовсе отказавшихся оценивать свои материальное положение. Данная категория студенческой молодежи схожа с пессимистами в вопросе планирования: они ограничиваются годом или

максимум 5 годами, но при этом чаще всех других групп здесь встречались студенты, отмечающие отсутствие долгосрочных планов вовсе.

Проведенное пилотажное исследование позволило выявить ключевые факторы, формирующие уверенность студентов в своем будущем, и показало, что это сложный, многомерный феномен, зависящий как от объективных условий, так и от субъективных установок.

Наибольшее влияние на уверенность в завтрашнем дне оказывают материальные факторы – финансовая стабильность, перспективы трудоустройства и вера в собственные силы. При этом интересно, что успешность получения образования не воспринимается студентами как гарантия будущего благополучия. Это говорит о том, что молодежь рассматривает учебу как один из возможных инструментов достижения стабильности, но не как единственный путь.

Будущие юристы и экономисты, несмотря на понимание сложности экономических и правовых реалий, демонстрируют высокую уверенность в своем будущем, занимая позицию «терпеливых». В то же время студенты IT-специальностей, даже осознавая востребованность своей профессии, испытывают тревогу, что может быть связано с несколькими причинами. Во-первых, вуз, где проводилось исследование (НГУЭУ), традиционно ориентирован на экономические и управленческие специальности, а его репутация в сфере IT-образования может уступать профильным техническим университетам. Это способно вызывать у студентов сомнения в конкурентоспособности своего диплома на рынке труда. Во-вторых, динамичность IT-сферы, требующая постоянного самообучения и высокой адаптивности, может вызывать у студентов тревогу за свою будущую профессиональную устойчивость.

Особого внимания заслуживает динамика уверенности в процессе обучения. Если первокурсники, погруженные в процесс адаптации, часто избегают долгосрочного планирования, то у выпускников на первый план выходят тревоги, связанные с поиском работы и профессиональной самореализацией. Это подчеркивает необходимость системной поддержки студентов на всех этапах обучения, включая не только академическое сопровождение, но и психологическую помощь, профориентацию, содействие трудоустройству.

Полученные данные имеют важное практическое значение. Они указывают на необходимость разработки целевых программ, направленных на снижение тревожности студентов и поддержку предпринимательских инициатив. В дальнейших исследованиях особое внимание следует уделить студентам IT-направлений, чья неуверенность, несмотря

на высокий спрос на их профессии, требует дополнительного изучения с помощью качественных методов, например, глубинного интервью или фокус-групп.

Литература

Баймурзина, Бурханова 2022 – *Баймурзина Г.Р., Бурханова Ф.Б.* Уверенность в будущем как фактор, влияющий на демографическое поведение в сфере рождаемости: обзор исследований // Вестник Южно-Российского государственного технического университета. Серия: Социально-экономические науки. 2022. Т. 15. №. 4. С. 41–51.

Дидковская, Трынов 2019 – *Дидковская Я.В., Трынов Д.В.* Социальное самочувствие и ожидания молодежи индустриального региона // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2019. Т. 12. №. 1. С. 202–214.

Зубец 2022 – *Зубец А.Н.* Уверенность россиян в завтрашнем дне как показатель экономического роста // Инновации и инвестиции. 2020. №. 10. С. 211–214.

Кузьмин, Каменева 2020 – *Кузьмин В. П., Каменева Т. Н.* Счастье в саморегуляции жизнедеятельности и настроений студенческой молодежи (на примере медицинского вуза) // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2020. Т. 11. №. 2. С. 1–12.

Способы повышения спортивной мотивации у детей и подростков: социологический анализ

Арина Е. Бутысина

студентка

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Анна В. Кученкова

канд. социол. наук, доцент

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье рассматриваются способы повышения тренером мотивации юных спортсменов и их интеграции в спортивное занятие, выявленные в результате авторского исследования – невключенного наблюдения за тренировочным процессом на примере занятия по тхэквондо МФТ. Делается вывод о необходимости внешнего воздействия со стороны тренера на воспитанников с помощью применения различных методов и форм организации занятия с целью повышения их уровня заинтересованности в спорте.
Ключевые слова: мотивация, повышение мотивации, спорт, юные спортсмены, дети и подростки, похвала, санкция

Высокий уровень спортивной подготовки во многом зависит от мотивации, которая является одной из основных составляющих спортивных успехов. Вопрос о методах её повышения особенно актуален для тренера, когда речь идет об еще юных спортсменах, которых необходимо не только замотивировать к постановке и достижению спортивных целей, но и заинтересовать в физической активности в целом. Мотивация – составное, многокомпонентное явление, которое имеет в своей структуре множество элементов, различающихся по важности и силе воздействия на общую заинтересованность в деле у каждого человека. Различные ученые выделяют свои компоненты или группы мотивации: мотивация, направленная на процесс, и мотивация, направленная на результат (Е.П. Ильин), общая мотивация и мотивированность спортсмена на конкретной тренировке (В.К. Сафонов, Ю.И. Филимоненко), соревновательная мотивация и тренировочная (Е.Г. Бабушкин) и др. [Донцов, Мостовая 2018].

Для достижения высоких спортивных результатов необходимо прибегать к тяжелым и систематическим тренировкам, поэтому требуется не только физическая, но и психологическая подготовленность, что тесно связано с системой мотивации спортсмена. Более того, у белее взрослых спортсменов, начиная с подросткового возраста, мотивация

© Бутысина А.Е., 2025

обычно подкрепляется рациональными и «внутренними» основаниями, такими как слава, стремление преодолеть личные страхи, желание стать чемпионом и др., без внешнего воздействия. В отличие от них, у юных спортсменов эти факторы еще не являются теми стимулами, которые побуждают их выходить за пределы своих возможностей и достигать цели, которые, как часто бывает у детей, важны не для них самих, а скорее для их тренера или родителей.

Исследователь Г.Д. Горбунов выделяет составляющие тренировочного процесса, которые бы создали и подкрепили основу для развития мотивации спортсменов в процессе спортивного занятия [Донцов и др. 2019]: 1) поставить перед спортсменом дальнюю цель, вне зависимости от этапа его подготовки; 2) сформировать у спортсмена установку на достижение успеха на соревнованиях; 3) ввод оптимального соотношения поощрений и наказаний; 4) создание атмосферы командного духа, формирование сплоченного коллектива, развитие и укрепление традиций команды; 5) привлечение самих спортсменов к обсуждению основных вопросов, относительно тренировок и соревнований; 6) повышение эмоционального фона спортивных занятий благодаря вариации и разнообразию тренировочных методов, форм организации тренировочного процесса, привлечение игрового и соревновательного методов и их чередование с тренировочным процессом. Взяв во внимание эти элементы, рассмотрим возможные способы интеграции юных спортсменов в тренировочный процесс и повышения их мотивации к последнему, исходя из результатов авторского исследования.

Авторское качественное исследование «Организация спортивного занятия тренером (на примере тхэквондо МФТ)». Метод – невключенное наблюдение за тренировочным процессом спортивного занятия по тхэквондо МФТ у одного и того же тренера в трех возрастных группах (условно разделенных наставником по возрасту и навыкам спортсменов на младшую (5–7 лет), среднюю (8–12 лет) и старшую (13 лет и старше)). Всего наблюдалось 6 занятий продолжительностью 1,5 часа каждое. Даты проведения: 30 апреля, 7, 8, 22 мая 2024 г. Место проведения: г. Краснознаменск, Московская область.

1. *Похвала.* Похвала как выражение одобрения, признания или восхищения по отношению к чьим-либо действиям, достижениям или качествам.

Похвала – эффективный инструмент мотивации, особенно для детей, который повышает их заинтересованность в конкретном деле и составляет её эмоциональную основу. Похвала подтверждает уже достигнутые результаты, при этом служа как поощрением последних, так и стимулом для будущих успехов. Но, главным образом, она укрепляет уверенность ребенка в собственных действиях и используется для подтверждения желаемого поведения, что делает ее мощным инструментом в

педагогическом воздействии, применяемом тренером, который является важной фигурой для еще юного спортсмена на первых этапах его жизни [Бутысина 2024]. Ведь воспитанники ввиду своего возраста «…в своих поступках ориентируются на реакцию взрослых, а не на собственные представления о моральных нормах и ценностях…» [Баулина 2007, с. 22], система которых у них еще не сформирована.

Согласно проведенному наблюдению, похвала может быть:

– по этапу оглашения: в процессе, по конечным результатам;

– по величине достижений: за крупные достижения, мелкие достижения;

– по степени публичности: публичная, частная.

Данные виды похвалы могут комбинироваться, имея определенную силу воздействия на мотивацию спортсмена. Рассмотрим некоторые из вариаций подробнее, подкрепляя рассуждения наблюдаемыми примерами.

1) «По результатам – за крупные достижения – публичная» имеет высокую силу в повышении мотивации, что обеспечивается, главным образом, за счет публичного оглашения. Гласное признание заслуг человека повышает как продуктивность его работы, порой косвенно обеспечивая в перспективе эффект Пигмалиона, так и его статус в глазах окружающих. Также наблюдение проводилось в первую тренировку после соревнований, так что удалось зафиксировать акт похвалы за крупные достижения, публичное заявление о которых у юных воспитанников вызвало восторг на лицах, возможно, смотивировав их в тот момент на улучшения своих навыков на предстоящем занятии. 2) «По результатам – за мелкие достижения – частная». Этот вид похвалы предполагает минимум огласки, адресуясь конкретному лицу «без посторонних ушей». Мелкость достижения состоит в том, что результат был получен в обыденных обстоятельствах, например, за работу на тренировке. Такая похвала осуществлялась при акте рукопожатия (в тхэквондо рукопожатие, сопровождающееся поклоном, является обязательным правилом этикета в качестве благодарности тренеру и прощания с ним) в конце тренировки за старания в её процессе.

Опираясь на два критерия дифференциации похвалы «по величине достижения» и «по степени публичности», можно выделить несколько её типов, характеризующихся различным уровнем силы в повышении мотивации получателя похвалы и окружающих его в тот момент людей (см. табл. 1). В представленной таблице отсутствует третий выделенный нам вид похвалы «по этапу оглашения» ввиду того, что, по нашему мнению, она незначительно влияет на уровень мотивации в долгосрочной перспективе, однако также играет важную роль: поощрение «в процессе» помогает спортсмену быть в тонусе на

протяжении данного занятия; похвала же «по результатам» мотивирует его к работе на следующей тренировке, однако в течение текущей, напротив, не принесет никаких плодов.

Таблица 1

Уровень мотивации спортсменов в зависимости от вида похвалы

Похвала	За крупные достижения	За мелкие достижения
Публичная	*высокий*	*средний*
Частная	*средний*	*низкий*

Подводя промежуточные итоги, можно сказать, что признание успехов помогает поддерживать мотивацию в процессе достижения целей. В любом случае, даже при неуспешных результатах, тренеру необходимо отметить прилагаемые усилия или, в успешном случае, достижения спортсмена, похвалив его.

2. *Санкции* (наказание и порицание). «Порицание – это вид негативной моральной санкции и метод воспитания, выражающийся в осуждении (как правило, публичном) поступков или явлений, которые признаются нравственно недопустимыми…»[44].

Отрицательная мотивация – вид побуждения, вызванный пониманием возможных неприятностей, наказания, неудобств в случае некачественного выполнения работы или её невыполнения вообще. Некоторые исследователи считают порицание равным или даже превосходящим по силе инструментом повышения мотивации человека наряду с похвалой [Ильин 2011, с. 301–302]. Желание избежать негативных переживаний стимулируют человека к надлежащему выполнению поручения или соблюдению требований. Порой именно удовлетворение от того, что человеку удалось избежать наказания, является более действенным и эффективным стимулом, чем реактивная негативная санкция. В воспитательной работе сила порицания зависит от педагогических навыков учителя: нужно уметь, не оскорбляя и не давя на ребенка, дать трезвую оценку его действий, хотя, может, и неприятную для него.

В результате проведенного наблюдения было отмечено, что тренер также прибегает к подобному виду мотивации, выражающаяся чаще всего в замечании как реакции на ненадлежащее поведение на занятии. Было зафиксировано несколько случаев, когда юный спортсмен баловался, что мешало заниматься не только ему, но и окружающим, так как отвлекало тех от занятия. Например, один ребенок при отработке ударов ногами не смог

[44] *Бим-Бад Б.М.* Педагогический энциклопедический словарь / гл. ред. Б.М. Бим-Бад. 3-е изд., стер. М.: Большая российская энциклопедия. 2009. 527 с.

удержать равновесие и упал и вместо того, чтобы подняться и возобновить упражнение, продолжил лежать на полу и смеяться, что рассмешило окружающих детей. Реакция тренера на такое поведение выразилась в порицании: «Что ты творишь, я не пойму. У нас здесь не брейк-данс» (Архив автора, с. 4)[45]. А затем последовало физическое наказание: тренер несильно хлестнул поясом лежавшего на полу ученика. При этом к физическому наказанию не обязательно относится непосредственный контакт тренера и спортсмена как, например, подзатыльник, удар и т. п., но также и наказания по типу стойки на кулаках, ОФП (общая физическая подготовка) и др. Словесное наказание может выражаться в упреке, выговоре или угрозе. Стоит отметить, что сделанное замечание было публичным, что обратило на себя внимание других воспитанников, которые прекратили смеяться и сосредоточились на задании, видимо, в попытке избежать возможной негативной реакции тренера в свою сторону.

В ходе наблюдения тренер однажды сказал всей группе спортсменов: «Сказать, что что-то плохо – это значит вас похвалить» (Архив автора, с. 7). Для уточнения смысла данного высказывания впоследствии тренеру был задан вопрос о его значении, в результате чего выяснилось, что тренер придерживается мнения, что слова о наличии у ученика недостатков, должны мотивировать его работать еще усерднее, не давая повода для гордости. По его словам, в (исследуемой) группе преобладают ученики, которые, получив похвалу, теряют желание стараться, считая, что уже достигли совершенства. Наряду с ними есть и другие спортсмены, которые еще более «выкладываются» после одобрения своих действий. Однако несмотря на это, спортивный коллектив является системой, из-за чего приходится ориентироваться на слабое звено, то есть на тех, кто воспринимает похвалу как «точку» и конец стараний, поэтому тренер, по своему мнению, не хваля спортсменов, таким образом подначивает стараться всех учеников: и тех, кто после похвалы работает усерднее, поэтому есть вероятность, что они, не получив свою порцию мотивации, будут добиваться её, и то большинство, которое опускает руки после одобрения своей работы.

Тренером также применяются такие методы отрицательной мотивации, как 1) угроза и 2) фактическая санкция. Так, одному из спортсменов тренер пригрозил тем, что отправит его всю тренировку сидеть «в углу», если тот не будет заниматься. Или перед тем, как

[45] Архив автора. Авторское качественное исследование «Организация спортивного занятия тренером (на примере тхэквондо МФТ)». Метод – невключенное наблюдение за тренировочным процессом спортивного занятия по тхэквондо МФТ у одного и того же тренера в трех возрастных группах. Всего наблюдалось 6 занятий продолжительностью 1,5 часа каждое. Даты проведения: 30 апреля, 7, 8, 22 мая 2024 года. Место проведения: г. Краснознаменск, Московская область.

давать команду о начале упражнения, тренер может смотивировать тем, что «на кону 300 приседаний», если задание будет выполнено некорректно. Угроза может так и остаться таковой, но в некоторых случаях – реализоваться. Поэтому порой человек может прибегнуть к *имитации* деятельности перед руководством, чтобы избежать наказания, что было также зафиксировано в ходе наблюдения.

Запись из дневника наблюдения: «Некоторые ученики баловались вместо того, чтобы упражняться, а внимание тренера было обращено к другим. Когда тренер освободился, балующиеся ученики повторили задание один раз на глазах у тренера, подошли к нему и сказали, что закончили. Тренер прокомментировал: «Я видел, как вы все сделали. Ты сейчас не в той стойке делал». Ученик заулыбался и протянул: «Даа...». Тренер велел им повторить упражнение, те молча (видимо, осознавая качество своей работы, не стали возражать) ушли на свое место, но не продолжили тренироваться, а баловались. Спустя пару минут тренер подошел к ним и сказал показывать, пригрозив: «на кону 300 приседаний». Ученики сразу же сосредоточились, начали демонстрировать то, что «отработали». Тренеру не понравилось – обоих наказал приседаниями» (Архив автора, с. 16). Из наблюдаемой ситуации видно, что юные спортсмены также прибегают к мухлежу, что, однако, если замечено, становится причиной санкций.

Подводя промежуточные итоги, можно сказать, что тренер применяет «и кнут, и пряник» для мотивации учеников, как индивидуально, так и для всей группы, в том числе публично. Однако некоторые исследователи считают, что публичное порицание вызывает у человека стыд и обиду, что мешает адекватному принятию критики. Это, в свою очередь, ухудшает отношения наставника с учеником и не способствует осознанию ошибок. Данная позиция перекликается с рекомендациями по эффективному руководству подчинёнными – «Ругай лично, хвали публично» [Зверева 2023, с. 116].

3. *Создание атмосферы командного духа*. Для создания фундамента мотивации и её последующего повышения необходимо сформировать сплоченный и дружный коллектив, а также укреплять командные традиции [Донцов и др. 2019]. Для этого могут организоваться мероприятия по типу тимбилдинга или применяться мотивационные фразы, которые бы подбадривали и в то же время объединяли участников команды.

В ходе наблюдения тренировочного занятия спортсмены выполняли технический комплекс (туль), перед началом которого тренер сказал: «Делаем дружно» (Архив автора, с. 7). Используя эту фразу, учитель наставляет детей быть сплоченным коллективом, ведь они команда, поэтому должны подстраиваться друг под друга, чувствовать себя как единый организм. Однако дети начали делать по-своему, разрозненно, каждый в своем темпе, за что последовала санкция: «все 10 приседаний», - наказал тренер. Вторая попытка: дети стоят в

стойке готовности, тренер говорит: «Вы должны делать как на чемпионате мира» (Архив автора, с. 7). Данное наставление является побуждением детей «выкладываться» на тренировке так же сильно, как и на соревнованиях, ведь приложенные усилия на занятии прямо пропорциональны результатам на крупных мероприятиях. После этого призыва выполнение туля стало более единым, дети обращали внимание на ритм и скорость друг на друга. Также пообщавшись с тренером, выяснилось, что он и на соревнованиях собирает детей вместе, чтобы те поддерживали друг друга, пока выступает их товарищ.

4. *Привлечение спортсменов к обсуждению основных вопросов занятия в роли компетентных лиц***.** Участие спортсменов в организации тренировочного процесса является уникальным источником мотивации к занятию спортом, поскольку таким образом они осознают, что их мнение учитывается. В ходе наблюдения было отмечено, что тренер вовлекает спортсменов в выполнение определенных ответственных задач, например, просьбой продемонстрировать предстоящее упражнения всей группе. В этот момент для ребенка важно показать его верно, ведь наблюдает не только тренер, но и сверстники, которые ожидают увидеть корректное выполнение задания, чтобы впоследствии самим его правильно исполнять. Сам же спортсмен сосредотачивается, чтобы, во-первых, не подвести тренера, доверившего ему такое важное задание, и во-вторых, не оступиться перед товарищами и не стать предметом шуток.

Подобный способ включения в тренировочный процесс имеет больший вес в сравнении с обычным занятием, так как ученик не только выполняет указанное, но и самостоятельно демонстрирует свои знания и навыки. Для него это может быть возможностью показать другим свою компетентность, что также может повысить самооценку спортсмена.

5. *Разнообразие тренировочных методов и форм организации спортивного занятия.* Такой способ мотивации особенно эффективен в младшей группе спортсменов, члены которой находятся в возрасте, когда основной формой деятельности выступает игровая. Обычно для детей 3–6 лет занятия спортом – очередная игра. Если на тренировке преобладает специфическая спортивная подготовка, ученики быстро устают и теряют концентрацию внимания, поэтому важно чередовать формы организации занятия с разной степенью эмоциональности и уровня дисциплины, которая отличает тренировку от тематического кружка. Считается, что занятие без дисциплины – это компания друзей; с дисциплиной – группа спортсменов[46].

[46] Дисциплина на тренировке. Новости. Официальный сайт МБУ ДО «СШОР по самбо и дзюдо «Витязь» имени И.И. Пономарева». 2023. URL: https://xn--80acduevpup5h5a.xn--p1ai/about/news/36223/?ysclid=m8emxpio5y682422546 (дата обращения: 10.03.2025)

В ходе проведенного наблюдения было отмечено, что для воспитанников младшей и средней групп в качестве разминки применяется игра, которая не только хорошо разогревает тело, но и позволяет повеселиться, чтобы несколько снизить уровень желания веселья и баловства в течение последующей тренировки. После разминки следует само занятие, которое сопровождается в младшей группе, в частности, интеграцией игровой деятельности в выполнение упражнений. Так, в ходе исследования наблюдалась ситуация, когда дети учились прыгать в стэпе[47], поэтому тренер разделил их на пары. Однако вместо того, чтобы сконцентрировать внимание учеников на всех аспектах корректного выполнения упражнения: скорость, ритм движения, быстрота реакции и т. д., что было реализовано в старшей группе, тренер предложил спортсменам поиграть в пятнашки, когда те, находясь в стэпе подобно реальному спаррингу, должны ловко, быстро и как можно незаметнее коснуться плеча оппонента (схоже с игрой в «салки», но на месте), таким образом отработав технику как стэпа, так и удара руками, когда необходимо не просто нанести удар «куда-то», но в конкретную точку. Подобное упражнение позволяет не только отрабатывать спортивный базис, до совершенства исполнения, которого ученикам требуется время, но и повеселиться.

6. Общая мотивация. К общей мотивации мы отнесли те инструменты, которые не смогли отнести ни к одной из вышеперечисленных групп, а также те, что не имеют конкретизированный характер. Разберем на зафиксированных в процессе наблюдения примерах, которое проводилось в период подготовки детей к аттестации, поэтому темой тренировок во всех группах являлась последняя. В начале занятия тренер уточнил, кто собирается идти на аттестацию, добавив: «Потому что на аттестацию идут только самые лучшие!» (Архив автора, с. 4). В данном утверждении прослеживается побуждение спортсменов к проверке своих навыков и знаний. Если спортсмен считает себя лучшим, то он должен развиваться, регулярно проверяя себя. Или же спортсмен хочет стать лучшим, поэтому примет решение пойти на аттестацию, которая является формой контроля, изученного за время тренировок, когда, в отличие от соревнований, спортсмен заявляет о качестве своих навыков и знаний, подтверждая их, в первую очередь, самому себе.

Иным примером общей мотивации являются вышерассмотренные высказывания тренера «Сказать, что что-то плохо – это значит вас похвалить», которое не относится к конкретному действию, конкретной ошибке, но носит общий характер того, как дети занимаются, по мнению тренера, и которое используется с целью мотивации как

[47] Стэп в тхэквондо – это маневрирование, короткие движения (прыжки, шаги), производимые спортсменом для контроля дистанции между собой и соперником. Является способом защиты и уклонения от ударов благодаря быстрым и своевременным передвижениям без использования блоков.

заинтересованных, так и незаинтересованных спортсменов; и «Вы должны делать, как на чемпионате мира», которое побуждает юных спортсменов работать на тренировке так же усердно, как на соревнованиях, тем более чемпионате мира.

Вывод. Мотивация является переменной и динамичной величиной, которая меняется с возрастом спортсмена и уровнем его мастерства: растут навыки – растут и цели, а значит и методы мотивации к их достижению.

Несомненно, что не всё и не всегда сразу получается на тренировках, что является нормой. Тренеры знают и понимают, что их работа не ограничивается спортивной подготовкой воспитанников. Хороший наставник умеет мотивировать на совершенствование в разных сферах жизни, учит контролировать эмоции и прививает любовь к спорту, воспитывая в ученике дисциплину, ответственность и целеустремленность. При этом важно учитывать индивидуальные особенности каждого спортсмена и применять те мотивационные приемы, которые подходят именно ему.

Литература

Баулина 2007 – *Баулина М.* Волшебная сила похвалы / М. Баулина // Здоровье школьника. 2007. № 7. С. 22–24. URL: https://www.za-partoi.ru/article.150.html (дата обращения: 06.03.2025).

Бутысина 2024 – *Бутысина А.Е.* Тренер по спорту как «значимый другой» в процессе социализации ребенка // Социологический нарратив 2024: Вызовы социального: вчера, сегодня, завтра: Сб. ст. по материалам XXIII Всерос. науч. конф. студентов и аспирантов. М.: РГГУ, 2024. С. 196–200.

Донцов, Мостовая 2018 – *Донцов В.В, Мостовая Т.Н.* Структура мотивации в спортивной деятельности // Наука-2020. 2018. №1–2 (17). С. 67–74.

Донцов и др. 2019 – *Донцов В.В.* Основы методики формирования спортивной мотивации / В.В. Донцов, Ю.Н. Старовойтов, Т.Н. Мостовая // Наука-2020. 2019. № 3 (28). С. 96–103.

Зверева 2023 – *Зверева Н.В.* Магия общения: Практика успешной коммуникации. М.: Альпина Паблишер. 2023. 316 с.

Ильин 2011 – *Ильин Е.П.* Мотивация и мотивы. СПб.: Питер, 2011. 512 с.

За кулисами патриотического воспитания (на примере города Москвы)

Полина В. Чехонина

студентка
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Валентина С. Слобожникова

д-р полит. наук, профессор
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. Статья посвящена изучению восприятия учащимися современной системы школьного патриотического воспитания. На основе авторского социологического исследования среди московских школьников автор выделяет особенности отношения подростков к формам и содержанию патриотического воспитания. Удалось установить, насколько декларируемые цели и задачи школьного патриотического воспитания соответствуют реальным интересам учеников и какие методы воспитания оказываются наиболее эффективными, а какие – наименее.

Ключевые слова: патриотизм, гражданско-патриотическое воспитание, учащиеся, школа, интериоризация ценностей, концепция патриотического воспитания

В условиях современной геополитической нестабильности и нарастающей внешнеполитической конфронтации особое внимание в России уделяется вопросам национального единства, сохранения исторической памяти и формирования гражданской идентичности. Начиная с 2022 г., патриотическое воспитание приобрело характер приоритетного направления современной государственной политики, что во многом обусловлено внешними вызовами, внутренним запросом на консолидацию российского общества и «государственным заказом» на формирование поколений, ориентированных на ценности служения Отечеству.

Нормативная правовая база последних лет ясно отражает эту тенденцию. В 2020 г. Указом Президента РФ № 474 от 21 июля 2020 г. были утверждены Национальные цели развития Российской Федерации на период до 2030 г., среди которых – воспитание гармонично развитой, социально ответственной и патриотичной личности, приверженной традиционным российским духовно-нравственным ценностям[49]. В июле 2021 г. в Федеральный закон № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» были внесены

© Чехонина П.В., 2025

[49] Указ Президента Российской Федерации от 21.07.2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» // Официальный сайт Президента России. URL: http://www.kremlin.ru/acts/bank/45726 (дата обращения: 21.04.2025).

существенные поправки, согласно которым все образовательные учреждения обязаны реализовать рабочие программы воспитания, включая компоненты гражданско-патриотического воспитания[50]. С 2023 г. реализуется Федеральный проект «Патриотическое воспитание», входящий в состав национального проекта «Образование», утвержденный Правительством РФ[51]. В рамках проекта обозначен круг целей и задач, способных обеспечить эффективную модель патриотического воспитания на федеральном и региональном уровнях.

Вместе с тем, основополагающим идеологическим документом, заложившим фундамент всей государственной политики в данной сфере, остается Концепция патриотического воспитания граждан Российской Федерации, одобренная 21 мая 2003 г.[52]. Она продолжает сохранять свою методическую значимость как основу для разработки и реализации программ гражданско-патриотического воспитания, обеспечивая преемственность подходов и целевых установок.

Дополнительным стимулом для активизации воспитательной работы может косвенно выступать Указ Президента РФ об объявлении 2025 года Годом защитника Отечества, прозвучавший в рамках заседания Государственного совета[53]. Это своего рода демонстрация политической и идеологической значимости темы патриотизма, призванная не только подчеркнуть роль исторической памяти и воинской доблести (80-летие Победы в Великой Отечественной войне), но и актуализировать задачу формирования устойчивой гражданской идентичности среди молодежи через интериоризацию базовых патриотических ценностей – таких как верность Родине, уважение к истории, готовность к служению на благо общества и государства.

---

[50] Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (последняя редакция) «Об образовании в Российской Федерации» // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/ (дата обращения: 21.04.2025).

[51] Федеральный проект «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации» национального проекта «Образование» с 2021 по 2024 г. // Официальный сайт Министерства Просвещения Российской Федерации. URL: https://edu.gov.ru/national-project/projects/patriot/ (дата обращения: 21.04.2025).

[52] Концепция патриотического воспитания граждан Российской Федерации (одобрена на заседании Правительственной комиссии по социальным вопросам военнослужащих, граждан, уволенных с военной службы, и членов их семей (прокол № 2 (12)-П4 от 21.05.2003)) // Гарант. URL: https://base.garant.ru/6148105/ (дата обращения: 21.04.2025).

[53] Путин объявил 2025 год Годом защитника Отечества // Информационное агентство «ТАСС», 20 декабря 2024. URL: https://tass.ru/obschestvo/22733621 (дата обращения: 21.04.2025).

В современных условиях активизации государственной политики в сфере патриотического воспитания очень важно исследовать обратную реакцию общества. В этом контексте особенно значимо изучение мнения учащихся, поскольку именно они являются непосредственными адресатами школьных программ патриотического воспитания. Таким образом, в статье рассматривается вопрос, как современные ученики старших классов относятся к идее и формам патриотического воспитания в образовательном процессе; какие мероприятия патриотической направленности вызывают искренний отклик, а какие – воспринимаются как навязанные и формальные? Ответы на поставленные вопросы позволят не только оценить результативность реализуемых воспитательных практик, но и определить уровень ее соответствия интересам молодого поколения.

Система патриотического воспитания
в государственной образовательной политике

Под системой патриотического воспитания, согласно Концепции патриотического воспитания граждан Российской Федерации, подразумевается «систематическая и целенаправленная деятельность органов государственной власти и общественных организаций по формированию у граждан высокого патриотического сознания, чувства верности своему Отечеству, готовности к выполнению гражданского долга и конституционных обязанностей по защите интересов Родины».

В структуру патриотического воспитания включены соответствующие государственные учреждения, общественные организации, нормативно-правовая и духовно-нравственная база воспитательной, образовательной и массовой просветительской деятельности, а также комплекс мероприятий по формированию патриотических чувств и сознания российских граждан[54].

В этом контексте патриотическое воспитание выступает как многоуровневая система, охватывающая все сферы (институты) социализации личности. Особое место в данной системе занимают образовательные организации. Так, именно в школьной среде создаются условия для последовательного включения учащихся в патриотическую повестку – через рутинный учебный процесс, воспитательные программы, внеклассные мероприятия и социально-ориентированные практики. Школа в этом смысле становится

[54] Концепция патриотического воспитания граждан Российской Федерации (одобрена на заседании Правительственной комиссии по социальным вопросам военнослужащих, граждан, уволенных с военной службы, и членов их семей (прокол № 2 (12)-П4 от 21.05.2003)) // Гарант. URL: https://base.garant.ru/6148105/ (дата обращения: 21.04.2025).

важнейшей площадкой, где патриотические ценности приобретают не декларативный, а прикладной характер, находя отражение в повседневных действиях. При этом школьное воспитание в полной мере должно опираться на актуальные предписания правительства и законодательную базу РФ при организации патриотической работы.

Основной целью всей патриотической работы декларируется

…развитие в российском обществе высокой социальной активности, гражданской ответственности, духовности, становлении граждан, обладающих позитивными ценностями и качествами, способных проявить их в созидательном процессе в интересах Отечества, укрепления государства, обеспечения его жизненно важных интересов и устойчивого развития[55].

Таким образом, ожидаемый результат патриотического воспитания значительно шире, чем просто формирование чувства принадлежности к стране. Государство, выстраивая систему патриотического воспитания, фактически стремится к формированию не просто патриота «по названию», а деятельного гражданина, осознающего свою личную ответственность за будущее страны.

Однако реализация данных целей сталкивается с рядом вызовов, активно обсуждаемых в научном и общественном дискурсе. В частности, в молодежной среде фиксируются антипатриотические настроения, протестные установки и проявления идеологического экстремизма, способные оказывать деструктивное влияние на процессы общественной консолидации. Как отмечается в исследованиях, отсутствие четкой гражданской позиции у части молодежи, слабая идентификация с образом Родины, недостаточная сформированность чувства сопричастности к жизни страны создают благоприятную почву для идеологических манипуляций и подрыва ценностных основ, лежащих в основе патриотического воспитания [Ретинская, Мурзина 2022, с. 46].

Более того, несмотря на усилия государства по институционализации патриотического воспитания, его эффективность (достижение конечной цели) не является гарантированной, ведь воспитание патриотизма – это не одномоментное действие, а длительный процесс, требующий полного включения личности. Как справедливо отмечает С.Е. Матушкин, нельзя отрицать и существование «естественных» основ патриотизма, формирующихся независимо от институциональных и нормативных факторов. Речь идет о таких глубинных компонентах, как привязанность к родной земле, любовь к родному языку и народу, уважение к культурным традициям и обычаям, которые являются частью внутреннего духовного мира человека [Матушкин 2011].

[55] Там же.

Учитывая обозначенные цели, задачи и потенциальные трудности в реализации патриотического воспитания, становится особенно важным анализировать, как данная система воспринимается ее непосредственными участниками – школьниками. Ведь именно через призму их отношения, мотивации, вовлеченности и эмоционального отклика можно судить об эффективности предпринимаемых усилий.

Система патриотического воспитания
в оценке учеников (нам примере московской школы)

Для выявления реальной картины обратимся к результатам авторского социологического исследования под названием «Патриотическое воспитание в системе среднего общего образования в оценке учащихся», проведенного в марте 2025 года. Исследование проводилось путем массового анкетного онлайн-опроса на базе сервиса «Yandex Forms» среди учеников 10–11 классов государственного бюджетного общеобразовательного учреждения г. Москвы «Школа № 1222 имени Маршала Советского Союза И.Х. Баграмяна». В опросе приняли участие 100 респондентов, равномерно распределившихся по полу (50% мужчин и женщин соответственно). 56% участников опроса – учащиеся 10-х классов, 44% – 11-х. Выборка охватывает практически весь спектр профилей обучения: гуманитарный (44%), технологический (25%), универсальный (18%), социально-экономический (12%) и естественно-научный (1%, наименее представленный).

Так, обращаясь к существующим опасениям в отношении молодежных антипатриотических настроений, показателен ответ вопрос «Как бы ты сам(-а) себя охарактеризовал(-а) – как патриота своей страны или нет?»: 78% респондентов определяют себя, как патриотов своей страны, против 11%, не считающих себя таковыми, еще 11% затруднились выразить определенную позицию. При этом патриотическая самоидентификация чаще встречается среди девушек (41% девушек vs. 37% юношей).

Более того, показатель значимости в жизненной системе ценностей школьников таких положений, как «историческая память и преемственность поколений», «гордость за страну» и «единство народов России» составил 4.2, 4 и 3.7 баллов соответственно (по шкале от 1 до 5, где 1 – совершенно не важно, а 5 – крайне важно). Эти данные позволяют говорить о достаточно высоком уровне интериоризации патриотических ценностей, воспринимаемых не как внешне навязанные, а как отрефлексированные и внутренне принятые.

В целом, данные опроса показывают достаточно высокий уровень самоидентификации себя как патриота среди учащихся старшей школы. При этом можно говорить и о положительной динамике по сравнению с предыдущими годами: по данным

социологического проекта «#МЫСЧИТАЕМ» (2022 год), две трети подростков (64%) в возрасте до 18 лет заявили, что считают себя патриотами России[56]. Таким образом, патриотизм остается значимой ценностью для современных школьников и демонстрирует тенденцию к укреплению.

Сам патриотизм понимается и трактуется учениками, в первую очередь, как «чувство любви к Родине (месту моего рождения)» – такую формулировку выбрали 48% опрошенных. Наименее популярным определением стало «готовность защищать свою страну (государство) в случае необходимости» (8%). Таким образом, школьники вполне осознанно проводят семантическое разделение между государством и Родиной: 71% респондентов согласились с утверждением, что эти понятия не тождественны, и только 12% считают их полностью совпадающими.

Возникает закономерный вопрос: в какой степени заявленная учащимися патриотическая позиция соотносится с реализуемым в школе патриотическим воспитанием? В этом контексте особо значимо отношение школьников к роли школы в формировании патриотических ценностей, в частности – должна ли она в принципе заниматься патриотическим воспитанием подростков? Подавляющее большинство респондентов (60%) выразили поддержку данной идее – это вдвое больше тех, кто придерживается противоположного мнения (31%). Так, школа воспринимается не только как место учебы, но и как пространство, где закладываются основы гражданской идентичности и ценностных ориентиров.

Для более глубокого понимания того, насколько патриотическое воспитание действительно воспринято в школьной среде, необходимо проанализировать отношение учащихся к конкретным формам и практикам, через которые эта воспитательная функция реализуется.

Среди представленных в опросе патриотических мероприятий наибольшая доля учащихся указала участие в уроках «Разговор о важном» (тематические классные часы) – 15,3%. Второе место заняла церемония поднятия государственного флага и исполнения гимна России (10,8%), за которой следует участие в смотре строя и песни (9,5%). Подобные результаты являются вполне закономерными: данные мероприятия входят в перечень обязательных школьных форматов, закрепленных в методических рекомендациях Министерства просвещения РФ и реализуемых в регулярном режиме.

[56] Исследование: 64% подростков считают себя патриотами России // Официальный сайт ФГАИС «Молодежь России». URL: https://fadm.gov.ru/news/65564/ (дата обращения: 23.04.2025).

Отношение самих учащихся к обязательному характеру таких мероприятий оказалось неоднородным: 41% школьников положительно оценивают факт их обязательности, в то время как 23% выразили активное несогласие с таким подходом, а еще 32% придерживаются нейтральной позиции.

В отношении необязательных форм участия наибольшую популярность среди старшеклассников получили мероприятия, связанные с вовлечением в деятельность военно-патриотических организаций и клубов («Юнармия», «Движение первых») – 8,5%. Сопоставимыми по уровню участия оказались такие формы, как акция «Бессмертный полк» (8%) и экскурсии в музеи Москвы, посвященные истории и культуре (также 8%).

Важно отметить, что участие учеников в патриотических мероприятиях является актом их собственной воли (личного выбора), нежели следствием принуждения со стороны. Так, 33% опрошенных заявили, что принимают участие в подобных активностях по собственному желанию, однако при этом осознают определенное влияние со стороны ближайшего социального окружения. Например, наиболее часто инициаторами вовлечения школьников в патриотические мероприятия выступают классные руководители – именно их 21% респондентов отметил, как своеобразный источник мотивации к участию в мероприятиях.

Тем не менее, сам факт участия в мероприятиях еще не свидетельствует о степени их воздействия и значимости в сознании школьников. Важно установить, какие именно формы патриотического воспитания вызывают у учащихся наибольший эмоциональный отклик**,** а какие, напротив, не вызывают интереса или сопричастности.

По данным авторского исследования, наибольший подъем патриотических чувств школьники испытывают во время участия в таких мероприятиях, как акция «Бессмертный полк» (16%), деятельность военно-патриотических клубов, организаций («Юнармия», «Движение первых») – 11,1%, а также волонтерская деятельность (10,8%) и церемония поднятия государственного флага и исполнения гимна (8%). Несколько менее выраженный, но все еще положительный отклик вызывают викторины, конкурсы, выставки, смотр строя и песни, уроки «Разговоры о важном» (тематические классные часы) и шефская помощь ветеранам ВОВ и СВО – каждое из этих мероприятий отметило по 7% респондентов.

В то же время наименьший отклик отмечен в отношении образовательных экскурсий в музеи г. Москвы и школьный музей (5,9% и 5,2% соответственно). Также низким оказался интерес к уходу за памятниками и мемориалами и театральным постановкам на патриотическую тему – по 3,8% соответственно. 4,5% опрошенных школьников указали, что ни одно патриотическое мероприятие, проводимое в школе, не вызывает у них подъем чувств.

При этом среди переживаемых школьниками эмоций во время участия в патриотических мероприятиях преобладают положительные. Наиболее распространенными чувствами являются сопереживание и сочувствие (21,1%), чувство гордости (20,2%), а также воодушевление и подъем духа (15,5%). Фиксируется и определенный уровень негативных эмоций: безразличие (4,7%) и скука (4,2%). Еще 5,2% опрошенных учащихся отметили, что не испытывают никаких чувств вне зависимости от содержания и формата мероприятий.

Для углубленного анализа восприятия школьниками патриотического воспитания в школе был проведен кластерный анализ, позволивший выделить типы учеников с близкими установками. На основании шкалы значимости патриотических ценностей (гордость за страну, сохранение исторической памяти и преемственности поколений), эмоционального отклика на мероприятия, характера участи и самоидентификации были сформированы три кластера, каждый из которых отражает определенный тип отношения к патриотическому нарративу в школе. Результаты кластерного анализа представлены в табл. 1.

Таблица 1

Типы учащихся по результатам кластерного анализа

Показатель	Тип 1: вовлеченные патриоты	Тип 2: формально поддерживающие	Тип 3: сдержанные и нейтральные
Самоидентификация как патриот страны	1	1	3
Ценность «гордость за страну»	5	2	2
Ценность сохранения исторической памяти и преемственности поколений	5	5	2
Испытываемое чувство гордости	0,64	0,5	0,17
Испытываемое чувство сопереживания и сочувствия	0,61	0,5	0,17
Испытываемое чувство безразличия	0	0	0,17
Испытываемое чувство скуки	0	0	0
Характер участия в мероприятиях (добровольность)	0,79	1	0

Исходя из данных таблицы, отчетливо выделяются три типа учеников:

1) Тип «вовлеченных патриотов» – объединяет учащихся, демонстрирующих высокую степень идентификации с патриотическими ценностями. Все респонденты в этой группе считают себя патриотами, максимально высоко оценивают значимость «гордости за страну» (среднее значение – 5 баллов) и «исторической памяти» (5 баллов). Их участие в

мероприятиях чаще всего добровольное (0,79 из 1) и сопровождается выраженными позитивными эмоциями: гордостью (0,64) и сопереживанием (0,61). Безразличие и скука в этой группе практически отсутствуют. Это ученики, которые не просто следуют формальным требованиям, а вовлечены в патриотическую повестку на уровне личной мотивации и эмоционального отклика.

2) Тип «формально поддерживающих» – включает школьников, также идентифицирующих себя как патриотов. Здесь наблюдается менее выраженная оценка ценности «гордости за страну» (2 балла), но сохраняется высокая значимость исторической памяти (5 баллов). Участие в мероприятиях – преимущественно добровольное (даже выше, чем в первом кластере – 1,0), при этом уровень эмоционального отклика, более умеренный: гордость и сопереживание выражены у половины опрошенных (0,50). Этот тип учащихся, вероятно, принимает патриотическую программу скорее, как норму, чем как внутреннюю убежденность, демонстрируя лояльность, но без ярко выраженной личной вовлеченности.

3) Тип «сдержанных и нейтральных» – соединяет учеников с наиболее отчужденной позицией по отношению к патриотическому воспитанию в школе. Учащиеся этой группы не считают себя патриотами (среднее значение самоидентификации – 3), слабо разделяют предложенные патриотические ценности (по 2 балла за оба критерия) и участвуют в мероприятиях исключительно формально (добровольность – 0,00). Эмоциональные реакции выражены слабо: гордость – 0,17**,** сопереживание – 0,17, а также фиксируется умеренный уровень безразличия – 0,17. Это группа, демонстрирующая низкий уровень ценностной и эмоциональной включенности, что может указывать на необходимость особого подхода в работе с такими учащимися.

Заключение

Исследование показало, что в целом современные школьники относятся к патриотическому воспитанию с умеренным интересом и избирательным доверием. Для большинства из них патриотизм ассоциируется с культурной идентичностью, исторической памятью и чувством принадлежности, а не с формализованными или идеологизированными установками. Это определяет склонность к восприятию тех форм воспитания, которые являются добровольными, содержательными и эмоционально значимыми.

Формальные мероприятия, проводимые по стандартной схеме, воспринимаются как менее привлекательные и часто вызывают ощущение навязанности. В то же время, инициативы, предполагающие личную включенность, диалог и уважение к индивидуальной позиции, вызывают больший отклик.

Таким образом, отношение школьников к патриотическому воспитанию нельзя назвать однозначно позитивным или негативным – оно скорее нейтрально-прагматичное, с акцентом на личную значимость и аутентичность происходящего. Это требует пересмотра подходов к воспитательной работе, ориентируясь не только на задачи, поставленные сверху, но и на реальные интересы и ценности подростков.

Дальнейшие исследования целесообразно направить на изучение взглядов педагогов, а именно классных руководителей, так как именно они играют ключевую роль в реализации программ патриотического воспитания в школе, задают тон взаимодействия с учащимися и формируют ту воспитательную (безопасную) микросреду, в которой закладываются основные ценностные ориентиры и установки подростков.

Литература

Матушкин 2011 – *Матушкин С.Е.* Воспитание патриотизма как педагогическая проблема // Вестник ОГУ. № 11 (130), 2011. С. 196–200.

Ретинская, Мурзина 2022 – *Ретинская В.Н., Мурзина И.А.* Гражданско-патриотическое воспитание молодежи в современном российском обществе: актуальные проблемы и перспективы развития // *П.О.И.С.К.* 2022 (1). С. 45–52.

Мотивы и барьеры участия молодёжи в работе общественно-политических объединений

Елизавета В. Агеева

студентка
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Марина Ю. Милованова

канд. ист. наук, доцент
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье представлены результаты социологического исследования политического активизма молодежи, выполненного качественным методом глубинного интервью 12 респондентов. Ведущими мотивами участия являются идейная и идеологическая составляющие, желание влиять на решения органов власти и желание подняться по карьерной лестнице. При этом препятствиями для вхождения являются отсутствие веры в возможность что-то изменить, слабая информированность и незаинтересованность общественными делами.

Ключевые слова: молодёжь, мотивация, факторы участия, общественно-политическая деятельность, политические организации, общественные объединения

Молодёжь от 14 до 35 лет составляет четверть населения Российской Федерации – 37 млн человек[58]. В общественном мнении устойчива позиция о низкой степени политического участия молодежи. Для молодежи в приоритете семейные ценности (94%), тогда как ценности социальные – участие в общественной и политической жизни (52%) и участие в волонтерской и добровольческой деятельности, помощь другим людям (49%) – заняли последнее место в списке их ценностных ориентаций[59]. По данным другого исследования интерес к политике проявляет 37% молодых людей, а половина (50%) опрошенных отмечает отсутствие возможности влиять на политическую жизнь в стране[60]. В связи с этим возрастает необходимость изучения причин слабой вовлеченности молодежи в общественно-политические организации, ведь именно новое поколение в скором времени войдёт в публичную систему власти, государственные структуры управления, сферу

© Агеева Е.В., 2025

[58] Всероссийская перепись населения 2023 года. Росстат. 2024. URL: https://rosstat.gov.ru/vpn_popul (дата обращения: 11.03.2025).

[59] Ценности молодежи. Всероссийский центр общественного мнения. 2022. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/cennosti-molodezhi (дата обращения: 11.03.2025).

[60] Участие молодежи в политической жизни страны. ФОМ. 2023. URL: https://fom.ru/Politika/14842 (дата обращения: 11.03.2025).

принятия политических решений. Поэтому непосредственное участие молодёжи в деятельности общественно-политических организаций позволяет накапливать опыт для самоопределения и представляет собой важный этап политической социализации, не теряя своей актуальности для социологического анализа.

Молодежь существует в социуме, где в целом отмечается рост недоверия российских граждан политическим партиям. По данным исследований, число россиян, не поддерживающих никакую партию, в 2007 г. составило 34%, в 2011 г. – 35%, 2016 г. – 32%, в 2020 г. – до 46% [Милованова 2022, с. 101]. Тем не менее, в современной России насчитывается около 20 тыс. молодежных движений и организаций, более 80 из них – массовые. Особое место занимают молодежные отделения политических партий, заинтересованные в привлечении молодёжи в политику. Это, например, «Молодая Гвардия Единой России», «Молодежь ЛДПР», «Ленинский коммунистической союз молодёжи Российской Федерации», в которых у молодёжи есть возможность проявить себя.

Объектом исследования стали молодые люди – участники общественно-политических молодежных организаций из разных городов, методом - глубинное интервью. Всего в исследовании участвовало 12 респондентов, по три информанта от каждой организации, имеющей свое представительство в Государственной Думе («Молодая Гвардия Единой России», «Молодежь ЛДПР», «Ленинский коммунистической союз молодёжи Российской Федерации», «Новые Люди»). Интервью проводились дистанционно весной 2024 г.

Одной из важных задач исследования стало выяснение мотивов их участия в общественно-политической деятельности, а также барьеров, препятствующих молодёжному политического активизму.

В ходе исследования было выявлено, что некоторые молодые люди становились участниками общественно-политических организаций целенаправленно. Как правило, участники общественно-политических объединений не только члены партии или участники молодежной организации. Чаще всего активисты стремятся участвовать во множествt других, предлагаемых их партией или другими организациями акциях и мероприятиях, занимая почти все свое свободное время такой деятельностью. В связи с этим, они вступают в объединения с уже внушительным багажом активистской и волонтерской деятельности, чтобы эта деятельность могла продолжить свое развитие, только уже непосредственно в общественно-политической сфере в рамках какой-либо организации.

> Я состою в Коммунистической партии, я состою в общественно-политической организации, я член профсоюза. <...> Я хожу на выборы, я член избирательной комиссии. То есть, я стараюсь по максимуму участвовать там, где есть возможность

(жен., 19 лет, ЛКСМ РФ).

Помимо этого, многие молодые люди вступают в организацию из идеологических соображений. Информантами часто отмечались определенные ценностные ориентиры, такие как «помощь другим людям» и «патриотизм». Среди их ценностей также большую роль играет «самореализация», «желание достичь поставленных целей». Все это также может выступать как мотив к участию в общественно-политической деятельности. При этом стоит отметить, что одним из мотивов вступления в такие организации является желание найти единомышленников, друзей, заниматься деятельностью, соответствующей идеологии, которой придерживается информант. Многие приходят в объединения с уже сформированными взглядами, выбирая объединение из идеологических соображений или «за компанию» со своими друзьями / знакомыми.

Я уже была коммунистом на тот момент, и искала себе друзей в «Дайвинчике». И в какой-то момент... я просто указала в своей анкете, что мне нужны друзья-социалисты, я больше не могу общаться с теми, кого здесь нахожу (жен., 19 лет, ЛКСМ РФ)

Однако, была выявлена часть молодых людей, приход которых в организацию не имел конкретной цели, связанной с деятельностью этой организации. Многие молодые люди зачастую попадают в объединение «случайно», например, когда приходят в штаб-квартиру партии, чтобы вступить и узнают еще и о существовании молодежной организации, помимо самой партии. Также, довольно частой становится ситуация, когда в такие объединения попадают в процессе поиска единомышленников или “по знакомству”. Не самый часто встречающийся случай – когда информант самостоятельно нашел молодежное объединение и целенаправленно вступил в него.

У него были друзья из Единой России, и как-то он мне сказал: «Давай иди туда, тебе все равно надоест скоро тут. (муж., 18 лет, Единая Россия)

При этом, каждый из информантов описал свой опыт участия в общественно-политическом объединении, как положительный. Этому способствует ряд причин, которые также могут послужить и мотивацией к участию в деятельности такого рода. В первую очередь, это приобретение круга общения, состоящего из людей, которые разделяют их политические взгляды, ценности и мировоззрение. Также участники, сталкиваясь с разного рода ситуациями, пока находятся в объединении, становятся еще ближе друг к другу, формируются крепкие социальные связи, проводят время вместе, общаются, участвуют вместе в акциях и мероприятиях.

У меня появились друзья впервые за всю мою жизнь, именно такие, которых я прям могу назвать близкими (муж., 20 лет, Новые Люди).

Немаловажным и часто упоминавшимся мотивом участия в общественно-политическом объединении для молодых людей является возможность продвижения по службе в политической сфере, вероятность карьерного роста. Многие участники придерживаются мнения, что их общественно-политические объединения являются действенным социальным лифтом в политической сфере, дает возможность, поддерживает и помогает в продвижении по карьерной лестнице в данных структурах.

> Это также ещё возможность карьерного роста. Человек может стать депутатом Городской Думы, Законодательного собрания (муж., 20 лет, Единая Россия).

Еще один мотив, играющий важную роль — это возможность оказать помощь другим, более уязвимым социальным группам, возможность влиять как на свою жизнедеятельность, так и на жизнедеятельность других, окружающий мир в целом, заниматься какой-либо полезной общественной деятельностью, действовать из альтруистических побуждений.

> Сподвигло, в первую очередь, желание заниматься общественно-политической деятельностью. Помогать, почему нет? Помогать людям (муж., 19 лет, Единая Россия).

Помимо помощи другим, участник также имеет возможность решать вопросы, которые непосредственно касаются его самого, молодежи в целом, молодежной политики. И такой спектр проблем, которые, становится возможным решить, достаточно широкий и может включать как бытовые индивидуальные проблемы, так и ситуации, требующие решения на государственном уровне.

> «Возможность решать те проблемы, которые нас сегодня окружают от банального неправильно сделанного ремонта во дворе капитального, до уже чего-то более высокого, возвышенного, связанного с решением той же проблемы абсентеизма молодежного (муж., 21 год, ЛДПР).

Молодые люди, которые принимают решение вступить в общественно-политическое объединение, зачастую мотивируют его своими идеологическими соображениями, желанием осуществлять общественно-значимую деятельность, состояться на политической арене, влиять на решения молодежной политики, а также увеличить количество активистской деятельности. Это молодежь, которую также волнует будущее страны и политический абсентеизм их ровесников.

> Кто, если не мы будем выбирать будущее нашей страны? (жен., 19 лет, ЛКСМ РФ).
>
> Каждый вкладывается в меру своих возможностей <...> у каждого из нас ограничены ресурсы <...> Но даже подпись петиции, например, это может быть очень важно (муж., 20 лет, Новые Люди).

При этом, иногда стимулом для вступления может стать не только идеологическая составляющая, которая соответствует ценностям информанта, и с которой он готов связать

свою жизнь, но и харизма политического деятеля, который эти ценности разделяет и даже может сформировать желание больше погрузиться в политическую сферу, изучить и узнать ее, что также очень сильно влияет на политическое участие и включенность в политическую сферу. При этом важную роль играет и сама популярность партии, в молодежное отделение которой собирается вступить информант, уровень доверия к ней у общества и принятие ее окружением информанта.

> Чёткая программа, доверие населения. То есть, сама харизма практических лидеров, то есть, руководителей партии (муж., 20 лет, ЛДПР).
>
> Вспомнил все эти замечательные выступления Владимира Вольфовича, которые не могли не оставить отпечатка своего в уме человека, который все-таки придерживается тех взглядов, которые я уже сегодня обозначил. Ну и начал изучать, узнал о том, что, оказывается, есть молодёжное крыло у этой организации (муж., 21 год, ЛДПР).

Данные результаты подтверждаются другим качественным исследованием участия молодых людей в общественно-политических объединениях. Автор приходит к выводу, что «мотивация к участию в гражданской/политической активности лидеров и активистов в большей степени идейная, в меньшей степени – подражательная, основанная на авторитете руководителя организации/движения». Помимо этого, автором также отмечается наличие у молодых людей мотивов, связанных с продвижением по карьерной лестнице в политической сфере, однако

> …активистам в большей мере присущи макросоциальные жизненные приоритеты (достижение целей социальной справедливости и всеобщего блага), в меньшей мере - прагматические (совершенствование SOFT skills, партийная карьера и возможность достижения позиций в органах власти) [Парма 2022, с. 39].

Что выступает в качестве барьеров участия в общественно-политической деятельности?

Идейная, идеологическая составляющая мотивации все еще имеет колоссальное значение при вступлении в общественно-политические объединения. На этой почве возникает одна из проблем, раскрывающая низкий уровень политического участия молодежи в таких организациях. Согласно опросам,

> …только 68,5 % молодых людей являются приверженцами какой-либо идеологии. Чаще всего респонденты выбирали следующие политические предпочтения: сочетание различных идей, но избегание крайностей (центристы) – 21,71 % и демократы – 17,74 %. Остальные предпочтения (социалисты, консерваторы, радикалы, коммунисты, анархисты и др.) выбирают значительно меньше респондентов» [Сеидов, Найденова 2021, с. 42].

Это говорит не только о размытости политических предпочтений современной молодежи, что обусловлено ее слабым включением в политическую жизнь общества, но и выдвигает на первый план факт того, что на данный момент нет общественно-политической

организации, которая соответствовала бы взглядам молодежи, которая, например, не разделяет взглядов тех партий, что в данный момент существуют в современном российском обществе.

Помимо этого, молодые люди также могут столкнуться с проблемой, связанной с отсутствием полноценного молодежного отделения вообще. Например, у таких партий как Новые Люди или Яблоко нет отдельно зарегистрированного молодежного отделения. И если сообщества Молодежи ЛДПР или Молодой Гвардии Единой России достаточно легко найти в социальных сетях, помимо этого они также активно ведутся и обновляются, то у представленных выше партий этого нет, что также создает препятствия в политическом участии молодежи.

Еще одной причиной отсутствия мотивации для вступления в общественно-политические организации является индивидуализм современной молодежи и ее сосредоточенность на своих личных делах, а не общественных. Молодые люди не заинтересованы в помощи государству и какой-либо общественно-политической деятельности и больше сосредотачиваются на себе и своей личной жизни. Помимо этого, снова возникает проблема низкой информированности молодежи о политических процессах, формах политического участия и политике в целом, а также распространение мнения о невозможности влиять на политические процессы.

> Большинство больше занимается собой, там, чем чем-то другим (жен., 19 лет, Новые Люди)
> Люди говорят, что: «зачем ходить на выборы, там ничего нельзя изменить» (муж., 21 год, ЛКСМ РФ)
> Многие игнорируют, например, те же выборы, говоря, что “вот, да там и без меня все выберут, без меня все решат». (муж., 19 лет, Единая Россия)

При этом согласно данным другого исследования самой популярной причиной утраты интереса к политике и отказа от участия в политических событиях является …невозможность повлиять на текущую ситуацию (22%) и разочарование в политических институтах (11%), причиной участия – чувство гражданского долга (11%) и стремление к улучшению жизни в стране (11%) [Бакулева, Самуйлова 2021, с. 215],

что совпадает с данными, полученными в ходе интервью с участниками. Согласно другому исследованию, 51% респондентов в возрасте 18–30 лет считают, что у молодых людей сегодня нет возможности влиять на политическую жизнь в стране. В этом же исследовании была отмечена еще одна причина отсутствия мотивации молодых людей принимать участие в политике. 36% молодежи придерживаются мнения, что ценности современной молодёжи и людей, принимающих решения на государственном уровне,

различаются значительно, еще 29% ответили, что различаются незначительно, при этом ответивших, что цели в целом совпадают – 23%[61].

Несмотря на то, что, как и другие исследователи, участники общественно-политических объединений находят ситуацию с участием молодежи в политике крайне неутешительной, они замечают, что она начинает меняться и уже более молодое поколение, которое на данный момент является школьниками, начинает больше интересоваться политикой, заниматься активизмом, вступать в объединения. Они связывают это с политической ситуацией в стране и событиями в мире в целом, а также ростом внимания государства к привлечению молодежи к участию в политике, проведению тематических уроков в школах, популяризации активной гражданской позиции среди школьников.

> Наш этап взросления, он как-то спокойно более прошёл, то есть, без всяких там новостных конфликтов, что-то такого, событий в мире происходящих (муж., 21 год, ЛДПР).
> В школах сейчас максимально пытаются <...> проинформировать детей о том, что у нас есть такие-то организации, они занимаются такими-то делами (муж., 20 лет, Единая Россия)[62].

Таким образом, в ходе исследования было выявлено, что основными мотивами для вступления в общественно-политическое объединение являются:

– идейная и идеологическая составляющие (желание достичь социальной справедливости, помогать другим людям, альтруистические мотивы);

– политика и активизм как досуг (хобби, времяпрепровождение, поиск новых знакомств, единомышленников, вступление «за компанию»);

– влиять на решения, принимаемые органами власти (деятельность рассматривается как значимая, желание поменять что-либо в своем регионе/стране в целом, быть услышанным);

– харизма политического лидера, который представляет то или иное объединение, популярность этого объединения;

– использование объединения в качестве социального лифта (желание участника продвинуться по карьерной лестнице в сфере политики, занять высокий государственный пост, попасть в Государственную думу и т. п.)

Что касается барьеров – основными причинами отсутствия мотивации можно назвать:

– отсутствие у молодых людей веры в то, что их решения способны что-то изменить или повлиять на что-либо;

---

[61] Участие молодежи в политической жизни страны. ФОМ. 2023. URL: https://fom.ru/Politika/14842 (дата обращения: 11.03.2025)

[62]

– расхождения в ценностях с органами власти;

– отсутствие организации, соответствующей взглядам молодых людей (как политическим, так и любым другим);

– незаинтересованность общественными делами;

– слабая информированность;

– отсутствие времени.

Молодежные общественные объединения более привлекательны для молодых людей, поскольку они работают непосредственно с решением проблем молодежи и отстаивают их интересы. В связи с чем, для молодых людей будет более предпочтительно вступать в такого рода организации. Помимо этого, если повысить уровень информированности молодежи, они будут видеть, что деятельность таких организаций действительно приносит свои плоды. Необходимо сосредоточится на вышеперечисленных мотивациях вступления в общественно-политические объединения и усилить их влияние с помощью повышения уровня осведомленности о таких организациях, продвижения их в социальных сетях и т.п, создания разных по идеологическим направлениям объединений. Также, немаловажно сделать упор именно на более молодую, школьную аудиторию, поскольку система образования сейчас реформируется для повышения уровня информированности молодежи в сфере политики. И вкупе с этим участие в общественно-политическом объединении позволит способствовать приобщению молодых людей к активному участию в политике.

Литература

Бакулева, Самуйлова 2021 – *Бакулева К.К., Самуйлова И.А.* Мотивы и формы социально-политического участия современной молодежи // Междисциплинарные исследования: опыт прошлого, возможности настоящего, стратегии будущего. 2021. № 1. С. 212–216.

Милованова 2022 – *Милованова М.Ю.* Социальные интересы молодежи: актуальный партийно-политический дискурс и гендерный анализ // Вестник РГГУ. Серия: Философия. Социология. Искусствоведение. 2022. № 1. С. 97–106.

Парма 2022 – *Парма Р.В.* Мотивация гражданского участия российской молодежи в деятельности общественных организаций // Власть. 2022. № 6. С. 36–42.

Сеидов, Найденова 2021 – *Сеидов Ш.Г., Найденова Л.И., Розенберг Н.В.* Политические ценности и настроения современной молодежи // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки. 2021. №4 (60). С. 38–45.

Цифровая автобиография студентов РГГУ

Анна С. Шорина

студентка
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Виктория А. Прохорова

студентка
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Гульшат К. Уразалиева

канд. филос. наук, доцент
, Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В рамках статьи авторы проанализировали цифровые автобиографии студентов РГГУ. Рассмотрены основные ступени цифровой социализации студентов. Выявлены характерные черты опыта знакомства с Интернет-пространством поколения 2000-2009 годов.

Ключевые слова: студенты, цифровая автобиография, цифровая социализация, социальные сети, Интернет

Характерной чертой последних десятилетий нашего века является рост роли Интернета и социальных сетей в жизни людей. Согласно данным Всероссийского центра изучения общественного мнения, с 2010 по 2023 г. доля россиян, которые ежедневно пользуются Интернетом, увеличилась на 51 п.п. В 2010 г. процент россиян, которые ежедневно заходят в глобальную сеть, составил 23%, в 2023 г. – 74%[64].

Цифровые технологии – телефоны, компьютеры, ноутбуки, планшеты и многое другое – стали неотъемлемой частью нашей жизни. Социальные сети репрезентируют нашу личность, отображают нашу жизнь, увлечения, друзей и социальный статус. Они становятся идеальным пространством для конструирования цифровой идентичности, которая стирает границы между реальным и виртуальным миром [Полева 2020, с. 91-92].

© Шорина А.С., Прохорова В.А., 2025

[64] ВЦИОМ. Интернет в России: темпы проникновения и типы использования. 2010. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/internet-v-rossii-tempy-proniknoveniya-i-tipy-ispolzovaniya (дата обращения: 05.04.2025); ВЦИОМ. Цифровой детокс — 2023: о пользовании интернетом и отдыхе от него. 2023. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/cifrovoi-detoks-2023-o-polzovanii-internetom-i-otdykhe-ot-nego (дата обращения: 05.04.2025).

Тексты цифровых автобиографий, были собраны доцентом кафедры Теории и истории социологии Социологического факультета РГГУ Г.К. Уразалиевой на ее учебных занятиях. На всех факультетах и на разных формах обучения преподаватель давала домашнее задание написать свой путь в мир цифровых платформ и социальных сетей, в произвольной форме, без заранее оговоренного объема.

Эти студенческие тексты, затрагивающие часть жизни молодёжи, связанную с цифровой социализацией, позволяют увидеть влияние Интернета на детский и подростковый периоды жизни, выявить особенности взросления человека, который развивался и становился как личность в эпоху стремительного развития цифровых технологий и Всемирной паутины.

На основе выводов, сделанных при изучении цифровых автобиографий студентов Российского государственного гуманитарного университета, складывается общая картина процесса цифровизации поколения студентов нашего вуза, рожденных в нулевых годах XXI в. Само понятие «цифровая автобиография» представлено в понимании студентов в довольно широком смысле и охватывает большую часть их сознательно прожитой жизни: с момента первого взаимодействия с какими-либо цифровыми технологиями и до сегодняшнего дня:

> От начала своего пути в мире без цифровых технологий до полного погружения в онлайн-мир, моя цифровая автобиография отражает моё развитие в цифровой эпохе (Уразалиева, личный архив).

В структуре цифровой автобиографии каждого студента РГГУ выделяются общие темы и мысли, упоминание схожих моментов жизни и воспоминаний. Поэтому большинство автобиографий включают в себя цифровую социализацию, первый опыт взаимодействия с цифровыми технологиями, отношение к современным технологиям в детстве и сейчас, особенности взросления детей 2000–2009 гг., тем самым дают возможность увидеть общие черты развития данного поколения.

Цифровая социализация подразумевает процесс интеграции личности в цифровое пространство и цифровое общество, включает освоение цифровых технологий, формирование цифровой грамотности и развитие навыков взаимодействия в виртуальной среде. Этот процесс предполагает не только техническое освоение гаджетов и программ, но и усвоение норм, ценностей и правил поведения в цифровом пространстве.

Описывая начало цифровой социализации, студенты в основном говорят о своём первом взаимодействии с техникой: чаще всего это компьютер, ноутбук или телефон. По результатам проведенного контент анализа, телефон - самый упоминаемый гаджет, ассоциирующийся у студентов с первым опытом использования цифровых технологий – 45 упоминаний из 115. На втором месте компьютер – 41 упоминание из 115. Менее

распространенными гаджетами являются телевизор, планшет и ноутбук (12, 11 и 6 упоминаний) (табл. 1). Первый опыт взаимодействия с цифровыми технологиями или с первым личным гаджетом является самым ярким воспоминанием в памяти студентов. Во многих текстах достаточно подробно описаны чувства, которые автор испытывал в это момент, и первые действия. При этом все из них имеют позитивный эмоциональный окрас: радость, предвкушение, интерес. Первый опыт часто воспринимается как нечто волшебное и захватывающее. Среди первых гаджетов упоминаются ПК, стационарные и сенсорные телефоны, планшеты, старые громоздкие компьютеры:

> Первый опыт использования цифровых технологий навсегда отпечатался в моей памяти;
> К началу учебного года 2 класса папа подарил мне телефон. Маленький такой, складной: с красной крышечкой и черными кнопками. Я жутко обрадовалась!;
> В 2005 году первый компьютер стал частью моей жизни, я считаю этот момент отправной точкой моего знакомства с интернетом. Как ребенок, я воспринимал его как волшебную площадку, где открывались бескрайние возможности.
> (Уразалиева, личный архив)

Яркие детали, которые запомнились студентам из детства – это название первых онлайн игр, мультфильмов, компьютерных программ и социальных сетей.

Средний возраст появления первых личных гаджетов или опыта взаимодействия с цифровыми технологиями – период начальной школы, то есть 6–10 лет:

> Говоря о моем первом взаимодействии с цифровыми технологиями, нужно переместиться в 2012 год. Тогда мне уже было 8 лет (Уразалиева, личный архив).

При этом интересным фактом является то, что студенты называют этот возраст «ранним» для знакомства с цифровым миром. В ряде текстов приводится сравнение первого цифрового опыта двух поколений: студенты сравнивают своё детство с детством современных детей, которые сейчас находятся в возрасте 6–10 лет. Авторов удивляет, что нынешнее поколение детей начинают пользоваться смартфонами уже в 2–3 года, тогда как они сами столкнулись с технологиями гораздо позже:

> Социальные сети достаточно рано вошли в мою жизнь, произошло это по инициативе семьи. Примерно в 2011 году (в 10 лет) мама зарегистрировала меня в моей первой социальной сети – «ВКонтакте»», «Мое знакомство с гаджетами началось в 6 лет, когда у моей сестры появился первый компьютер. Для нас это было сравнимо с чудом.

Обсуждается ускоренный рост цифровой социализации, взросление «в сети» и снижение возрастного порога входа в интернет:

> Мое знакомство с социальными сетями произошло относительно в раннем возрасте (рано, но относительно нынешних младшеклассников – нормально)», «Современным детям дают смотреть мультики уже в 2 года, в 3 они уже «уверенные» пользователи смартфона.
> Это, как и хорошо, так и плохо (Уразалиева, личный архив).

Встречаются размышления о негативном влиянии раннего цифрового опыта на психику, своё беспокойство за безопасность детей в Интернете студенты обосновывают личным опытом:

> Однако, будучи ребенком, я не всегда понимал риски и недостатки пребывания в Интернете. Я наивно делился личной информацией и взаимодействовал с незнакомцами, не задумываясь о потенциальных последствиях. Слава богу, у меня были бдительные родители, которые следили за моим поведением в сети и учили меня цифровой безопасности», «Будучи ребёнком, я не умела фильтровать всю информацию, проступающую из интернета, поэтому не всегда использовала ее себе на пользу (Уразалиева, личный архив).

Дети легко могут получить доступ к запрещенным аудио- и видеоматериалам, которые транслируют действия насильственного или сексуального характера, стать жертвами мошенников и буллинга.

Агентами социализации в автобиографиях выступают родители, братья и сёстры, реже – друзья и одноклассники: «Первыми людьми, кто познакомил меня с технологиями, были мои родители» (Уразалиева, личный архив). Даже в случаях, когда социализация в цифровой среде происходит при помощи друзей, родители не перестают играть ключевых ролей. Они выступают в роли ресурса, «снабженцев» цифровыми технологиями, то есть покупают личные телефоны, планшеты, компьютеры, ноутбуки, без которых сложно представить освоение цифрового пространства. Так же в ряде текстов студенты подчеркивают, что специально заручались разрешением, поддержкой или одобрением родителей перед тем, как выйти в интернет или создать профиль в социальных сетях:

> Когда мне было 15 лет родители мне разрешили начать пользоваться социальными сетями; Свой первый аккаунт в социальных сетях я завела значительно позже, чем мои сверстники. Это было связано с тем, что моя мама очень настороженно относилась к этой идее (Уразалиева, личный архив).

Образовательные учреждения встречаются всего в паре текстов и упоминаются как дополнительные, а не основные помощники в освоении цифровой среды.

Первоначальные цели использования студентами Интернет-пространства и социальных сетей – это общение, игры, обмен интересами. Авторы отмечают, что на общение в социальных сетях их в первую очередь мотивировали одноклассники и друзья. Со временем целей становилось больше, они приобретали более серьёзный и практический характер: учёба и дополнительные учебные курсы, хобби, работа. Почти все упоминают социальные сети и онлайн-коммуникации: ВКонтакте, Одноклассники, YouTube, Skype, Telegram, блоги, форумы. Самой упоминаемой социальной сетью в цифровых автобиографиях является «Вконтакте» – 48 упоминаний из 179 упоминаний всех социальных сетей (табл. 1). Эта сеть чаще других становилась первым опытом регистрации и взаимодействия в социальных сетях для авторов. Формируются виртуальные круги

общения, появляются первые онлайн-друзья. Интернет позволил заводить друзей и находить единомышленников из других городов и стран. В некоторых автобиографиях упоминается, что общение в социальных сетях помогало заполнить недостаток общения в реальной жизни.

Таблица 1

Подсчёт основных единиц анализа цифровых автобиографий

Единицы анализа	Единицы анализа	Единицы счёта	Единицы счёта
Категории	Подкатегории	Частота упоминания абсолютная, раз	Частота упоминаний относительная, %
Социальные сети, мессенджеры и видео хостинги	Вконтакте	48	27
	Одноклассники	18	10
	YouTube	30	17
	Telegram	23	13
	Tik Tok	12	7
	Skype	6	3
	Instagram *(запрещённая в России соцсеть; принадлежит Meta, которая признана экстремистской и террористической организацией в России)*	26	15
	WhatsApp	7	4
	ACQ	6	3
	Facebook *(запрещённая в России соцсеть; принадлежит Meta, которая признана экстремистской и террористической организацией в России)*	3	1
Всего		179	100
Агенты социализации	Родители	26	42
	Мама	4	6
	Папа	10	16
	Дедушка/бабушка	3	5
	Брат/сестра	9	15
	Друзья	6	10
	Школа	4	6
Всего:		62	100
Цифровые устройства	Телефон	45	39
	Компьютер	41	36
	Планшет	11	10

	Ноутбук	6	5
	Телевизор	12	10
Всего:		115	100

Набираясь опыта общения, обращения со своими личными данными и с цифровыми технологиями в целом, авторы формируют своё отношение к современным технологиям и Интернету в жизни. Так же, как в реальном обществе существуют свои нормы и ценности, которые контролируют наше поведение, устанавливают допустимые рамки поведения и выступают критериями оценки наших действий, так и в цифровом обществе появляются свои нормы и ценности. Все студенты размышляют о месте и роли Интернета в своей жизни.

В большинстве работ встречается выражение чувств благодарности за возможности, которые им дарит Интернет: общение с друзьями и родственниками на расстоянии, работа, обучение. Упоминаются достоинства: быстрый доступ к информации, расширение кругозора, новые формы образования и работы, профессиональная реализация.

Но также автобиографии содержат в себе негативное отношение или минусы Интернета и цифровых технологий: цифровая зависимость, усталость от социальных сетей, информационная перегрузка, поверхностное общение.

Моё отношение к цифровым технологиям на данный момент противоречиво (Уразалиева, личный архив).

Нередко большое количество потраченного на социальные сети времени вызывает чувство тревожности и пустоты:

Мне кажется, что я прожила меньше, чем могла бы, потому что часть жизни провела в сети (Уразалиева, личный архив).

Именно поэтому встречаются работы, в которых студенты выражают свою благодарность, за ту часть детства, которую им удалось провести без виртуальной реальности:

В школьные годы от первого до четвертого класса я также была без телефона и проводила много времени на улице, играя с друзьями и наслаждаясь общением в реальном мире (Уразалиева, личный архив).

Большинство выражает стремление к осознанному, сбалансированному использованию технологий: «В любом случае, я стремлюсь поддерживать баланс между своей онлайн-активностью и реальной жизнью, чтобы не терять связь с окружающим миром». Тема «цифровой гигиены» часто возникает как способ сохранить ментальное здоровье.

Появляется понятие «Сетевой этикет» - правила поведения и общения в Сети, которые регулируют взаимодействие людей. В первую очередь студентов к соблюдению

сетевого этикета мотивирует прямая ассоциация личного профиля в социальных сетях с реальной личностью в жизни. Поведение человека в Интернете – прямое отражение его характера, уровня нравственности и вежливости в жизни.

Тема цифрового взросления – одна из ключевых. Помимо возрастных различий в начале знакомства с цифровыми технологиями и Интернетом, в автобиографиях студенты выделяют и другое, а именно, особенности взросления их поколения в цифровой среде. Авторы подчёркивают, как технологии сопровождали их рост: от простых сайтов и ICQ до Telegram, нейросетей, YouTube-блогов, Zoom и онлайн-работы. Цифровая среда рассматривается как продолжение естественного пространства для становления личности, профессии, увлечений и общения. По мере взросления человека меняется как его реальная жизнь, так и жизнь в социальных сетях: изменение круга общения, увлечений, ценностей, поглощаемого контента. Здесь важную роль играет самоидентификация через цифровое пространство, включая оформление аккаунтов, ведение блогов и работу в сети. Многие студенты отмечают, что выросли вместе с технологиями, наблюдая и проживая их развитие. Мир технологий менялся на их глазах. В их мыслях прослеживается переход от «жизни без технологий и Интернета» до «жизни, в которой технологии и интернет – неотъемлемая часть».

Последняя, по количеству отметивших, характерная черта цифровой автобиографии студентов РГГУ – безопасность в Интернете. Соблюдение осторожности и защита своих персональных данных стоят в приоритете. Обобщённые размышления об основных правилах безопасности и рисках потери приватности прослеживаются во многих работах:

Существует мнение, что индивидам, стремящимся сохранить анонимность, есть что скрывать.

Но не каждый готов смириться с тем, что информация о нём потенциально доступна незнакомцам, корпорациям и государству, и это нормально, потому что такой информацией всегда можно злоупотребить. Маленький ребенок слышит о том, что Бог всё видит и знает; цифровой человек ставит галочку в подтверждение тому, что он прочёл и согласен с политикой конфиденциальности (Уразалиева, личный архив).

Помимо кибербезопасности, студенты говорят о личном опыте столкновения травли в социальных сетях. Справедливо будет отметить, что тема буллинга едва затронута. Только в отдельных эссе упоминается негативный или травмирующий контент, к которому дети были не готовы. Однако эти единичные случаи чётко отпечатываются в памяти людей, остаются с ними на долгие годы. Один из студентов вспоминает про опасности 2010-х годов: пугающие баннеры, группы с насилием, недетский контент. В других автобиографиях студенты описывали опыт столкновения с травлей в школьное время в различных социальных сетях:

Кстати, именно в «ВКонтакте» я впервые столкнулась с кибербуллингом в свою сторону.

В школьные годы были достаточно популярны сообщества школы, которые создавались

учениками. В них публично обсуждались конкретные обучающиеся, публиковались их фотографии, которые становились предметом насмешек. Также для ведения подобных сообществ ученики занимались «сталкерством», скрытно снимали других в школе и затем выкладывали фото и видео для обсуждения (Уразалиева, личный архив).

Выводы, которые можно сделать из проделанной нами работы, показывают, что сегодня цифровая среда стала неотъемлемой частью жизни. Онлайн-поведение и действия людей в интернете играют важную роль в том, как их видят другие и как они представляют себя миру.

Цифровая автобиография – это хранительница моих воспоминаний, связующее звено между мной и миром. Она помогает мне развиваться, узнавать новое и строить свою личность. Она – мой цифровой двойник, отражение того, кто я есть в Интернете (Уразалиева, личный архив).

Таким образом, цифровая автобиография — это совокупность взаимодействий индивида с цифровыми технологиями.

Цифровая автобиография – это не только история пребывания в Интернете, но и отражение изменений, которые он произвел в жизни человека. Цифровая автобиография каждого нового поколения продолжается развиваться, меняясь вместе с технологиями и жизненными обстоятельствами. Анализ Интернет-взаимодействий позволяет нам увидеть характерные черты развития определенного поколения.

В современном мире, где цифровые технологии играют огромную роль в повседневной жизни, важно понимать, как детство и подростковые годы влияют на цифровую автобиографию человека. Стремительное развитие технологий ведёт за собой ускорение темпа жизни людей, приводит к поколенческому разрыву. Уже сейчас студенческая молодёжь видит разницу с современными детьми, которые являются активными пользователями телефонов в 2-3 года их дошкольной жизни.

Методика Г.К. Уразалиевой, стала своеобразным нарративным толчком для студентов к самосознанию роли социальных сетей, цифровых платформ в их виртуальной и реальной жизни. Дальнейшее продолжение сбора цифровых автобиографий по этой методике позволит в цифровой социологии наблюдать за изменением роли цифровых технологий и Интернета в жизни разных поколений студенческой молодёжи. Качественная методика сбора и анализа данных цифровых автобиографий даёт возможность увидеть проблемы, которые волнуют студентов в данные периоды времени: рациональное использование времени, которое человек проводит в Интернете, Интернет-безопасность, Интернет-зависимость, слишком раннее знакомство с гаджетами у современных детей, нарастание критичности к тотальной цифровизации реальной жизни.

Литература

Полева 2020 – *Полева Н.С.* Репрезентация личности в сетевом пространстве: цифровая идентичность, цифровая повседневность // Психология личности: реальный и виртуальный контекст: Материалы Международной научной конференции. М.: РГГУ, 2020. С. 91–94.

Формирование представлений о социальной справедливости в ходе взросления: биографическое лейтмотивное интервью

Варвара Г. Шилова

студентка
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Наталия Н. Мещерякова

д-р социол. наук
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье рассматриваются представления о социальной справедливости у поколения Z, схема их формирования, влияние и значимость различных факторов и ситуаций. В ходе исследования было установлено, что ключевыми факторами являются родительское воспитание, личный опыт прохождения жизненных испытаний, политизация. Влияние любого фактора амбивалентно. Особое значение имеет подростковый возраст и отношения с учителями и сверстниками. В этот период возможность достижения социальной справедливости ставится под сомнение, существует опасность радикализации взглядов.
Ключевые слова: социальная справедливость, молодежь, политические ценности, факторы формирования представлений о социальной справедливости, социализация, зумеры

Тема представлений современной российской молодежи о социальной справедливости имеет высокую степень научной разработанности [Мареева 2013; Чебиняева 2022], однако процесс их формирования в ходе взросления от детства к юношеству остаётся малоизученным. С раннего детства множество факторов определяют поэтапное становление и трансформацию взглядов человека на социальную справедливость – от внутрисемейных отношений и культуры, в которой происходит социализация, до внешнеполитических событий. Изучение этапов формирования мировоззрения поколения Z в России имеет важное значение для понимания текущего состояния общественного сознания и прогнозирования его развития.

Ключевой вопрос исследования: как, и под влиянием каких факторов, складываются представления о социальной справедливости на разных этапах взросления современной российской молодежи.

Методы и эмпирическая база. Данные получены при выполнении качественного исследования «Трансформация представлений о социальной справедливости в ходе взросления студентов»; г. Москва декабрь 2023 года – февраль 2024 года; метод - глубинное биографическое лейтмотивное интервью; респонденты – 9 студентов московских вузов и 1 студент вуза цФО, 18-30 лет, 5 женщин и 5 мужчин, 9 – представители поколения Z, и один

© Шилова В.Г., 2025

-«поздний» миллениал. Средняя длительность интервью составила 1,5 часа. В ходе интервью обсуждалось взросление информантов, разделенное на этапы. Вопросы были нацелены на воссоздание у информанта всей картины жизненного мира в каждый из периодов: детство (0–5, 6–11 лет), подростковый возраст (12–15 лет), юношество (16–18 лет). Они побуждали к рефлексии, осознанию информантом своих взглядов на социальную справедливость и их детерминант в каждый из моментов. В конце разговора каждый информант мог проследить и охарактеризовать всю цепочку развития своей точки зрения на социальную справедливость.

Основные результаты. С чего начинается формирование представлений о принципах справедливого общественного устройства? Как показывают интервью, примитивные и наивные идеи социальной справедливости, складываются уже в раннем детстве (до 5 лет). Особенностью взглядов данного периода взросления является их идеализм, вера в справедливость мира и общества. Они черпаются, как простые, понятные примеры из сказок, мультфильмов, родительского воспитания.

Девушка, 20 лет: Я смотрела много мультфильмов и по мультфильмам как будто бы справедливость должна быть у правого, то есть у того, кто хороший, кто правильно все сделал, кто справедливый, за кем истина, но в реальной жизни так было не всегда

У ребенка жизненный опыт мал, его не хватает для самостоятельного анализа ситуаций и принятия решений с учетом множества обстоятельств, предшествовавших проб и ошибок. Многое он переживает впервые в своей жизни, поэтому не может подвергать происходящее рефлексии, и вынужден полагаться на опыт и правила взрослых. Он в основном некритично принимает на веру все простые воспитательные нормы и догмы, и усваивает принципы справедливости в виде наставлений «плохо отбирать игрушки у других детей» и «если хочешь, чтобы к тебе относились хорошо, сам никому не вреди».

Юноша, 18 лет: Если родители говорили, что это плохо, собственно, это и было плохо, я так считал, если они говорили, что это хорошо, то и я считал, что это хорошо, была непоколебимая вера в родительское слово.

Большинство информантов говорят, что в этот период о справедливости даже не задумывались и характеризуют свои взгляды как *«никакие», «погружение в мир и незнание» и «детские»*.

В период 6–11 лет дети идут в школу, у многих возникают проблемы в отношениях со сверстниками и учителями, убежденность в справедливости мира и общества подвергается первым серьезным испытаниям. Некоторые из информантов в данный период сами стали жертвами или были свидетелями буллинга и отвержения со стороны сверстников, но влияло это на всех по-разному – одни разочаровывались в идее справедливости и замыкались в недоверии к миру и обществу, другие, напротив,

убеждались в необходимости борьбы за справедливость и внесении личного активного вклада в распространение человеколюбия, либо ставили себя выше обидчиков.

*Юноша, 18 лет: «*Мне запомнилась история с мальчиком с синдромом Дауна, я никогда не мог понять, почему к нему было такое отношение отвратительное, и, наверное, раз я помню эту историю, она до сих пор на меня как-то влияет».

Юноша, 20 лет: Сильный выбирает слабого, вот и все, но группами меня никогда не травили – меня пытался задавить, собственно, один человек.

Юноша, 20 лет: Несмотря на изгойство, представления о социальной справедливости у меня были нулевые. Я понял, что меня могут не принять в коллектив, но меня это не сильно волновало, я был о себе очень высокого мнения в детстве и считал, что если есть какая-то социальная лестница, я там на верхушечке сижу и ножки свесил.

Девушка, 20 лет: Школа вообще очень место несправедливое и там справедливость отсутствовала.

Девушка, 20 лет: Положительно повлияло то, что я поняла, что могу и имею право постоять за себя, несмотря на то насколько сильнее, властнее человек. Негативно повлияли несправедливые обиды от сверстников.

Большинство отмечают негативное влияние школьной иерархии, несправедливого отношения со стороны учителей. В этом периоде информанты отмечают важность владения навыками коммуникации. Умелое их применение влияет на возможности успешного взаимодействия со сверстниками и учителями, обретение и сохранение друзей.

Девушка, 20 лет: Если раньше, я больше понимала, что «плохо» и что «хорошо» в базовых понятиях и правилах, то тут я уже начала лучше понимать, как работают человеческие взаимоотношения, и мне кажется, если бы у меня не было такого опыта с переходом в другой класс, я бы, возможно, в будущем так и не осознала, как работают все процессы взаимоотношений.

Девушка, 20 лет: Я уже понимала, что все зависит от того, как ты ситуацию выставишь в выгодном для себя свете, как правильно расскажешь, почему ты прав. Не обязательно было говорить правду, чтобы быть правым в глазах других людей.

Именно в этот период большинство информантов, сталкиваясь с первыми сложностями и несправедливостью, начинают задумываться об идее социальной справедливости, рефлексировать. Те, кто проходят через испытания, начинают понимать, что повседневная жизнь часто бывает жестока, в реальности действует «право силы», однако всё-еще верят в существование справедливости и ее достижимость.

Юноша, 20 лет: В реальности все протекает не очень справедливо, но справедливость она на самом деле существует.

Но у тех, чья жизнь благополучна и нет значительных трудностей, сохраняются идеалистические представления из раннего детства.

Девушка, 18 лет: К 11 годам я не столкнулась с тем, что несправедливость исходила от того, кто обладал финансовой силой или физической. То есть у меня было абсолютно расплывчатое понятие о справедливости - для меня справедливость была в том, чтобы слабых защищать, котиков подбирать с улицы и все. Идеальное представление о справедливости.

Подростковый период 12–15 лет является переломным для формирования точки зрения на социальную справедливость. Все информанты отмечают разочарование в мире, людях и идее справедливости. Подростки активно социализируются и потребляют большие объемы информации об окружающем мире всеми доступными способами, у них развивается критический взгляд на действительность и юношеский максимализм. Значимыми факторами остаются конфликты в семье, со сверстниками, с учителями, многие информанты отмечали несправедливость системы ЕГЭ и неравенство возможностей поступления в вуз.

Если в детстве представления, в основном, формировались межличностными отношениями, то в подростковом возрасте, важным фактором становится политизация. Даже те информанты, у которых в это время не было никаких сложностей в финансовом положении, семье, школе, со сверстниками «погружались» в политику и начинали смотреть на мир максимально критично. Увлечение ею не зависело от жизненного опыта и происходило стихийно, но неизбежно. Политическое самоопределение выступало необходимым этапом для формирования собственных убеждений и идентичности, и осуществлялась через дружбу, субкультуры, досуг в интернете, интерес к истории, просмотр кино. Политизация для подростков стала своего рода «мономифом» [Жирнов 2024], частью универсального пути – всем было необходимо обрести политическую идентичность, не важно, через какую идеологию.

Девушка, 18 лет: Сильно повлияла вовлечённость в политическую жизнь. Это, наверное, сильнее всего влияет, потому что сразу происходит разделение, что правильно, что неправильно, где правда, где ложь, где чёрное, где белое. Особенно когда ты подросток, ты это воспринимаешь и очень категорично начинаешь относиться ко всем вещам, делить их на плохое и хорошее.

*Юноша, 18 лет: «*На представления повлияло формирование моей личности, появление политических убеждений, различные антикоррупционные расследования и тому подобное. Наверное, из-за этого я придерживался достаточно левых, коммунистических взглядов, потому что, когда я все об этом слышал, мне казалось это несправедливым, нечестным. Еще изучал литературу, историю. Когда смотрел на приватизацию в девяностых, все это казалось нечестным. И, наверное, это в тот момент очень сильно на меня повлияло.

Юноша, 20 лет: Я стал себя приписывать ко всем партиям, которые мне только понравятся, я не пытался разобраться в программе, нет, я видел, условно, Владимира Вольфовича Жириновского, который весело говорил, я сразу становился самым рьяным поклонником ЛДПР, меня никто не мог остановить.

Юноша, 20 лет: Мне понравилась коммунистическая идеология. Не в плане того, что было в Советском союзе, а в плане проекта, который должен был получиться по итогу. Я в тот момент читал Маркса, Ленина и другие философские сочинения по этому поводу.

Период юности 16–20 лет для большинства информантов характеризуется отказом от упрощенного максимализма и формированием более сложных отношений к социальной

справедливости. Взгляды складываются под влиянием продолжающегося активного потребления информации, учебы, активной социализации, встреч с новыми людьми, первому опыту работы. Информанты убеждаются в сложности общественного устройства и относительности понятия «справедливость», принимают наличие в мире несправедливости и акцентируют внимание на личном участии в обеспечении справедливости.

Девушка, 20 лет: Утопические идеи справедливости разбиваются об данности реальности: ограниченность ресурсов и безграничность потребностей человека. У всех людей разные представления о справедливости. Для достижения справедливости необходимо лично прикладывать огромные усилия, а не «критиковать с дивана.

Девушка, 20 лет: Справедливость можно обеспечить только там, где ты участвуешь лично и твое мнение имеет влияние. На справедливость в стране и мире повлиять нельзя.

Юноша, 20 лет: Абсолютное равенство недостижимо, поэтому социальная справедливость – это миф, но она частично достижима при помощи государственного регулирования.

Девушка, 18 лет: Справедливости в мире мало, это относительное понятие. Справедливость – это мир между людьми и равенство возможностей.

Таким образом, проследив развитие представлений зумеров о социальной справедливости по мере их взросления, можно заметить, что: во-первых, формируются они по диалектической схеме тезис (мир справедлив), антитезис (мир несправедлив), синтез (мир сложен, в нем есть и справедливость, и несправедливость). Тезис приходится на детство (0–11), антитезис на подростковый возраст (12–15), синтез на юность (16–20).

Во-вторых, стимулом к размышлениям о справедливости являются ситуации несправедливости. При благополучной жизни сохраняются идеалистические, некритичные детские представления.

В-третьих, в отдельных случаях происходит радикализация представлений, выравнивания позиции в юношестве не происходит. Под влиянием длительного буллинга, неудач в жизни, конфликтов в семье и на учебе, закрепляется точка зрения о тотальной несправедливости мира.

В-четвертых, факторы, формирующие представления о социальной справедливости, амбивалентны, один и тот же фактор может способствовать появлению совершенно разных взглядов и установок к действиям.

В-пятых, политизация зумеров не является вынужденной. Они вовлекаются в политику не из-за обеспокоенности и погруженности в реальные политические вопросы и проблемы, подтверждений тезисам политических теорий они изначально не видят в своей жизни и окружающем мире. К политике зумеры приходят в процессе поиска личной идентичности и выхода из детства, а также социализации и интереса. Увлечение политикой

и политическое самоопределение – часть универсального пути по выстраиванию идентичности, мономиф. Зумеры могут прийти к любой идеологии, независимо от их жизненного опыта и окружающей их реальности, поскольку в поколении существует сама потребность в политизации не важно, в каком направлении.

В ходе проведения интервью также были замечены следующие особенности:

Во-первых, экономическое неравенство не являлось значимым фактором формирования представлений о социальной справедливости. Неравенство не вызывало у информантов ресентимента, рефлексии, чувства справедливости или несправедливости. Информанты, по собственным описаниям ситуаций столкновения с экономическим неравенством, испытывали любопытство и сугубо личное желание увеличения благополучия себя и своей семьи, но это не приводило к формированию взглядов и представлений о социальной справедливости.

Во-вторых, woke[66] и anti-woke (традиционные)[67] ценности отсутствовали в дискурсах всех информантов. Woke идеология базируется на дискурсе критической теории[68] и продвигает обостренное внимание к расовым и национальным предрассудкам, любым формам дискриминации, социально-экономическому и гендерному неравенству, ущемлению прав меньшинств - сторонники движения требуют активного, радикального осуждения и преследования подобных проявлений. На всех этапах взросления информанты придерживались идей о классическом всеобщем правовом равенстве, независящем от пола, расы, гендера, ориентации. Взросление всех зумеров проходило в период распространенности woke-повестки и государственной борьбы с ней посредством законов и пропаганды традиционных ценностей. Несмотря на полярность дискурсов, ни один из них по признанию информантов не повлиял на их взгляды. Возможно, государственная борьба с woke-дискурсом и пропаганда традиционных ценностей, не работают, и не являются значимым фактором в формировании представлений о социальной справедливости у зумеров.

Необходимо отметить, что все выделенные выше черты свойственны зумерам среднего класса, поскольку все информанты причисляли себя именно к нему по уровню

---

[66] Культура вовлечённости // Большая российская энциклопедия: научно-образовательный портал. URL: https://bigenc.ru/c/kultura-vovlechennosti-df058f/?v=8137826 (дата обращения: 12.04.2025).

[67] Указ Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809. URL: http://www.kremlin.ru/acts/bank/48502 (дата обращения: 02.03.2025).

[68] Культура вовлечённости // Большая российская энциклопедия: научно-образовательный портал. URL: https://bigenc.ru/c/kultura-vovlechennosti-df058f/?v=8137826 (дата обращения: 12.04.2025).

благосостояния. Предполагаем, что представления о социальной справедливости и факторы их формирования у зумеров высшего и низшего класса могут разительно отличаться от выявленных.

Литература

Жирнов 2024 – *Жирнов П.* «Тысячеликий герой»: почему мы понимаем мономиф слишком однобоко. URL: https://monocler.ru/tysyachelikij-geroj/ (дата обращения: 12.03.2025)

Мареева 2013 – *Мареева С.В.* Российская молодёжь: идентичности, ценности и представления об оптимальном общественном устройстве // Россия реформирующаяся. 2013. № 12. С. 361–380.

Чебиняева 2022 – *Чебиняева И.Л.* Социальная справедливость в оценках молодёжи: аксиологические и поведенческие аспекты // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2022. № 3. 60–74.

Ностальгия в цифровой век:
как поколение Z трансформирует образы прошлого через медиа

Дарья А. Пастухова

студентка
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
Санкт-Петербург

Полина А. Леонтьева

студентка
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
Санкт-Петербург

Научный руководитель: Евгения Н. Кузинер

канд. социол. наук
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
Санкт-Петербург

Аннотация. Поскольку Поколение Z выросло в эпоху технологического прогресса, их связь с прошлым определяется потребляемым медиаконтентом [Niemeyer 2014]. Чтобы проанализировать, как поколение Z создает ностальгические нарративы и взаимодействует с ними, ностальгия рассматривается через призму коллективной памяти, социальных изменений и медиапоколений. Качественный анализ показал, как поколение Z трансформирует свои воспоминания и как цифровые медиа помогают им формировать ностальгические нарративы.

Ключевые слова: поколение Z, ностальгия, медиа, коллективная память, социальные сети, цифровой век

Поколение Z – одно из самых ностальгирующих поколений [Harlow 2023]: 37% Зумеров чувствуют ностальгию по 90-м, а 50% Зумеров ностальгируют по медиа «доинтернетной» эпохи. Родившись во времена глобальных изменений, поколение Z обращается к более простым временам, желая найти комфорт и умиротворение. Это частично связано с «медиафикацией» ностальгии, которая способствовала легкому доступу к различным эпохам в связи с цифровизацией культуры и медиа. Согласно Нимейер, XXI век является «бумом ностальгии». Появляются различные ностальгические тренды в цифровых медиа – сиквелы старых ТВ-шоу, ностальгический контент в социальных сетях, распространение эстетики 2000-х [Niemeyer 2014]. Однако ностальгия в медиа – это не просто тренд, а социальный феномен [Niemeyer 2014]. Исследования показали, что ностальгия связана с коллективным стремлением к стабильности и комфорту [Bauman 2017]. Ностальгия помогает сохранять чувство идентичности в условиях стремительных социальных изменений [Havlena 1991]. Медиа также выступают инструментом

© Пастухова Д.А., Леонтьева П.А., 2025

формирования и передачи воспоминаний, способствуя возникновению ностальгической тоски [Niemeyer 2014], что особенно актуально для поколения Z, чья жизнь тесно связана с цифровыми медиа [Williams 2011]. Однако, также присутствует и исследовательский пробел, касаемый изучения ностальгии среди поколения Z. Во-первых, большинство исследований фокусируются на ностальгии более взрослых поколений (Бумеры, X, Миллениалы), в то время как поколение Z остается малоизученным [Goulding 2002; Bolin 2016; Lizardi 2017; Jacobsen 2021]. Во-вторых, ностальгия в медиа чаще всего изучается как визуальный тренд, а не как динамичная социальная практика, влияющая на общество [Niemeyer 2014]. В-третьих, роль социальных сетей во влиянии на ностальгические представления малоизученна, несмотря на то, что цифровые платформы воздействуют на память и построение идентичности [Niemeyer 2014]. Более того, ностальгии по непрожитым временам уделяется мало внимания в исследованиях, особенно в контексте социальных сетей. Данное исследование изучает ностальгию как опосредованную социальную практику, рассматривает, как цифровая культура реконструирует прошлое и как Зумеры коллективно обсуждают свои ностальгические переживания. Изучение этих предметных областей внесет вклад в более широкое обсуждение ностальгии в областях социологии и медиа.

Исследовательский вопрос. Как представители поколения Z взаимодействуют с прошлым и переосмысливают его через медиапрактики?

Задачи исследования

1. Изучить, как поколение Z создает и выражает ностальгию на цифровых платформах
2. Проанализировать, как поколение Z потребляет ностальгический контент и взаимодействует с ним
3. Определить, какие медиа и цифровой контент вызывают ностальгию у поколения Z
4. Выявить ключевые ностальгические темы, эстетики и исторические периоды, имеющие больший отклик у поколения Z
5. Понять, как поколение Z переосмысляет прошлое и придает ему новые значения через медиапрактики
6. Рассмотреть ностальгию как социальную практику

Литературный обзор. Для того чтобы концептуализировать поколение Z, стоит обратиться к поколенческому социологическому подходу Маннхейм [Mannheim 1952] утверждал, что поколения формируются под влиянием глобальных явлений и трансформаций общества. Развивая его идею, Страусс и Хоув [Strauss 1991] выделили 20-летний поколенческий цикл, основанный на смене ценностей и исторических паттернов. В их западной классификации к представителям поколения Z относят людей, родившихся с

2003 по 2023 г. В российском контексте поколенческие подходы также рассматривались такими исследователями, как Левада, Семеновой и Омельченко. Радаев [Радаев 2018] подчеркивал, что поколения формируются не только по критерию возраста, но и на основе формативных лет. В контексте поколения Z, Радаев определял его как людей, родившихся в 2001 г. и позже. Говоря о влиянии медиа на поколения, они играют ключевую роль в формировании идентичности поколения Z. Согласно МакЛюэну [McLuhan 1994], каждое поколение имеет свое «родное медиа» (радио, газеты, телевидение, и тд), влияющее на его восприятие мира, поведенческие паттерны и способы коммуникации. Болин [Bolin 2014] также утверждал, что медиапоколения выделяются на основе стадий цифровизации. В российском контексте, Сумская определила четыре цифровых поколения, где поколение Z относится ко второму цифровому поколению, рожденному с 1998 по 2006 г. Пренски [Prensky 2001] также описывал поколение Z как «цифровых аборигенов» – людей, родившихся во времена существования Интернета. Их также называют постмиллениалами или iGen [Prensky 2001]. К основным чертам этого поколения относят стремление к коллаборации, самобытности, аутентичности, гибкости и высокой технологической подкованности [Williams 2011; Parker 2021]. На их формативные годы пришлось множество событий, таких как изменение климата, пандемия, экономические кризисы и стремительная цифровизации. Российские ученые обращают внимание на неоднородность поколения Z [Богачева 2019]. Они также отмечают, что это поколение достаточно противоречиво: несмотря на логическое мышление, у них низкая концентрация внимания; несмотря на меньшую склонность к курению, они зависимы от телефонов; несмотря на высокую ценность образования, они не готовы к труду, несмотря на самоуверенность, они обладают высокой тревожностью [Гудков и др. 2020]. Почти 95% представителей поколения Z имеют доступ к смартфонам, а на просмотр видеоконтента они тратят до 38 часов в неделю [Parker 2019]. Одновременно с этим социальные сети становятся пространством формирования ценностей, идентичностей и мировоззрения [Stahl 2022; Tirocchi 2024].

Также важно рассмотреть и ностальгию сквозь призму социологического подхода. Одним из первых ностальгию начал изучать социолог Дэвис, выделив три типа ностальгии: простую, рефлексивную и интерпретируемую [Davis 1977]. Бойм описывала ностальгию как тоску по идиллическому прошлому и нежелание принять необратимость времени [Boym 2001]. Тернер выделил четыре аспекта ностальгической утраты, связывая ностальгию с текущей социальной неопределенностью [Turner 1987]. Помимо этого, ностальгия также связана с коллективной памятью и социальными изменениями. Хальбвакс утверждал, что память является социальным конструктом, определяющим то, как группы формируют свои воспоминания [Halbwachs 1992]. Продолжая его идеи, Ассманн

подчеркивал, что память также и социальная практика, которая формирует идентичность групп через совместные воспоминания [Assmann 2011].

Говоря о ностальгии в контексте социальных изменений, Бауман ввел понятие ретротопии – ностальгии как реакции на глобальные изменения и общую мировую нестабильность [Bauman 2017]. Более того, в цифровую эпоху ностальгия приобрела новые формы. Нимейер рассматривала цифровые платформы и социальные сети как архивы памяти, где пользователи активно делятся своим прошлым, а также коллективно переживают и переосмысливают его [Niemeyer 2014]. Лизарди выделял типы ностальгии в медиа: медиа ностальгию – тоску по медиаобъектам и медиапрактикам прошлого и опосредованную ностальгию – выраженную или вызванную медиа [Lizardi 2020]. Продолжая идеи Нимейер, Пьетробруно рассматривал социальные сети как современные цифровые архивы воспоминаний [Pietrobruno 2013].

Дэвис также утверждал, что ностальгия может быть связана только с лично пережитым опытом [Davis 1979]. Однако другие исследователи утверждали, что она может быть и социально сконструированным явлением [Havlena 1991; Goulding 2002]. Кенигом [Koenig 2021] ввел понятие «анемоя», описывающее ностальгию по временам, которые не были пережиты лично. Ее также называют замещающей ностальгией и связывают ее появление с передачей информации от старших поколений к младшим [Havlena 1991; Baker 1994]. Такая ностальгия может также распространяться через поп-культуру, медиа и цифровые платформы [Holbrook 1991].

Методология. Тематический анализ 20 интервью с участниками ностальгического сообщества Вконтакте «Как тебя зовут». Респонденты – 10 женщин и 10 мужчин из России в возрасте от 18 до 24 лет. Вконтакте является самой популярной социальной сетью в России[70], и 80% людей в возрасте улот 18 до 24 лет пользуются Вконтакте[71]. Сообщество «Как тебя зовут» – одна из крупнейших групп, посвященных ностальгии, имеющая более 700 тыс. подписчиков. В ней люди активно делятся детскими воспоминаниями, фотоархивами и личными историями, а посты содержат ссылки на личные страницы. Интервью гайд содержит тематические разделы, посвященные восприятию своего поколения, ностальгии, ностальгическим объектам, периодам и медиа, использованию

[70] Ratings. Mediascope. URL: https://mediascope.net/data/ (дата обращения: 26.04.2025).

[71] Аудитория пользователей Интернета, социальных сетей, мессенджеров и VPN-сервисов. 2024. URL: https://www.levada.ru/2024/04/23/auditoriya-polzovatelej-interneta-sotsialnyh-setej-messendzherov-i-vpn-servisov/ (дата обращения: 26.04.2025).

цифровых медиа, просмотру и публикации ностальгического контента, восприятию нынешней ситуации в мире

Результаты

1. *Как поколение Z потребляет ностальгический контент и взаимодействует с ним.* Поколение Z в основном пассивно сталкивается с ностальгией через алгоритмы и рекомендации. Платформы действуют как медиаторы памяти. Взаимодействие с контентом эмоционально насыщенное, но часто импульсивное и кратковременное. Поколение взаимодействует с контентом с помощью лайков, сохранений и репостов друзьям, однако предпочитает не комментировать ностальгический контент. Репосты друзьям обусловлены желанием разделить ностальгическую эмоцию с кем-то еще и найти новый повод для обсуждения.

2. *Какие медиа форматы и цифровой контент вызывают ностальгию у поколения Z.* Ностальгию у поколения Z запускают мультимедийные форматы с четкими культурными кодами: музыка, стили, визуальные эффекты. Поколение предпочитает смотреть ностальгические посты во Вконтакте и короткие видеоролики в Тик Ток. Триггерами к появлению ностальгии служат визуальные триггеры (черно-белый фильтр, эффект пленочной камеры, эффект цифровой камеры), звуковые триггеры (музыка из 2000-ых, движение русского рэпа 2017 г., звуки природы, звуки детства), а также само наполнение контента, отсылающее к одежде прошлого, еде и игрушкам из детства, мультфильмам, старым интерьерам и панельным домам. Перечисленные триггеры служат медиаторами ностальгии, после взаимодействия с которым у людей возникают более обширные воспоминания о прошлом времени.

3. *Как поколение Z создает и выражает ностальгию на цифровых платформах.* Поколение Z также активно переосмысливает прошлое через их собственные нарративы в социальных сетях. публикуя личные ностальгические публикации. Социальные сети становятся платформой ностальгического самовыражения, где люди делятся своей тоской по прошлому. Поколение выкладывает посты и короткие видеоролики с ностальгической эстетикой, предпочитая публиковать свои детские фотографии или фото со времен обучения в школе. Они желают разделить этот момент с другими людьми, одновременно заархивировав его для себя. Также респонденты отмечали, что социальные сети являются аллей памяти и дневником воспоминаний, где спустя время они могут обратиться к контенту из своего прошлого и ощутить ностальгию по временам того времени.

4. *Ключевые ностальгические темы, эстетики и исторические периоды, имеющие отклик у поколения Z.* Поколение Z тянется к образам уютной и понятной эпохи, даже если она не была пережита лично. Эстетика 2000-х и 2017 для них является якорем

идентичности. Ностальгия по незнакомому прошлому возникает в связи с семейными историями и потреблением контента в соцсетях, и обычно относится к периоду СССР и 90-м.

5. *Как поколение Z переосмысляет прошлое и придает ему новые значения через медиапрактики.* Ностальгия для поколения Z является способом придать смысл настоящему через реконструирование прошлого, отрефлексировать его и понять, как ты оказался в нынешней точке. Прошлое превращается в инструмент эмоциональной регуляции и утешения. Социальные сети и медиа заставляют переосмыслить и романтизировать прошлое, прожить его заново и трансформировать воспоминание. Респонденты также отмечали положительное отношение к современным интерпретациям ностальгии, таким как одежда с использованием элементов моды прошлого и обработке видео с винтажными эффектами. Поколение Z противопоставляет прошлое тревожному настоящему, что способствует романтизации прошлого времени и стиранию плохих воспоминаний.

6. *Ностальгия как социальная практика поколения Z.* Ностальгия у поколения Z также служит социальным механизмом принадлежности к поколению, который помогает чувствовать общность и находить общие темы для обсуждения благодаря схожему опыту. Респонденты отмечали, что ностальгия способствует формированию общих ритуалов и традиций, проявляющихся в совместном просмотре ностальгического кино и мультфильмов и совместных походах в места прошлого.

Заключение. В результате было выявлено, что ностальгия для поколения Z является способом переосмысления прошлого, его реконструкции и эмоционального переживания трудностей в настоящем. Через медиапрактики молодые люди взаимодействуют с прошлым, накладывая на него новые смысле и трансформируя свои воспоминания в более идиллическую картину. Анализ интервью показал, что социальные сети играют ключевую роль в активации ностальгических переживаний, транслируя элементы культурной памяти, визуальной эстетики, массовой культуры и становясь пространством для создания иного взгляда на прошлое. Особое значение имеет воспроизведение атмосферы прошлого через музыку, визуальные образы, образы еды, игрушек, одежды. Таким образом, ностальгия в медиапрактиках поколения Z является реакцией на утрату прошлого, инструментом самоопределения и культурного самовыражения, а также способом коммуникации о коллективных поколенческих воспоминаниях – детстве, символах, образах.

Литература

Богачева 2019 – *Богачева Н.В., Сивак Е.В.* Мифы о «поколении Z» // Современная аналитика образования. 2019. № 1. С. 1–64.

Гудков и др. 2020 – *Гудков Л., Зоркая Н., Кочергина Е.* и др. Российское «поколение Z» установки и ценности. 2019/2020: исследование / Отв. ред. П. Тешендорф, Ред. М. Перепелюк. М.: Фонд имени Фридриха Эберта, 2020. 148 с.

Радаев 2018 – *Радаев В.В.* Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ // Социологические исследования. 2018. № 3. С. 15–33.

Assmann 2011 – *Assmann J.* Communicative and cultural memory // Cultural memories: The geographical point of view. Dordrecht: Springer Netherlands, 2011. P. 15–27.

Baker 1994 – *Baker S.M., Kennedy P.F.* Death by nostalgia: A diagnosis of context-specific cases // Advances in Consumer Research. 1994. Vol. 21. P. 169–174.

Bauman 2017 – *Bauman Z.* Retrotopia. Cambridge: Polity Press, 2017. P. 55–71.

Bolin 2016 – *Bolin G.* Media generations: Experience, identity and mediatised social change. London: Routledge, 2016. 149 p.

Bolin 2014 – *Bolin G.* Media generations: Objective and subjective media landscapes and nostalgia among generations of media users // Participants: Journal of Audience and Reception Studies. 2014. Vol. 11. No. 2. P. 108–131.

Boym 2001 – *Boym S.* The Future of Nostalgia. New York: Basic Books, 2001. P. 513–518.

Davis 1977 – *Davis F.* Nostalgia, identity, and the current nostalgia wave // Journal of Popular Culture. 1977. Vol. 11. No. 2. P. 414–424.

Davis 1979 – *Davis F.* Yearning for Yesterday: A Sociology of Nostalgia. New York: Free Press. 1979.

Goulding 2002 – *Goulding C.* An Exploratory Study of Age Related Vicarious Nostalgia and Aesthetic Consumption // Advances in Consumer Research. 2002. Vol. 29. No. 1. P. 542-546.

Halbwachs 1992 – *Halbwachs M.* On Collective Memory. Chicago: University of Chicago Press. 1992. 254 p.

Harlow 2023 – *Harlow S.* How are Gen Z and millennials driving nostalgia? GWI. 2023. URL: https://www.gwi.com/blog/nostalgia-trend (дата обращения: 26.04.2025).

Havlena 1991 – *Havlena W.J., Holak S.L.* "The Good Old Days": Observations on Nostalgia and Its Role In Consumer Behavior // Advances in Consumer Research. 1991. Vol. 18. No. 1. 24 p.

Holbrook 1991 – *Holbrook M.B., Schindler R.M.* Echoes of the dear departed past: Some work in progress on nostalgia // Advances in Consumer Research. 1991. Vol. 18. No. 1. P. 330–338.

Jacobsen 2021 – *Hviid Jacobsen M.* (Ed.). Intimations of Nostalgia: Multidisciplinary Explorations of an Enduring Emotion. Bristol: Policy Press, 2021. 262 p.

Koenig 2021 – *Koenig J.* The Dictionary of Obscure Sorrows. New York: Simon and Schuster, 2021. 228 p.

Lizardi 2017 – *Lizardi R.* Nostalgic Generations and Media: Perception of Time and Available Meaning. Lanham: Lexington Books, 2017. 172 p.

Lizardi 2020 – *Lizardi R.* The future of nostalgia is inevitable: Reflections on mediated nostalgia // Nostalgia now: Cross-disciplinary perspectives on the past in the present / ed. by M. H. Jacobsen. London: Routledge. 2020. P. 147–161.

Mannheim 1952 – *Mannheim K.* The Sociological Problem of Generations // Essays on the Sociology of Knowledge. London: Routledge. 1952. P. 286–320.

McLuhan 1994 – *McLuhan M.* Understanding Media: The Extensions of Man. Cambridge: MIT Press, 1994. 464 p.

Niemeyer 2014 – *Niemeyer K.* Media and Nostalgia: Yearning for the Past, Present and Future (Palgrave Macmillan Memory Studies). Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014. 241 p.

Parker, Igielnik 2021 – *Parker K., Igielnik R.* On the Cusp of Adulthood and Facing an Uncertain Future: What We Know About Gen Z So Far. Pew Research Center. 2021. URL: https://www.pewresearch.org/social-trends/2020/05/14/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-gen-z-so-far/ (дата обращения: 26.04.2025).

Pietrobruno 2013 – *Pietrobruno S.* YouTube and the Social Archiving of Intangible Heritage // New Media & Society. 2013. Vol. 15. No. 8. P. 1259-1276.

Prensky 2001 – *Prensky M.* Digital Natives, Digital Immigrants Part 2: Do They Really Think Differently? // On the Horizon. 2001. Vol. 9. No. 6. P. 1-6.

Stahl 2022 – *Stahl C. C., Literat I.* GenZ on TikTok: the collective online self-portrait of the social media generation // Journal of Youth Studies. 2022. Vol. 26. No. 7. P. 925–946.

Strauss 1991 – *Strauss W., Howe N.* Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. New York: William Morrow and Company, 1991. 538 p.

Tirocchi 2024 – *Tirocchi S.* Generation Z, values, and media: from influencers to BeReal, between visibility and authenticity // Frontiers in Sociology. 2024. Vol. 8. P 1-18.

Turner 1987 – *Turner B.S.* A note on nostalgia // Theory, Culture & Society. 1987. Vol. 4. No. 1. P. 147–156.

Williams 2011 – *Williams K. C., Page R. A.* Marketing to the Generations // Journal of Behavioral Studies in Business. 2011. Vol. 3. No. 1. P. 37–53.

Карьера и самореализация: как молодое поколение выбирает свой путь

Арина В. Перлина

студентка
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва

Анастасия М. Кирсанова

студентка
Финансовый университет при Правительстве Российской

Научный руководитель: Елена А. Орлова

канд. психол. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва

Аннотация. Данная работа посвящена исследованию карьерных ориентаций и стремлений к самореализации у российской молодежи. Исследование включает анализ данных, полученных в ходе фокус-группы и результатов опроса широкой аудитории, направленного на выявление ценностей и профессиональных стратегий. Интервью было направлено на изучение мотивации выбора профессии, представлений об идеальной карьере, отношении к образованию и опыту, страхов и барьеров на пути к самореализации, а также балансе работы и личной жизни. Результаты исследования демонстрируют, что главным приоритетом в карьере для молодежи является высокий доход, однако самореализация, стабильность и гибкий график также играют важную роль.

Ключевые слова: самореализация, профессия, молодое поколение, образование, карьера, доход, опыт

Современные социально-экономические условия и динамичный рынок труда ставят перед молодым поколением сложную задачу: как выбрать профессиональный путь, который обеспечит не только финансовую стабильность, но и личную самореализацию? В эпоху цифровизации, растущей конкуренции и трансформации профессий молодежь вынуждена искать баланс между карьерными амбициями, личными ценностями и требованиями современного работодателя.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью понимания мотивации, страхов и стратегий молодых людей при построении карьеры. В условиях быстро меняющегося мира традиционные модели профессионального успеха уступают место гибким траекториям, где важны не только образование и опыт, но и осознанность, баланс работы и жизни, а также готовность к постоянному обучению. Цель исследования – изучить ценностные ориентиры и карьерные стратегии современной российской молодежи, выявить ключевые факторы, влияющие на их профессиональный выбор.

© Перлина А.В., Кирсанова А.М., 2025

Задачи исследования

1. Изучить мотивацию выбора профессии среди представителей поколения Z.

2. Проанализировать представления молодежи об «идеальной карьере».

3. Определить роль образования и практического опыта в профессиональном становлении.

4. Выявить основные страхи и барьеры, мешающие самореализации.

5. Исследовать отношение молодых людей к балансу работы и личной жизни.

Объект исследования – профессиональные ориентиры и карьерные стратегии молодежи. Предмет исследования – факторы, влияющие на выбор профессии и построение карьеры среди студентов и старшеклассников.

Обзор источников по теме исследования

Самореализация и выбор профессии молодежи были рассмотрены во многих работах. Статья «Самореализация молодежи в цифровой среде: ценностный подход» посвящена самореализации личности. Особое внимание в работе уделяется социальным и духовным ценностям как основанию самореализации, а также цифровой среде и ее влиянию. Подчеркивается важность государственной молодежной политики, направленной на формирование нравственных ориентиров и создание условий для развития в условиях цифровизации. Также были выделены основные аспекты, необходимые для эффективной самореализации молодого поколения: устойчивость ценностной системы, развитие правовой и цифровой культуры, а также государственные меры по поддержке образования и семейного воспитания [Глотов, Алешкова 2021, с. 233-235].

Исследование «Самоопределение и самореализация молодежи в России: социально нравственные и психологические аспекты проблемы» выявило ключевые проблемы самоопределения молодежи в России: «утечка мозгов», социальная несправедливость, отсутствие идеологического единства. Второстепенные факторы – неэффективная госполитика и ЕГЭ, провоцирующий случайный выбор профессии. Решение требует пересмотра идеологических подходов и адаптации к цифровым вызовам [Абдуллин и др. 2021, с. 446-448].

В исследовании «Проблемы профессионального самоопределения молодёжи в современных социальных условиях» были рассмотрены трудности при выборе профессии: неосознанный выбор под влиянием окружения, инфантилизм, погоня за престижем, нехватка бюджетных мест и вынужденный отказ от желаемой специальности. Это приводит к тому, что многие работают не по профессии, разочаровываются в карьере или выбирают её только ради денег. Решение требует системных мер – от улучшения профориентации в

школах до поддержки осознанного выбора и развития ценностей труда [Ряполова 2018, с. 7-10].

В исследовании «Проблема выбора профессии среди молодежи» были описаны основные трудности, с которыми сталкиваются подростки и молодые люди: недостаток информации о профессиях, внешнее влияние от родителей, а также гендерные стереотипы. В статье описывается важность профориентации. Профориентация должна состоять из пяти компонентов: экономический (анализ рынка труда), медико-физиологический (учет собственных возможностей), педагогический (воспитание осознанного выбора), психологический (оценка профессиональной пригодности) и социальный (информирование о профессиях) [Чупина и др. 2025, с. 312-314].

Исследование по теме «Специфика профессиональной самореализации современного студента» направлено на изучение особенностей профессиональной самореализации студентов в процессе обучения в университете. Молодёжь сталкивается с трудностями профессионального самоопределения из-за динамичного рынка труда. Главные проблемы для студентов — это недостаток информации и профессиях и отсутствие четких планов достижения своих целей [Ащеулова, Нятина 2019, с. 19-21].

Опрос. В ходе исследования был проведен онлайн-опрос российской молодежи. В опросе участвовали 125 респондентов. Наибольшая доля (43,2%) – молодые люди 18–25 лет, 24,3% – 31 год и старше, 16,2% – 26–30 лет. Основная аудитория молодая (18–25), но значительная часть старше 30. 35,9% опрошенных работают, 33,3% учатся, 28,2% совмещают учебу и работу, Большинство либо работают, либо учатся, при этом почти треть совмещают оба вида активности. Главный приоритет в карьере – высокий доход (64,1%). Стабильность и безопасность на втором месте (43,6%). Самореализация (38,5%), гибкий график/удаленная работа (35,9%) и карьерный рост (35,6%) – почти одинаково важны. Главный фактор выбора профессии – личный интерес (43,6%). Родители/семья (23,1%) влияют сильнее, чем друзья, учителя (12,8%) или соцсети (5,1%). Практический опыт почти не играет роли (2,6%).

Затрагивая нестандартные форматы работы (фриланс, удаленная работа и др.), большинство (41%) рассматривают подобный формат как возможный вариант, 36% – предпочитают традиционную занятость, 23,1% – сознательно выбирают нестандартные форматы (рис. 1).

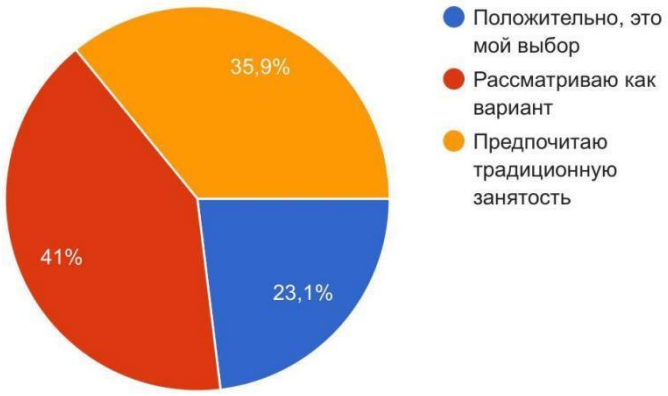

Рис. 1. Как Вы относитесь к нестандарным форматам работы?
(Фриланс, стартапы, удалёнка)

В карьере большее значение для респондентов имеют высокая должность и зарплата (56,4%). На втором месте находится вариант «любимое дело» (51,3%), на третьем баланс работы и жизни (43,6%). Менее важны для опрошенных признание в профессии (28,2%) и ценность как сотрудника (2,6%). Успех чаще связывают с доходом и статусом, но почти так же важен интерес к работе и личное благополучие. Профессиональное признание вторично (рис. 2).

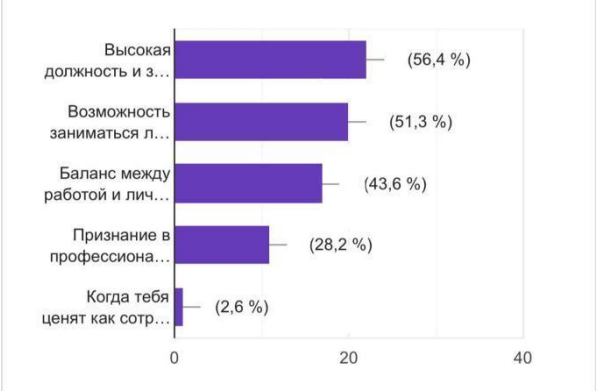

Рис. 2. Что для Вас означает «успешная карьера»? (%)

Что касается выбора профессии, то почти половина респондентов (46,2%) уверены в своём выборе, но значительная часть сталкивалась с неопределенностью (30,8%) или продолжает сомневаться (23,1%) (рис. 3).

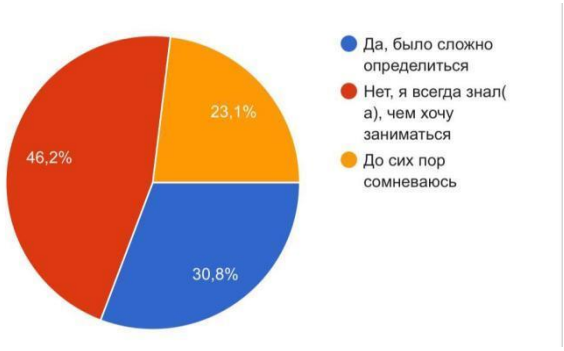

Рис. 3. Сталкивались ли Вы с трудностями при выборе профессии?

Рассматривая планы карьерного развития, большинство делает ставку на развитие навыков (30,8%) или карьерный рост (25,6%), но есть запрос на предпринимательство (17,9%) и смену деятельности (15,4%). Каждый десятый ещё в поиске стратегии. Основные сложности в профессиональном развитии – опыт (43,7%) и финансы (31,6%), но мешают также неопределенность (26,3%) и конкуренция (23,7%). Давление извне играет малую роль (10,5%) (рис. 4).

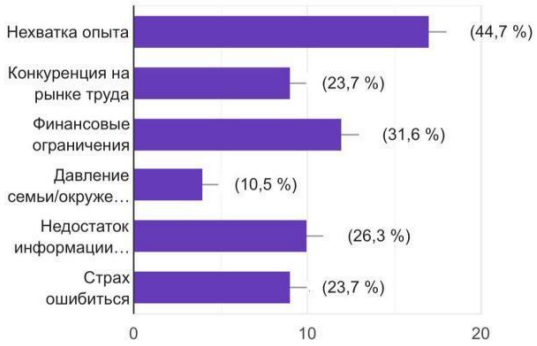

Рис. 4. Что Вам мешает в профессиональном развитии?

Большинство делает ставку на развитие навыков или карьерный рост (30,8%), но есть запрос на предпринимательство (17,9%) и смену деятельности (15,4%). Каждый десятый ещё в поиске стратегии (10,3%) (рис. 5).

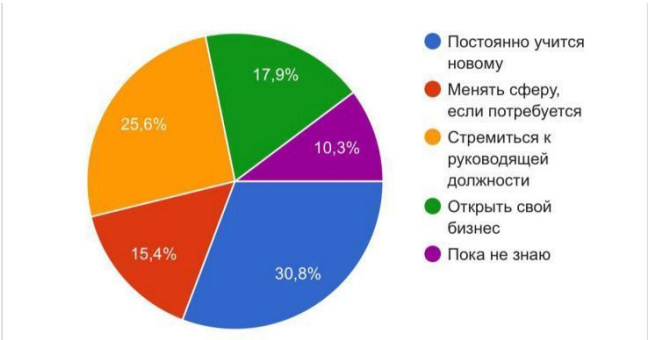

Рис. 5. Как Вы планируете развиваться в карьере?

Последний вопрос в опросе «Ваш совет тем, кто только выбирает профессию?» был открытым (рис. 6).

Рис. 6. Ваш совет тем, кто только выбирает профессию

Основной совет людям, которые только выбирают профессию, – выбирать профессию по интересу и желанию, но не бояться ошибиться: карьера сейчас редко бывает линейной. Важно пробовать разные направления, осваивать новые навыки и следить за изменениями на рынке труда. При этом стоит прислушиваться к себе, а не просто следовать чужому мнению. Главное – оставаться гибким и открытым к возможностям, ведь первый выбор не обязан быть окончательным.

Интервью фокус-группы

В ходе исследования было проведено интервью фокус-группы. Были опрошены 6 представителей российской молодежи. Цель исследования – изучение ценностных ориентиров и профессиональных стратегий современной молодежи в России.

Интервью

1. Расскажите о себе. На каком направлении вы учитесь сейчас или планируете учиться?

Мария, 19 лет: Я учусь в ВШЭ на направлении «Брендинг в индустрии моды». В свободное время я работаю.

Виктория, 17 лет: Я ученица 11 класса, готовлюсь к сдаче экзаменов и поступлению в НИУ ВШЭ на факультет бизнеса.

Соня, 20 лет: Я всю жизнь занималась рисованием и дизайном, учусь на графического дизайнера в Высшей школе экономики. Сейчас я работаю фитнес-тренером, увлекаюсь бодибилдингом.

Софья, 19 лет: Студентка стоматологического факультета Тверского государственного медицинского университета!

Полина, 19 лет: Меня зовут Полина, мне 19 лет, я учусь на 2 курсе в Финансовом университете на направлении «Реклама и связи с общественностью» параллельно совмещаю работу с учебой.

Лидия, 19 лет: Я учусь в Финансовом университете на направлении «Реклама и связи с общественностью».

2.Что для вас «идеальная карьера»?

Мария, 19 лет: Идеальная карьера – это когда у меня есть стабильный заработок, работа нравится, она не занимает слишком много время.»

Виктория, 17 лет: «Для меня идеальная карьера - это универсальный род занятий, который можно спокойно совмещать с другими сферами жизни. Скорее что-то более мобильное, чем просто работа в офисе. Но также в приоритете возможность постоянного карьерного роста и удовлетворение своих нравственных нужд.»

Соня, 20 лет: «Для меня идеальная карьера — это возможность постоянно развиваться и заниматься тем, что ты любишь.»

Софья, 19 лет: «Стабильный высокий доход, осознание ответственности и любовь к своему делу.»

Полина, 19 лет: «Для меня идеальная карьера – это, скорее, не просто работа, а образ жизни. Это когда ты просыпаешься утром и тебе хочется идти на работу, потому что там ты можешь раскрыть свой потенциал, творить, приносить пользу. Идеальная карьера – это когда работа приносит не только деньги, но и удовлетворение, когда есть возможность постоянно учиться новому, расти и чувствовать себя нужной и полезной. И чтобы, конечно, оставалось время на друзей, семью и мои увлечения!»

Лидия, 19 лет: «Идеальная карьера – синергия между саморазвитием, стабильным заработком и собственной личной жизнью.»

3.Как вы считаете, что важнее для успешной карьеры: престижное образование или практический опыт? Почему?

Мария, 19 лет: Практический опыт естественно. Когда получаешь образование, ты изучаешь некоторые кейсы, которые могут встретиться в жизни, но самые лучшие уроки получаешь на своем опыте.

Виктория, 17 лет: Хочется верить, что престижное образование поможет минимизировать количество ошибок и негативного практического опыта на первых этапах карьерного развития, так что я склоняюсь именно к нему. Лучше узнать о возможных ошибках заранее, чем проверять каждую из них на себе.

Соня, 20 лет: Мне кажется, что практический опыт намного важнее чем престижное образование. Престижное образование не означает, что ты будешь лучшим в своем деле. Если ты с детства чем-то увлекался, занимался, то у тебя уже есть огромный опыт, за это тебя и без образования могут взять на какую-то хорошую работу. Но образование все равно важно.

Софья, 19 лет: Смотря что подразумевается под престижным образованием и какое конкретно образование. Если статус ВУЗа, его столичное месторасположение, то это мало что значит. Говоря о стоматологии, можно отучиться в региональном вузе с хорошей профессорской базой, многому научиться и хорошо зарабатывать. А можно отучиться в частном ВУЗе с непонятной историей и не быть востребованным специалистом.

Полина, 19 лет: Думаю, что тут важен баланс. Престижное образование, конечно, дает хорошую базу, теоретические знания, связи, но без практического опыта это все остается просто теорией. А практический опыт без базы – это как строить дом без фундамента. Поэтому, я думаю, для успешной карьеры важно и то, и другое. Сейчас я как раз стараюсь этот баланс соблюдать, совмещая учебу с работой. Так я сразу могу применять полученные знания на практике и видеть, как это работает в реальной жизни.

Лидия, 19 лет: На сегодняшний день решающим фактором является практический опыт. Я считаю, что высшее образование сейчас обесценивается и не даем гарантии на получение работы.

4.Должна ли работа приносить не только деньги, но и ощущение смысла?

Мария, 19 лет: Я считаю, что да.

Виктория, 17 лет: Для меня определенно да. Легче просыпаться по утрам и идти на работу, зная, что в твоих действиях есть нечто больше, чем просто получение средств для выживания.

Соня, 20 лет: Да, я думаю что работа должна приносить не только деньги, но и ощущение смысла. Это конечно в идеальном мире, ну а так деньги конечно должна приносить.

Софья, 19 лет: Разумеется.

Полина, 19 лет: Однозначно да! Если работа приносит только деньги, то очень быстро можно выгореть и потерять интерес. Деньги, конечно, важны, но если ты не чувствуешь, что делаешь что-то полезное, что твоя работа имеет значение, то долго так не протянешь.

Лидия, 19 лет: Работа приносит удовольствие тогда, когда эти два фактора находятся на высоте. Без ощущения признания и смысла человек не может чувствовать себя хорошо.

5.Где вы видите себя через 5–10 лет? Какие шаги готовы предпринять, чтобы достичь этой цели?

Мария, 19 лет: Через 5-10 лет я вижу себя с успешной карьерой и началом создания семьи, детей.

Виктория, 17 лет: «Надеюсь, что уже с малым бизнесом и немалым опытом, полученным в процессе обучения и стажировки.

Соня, 20 лет: Через 5-10 лет я не знаю где я себя вижу. Пока что неизвестно.

Софья, 19 лет: Я не загадываю так далеко.

Полина, 19 лет: Через 5-10 лет я вижу себя успешным специалистом по рекламы или PR в сфере моды. Хочу работать в крупной бренде или открыть свое собственное производство. Мне хочется заниматься интересными проектами, работать с классной командой и постоянно развиваться. Для достижения этой цели я сейчас стараюсь максимально учиться, получать опыт, посещать различные мероприятия, нарабатывать связи.

Лидия, 19 лет: Через 5-10 лет я вижу себя реализованным человеком с собственным бизнесом, а также успешным дизайнером. Чтобы достичь этой цели необходимо не только много учиться, но и рисковать.

6.Что вас больше всего пугает в построении карьеры (конкуренция, нехватка навыков, экономическая ситуация)?

Мария, 19 лет: Пугает скорее конкуренция, даже не только сама конкуренция, а именно страх вложить в неактуальную для общества вещь/дело.

Виктория, 17 лет: Больше всего пугает и при этом завораживает риск. Выбирая карьерный путь, никогда не предугадаешь, что ждет тебя в конце. Нужна определенная смелость, чтобы не потерять азарт и увлечение, с которыми начинаешь свою профессиональную деятельность.

Соня, 20 лет: Если рассматривать дизайн, то больше всего в построении карьеры пугает нехватка навыков и конкуренция. Сейчас дизайнеры все делают очень качественно, особенно последние несколько лет. Много графических дизайнеров, которые рисуют днями и ночами, а я на такое не готова. Если рассматривать работу тренером, то меня ничего не пугает.

Софья, 19 лет: Возможность разочарования.

Полина, 19 лет: Больше всего меня пугает, наверное, нехватка навыков. Мир меняется очень быстро, появляются новые технологии, новые тренды, и нужно постоянно учиться новому, чтобы оставаться конкурентоспособным. Конкуренция, конечно, тоже пугает, но она же и стимулирует к развитию.

Лидия, 19 лет: Больше всего меня пугает конкуренция.

7.Как вы относитесь к идее «жить, чтобы работать» vs. «работать, чтобы жить»? Готовы ли вы жертвовать личным временем ради карьеры?

Мария, 19 лет: Работать, чтобы жить. Я не готова тратить всю свою жизнь на работу и избыточно жертвовать своим временем для этого, но иногда такое может случаться.

Виктория, 17 лет: Одно не может существовать без другого и безусловно будут случаи, когда придется жертвовать личным временем ради карьеры. Однако без должного баланса обе сферы жизни пойдут под откос, так что, да, готова отдаваться работе, но в определенной мере.

Соня, 20 лет: Мне кажется невозможно не жертвовать личным временем ради карьеры, но я придерживаюсь позиции «работать, чтобы жить». Карьера для меня не на первом месте, на первом месте семья.

Софья, 19 лет: Обе идеи мне не близки, во всем нужен баланс. Жертвовать личным временем я не готова, по крайней мере на данный момент.

Полина, 19 лет: Я считаю, что нужно найти золотую середину. «Жить, чтобы работать» – это перебор. Работа – это важная часть жизни, но не единственная. У меня есть друзья, семья, хобби, и я не готова жертвовать всем этим ради карьеры. «Работать, чтобы жить» – тоже не мой вариант. Я хочу, чтобы работа приносила мне удовольствие, а не была просто способом заработка денег.

Лидия, 19 лет: Я ставлю свою личную жизнь выше карьеры, поскольку обратное приведет к выгоранию.

8.Если бы вам не нужно было зарабатывать деньги, чем бы вы занимались? Есть ли у вас хобби, которое могло бы стать профессией?

Мария, 19 лет: Если бы не нужно было зарабатывать деньги, но они все равно были бы, я бы занималась собой, путешествовала.

Виктория, 17 лет: Если бы заработок не был первым и самым главным признаком карьеры, я бы выбрала искусство, в частности музыку. К сожалению, в наше время тяжело построить творческую карьеру с таким же успехом и ростом, как техническую, гуманитарную или медицинскую.

Соня, 20 лет: Я бы занималась спортом, оставалась тренером.

Софья, 19 лет: Открыла бы какое-нибудь заведение в живописном районе города/городов, часто бы находилась там и созерцала происходящее вокруг. Скорее не хобби, а мировоззрение – гедонизм!

Полина, 19 лет: Если бы мне не нужно было зарабатывать деньги, я бы, наверное, занималась путешествиями. Мне очень нравится путешествовать, открывать для себя новые места, знакомиться с разными культурами. Это то, что действительно приносит мне счастье и удовольствие.

Лидия, 19 лет: Я бы путешествовала, имела несколько высших образований и просто была в контакте с собой. Скорее всего, я бы шила одежду и создала свой бренд.

Заключение

Исследование показало, что молодое поколение России стремится к карьере, которая сочетает в себе высокий доход, гибкость и возможность развития, при этом важную роль для молодежи играют баланс работы и личной жизни. Несмотря на то, что большинство ценит практический опыт больше образования, некоторые респонденты также признают важность высшего образования, которое может помочь избежать ошибок в работе. Главные страхи в построении карьеры для молодежи – нехватка навыков, главные барьеры –

недостаток опыта и финансов. Российская молодежь заинтересована в карьере, которая позволяет пробовать разные направления, также многие рассматривают предпринимательство как карьерный путь. В заключение, идеальная карьера для российских представителей поколения Z – симбиоз стабильности, смысла и личного благополучия, а не способ заработка.

Литература

Абдуллин и др. 2021 – *Абдуллин А.Г., Лихолетов В.В., Рябова И.Г.* Самоопределение и самореализация молодежи в России: социально-нравственные и психолого-педагогические аспекты проблемы // Интеграция образования. 2021. № 3. С. 441–462.

Ащеулова, Нятина 2019 – *Ащеулова К.А., Нятина Н.В.* Специфика профессиональной самореализации современного студента // Профессиональное образование в России и за рубежом. 2019. № 4. С. 17–23.

Глотов, Алешкова 2021 – *Глотов С.А., Алешкова И.А.* Самореализация молодежи в цифровой среде: ценностный подход // Образование и право. 2021. № 5. С. 232–237.

Ряполова 2018 – *Ряполова Я.И.* Проблема профессионального самоопределения молодежи в современных социальных условиях // Мир педагогики и психологии. 2018. № 7. С. 5–11.

Чупина и др. 2025 – *Чупина И.П., Журавлева Л.А., Зарубина Е.В., Симачкова Н.Н., Егоров С.Г.* Проблема выбора профессии среди молодежи // Российский научный вестник. 2025. № 1. С. 311–317.

«Студенческая субкультура» как забытый концепт

Дарья С. Агафонова

студентка
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Роман И. Анисимов

канд. социол. наук, доцент
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье рассматривается традиция использования понятия «студенческая субкультура». Анализируется, как данный концепт применялся для объяснения адаптации студентов к условиям университета, формирования идентичности и накопления социального, культурного и символического капитала.

Ключевые слова: студенческая субкультура, мотивация, формы капитала, высшее образование, возрастной мораторий

Задачи, одна за другой встающие перед молодыми людьми в период образовательного выбора и обучения, требуют выработанного группой сценария когнитивного и поведенческого реагирования. Возникает необходимость купировать сразу несколько масштабных и гетерогенных задач: новые социальные роли, которые, возможно, придётся играть всю жизнь, изменения в собственном теле, повышение требований «взрослой» среды – каждая из которых запускает свою цепь последствий. Этот турбулентный период чаще всего переживается, минуя рациональное осмысление и оценку всех вызовов, через которые уже пришлось пройти. Подобный выручающий автоматизм возможен за счёт существования набора готовых решений, легитимных для таких случаев. О совокупностях типичных образцов, правил и норм действия и говорится как о студенческих субкультурах – групповых сценариях решения аналогичных проблем студенчества [Соколов 2013, с. 36].

Мыслят ли студенты в категориях инструментальной рациональности, исходя из соображений будущей профессиональной отдачи? Не исключено, что, преследуя определённые блага и выбирая между альтернативами, студент обеспокоен отнюдь не экономической результативностью, и при выборе университета значимыми в глазах абитуриента оказываются другие возможности: географическая мобильность, нахождение в нужном круге общения, учёба без серьёзных трудозатрат или способ убедить ближайшее окружение в своей «продуктивной» занятости. Несмотря на производимую в большинстве

© Агафонова Д.С., 2025

социологических теорий образования редукцию мотивации студенток к логике функционирования университета, обращение к малоизвестным страницам изучения студенческих субкультур в данной статье сможет дать понять, что университет – пластичный институт и студенты используют его в целях, отклоняющихся от доминирующих дискурсов вокруг высшего учебного заведения.

Первые проблески исследовательского интереса к студенческой культуре как предмету социологического анализа появились ещё в XIX столетии [McLachlan 2019], но только в 40-е и 50-е гг. их изучение легло на научную основу, тогда – на передовую на тот момент теорию структурного функционализма Т. Парсонса. Одним из его центральных положений является признание потенциальной рассогласованности между мотивами, ценностями и нормами [Парсонс 2002, с. 206]. В случае неконгруэнтности подсистем оказывается, что студент знает, как играть в существующих институтах, но не понимает, зачем, или знает зачем, но не испытывает личной заинтересованности. Похожая логика прослеживается в политической сфере, когда институциональное калькирование без учёта политической культуры приводит к вырождению институтов или их функционированию на основе «понятий», не так, как предполагалось исходно. Поведение студентов в академической среде также определяется не только институциональными рамками, но и в значительной степени собственным и групповым смыслообразованием.

Подробнее тему обстоятельств, при которых отклонение от социального кодекса представляет собой нормальный ответ на ситуацию, разрабатывал Р. Мертон, и описанные им пять логически возможных форм адаптации к социальному порядку (подчинения, инновация, ритуализм, ретретизм, мятеж) [Мертон 1966] активно используются в исследованиях студенчества [Sliwa 2022]. Также аналитическая перспектива была расширена благодаря его работе о студентах-медиках [Merton 1957], в которой Р. Мертона интересовала необходимость интеграции учащимися множества несовместимых требований как институционального уровня, так и неформальной организации, чтобы сформировать более-менее согласованную профессиональную идентичность.

Первым имевшим целью именно типологизацию студенческих субкультур было проводимое в конце 30-х и начале 60-х гг. исследование [Newcomb 1958, с. 56-88] в Беннингтонском колледже[74]. Теоретические разработки исследовательского коллектива были направлены на создание синтетического подхода, относящегося к семейству теорий

[74] Беннингтон – частное женское учебное заведение в Новой Англии. Оно возникло в начале 30-х на волне энтузиазма по поводу экспериментальных программ обучения, преодолевающих недостатки традиционных образовательных институтов за счет поощрения самостоятельной интеллектуальной активности учащихся и устранения любых формальных методов контроля, широких возможностей влияния студенток на политику колледжа.

«когнитивного дисбаланса». Целью ставилось обнаружение путей, которыми учащиеся приводят в соответствие конфликтующие когниции (привезённый из дому консерватизм и либеральные установки колледжа). Беннингтонское исследование можно назвать попыткой социологизации классической теории Ф. Хайдера [Heider 1946] и её развития через концепт референтной группы. Агентность девушек в относительно жёсткой системе координат доминирующего этоса колледжа проявилась в конструировании специфичных, но не полностью отрицающих доминирующую идеологию заведения субкультур, поляризованных по признакам интеллектуализма («Творческие» и «Академики») и индивидуализма («Бешеные», «Социальные»). Чтобы поддерживать когнитивный баланс, девушкам потребовалось создать гетерономный круг общения со своими правилами игры, который был своего рода мостом между собственной индивидуальностью и официальными «добродетелями» Беннингтона.

Четыре субкультуры были не просто горизонтальными группами: они, учитывая доминирующий дискурс, располагались иерархически. Немаловажным признаком также является онтологическая укоренённость типологии, а именно проекция на существующие коллективы с интенсивной внутригрупповой коммуникацией. Этот реализм отличает работу Т. Ньюкомба от последующих работ, в которых субкультура понималась не как ”ace-to-face” сообщество, а как набор автономно воспроизводимых образцов и репутаций. Если либеральная беннингтонская студенческая культура была главным образом девиантной для американских женских колледжей середины века, то исследование Вассарского колледжа позволило сформировать портрет типичного женского американского студенчества своего времени. Жизнь большинства учащихся была в значительной степени сосредоточена в частной сфере, что проявлялось в ориентации «сдать экзамен и двигаться дальше». Диплом работал как «модный аксессуар», помогающий создать хорошую семью и реализовать своё женское предназначение. Субкультуры, сформированные на основе стремления к академическим или профессиональным достижениям, рассматривались как девиантные.

Несмотря на проделанную Т. Ньюкомбом и его коллективом работу и её новаторский характер, большее распространение в итоге получила типология М. Троу. По гипотезе автора, во всех крупных университетах воспроизводятся четыре субкультуры [Trow 1960]. Во-первых, «Коллегиалы» – социальные активисты, инвестированные преимущественно в студенческую жизнь. Далее – «Профессионалы», для которых наибольшей значимостью обладает будущая работа, поэтому период студенчества редуцируется до овладения профессиональными навыками. «Коллегиалы» более-менее точно накладываются на беннингтонскую «Социальную группу», однако первые в большей степени реализуются через публичную деятельность, в то время как вторые ориентированы

преимущественно на устройство личной жизни. Субкультура «Академики» охватывает людей, видящих в своей профессии терминальную ценность, а не средство увеличения дохода. Наконец, самая, возможно, нетипичная для российского вуза группа – «нонконформисты»: богема, не лояльная заведению и враждебная социальному порядку в целом, «золотая молодёжь», которая учится для стиля жизни, на диплом, престиж или чтобы угодить своим родителям.

Можно заметить, что при переходе к типологии М. Троу изменились логические основания выделения данных групп: теперь они выражают не степень принятия идеологии конкретного вуза, а желание строить конвенциональную карьеру и сценарий отклонения от стандартной профессиональной стратегии («Академики»; «Нонкорфомисты»). Дополнительно к первому основанию накладывается институциональное доверие – вера в эффективность образовательных институтов (лояльные институции «Профессионалы» и «Академики» против нелояльных «Коллегиалов» и «Нонконформистов).

Пространство университета середины XX в. было особенно гендерно специфичным в сравнении с сегодняшним днём, так как численно, по крайней мере на Западе, преобладала мужская часть студенчества. Стремление использовать университет преимущественно для повышения своего дохода молодыми людьми было скорее ожидаемым, чем предосудительным. В связи с этим ключевая дифференциация между группами определялась вариативностью представлений о критериях «высокой квалификации» и оптимальных стратегиях её достижения. Так, представители Второй чикагской школы, благодаря которой термин «субкультура» вошёл в социологический обиход и даже преодолел дисциплинарные границы, Г. Беккер, Э. Хьюз, А. Стросс обнаружили чёткую поляризацию на две субкультуры студентов, различавшихся своим представлением об идеальном наборе знаний для врача [Becker 1961, с. 86]. Одни считали академическую успеваемость достоверным свидетельством компетенций и стремились к максимальным баллам. Для вторых приоритетным был практический опыт, что обуславливало пренебрежение оценками в случае, если содержание учебного материала представлялось им недостаточно релевантным для будущей профессиональной деятельности. В конце концов, объединение студентов в сообщества (практико- / системно-ориентированное) привело к представлению о факультете с его пониманием медицины, требованиями и инструкциями как о группе, противоположной их собственной [Becker 1961, с. 96]. Сконструированные субкультуры со специфичным для них ритмом обучения поддерживали своего рода «modus vivendi» между участниками академического процесса и задавали допустимую меру автономии и отклонения от требований факультета.

В то же время И. Гофман, хотя плотно взаимодействовал со своими коллегами по Чикагской школе, прицельно не писал о студентах. Тем не менее предложенные им интеракционистские метафоры вдохновили социологов образования и академической жизни на синтез собственных подходов для изучения мотивации к получению высшего образования. Так, М. Соколов, А. Кнорре и М. Сафонова отсылают на его «Ритуал взаимодействия» [Goffman 1983], когда применяют оппозиции ситуативных и результативных благ к вопросу о мотивации учёбы в университете.

Ситуативные блага потребляются непосредственно в обучении, а результативные – в последующей жизни за пределами вуза. Первые из них отражают совокупность как воспринимаемых выгод, так и избегаемых издержек. В частности, к позитивным ситуативным благам относятся материальная поддержка в виде стипендии, обеспечения жильём, особенно в столице, а также возможность быть включённым в студенческую жизнь в целом. Негативные ситуативные блага (отсрочка от армии, уверенность ближайшего окружения в продуктивной занятости и т. д.), как следует из названия, легитимируют возможность индивида что-либо не делать [Соколов 2014, с. 7]. Эта отсрочка от каких-либо взрослых обязательств согласуется с теорией «возрастного моратория» Эрика Эриксона. Его тезис в следующем – «каждое общество и каждая культура устанавливают определённый мораторий для своих молодых членов, в течение которого молодые люди могут путём свободного ролевого экспериментирования найти свою нишу в обществе» [Эриксон 2006, с. 166]. Мораторием может стать время путешествий или работы, самопожертвования или просто «потерянной юности» (NEET)[75]. Мораторием выступает и университет, предоставляя возможность репрезентации себя в легитимном положении студента. Что особенно важно в концепции Э. Эриксона – «мораторий не требует того, чтобы быть пережитым сознательно» [Эриксон 2006, с. 168]. Молодой человек может ощущать, что наконец идут по пути социальной состоятельности, и только со временем узнать, что все эти требовавшие серьёзного отношения вещи оказались частью транзитивного периода.

В России идея моратория до сих пор не пользуется популярностью, и кажется, что учиться нужно для чего-то («не для школы, а для жизни»), что является выражением унаследованного от СССР технократического взгляда на образование как на средство обеспечения запросов народного хозяйства. После распада СССР этот дискурс продолжил

[75] NEET – «Not in Employment, Education or Training», условное обозначение группы молодых людей, которые не работают и не учатся. В России – 12% молодых людей, согласно Росстату, за 2022 г. (Итоги выборочного обследования рабочей силы // РОССТАТ. Москва. 2022. URL: https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13265 (дата обращения: 20.03.2025)).

воспроизводиться в более современная модификации: университет как драйвер экономических реформ, модернизации и экономического роста [Соколов и др. 2015, с. 191]. Однако если прибавить к технократической идеологии вторую, не менее важную в СССР «гуманистическую» с её тезисом о приобщении большинства к культуре, то случившаяся в России экспансия образования повсеместно обернулась притоком в университеты студентов, которые подпадают под данное ранее определение «мораториальных». В особенности гуманитарные специальности, многие из которых создавались в 90-е на пустом месте [Титаев 2012], с их низким консенсусом и размытыми критериями определения качества проделанной работы часто выполняют роль такого «образовательного санатория» [Соколов и др. 2015, с. 758].

К результативным же благам относятся ресурсы, аккумулируемые в период обучения, но используемые после завершения образовательного процесса. Они охватывают все формы приобретённого капитала, релевантные для дальнейшей профессиональной траектории индивида и для социальной мобильности в целом. Для дифференциации этих ресурсов М. Соколов, А. Кнорре и М. Сафонова привлекают теорию П. Бурдье и Ж.К. Пассерона о воспроизводстве системы образования [Бурдье, Пассрон 2007], интуиции которой были концентрированно выражены в работе о формах капитала [Бурдье 2005]. Однако получаемые во время процесса обучения чистые формы социального, культурного и символического капитала обладают модальностями. Модальность может быть, во-первых, классовой, «указывающей на принадлежность к социальному слою и цементирующей принадлежность к нему» [Соколов 2014, с. 7]. Во-вторых, речь может идти о профессиональной модальности форм капитала, свидетельствующей об умении выполнять конкретные задачи (= «человеческий капитал» Г. Беккера). Культурный и социальный капитал в качестве символа различия формировался в рамках той среды, которая отделяла гарвардских джентльменов, чьё образование представляло собой изучение литературы, греческого языка, латыни, фехтования, верховой езды и других функционально не подкреплённых навыков, от тех, кто не является членом элиты и шёл учиться, чтобы чему-то «выучиться». Согласно теории, предложенной в коллективной монографии «Как становятся профессорами», в зависимости от того, ориентация на какие блага (ситуативные или результативные) является преобладающей, можно выделить мораториальную и консеквенциональную студенческие субкультуры соответственно [Соколов и др. 2015, с. 751]. Последняя может быть описана через три рассмотренных выше типа преобладающего капитала.

Как проделанная П. Бурдье и Ж.К. Пассероном работа связана с мотивацией студентов и, шире, со студенческими субкультурами? На первый взгляд кажется, что работа

ничего не говорит о стратегиях студентов по накоплению капитала через университет. Основной идеей «Воспроизводства» является экспликация связи между системой образования и классовой стратификацией. Но это связывание происходит в том числе посредством демонстрации: то, как студенты используют университет, является функцией их культурных систем. Например, социология во Франции 70-х была дисциплиной с относительно слабым отбором (в сравнении, например, с историей или философией), но обеспечивавшая интеллектуальный престиж ценой небольших учебных затрат. П. Бурдье и Ж.К. Пассерон художественно называют социологические факультеты парижских высших учебных заведений «престижным местом ссылки» для обделённых в интеллектуальном плане привилегированных студентов [Бурдье, Пассрон 2007, с. 92]. Разумеется, данная стратегия не обязательно переживалась студентами сознательно, и у них, вероятно, сформировался легитимный «словарь мотивов» для рационализации образовательного выбора. Субкультурные деления в таком случае проходят не между студентами одной группы, а между факультетами. Тему иерархичности факультетов П. Бурдье подробнее раскрывает в «Homo academicus».

Важно отметить, что студенческие субкультуры французского контекста генетически связаны с иезуитской традицией (крепкая дисциплина, приоритет классического образования над прикладным, схоластичность и чётко организованные образовательные циклы). Социологический факультет в России не может занимать даже приблизительно похожее место в системе университета, что детально доказано Т. Ковалевой, М. Соколовым и М. Сафоновой. Так, студенты, ориентированные на демонстрацию классовых отличий, в России предпочтут, скорее, большой по размеру и старый университет, поскольку он позволяет лучше аккумулировать символический капитал [Ковалева 2012, с. 4]. Кроме того, как показало исследование, «классовая субкультура» студенчества в России, скорее, будет находится на специальностях, сочетающих одновременно привлекательные карьерные перспективы, но низкое парадигматическое развития, то есть неоднозначную оценку качества образовательных услуг. Такой специальностью являются, например, международные отношения, которые позволяют войти в элиту без возможности однозначной оценки «компетенций».

Учитывая географическую стратифицированность России, «классовая» ориентация может быть удовлетворена только в столичных вузах. Вопреки импортным теориям, фактор «эксклюзивности» не оказался значимым на российском материале, и редкость программы или её малоизвестность не позволяют при прочих равных получать статусные очки. Классовая ориентация может проявлять себя и на непрестижных дисциплинах в престижных вузах, в случае если учёба в «главном вузе страны» перекрывает идентичность

студента непрестижного факультета с низкой академической силой и карьерными перспективами. Отчасти этот феномен является проявлением той же региональной асимметрии и, в особенности, модели институциональной поддержки, действующей с 2005 г. (вывести пять лучших российских вузов в непоименованный рейтинг 100 лучших мировых) [Forrat 2015].

Таким образом, хотя при общей девальвации высшего образования в России оно не может являться символом классового статуса само по себе, изучение структуры приобретаемого студентами капитала и общей конъюнктуры образовательной системы позволяет адаптировать западную теорию «демонстративного» студенчества к российским реалиям.

Там, где студенты являются основными донорами университета, устройство и организация заведения несут на себе прямой отпечаток доминирующих субкультур. Несмотря на весьма ограниченный на сегодняшний день вклад студентов и стоящих за ними домохозяйств, а также существенную зависимость даже частных высших заведений от бюджетных денег, субкультуры учащихся проявляют себя, хотя бы через «право голоса, подаваемого ногами» [Соколов и др. 2015, с. 760]. Если они мотивированы что-то узнать, то создают самую эффективную форму контроля. Образцом здесь может быть первый европейский университет в Болонье, ядром которого была гильдия студентов-юристов, специально выбранные представители которой по вечерам подглядывали к профессорам в окна, чтобы убедиться, что те готовятся к занятиям [Cobban 1971]. В свою очередь, рассмотренные в статье мораториально или классово ориентированные студенты имеют менее выраженные предпочтения в отношении того, чему их будут учить (или, вернее, чему их будут *не* учить), но это также накладывает свой отпечаток на работу организации. В конце концов, студенты являются важной стороной, с которой нужно считаться, в т.н. «академическом сговоре» — распространённой в России, по мнению К.Титаева, исследователя неформальных обменов в системе высшего образования, формой координации образовательного процесса, при которой студенты и преподаватели или администрация вуза начинают, не проговаривая это, действовать совместно, увеличивая свой выигрыш и уменьшая выигрыш третьих лиц [Титаев 2012, с. 185].

В заключение следует отметить, что интеграция в исследовательскую оптику понятия «студенческая субкультура» позволяет заполнить важное недостающее звено, связывающее микросреду и институциональный уровень. Исследование социологической традиции употребления данного концепта поможет понять, какие формы в принципе принимает студенческая организация, что это говорит о репрезентации науки в обществе и о более фундаментальных проблемах образования.

Литература

Бурдье 2005 – *Бурдье П.* Формы капитала / Пер. М.С. Добряковой; Науч. ред. В.В. Радаев // Экономическая социология. 2005. Т. 3. № 5. С. 60–73.

Бурдье, Пассрон 2007 – *Бурдье П., Пассрон Ж.К.* Воспроизводство: элементы теории системы образования / Пер. Н.А. Шматко. М.: Просвещение, 2007. 267 с.

Ковалева 2012 – *Ковалева Т.В., Соколов М.М.* Парадигмальные сдвиги в российской социологии высшего образования: опыт сетевого анализа // Доклады Института социальной политики ГУ-ВШЭ, 2012. № 5. С. 1-15.

Мертон 1966 – *Мертон Р.* Социальная структура и аномия // Социология преступности (Современные буржуазные теории) / Пер. с фр. Е.А.Самарской; Общ.ред. М.Н. Грецкий. М.: Прогресс, 1966. С. 299–313.

Парсонс 2002 – *Парсонс Т.* О структуре социального действия. 2-е изд. М.: Академический Проект, 2002. 880 с.

Соколов и др. 2015 – *Соколов М., Губа К., Зименкова Т., Сафонова М., Чуйкина С.* Как становятся профессорами: академические карьеры, рынки и власть в пяти странах. М.: Новое литературное обозрение. 2015. 832 с.

Соколов 2014 – *Соколов М., Кнорре А., Сафонова М.* Теории высшего образования и процесс выбора специальности абитуриентами: социально-сетевой анализ // Университетское управление: практика и анализ. 2014. № 2. С. 6–25.

Соколов 2013 – *Соколов М.М.* Студенческая культура, образовательные институты и политическая социализация: Беннингтонские исследования Ньюкомба // Телескоп. 2013. № 6. С. 36–41.

Титаев 2012 – *Титаев К.Д.* Академический сговор // Отечественные записки. 2012. № 2. С. 184–194.

Эриксон 2006 – *Эриксон, Э.* Идентичность: юность и кризис / Пер. с англ. и общ.ред. А.В.Толстых. 2-е изд. М.: Флинта: МПСИ: Прогресс, 2006. 352 с.

Becker 1961 – *Becker H.S., Blanche G., Everett C. Hughes, and Anselm L. Strauss.* Boys in White: Student Culture in Medical School. Chicago: University of Chicago Press,1961. 456 p.

Cobban 1971 – *Cobban A.* The Origins of Mediaeval Student Power// Past and Present. 1971. № 53. P. 28–66.

Forrat 2015 – *Forrat N.* The political economy of Russian higher education: why does Putin support research universities? // Post-Soviet Affairs. 2015. № 32 (4). P. 1–39.

Goffman 1983 – *Goffman E.* The Interaction Order // American Sociological Review. 1983. Vol. 48. P. 1–17.

Heider 1946 – *Heider F.* (1946). Attitudes and Cognitive Organization // The Journal of Psychology. 1946. № 21 (1). P. 107–112.

McLachlan 2019 – *McLachlan J.* The Choice of Hercules: American Student Societies in the Early 19th Century // The University in Society. Vol. II: Europe, Scotland, and the United States from the 16th to the 20th Century / Ed. by L. Stone. Princeton: Princeton University Press, 2019. P. 449–495.

Newcomb 1958 – *Newcomb T.M.* Attitude development as a function of reference groups: The Bennington study // Reading in Social Psychology / Ed. by E. Maccoby, Newcomb T.M., E.L. Hartley. N.Y.: Holt, Rinehart & Winston, 1958. P. 56–88.

Merton 1957 – *Merton, R.K.* Some preliminaries to a sociology of medical education. The Student-Physician. Published by Harvard University Press. 1957. P. 3–81.

Sliwa 2022 – *Sliwa E., Wnek-Gozdek J.* The models of students' adaptation to online learning in terms of Merton's theory of anomie // Studia Ad Didacticam Scientiarum Socialium Pertinentia. 2022. Vol. 343(XI). P. 160–173.

Trow 1960 – *Trow M.* The Campus Viewed as a Culture // Research on College Students. Boulder, Colorado: WICHE, 1960. P. 106–123.

Молодые педагоги в школе: ожидание и реальность

Александра В. Глазова

студентка
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Виктор А. Сапрыка

д-р социол. наук, проф.
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. Статья посвящена изучению факторов адаптации молодых учителей в первые три года работы в школе. Исследование проведено методом глубинного интервью, в котором приняли участие 11 молодых учителей-девушек. Выявлено, что ключевая мотивация педагогов – любовь к детям. Ожидания от работы часто не совпадают с реальностью: трудности с дисциплиной учеников, родительский экстремизм, недостаток поддержки со стороны школы. Несоответствие приводит к снижению мотивации и выгоранию, что требует мер поддержки.

Ключевые слова: молодые учителя, профессиональная адаптация, школьное образование, наставничество, родительский экстремизм

Несмотря на то, что 2023 год был объявлен в России Годом педагога и наставника, система образования столкнулась с серьезной проблемой: к началу нового учебного года (2023/2024) школы покинули 193,5 тыс. учителей[77]. Этот отток кадров, составивший более 14%, стал рекордным за последние семь лет, причем подавляющее большинство увольнений (около 93%) произошло по инициативе самих педагогов. Анализ эмпирических исследований демонстрирует высокую степень текучести кадров среди молодых педагогов. С 2016 г. наблюдается устойчивое снижение доли учителей в возрастной группе 25–29 лет, в то время как доля педагогов моложе 25 лет имеет тенденцию к увеличению[78]. Эти данные указывают на то, что молодые специалисты не задерживаются в системе школьного образования на долгосрочной основе. В настоящее время доля молодых преподавателей в столичных и региональных школах составляет менее 5%, что существенно ниже оптимального показателя в диапазоне от 10 до 25%[79].

© Глазова А.В., 2025

[77] В 2023 году из российских школ уволились 193 тысячи учителей. Это максимум за 7 лет // Интернет-издание «Важные истории». URL: https://storage.googleapis.com/istories/ news/2024/02/12/v-2023-godu-iz-rossiiskikh-shkol-uvolilis-193-tisyachi-uchitelei-etomaksimu m-za-7-let/index.html (дата обращения: 15.01.2025).

[78] Не только деньги: почему молодые педагоги массово уходят из школ и как их удержать // Электронный журнал EdDesign Mag. URL: https://eddesignmag.com/molodye-pedagogi-uhodyat-iz-shkol-kak-ih-uderzhat/ (дата обращения: 15.01.2025).

[79] Там же.

Таким образом, российская система школьного образования сталкивается с острой социальной проблемой, заключающейся в дефиците молодых педагогических кадров. Эта негативная тенденция обостряет нехватку квалифицированных специалистов, поскольку по мере выхода на пенсию учителей старшего поколения возникают трудности с их замещением молодыми специалистами. Соответственно необходимо установить противоречия между ожиданиями молодых педагогов, связанными с трудовой деятельностью и её объективной реальностью.

Исследование проведено методом глубинного интервью в апреле 2024 и феврале 2025 г. В нём приняли участие 11 девушек-педагогов со стажем работы в школе не более трёх лет. Предметом исследования является субъективное восприятие молодыми педагогами трудностей адаптационного периода и факторов, определяющих их удовлетворённость работой.

Для анализа профессиональных ожиданий молодых учителей и реальной практики, с которой они непосредственно сталкиваются, необходимо исследовать мотивацию выбора ими данной профессии. Качественный анализ данных выявил несколько доминирующих паттернов. Прежде всего стоит отметить, что все участницы исследования описывают свою мотивацию как необъяснимое стремление к работе с детьми, определяемое как «любовь к детям». Положительные эмоции и энергетический обмен, получаемые в процессе взаимодействия с учениками, отмечаются как один из ведущих мотиваторов при выборе профессии педагога: «…тяга любовь к детям, видеть их прекрасные эмоции… это идет уже с детства…».

Помимо этого, влияние позитивного опыта взаимодействия с учителем в школьные годы подтверждается тремя респондентами:

> Я так была воодушевлена этим, и после этих уроков ко мне подходит учитель русского языка и литературы, говорит, что у меня очень хорошо получается, и порекомендовала мне идти в педагогический университет…

Указали на осознанный выбор профессии, мотивированный детскими мечтами о педагогической деятельности два молодых педагога:

> …учителем я хотела стать еще, наверное, из детского сада, потому что по рассказам мамы я приходила с детского сада на пол и играла в школу…

Более того, респонденты часто подчеркивали омолаживающее влияние работы с детьми, отмечая постоянное саморазвитие и адаптацию к изменяющимся социальным реалиям. Примечательно, что лишь один информант описал случайный характер выбора профессии, однако даже в этом случае молодой педагог высказывается о том, что не жалеет о таком выборе. Таким образом, стоит сказать, что ключевым фактором, определяющим выбор профессии у современных молодых учителей, выступает любовь к детям, а также

желание оказывать позитивное влияние их развитие, передавать знания ученикам, формируя их нравственные и социальные представления.

Период, предшествующий непосредственному началу профессиональной деятельности, характеризуется для молодых педагогических кадров сочетанием предвкушения и тревоги. Выпускники педагогических учебных заведений преисполнены энтузиазмом и мотивацией:

…и я была готова много работать. Меня предупредили, что будет тяжело. Я готова работать.

С одной стороны, они ожидают встречи со своим первым классом, хотят поскорее окунуться в школьную атмосферу, о которой рассказывали на учебе и с которой они частично сталкивались во время учебной практики. С другой стороны, наряду с позитивными ожиданиями, молодые специалисты испытывают переживания и тревогу, связанные с объективной недостаточностью профессионального опыта. У педагогов возникает опасение относительно способности впервые нести ответственность за воспитание и обучение большого количества детей, а также сомнения в возможности завоевать признание и авторитет не только среди учащихся, но и их родителей, опытных коллег и представителей школьной администрации. Итак, ожидания молодых учителей характеризуются оптимистичными представлениями о предстоящей профессиональной деятельности и тревожных предчувствий. Несмотря на энтузиазм и мотивацию, выпускники педагогических вузов осознают недостаток практического опыта, что порождает опасения относительно их способности эффективно выполнять профессиональные обязанности и завоевать авторитет в школьном сообществе. Это противоречие между позитивными ожиданиями о профессии и ощущением собственной недостаточной готовности формирует основу для дальнейшего изучения процесса профессиональной адаптации молодых учителей к реалиям школьной жизни.

Процесс профессиональной адаптации молодых педагогов в школе сопровождается рядом проблем. Во-первых, опыт начинающих учителей начинается со взаимодействия с родителями школьников. Одной из ключевых задач, по мнению педагогов, является установление авторитета и четкое обозначение требований к учебному процессу. Однако, из-за стереотипного восприятия молодого возраста, родители часто сомневаются в компетентности начинающего специалиста и его способности обеспечить качественное образование их детям. Сомнения в их профессиональной компетентности зачастую проявляются в форме некорректных вопросов, необоснованных жалоб и систематического нарушения личного пространства посредством обращений в нерабочее время:

…родители в современном мире считают, что учитель для них не приоритет. Они лучше знают,

какую оценку выставлять своему ребенку, как лучше проводить урок, что уроки все должны быть интересными…

Данные факторы формируют основу для проявления «родительского экстремизма» [Алехина 2017], который представляет собой серьезную проблему как для начинающих, так и для опытных педагогов. О такой трудности заявили 9 молодых специалистов. Кроме того, в силу отсутствия опыта и возрастного превосходства родителей учеников, молодые специалисты оказываются особенно уязвимыми перед подобным давлением и испытывают значительные трудности в выработке эффективных стратегий в процессе профессиональной адаптации.

Во-вторых, значимой проблемой, выявленной в ходе исследования, является практика предоставления так называемых «брошенных классов» молодым специалистам. Данный термин, активно используемый информантами, обозначает учебные коллективы, временно лишенные постоянного классного руководителя вследствие различных обстоятельств (отказ от классного руководства, декретный отпуск и т. д.). Отсутствие стабильного педагога влечет за собой частую смену преподавателей, что негативно сказывается на качестве обучения и воспитания учащихся. В результате наблюдается снижение успеваемости и ухудшение дисциплины в таких классах.

Анализ показал, что 6 из 11 информантов столкнулись с ситуацией, когда администрация школы поручала им класс, находящийся в подобном состоянии. По мнению самих педагогов, такая практика обусловлена ошибочным представлением о повышенной амбициозности и психологической устойчивости молодых специалистов по сравнению с более опытными коллегами, что, по мнению руководства, позволяет им успешно справляться с трудностями, связанными с «брошенными классами»:

…считают, что раз молодой учитель значит, много амбиций много сил, много энергии, а все учителя с опытом они уже это проходили, им это не надо. А молодого считают, как молодое […] мясо, которое не так просто сломать…

Однако молодые учителя выражают категорическое несогласие с подобной оценкой, подчеркивая, что работа с таким классом требует значительных усилий по восстановлению дисциплины, восполнению пробелов в знаниях и адаптации учащихся и их родителей к новым требованиям и правилам. Данные обстоятельства, в свою очередь, создают существенную дополнительную физическую и психологическую нагрузку на начинающих специалистов, находящихся на начальном этапе профессионального становления:

…но они (администрация школы) не учитывают, что, неважно молодой специалист или в возрасте это точно такой же человек. И за этот год он может легко очень легко перегореть, просто учитывая то, что сложный класс...

Таким образом, практика предоставления «брошенных классов» является серьезным фактором, осложняющим процесс адаптации молодых учителей и требующим дальнейшего изучения и разработки соответствующих мер поддержки.

В-третьих, важным фактором, осложняющим профессиональную деятельность молодых специалистов, является значительная рабочая нагрузка. Данную проблему отметили 5 из 11 опрошенных информантов. Помимо непосредственного осуществления образовательного процесса и подготовки к учебным занятиям, педагоги сталкиваются с необходимостью выполнения значительного объема бюрократической работы, включающей заполнение отчетной документации, работу с электронными системами управления образованием (например, МЭШ), и т. д.

Педагоги подчеркивают, что чрезмерная административная нагрузка оказывает негативное влияние на их основную функцию – обучение и воспитание учащихся, приводя к снижению качества образовательного процесса. При этом, как отмечают респонденты, школьная администрация не только не оказывает помощи в решении данной проблемы, но и зачастую усугубляет ее, перекладывая ответственность за выполнение административных задач на педагогический состав, и в особенности – на молодых специалистов, которых воспринимают как более инициативных и мотивированных. Таким образом, нерациональное распределение рабочей нагрузки является значительным препятствием для эффективной профессиональной деятельности молодых педагогов.

В-четвертых, одним из значимых дефицитов в процессе профессионального становления молодых педагогов, по мнению 4 из 11 информантов, является недостаточная практическая подготовка в рамках учебных заведений (как среднего, так и высшего профессионального образования), не в полной мере ориентированная на реалии современной школьной деятельности. Теоретическая база, предоставляемая в педагогических учебных заведениях, зачастую не обеспечивает необходимой компетенции для эффективного решения ряда задач, возникающих в повседневной практике.

В частности, одним из наиболее распространенных затруднений является работа с современными электронными системами управления образовательным процессом, такими как Московская электронная школа (МЭШ). Несмотря на активное внедрение данных систем в образовательную практику, процесс обучения в педагогических учебных заведениях не всегда включает в себя достаточный объем информации и практических навыков, необходимых для уверенного и эффективного использования МЭШ. В результате, молодые специалисты, приступая к работе в школе, вынуждены самостоятельно осваивать функционал данной системы, что создает дополнительную нагрузку и отвлекает от выполнения основных образовательных задач:

еще не хватает МЭШа (в учебной программе), да, определенно. В целом посвящение в неурочную деятельность, потому что ее много сейчас по планам развития нашего образования…

Помимо этого, важным аспектом профессиональной деятельности педагога, требующим более пристального внимания в процессе обучения, является формирование навыков эффективного взаимодействия с родителями. Отсутствие специализированной дисциплины, направленной на развитие компетенций в области педагогической коммуникации и разрешения конфликтных ситуаций с родителями, является существенным пробелом в системе подготовки педагогов. Данный пробел, как отмечают информанты, оказывает негативное влияние на качество взаимодействия с родителями и требует значительных усилий со стороны педагога для самостоятельного освоения необходимых навыков. Таким образом, молодые специалисты испытывают потребность в подготовке к работе с современными электронными системами управления образовательным процессом и другими аспектами внеурочной деятельности, что подчеркивает необходимость внесения соответствующих изменений в образовательные программы педагогических учебных заведений.

И наконец, следует отметить еще одну существенную проблему, затрудняющую адаптацию молодых педагогов в школьном образовании – недостаточная развитость института наставничества или его исключительно формальное присутствие в образовательной организации.

Согласно результатам исследования, три информанта столкнулись с полным отсутствием практики закрепления методиста за молодым специалистом. В данной ситуации, начинающие педагоги вынуждены самостоятельно искать источники профессиональной поддержки, обращаясь к опыту коллег, интернет-ресурсам или другим молодым специалистам:

Хотя бы, я не знаю, методиста какого-нибудь, который возьмёт тебя за руку, расскажет всё подробно покажет, укажет на твои ошибки», «Сама, всё сама. Я сходила спрашивала. У коллег спрашивала. У завуча спрашивала. У администрации что-то уточняла. То есть, всё сама, абсолютно всё...

Примечательно, что формирующиеся комьюнити новых учителей, собирающиеся в неформальной обстановке (перерывы между уроками, после работы), оказывают значительное влияние на адаптационный процесс, выступая в качестве обмена опытом и решения профессиональных вопросов.

С другой стороны, один из информантов указал на формальное наличие института наставничества, выразив неудовлетворенность качеством предоставляемой методистом поддержки. В данном случае, закрепленный специалист не обеспечивал своевременного и

эффективного ответа на возникающие вопросы, что вынуждало молодого педагога самостоятельно искать решения или обращаться за помощью к другим коллегам.

В то же время, остальные информанты, в чьих образовательных организациях институт наставничества функционировал в полной мере, отмечали его неоценимую роль в процессе адаптации:

> Есть у нас есть система наставничества. Очень здорово особенно первый год, когда очень тяжело сосредоточиться. Возможно, не знаешь, как сделать что-то правильно. И тут наставник приходит на помощь.

Наставник выступал в качестве ключевого консультанта, оказывая помощь в разрешении конфликтных ситуаций с родителями, подготовке к учебным занятиям, работе с документацией (как в бумажном, так и в электронном виде), а также предоставляя оперативные ответы на возникающие вопросы.

Таким образом, наличие функционального института наставничества в образовательной организации оказывает значительное влияние на успешность адаптации молодых педагогов в системе школьного образования. Данный фактор является критически важным для обеспечения профессиональной поддержки начинающих специалистов и требует дальнейшего изучения и укрепления в образовательной практике.

В заключение, следует подчеркнуть, что адаптация молодых учителей в системе школьного образования представляет собой комплексный и многофакторный процесс. Несмотря на высокую мотивацию и позитивные ожидания, связанные с любовью к детям и предвкушением профессиональной деятельности, в реальности начинающие педагоги сталкиваются с рядом значительных трудностей. К ним относятся проблематичные учебные коллективы («брошенные классы»), деструктивное взаимодействие с родительским сообществом («родительский экстремизм»), чрезмерная административная нагрузка и дефицит компетенций в области работы с современными электронными системами управления образованием. В этом и заключается основные противоречия между ожиданиями и объективной реальностью профессиональной деятельности молодого специалиста в школьном образовании.

Для минимизации негативного влияния указанных факторов представляется необходимым комплексная модернизация образовательных программ педагогических учебных заведений, ориентированная на повышение практической подготовки выпускников. Помимо этого, важным условием успешной адаптации является повышение заинтересованности и активное участие школьной администрации в создании благоприятных условий для молодых специалистов, в том числе исключение практики перекладывания ответственности за проблемные учебные коллективы и снижение

бюрократической нагрузки. Необходимо также эффективное функционирование института наставничества, обеспечивающего полноценную профессиональную поддержку и сопровождение молодых педагогов на всех этапах их адаптации.

Литература

Алехина 2017 – *Алехина Е.В.* Профилактика родительского экстремизма в образовательных отношениях между инклюзивной школой и родителями ребенка с ограниченными возможностями здоровья // Вестник ПСТГУ. Серия IV: Педагогика. Психология. 2017. Вып. 44. С. 20–26.

Мотивация участия молодежи в избирательном процессе

Ирина П. Осиповская

студентка
Государственный академичесикй университета гуманитарных наук, Москва

Научный руководитель: Наталия М. Великая

д-р полит.наук, главный научный сотрудник
ИСПИ ФНИСЦ РАН, Москва

Аннотация. Избирательный процесс является ключевым способом для выражения гражданской позиции и решения общественных проблем. Молодежь является важным электоральным ресурсом, однако показывает низкий уровень участия в выборах. Актуальность данной работы заключается в необходимости анализа мотивации участия молодежи в избирательном процессе. В статье изучены основные подходы к пониманию ключевых явлений, а также, с помощью интервью, выделены основные мотивации участия молодежи в избирательном процессе.

Ключевые слова: избирательный процесс, электоральный процесс, молодежь, мотивация

Избирательный процесс является ключевым способом для выражения гражданской позиции, решения общественных проблем, выбора лидеров и направления развития страны. Активное участие граждан в выборах способствует формированию представительной власти, которая отражает интересы и потребности различных слоев общества. Именно поэтому важно, чтобы максимальное количество граждан принимали участие в избирательном процессе.

Особенно среди этой явки выделяется возраст молодежи. Молодежь – одна из важных социальных групп электоральных ресурсов любого государства, так как она наиболее активна и в этой связи является будущим в развитии общества. Российские реалии создают противоречивые условия для реализации потенциала молодежи, особенно в ключевых сферах жизни, где возникают важные социальные проблемы. Это касается коммерциализации образования и высокой стоимости учебных услуг, значительного уровня безработицы среди молодежи, неэффективной жилищной политики, которая препятствует созданию нормальных жилищных условий для молодых людей, а также отсутствия адекватной инфраструктуры для ухода за детьми, что создает трудности для молодых семей и т. д. Все это непосредственно влияет на социально-психологическое и политическое состояние молодежи, которая обладает уязвимым социально-экономическим статусом [Великая 2022].

© Осиповская И.П., 2025

Актуальность данной работы заключается в том, что участие молодежи в избирательном процессе, как для других стран, так и для России, в частности, это всегда проблема любой избирательной компании, но на данном этапе этот процесс выводится в отдельный научный дискурс, так как, молодежь, являясь важным сегментом развития политической системы общества, показывает низкий уровень участия в избирательном процессе. Поэтому важно проанализировать процесс участия московской молодежи, акцентируя внимание на вопросы ее мотивации.

Объектом изучения в статье является студенческая молодежь, предметом – мотивация участия студенческой молодежи в избирательном процессе.

Целью работы является исследование основных мотивов студенческой молодежи в участии в избирательном процессе для определения уровня политической активности.

Зародившийся в середине XVIII в. избирательный процесс, претерпевал большое количество изменений, чтобы стать таким, каким мы его видим на сегодняшний день. Тем не менее, на сегодняшний день в Российском законодательстве отсутствует конкретное и единое понимание термина «Избирательный процесс». В научном дискурсе существуют различные дефиниции понятия «избирательный процесс». Поэтому необходимо определить рамки данного понятия, чтобы оперировать им в рамках исследовательской работы. Для этого рассмотрим основные подходы к пониманию рассматриваемой категории.

Так, например, доктор социологических наук И.В. Анциферова под «избирательным процессом» понимает разновидность социальной деятельности, главное назначение которой состоит в переводе потребностей и интересов гражданского общества в сферу государственности. Избирательный процесс здесь рассматривается как специфическая форма властных отношений, одновременно обнаруживающая признаки социального института, социального процесса, социального управления.

Другой вариант понимания рассматриваемого явления, избирательный процесс – совокупность строго регламентируемых действий по подготовке и проведению выборов [Биктагиров 2010]. В данном случае происходит отождествление «избирательного процесса» и «избирательной кампании», определение которого четко закреплено в Федеральном законе «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации». Согласно этому нормативно-правовому акту, «избирательная кампания – деятельность по подготовке и проведению выборов, осуществляемая в период со дня официального опубликования (публикации) решения уполномоченного на то должностного лица, государственного органа, органа местного самоуправления о назначении выборов до дня представления избирательной комиссией,

организующей выборы, отчета о расходовании средств соответствующего бюджета, выделенных на подготовку и проведение выборов». Соответственно «избирательный процесс» означает то же самое.

Второй подход отождествляет рассматриваемое явление с пониманием избирательной системы. Избирательный процесс здесь выступает некой системой правоотношений, отдельные элементы которой объединяются в стадии. Они не строго регламентированы, могут наступать в любом порядке и даже одновременно. Такой «системный» подход присущ ученому С.А. Авакьяну [Авакьян 1996]. Третий подход схож с предыдущим, но в данном случае избирательный процесс является частью избирательной системы. Ее автор С.А. Белов [Белов 2005], который говорил, что «избирательный процесс представляет собой систему процедурных норм, регламентирующих порядок подготовки и проведения выборов в органы государственной власти и местного самоуправления».

Четвертый подход к пониманию «избирательного» процесса у российских авторов заключается в комплексной природе явления. То есть избирательный процесс – это некий механизм, который отвечает за регуляцию государственной власти и местного самоуправления с помощью проведения выборов. В качестве компонентов избирательного процесса А.В. Зиновьев и И.С. Полякова [Зиновьев, Полякова 2003] выделяют процессуальность и нормативности, а С.Д. Князев [Князев 2001], придерживаясь такого же подхода выделяет процессуальность, субъектность и наличие сроков и избирательной документации.

Операционализируя понятия, определим, что избирательный процесс – это последовательность мероприятий по подготовке и проведению выборов: назначение даты голосования, регистрация избирателей, выдвижение кандидатов, проведение голосования, подведение итогов. В данном процессе нас интересует один элемент, а именно голосование избирателей. Этот отдельный элемент обозначается таким термином как «электоральное участие». Электоральное участие – участие избирателей в избирательном процессе путем голосования. Именно это явление и это определение будем считать рабочим для нашего исследования.

Мотивация – процесс побуждения к действию, определяемый как внутренним желанием человека к удовлетворению потребностей, так и внешними факторами окружающей среды и общества. Теории мотивации также проецируются на политическое участие. Так, например, связывая теорию ожидания В. Врума [Врум 1964] и политическое участие, можно сделать вывод, что люди могут принимать участие в политике, если они верят, что их действия приведут к желаемым результатам. Например, если человек верит, что его голос на выборах может повлиять на политику, он будет более мотивирован принять

участие. Исходя из модели мотивации Л. Портера и Э. Лоулера, люди могут участвовать в политике из-за ожидания получения вознаграждения или поддержки от других людей или групп. Социальная поддержка может быть сильным мотивационным фактором для участия в политических процессах. Таким образом, теории мотивации позволяют объяснить возможные причины участия граждан в политическом процессе.

Для того, чтобы корректным образом исследовать мотивацию участия молодежи в избирательном процессе, важно также рассмотреть основные формы мотивации, по котором в следствии можно будет систематизировать полученные результаты. В данном анализе будем опираться на книгу Е.П. Ильина «Мотивация и мотивы» [Ильин 2002]. Автор в своих рассуждениях опирается на систему мотиваций, предложенную Е.Б. Лабковской и О.А. Артеменко [Лабковская, Артеменко 1999], которые в свою очередь выделяют внутреннюю и внешнюю мотивацию. К первой группе относится:

– политическая идентификация – процесс, при котором субъект избирательного процесса на основе саморефлексии соотносит себя с определённой политической позицией, взглядами [Ерохин 2022];

– политические убеждения – это убеждения, которые люди имеют по отношению к политике и политическим процессам. Это включает в себя веру в систему правления, убеждения в отношении правительства, политических партий и так далее [Северухина 2014];

– политическая активность – действия индивида или социальной группы, направленной на оказание влияния на функционирование политической системы [Бозаджиев 2015];

– чувство гражданского долга.

Внутренняя мотивация служит источником, который определяет поведение избирателей. Внешняя мотивация определяется не самим избирателем, а факторами, которые появляются извне. Говоря о этом типе мотивации, авторы выделяют:

– политическую рекламу – «коммуникация с помощью СМИ и других средств связи с целью повлиять на установки людей в отношении политических субъектов или объектов» [Егорова-Гантман 2002];

– нормативное регулирование выборов – правила и законы, устанавливающие порядок проведения выборов, включая правила кандидатуры, счета голосов и оспаривания результатов;

– деятельность «производителей социального давления», то есть агитации;

– «эффект присоединения к большинству».

Опираясь на данную систему, Е.П. Ильин выделяет более подробную трактовку. Мотивацию участия в избирательном процессе он делит на мотивацию участия в голосовании и мотивацию выбора конкретного кандидата. Первая мотивация включает в себя: «эффект присоединения к большинству» и политическую рекламу (внешние факторы) и политическую активность, чувство гражданского долга (внутренние факторы). Вторая мотивация, мотивация выбора конкретного кандидата, включает в себя: деятельность «производителей социального давления» (внешний фактор) и политическую идентификацию, политическую веру (внутренние факторы).

Одна из методологических проблем изучения участия в избирательном процессе то, что, как закреплено в ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации», голосование является тайным, то есть оно исключает возможность контроля за участниками. Данное условие не дает возможность получить официальные данные через Центральную избирательную комиссию Российской Федерации (ЦИК РФ). Тем не менее проблему можно частично решить через данные социологических исследований, опросов и иных материалов, предоставленных центрами исследования общественного мнения. Опираясь на мониторинговые исследования, рассмотрим отношение граждан в России касательно рассматриваемой темы. По результатам мониторингового исследования ВЦИОМ за 2005–2019 гг.[81], мнение людей о привлечении молодежи к участию в политической жизни с каждым годом растет (табл. 1).

Таблица 1

Надо ли, по Вашему мнению, привлекать молодёжь к участию
в политической и общественной жизни страны или нет?
(Закрытый вопрос, один ответ, %, N=1600)

Варианты ответа	2019	2017	2007	2005
Безусловно надо	54	53	42	48
Скорее надо	36	37	33	34
Скорее не надо	6	6	12	12
Безусловно не надо	2	1	3	2
Затрудняюсь ответить	2	3	10	4

[81] Молодёжный активизм = общественная польза? // ВЦИОМ: сайт. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/molodyozhnyj-aktivizm-obshhestvennaya-polza (дата обращения: 06.04.2024).

Также по результатам опроса Фонда Общественного Мнения (ФОМ) за 2023 год[82], 83% респондентов считают, что молодежь должна участвовать в политике, так как «От молодежи зависит будущее страны и самих молодых» (25% – большинство ответов). Таким образом, можно сделать вывод о том, что граждане положительно настроены на участие в политике молодежи, они видят в этом перспективу развития страны и считают, что эта социально-демографическая группа может многое привнести в будущее России. В том же исследовании на вопрос: «Как вы полагаете, многие или немногие среди молодёжи интересуются сегодня политикой, или среди молодёжи сегодня таких нет совсем?», результат «немногие» получил больше всего ответов респондентов (43%), результат «многие» всего 27%, а результат «таких совсем нет» – 13%.

Перед нами стоит ключевой вопрос: что является основной мотивацией для молодежи к участию в политическом процессе, а именно в выборах. Поняв мотивационные причины, можно разработать практическую базу для того, чтобы повысить электоральный уровень среди молодежи. В качестве модели, используемой для интерпретации данных, воспользуемся рассмотренной теорией ожидания В. Врума, согласно которой положительная мотивация появляется в том случае, когда есть понимание того, что конкретные действия дадут желаемый результат и ровно наоборот с негативными мотивациями.

Для того, чтобы раскрыть основные мотивационные причины участия молодежи в избирательном процессе, нами было проведено полуструктурированное глубинное интервью. Преимущество такого метода исследования в данном случае такого, что этот метод позволяет получить более глубокое, четкое и конкретное представление о изучаемой теме. Благодаря беседе, есть возможность получить больше информации о мотивации молодежи к участию в избирательном процессе.

Выборка исследования составляла 7 человек (4 мужчины и 3 женщины) в возрасте от 20 до 24 лет. Информанты являются студентами высших учебных заведений и хоть раз принимали участие в выборах. Так как необходимые характеристики были заранее известны, то применялся метод формирования равных по численности квот, внутри которых сохранялся принцип случайного отбора.

В качестве интерпретации полученных данных, была использована обоснованная теория, что является одним из вариантов строгого анализа текстовой информации. Данная теория предполагает анализ полученных с помощью, в данном случае интервью,

[82] Участие молодежи в политической жизни страны // ФОМ: сайт. – URL: https://fom.ru/Politika/14842 (дата обращения: 06.04.2024).

количественных данных с помощью кодирования. Итогом такого метода является теоретическая модель, которая и является результатом исследования. Данный метод состоит из трех этапов:

1) открытое кодирование (поиск категорий и выделение их свойств);
2) осевое кодирование (поиск отношений между категориями);
3) избирательное кодирование (поиск ключевых категорий и создание теоретической модели).

Первый этап заключается в выделении кодов, которые станут основополагающими в дальнейшем исследовании. Нами, в результате кодирования, были выделены 12 кодов, которые позволяют понять, что именно движет информантами, когда они участвуют в избирательном процессе. Далее, перейдя ко второму этапу, нами были выделены основные категории мотивации и по ним распределены полученные коды. Категории были выделены исходя из рассмотренной нами раннее системы Е.П. Ильина (табл. 2).

Таблица 2

Полученные коды и категории при рассмотрении мотивации участия молодёжи в избирательном процессе

	Категории (по Е.П. Ильину)	Коды полученные с помощью интервью
Мотивация участия в голосовании	«Эффект присоединения к большинству»	Влияние родителей
		«За компанию»
		Следование традициям
		Обязали на работе
	Политическая реклама	Вознаграждение за участие
	Политическая активность	Возможность помочь
		Интерес к политике
		Попробовать
		Чувство гражданского долга и ответственности перед страной
Мотивация выбора конкретного кандидата	Деятельность «производителей социального давления»	Агитация
	Политическая идентификация	Симпатия к кандидату
	Политическая вера	

В результате, по выделенным кодам, опираясь на категории, мы можем сделать выводы касательно мотивации участия молодежи в избирательном процессе. Наиболее

выраженной мотивацией у молодежи является политическая активность и входящие в нее составляющие. Так, многие информанты ссылались на то, что отдать голос за определенного информанта – это гражданский долг, обязательный к исполнению:

> Да, это как моя позиция гражданина, я чувствую ответственность за то, что происходит, поэтому я считаю нужным принимать участие в выборах для того, чтобы влиять на ход развития… на выборы… на векторы направления развития страны, на то какие люди будут занимать должности… в управлении нашей страной (М, 21)

В рамках политической активности также можно выделить такой фактор как интерес к политике. Информанты говорили о том, что заинтересовались избирательным процессом еще в подростковом возрасте, но в силу несовершеннолетия, не могли принять участия. Поэтому, смотря на рекламные акции, на родителей, интерес к данному процессу рос. По ответам информантов нельзя сказать, что эта заинтересованность проявляется именно в увлечении политикой, в рассмотрении процессов внутри страны. Это скорее интерес к самому электоральному процессу, к его проведению и участию в нем. В данную категорию можно также отнести фактор именуемый «попробовать», так как после первого участия в выборах, интерес к процессу уходил.

> Лет в 14 мне уже было как раз-таки интересно проголосовать. Там еще были выборы как раз-таки главы района или что-то около того. Ну, то есть не регионального уровня, не федерального, точнее, наоборот, а регионального. Вот. И мне было интересно, но опять же, в силу возраста я не мог это сделать (М, 22).

Немаловажной мотивацией к участию молодежи в избирательном процессе является вознаграждение. На сегодняшний день в столице развита система поощрений за значимые для города действия. Так, за участия в выборах избирателям также предлагались бонусы. Некоторые информанты отвечали, что их участие в выборах обусловлено именно будущим вознаграждением:

> Мне рассказали, что за онлайн-голосование будут давать баллы на Wildberries. И я проголосовала (Ж, 20).
>
> Вторая вещь, опять же, это давали билет, ну, то есть, на концерт (М, 24).

Мотивация участия молодежи в избирательном процессе также обуславливается категорией, которая названа «эффект присоединения к большинству». То есть участие в выборах происходит потому, что «так делают все». Молодежь идет голосовать потому, что так делают их родители, друзья. Некоторые информанты отвечают, что к участию их обязывают на работе, что также является одним из проявлений следования за большинством:

> Да просто знаете вот захотел и, если я правильно помню… а, ну, потому что я не один шел, я вспомнил, потому что я был как раз с мамой и, ну если так говорить, с девушкой, с которой встречался. И вот мы вместе пошли проголосовали, все гораздо проще,

просто за компанию» (М, 24).

…была еще просьба в военно-учебном центре, просто проголосовать, не было такого, что конкретно говорили за кого голосовать, просто просили проголосовать, принять участие в выборах (М, 21).

Деятельность «производителей социального давления», то есть агитация, тоже является мотивацией молодежи. Предвыборная кампания, агитационные плакаты, рекламы, распространение в СМИ – оказывает внешнее влияние на молодежь, из-за чего она мотивирована принять участие в избирательном процессе:

А так, да, конечно, это предвыборная кампания, было даже где-то забавно за ней наблюдать, особенно реклама, которая показывалась кандидатами по телевизору, то есть даже что-то мы с отцом как-то смеялись над ней, ну там такие забавные моменты были, поэтому тоже подогревает интерес, в принципе, желание поучаствовать (Ж, 21).

В своих рассуждениях информанты также выделяют, что идут голосовать потому, что им симпатизирует кандидат. То есть избирателя впечатляют действия кандидата, его предвыборная кампания, обещания и так далее и, голосуя за него, он мотивируется именно чувством веры и симпатии:

А, да, то есть из перечня кандидатов я после того, как ознакомился с предвыборной компанией, выбрал тот вариант, который наиболее отражает мои какие-то взгляды (М, 21).

Таким образом, исходя из полученных данных, можно сделать вывод о том, что мотивация молодежи к участию в избирательном процессе обуславливается как внешними, так и внутренними факторами. Внутри каждой категории этих факторов присутствуют некоторые подкатегории, на которые и стоит опираться при рассмотрении мотивации участия. К таким относятся: влияние родителей как элемент социализации, участие в выборах «за компанию» с друзьями, родственниками, следование традициям, обязанность на работе. К числу знаковых мотиваций, которые показывают высокий уровень участия в избирательном процессе относится интерес к политике. Молодежь с ранних лет начинает увлекаться политикой и стремиться к тому, чтобы принимать важные решения за свою страну. Возможность помочь также рассматривается как важный фактор, ведь молодые избиратели чувствуют свое причастие к стране и понимает, что может помочь развитию с помощью своего голоса. В этой связи у молодежи очень развито чувство гражданского долга и ответственности перед страной. Помимо основной мотивации, выражающейся в проявлении интереса к политике и избирательному процессу, молодежь также принимает участие исходя из некоторой выгоды. За отданный голос избиратели получают вознаграждение, что пользуется высоким спросом у молодежи. Такая систем удобна, так как в следствии получения подарка, молодежь может заинтересоваться процессом и в последующие разы участвовать бескорыстно. На создание мотивации у молодежи к участию также оказывают влияние агитации. Кандидаты создают предвыборные кампании,

устраивают встречи и публичные выступления, где четко обозначают задачи. Такая агитация порождает интерес и симпатию к кандидату, что способствует повышению уровня участия среди молодежи.

Полученные результаты касательно мотивации участия молодежи в избирательном процессе могут стать теоретико-методологической базой для разработки способов повышения уровня участия молодежи в избирательном процессе.

Литература

Авакьян 1996 – *Авакьян С.А.* Конституционное право России: Методическое руководство к семинарам. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1996. 62 с.

Белов 2005 – *Белов С.А.* Избирательная система как правовой институт. СПб.: Изд. Дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2005. 120 с.

Биктагиров 2010 – *Биктагиров Р.Т.* Субъект избирательного права Российской Федерации: Конституционно-правовое исследование: Автореф. дис. … д-ра юрид. наук. М., 2010. 50 с.

Бозаджиев 2015 – *Бозаджиев В.Л.* Политическая психология. М.: Академия Естествознания, 2015. 473 с.

Великая 2022 – *Великая Н.М.* Ценностная составляющая политических ориентаций молодежи // Саморегуляция в молодежной среде: типологизация и моделирование. Белгород: Эпицентр, 2022. С. 187–195.

Врум 1964 – *Врум В*. Труд и мотивация. 1964. 331 с.

Егорова-Гантман 2002 – *Егорова-Гантман Е.В.*, *Плешаков К.В*. Политическая реклама. 2-е изд. М.: Никколо-Медиа, 2002. 236 с.

Ерохин 2022 – *Ерохин В.С.* Философско-политический анализ понятия политической идентичности личности // Общество: философия, история, культура. 2022. Т. 94. № 2. С. 1-5.

Зиновьев, Полякова 2003 – *Зиновьев А.В. Полякова И.С.* Избирательная система России: теория, практика и перспективы. СПб.: Юрид. Центр Пресс. 2003. 359 с.

Ильин 2002 – *Ильин Е.П.* Мотивация и мотивы. СПб.: Питер, 2002. 508 с.

Князев 2001 – *Князев С.Д.* Курс лекций по избирательному праву и избирательному процессу Российской Федерации. Владивосток: Изд-во Дальневост. гос. ун-та, 2001. 213 с.

Лабковская, Артеменко 1999 – *Лабковская Е.Б., Артеменко О.А.* Источники мотивации поведения российского избирателя // Ананьевские чтения-99: Тезисы научно-практической конференции. СПб., 1999. С. 156–158.

Северухина 2014 – *Северухина Д.Д.* Мотивация политического участия в связи с политическими убеждениями электората // Вестник Удмуртского университета. Серия «Философия. Психология. Педагогика». 2014. № 2. С. 5–10.

Восприятие молодёжью блогерства как формы развлекательной деятельности

Екатерина И. Гончарова

студентка
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. С каждым годом у молодежи открывается все больше возможностей для организации и проведения досуга в цифровом пространстве. В данной статье рассматривается такая новая форма деятельности молодежи, как блогерство. Молодые люди ведут свои онлайн-каналы не столько для заработка, сколько для самовыражения и общения. Целью статьи является изучение феномена блогерства как способа организации досуга молодежи. Вместе с тем, у блогерства могут присутствовать и образовательные цели.
Ключевые слова: молодежь, сетевое общество, информационное общество, блогерство, блогинг, социальные сети, инфлюенсеры, развлекательная деятельность

Современная цифровая эпоха открывает перед молодёжью широкие возможности для организации и проведения досуга, трансформируя традиционные формы развлечений в цифровой формат. Одним из таких феноменов, получивших массовую популярность, стало блогерство. Сегодня молодые люди активно ведут свои онлайн-каналы, используя их не только как платформу для самовыражения, но и как инструмент для общения и развлечения. Несмотря на то, что блогерство все чаще стали относить к профессиональной сфере, ориентированной на монетизацию, для многих молодых людей создание личного блога становится способом организации досуга, позволяющим реализовать творческий потенциал и найти единомышленников.

Целью данной статьи является анализ феномена блогерства как формы досуга молодежи в цифровом пространстве и выявлению его роли в повседневной жизни молодых людей. Для достижения данной цели необходимо выявить причины, по которым блогерство стало способом для развлечения.

С развитием социальных сетей и увлечением разнообразия контента, интересы пользователей сети Интернет становятся все более разнообразными и по этой причине феномен блогерства приобретает все больше характеристик, видов и форм. Вместе с тем тема блогерства остается малоизучена, что подчеркивает научную актуальность данной темы.

Теоретическое рассмотрение феномена блогерства

Интернет в настоящее время оказывает иногда определяющее влияние на общественное сознание. Его стремительное развитие открыло доступ для использования

© Гончарова Е.И., 2025

социальных сетей и приложений каждому желающему. Самой известной концепцией для ихучения данного феномена можно считать разработку М. Кастельса, согласно которой общество состоит из сетей социальных структур, работающих на основе коммуникационных и информационных технологий. Автор отмечает, что «одной из ключевых черт информационного общества является сетевая логика его базовой структуры, что и объясняет концепцию «сетевого общества» [Castells 2000, p. 29]. Когда с середины 90-х гг. в цифровом пространстве начали появляться различные социальные сети, направленные на повышение комфортности жизни, значительно возросли возможности общения и поддержания связи с близкими и друзьями на расстоянии. Вскоре социальные сети стали способом для развлечения и изучения чего-то нового. Большую популярность феномен блогерства приобрел именно в 2000-е гг., когда пользователи Интернета стали активно выкладывать в сеть свою творческую деятельность, высказывать мнения на популярные темы и создавать развлекательный контент.

В наше время многие блогеры стали лидерами мнений, создающим тренды. Блогерство стало не только формой для самовыражения, но и возможностью постоянного заработка, ведения бизнеса и популяризации собственного дела. Ярким примером такой известности в Интернете стали инфлюенсеры, которые, в контексте сетевого общества, становятся не только источником информации и развлечения, но и важными культурными фигурами, способными формировать общественное мнение и влиять на потребительские предпочтения. Сегодня инфлюенсеры влияют почти на всю сферу общественной жизни, подчеркивая, что такое явление охватывает уже тысячи и миллионы людей [Захаркин, Аргылов 2021]. Это позволяет сделать вывод, о приобретении инфлюенсерами значимого веса для своих последователей и способность оказывать заметное влияние на общество.

Для более детального рассмотрения феномена блогерства, обратимся к терминологии. В принятом нами общественном понимании, блогер - это человек, транслирующий в массы различные виды контента. Интерес представляет определение блогинга, данное М.А. Колмыковой, которая рассматривает его «... как специфическую форму социального взаимодействия «личность-группа», в которой субъектом общения выступает лицо, позиционирующее себя определённым образом в киберпространстве, транслирующее свои нормы и ценности и дающее регулярный информационный повод для общения». Автор также отмечает, что в этом случае объектом блогинга «выступает группа «подписчиков», которые выступают пассивными участниками социального взаимодействия, имеющие возможность по желанию давать в общении обратную связь» [Колмыкова 2019, с. 431].

В зависимости от информации, которую блогеры транслируют аудитории, применяются различные платформы и инструменты для создания контента**,** соответственно, это позволяет выделить некоторую типологию блогеров:

1) фотоблогеры, использующие визуальные инструменты для передачи какой-либо информации. В частности, подобным видом контента пользуются профессиональные деятели искусства, для продвижения собственного творчества;

2) текстовые блогеры, пишущие статьи, заметки, мысли в текстовом формате;

3) видеоблогеры, ведущие блог с использованием видеоматериалов, в том числе научного, личного и профессионального характера. Разделяются тех, кто использует короткие и длинные видеоролики;

4) стримеры, ведущие прямые трансляции, взаимодействуя с аудиторией в реальном времени. На сегодняшний день это один из самых популярных форматов, так как стриминговые платформы позволяют не только общаться со зрителями напрямую, но также и моментально получать прибыль (т. н. донаты, от английского donate — «жертвовать»).

Развитие технологий и доступность качественного оборудования расширили возможности для продвижения новых форматов, как например указанных выше коротких роликов и прямых трансляций. Молодежь, как основная аудитория блогеров, активно взаимодействует с этим контентом, что делает блогерство важной частью их повседневной жизни. Это привело к стиранию границ между личной и публичной жизнью блогеров в глазах их аудитории и появлению феномена постоянной активности в сети. Пользователи в стремлении подражать своим кумирам создают блоги и каналы в социальных сетях, погружаясь в эту сферу все больше. Особенно большое распространение такое явление получило во времена COVID-19, когда ведение личного блога способствовало не только общению с другими людьми в цифровых условиях, но и снижению общественной тревожности в непростой период.

Блогерство как форма развлечения

Феномен блогерства обширен и разнообразен, поэтому необходимо отметить, что в данной статье рассматривается лишь один из его аспектов. Для начала выясним как блогерство может стать развлечением. Блогеры используют юмор, креативность и эмоциональную вовлеченность, чтобы привлечь внимание аудитории, что делает их контент запоминающимся. В подтверждение обратимся к одному из исследований ВЦИОМа на тему «Медиапотребления и активности в интернете»[84], согласно которому

[84] Медиапотребление и активность в интернете. 2021 г. ВЦИОМ. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotreblenie-i-aktivnost-v-internete (дата обращения: 25.04.2025).

почти 40% населения потребляет именно развлекательный (юмористический) контент в социальных сетях. Кроме того, взаимодействие с подписчиками через комментарии, лайки и репосты создает ощущение общности, что усиливает развлекательный эффект.

Открытость блогеров к аудитории создает у зрителей чувство близости со своим кумиром. Этим и можно объяснить то, что блогеры становятся не просто людьми, за которыми наблюдаешь со стороны, а друзьями со своими подписчиками**,** «блогеры становятся личными людьми, с которыми и хочется общаться, привязываясь к ним все больше». Это вызывает желание комментировать, отвечать на различные посты блогеров, ставить лайки и делиться этим с друзьями. Так короткое расстояние между подписчиком и блогером, стало одной из причин использования личного блога для саморазвлечения молодых людей [Теченова, Панкратова 2023, с. 4].

Необходимо отметить, что современное общество демонстрирует тенденцию к снижению критического отношения к блогерству и блогосфере в целом. Это явление можно объяснить несколькими факторами:

Во-первых, рост популярности использования социальных и медиа платформ для создания контента способствовал нормализации блогерства как профессиональной деятельности. Блогеры стали восприниматься не только как любители, но и как полноценные создатели контента, способные влиять на общественное мнение и формировать культурные тренды. Это нам подтверждает ВЦИОМ[85] в своем исследовании «Социальные сети и мессенджеры: вовлеченность и предпочтения» за 2023 год. Его результаты свидетельствуют, что почти 86% населения России пользуется хотя бы одной социальной сетью или мессенджером ежедневно. Более того, за последние 20 лет увеличилось количество успешных блогеров, ставших звездами и за просторами сети. В следствии чего молодежь все больше стремиться создавать блоги, интегрируя тем самым блогерство в повседневную жизнь.

Во-вторых, блогерство также можно рассмотреть с точки зрения документирования жизни. Цифровизация привычных для нас вещей создает возможность для поиска новых. Таким образом фотографии из бумажных альбомов стали дисками и папками в ноутбуке. Современные платформы позволяют пользователям фиксировать ключевые моменты своей жизни, делиться достижениями и отражать изменения в своем мышлении и восприятии

[85] Социальные сети и мессенджеры: вовлеченность и предпочтения. ВЦИОМ. 10 августа 2023. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/socialnye-seti-i-messendzhery-vovlechennost-i-predpochtenija (дата обращения: 22.04.2025).

мира. Этот процесс самодокументирования становится важным аспектом личной идентичности и самовыражения.

В-третьих, создание контента в форме блогов, постов и фотографий позволяет молодежи не только запечатлеть важные события, но и отслеживать свой рост и развитие. Блогеры могут использовать свои платформы для рефлексии и анализа собственных переживаний, что способствует формированию более глубокого понимания себя и своего места в обществе.

Таким образом, блогерство становится не только развлекательной деятельностью, но и средством самопознания и личностного роста, что делает его особенно привлекательным для молодежной аудитории.

Интерес представляют исследования, которые рассматривают социальные сети как образовательный инструмент, что, в свою очередь, делает обучение не просто познавательным, но и увлекательным, погружая студентов в уже привычную для них цифровую среду. Справедливости ради, отметим, что далеко не все преподаватели используют подобные технологии, но исследования подобных технологий уже проводятся [Kolmykova et al. 2021].

Таким образом, восприятие молодежью блогерства, как формы развлекательной деятельности, является многогранным и далеко не полностью исследованным процессом, который, без сомнения, требует глубокого всестороннего изучения. Тем более, что интерес к социальным сетям у молодёжи не иссякнет, а будет только расти.

Заключение

Блогеры выступают как агенты социальных изменений, формируя новые формы коммуникации, социального взаимодействия и культурного производства. Трудно оценить их прямое влияние на общество в целом, однако можно отметить, что блогерство – это явление, возникшее в результате формирования нового для нас мира технологий, который продолжает стремительно развиваться. По этой причине его всестороннее изучение приобретает особую актуальность.

Отметим, что увлечение блогерством не только развлекает, но и служит важным инструментом самопознания и социальной интеграции. В условиях стремительных изменений в обществе и медиа-ландшафте, дальнейшее изучение блогерства и его влияния на молодежь становится интересным через призму не только развлекательного, но и образовательного контента. Исследование этих процессов поможет лучше осознать возможности и перспективы блогерства в формировании культурных и социальных норм для формирования информационной культуры современной молодёжи

Литература

Захаркин, Аргылов 2021 – *Захаркин Р.А., Аргылов Н.А.* Инфлюенсеры как медиазначимые другие: современные тренды вторичной социализации // Власть. 2021. Т. 29. № 6. С. 27–37.

Кастельс 2000 – *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. М., 2000. 606 с.

Колмыкова 2019 – *Колмыкова М.А*. Блогинг как сфера социализации молодежи // Высшее образование для XXI века: Роль гуманитарного образования в контексте технологических и социокультурных изменений: XV Междунар. науч. конф.: Доклады и материалы: В 2 ч. / Под общ. ред. И.М. Ильинского. М, 2019. С. 428-432.

Теченова, Панкратова 2023 – *Панкратова Е., Тенчова Е.* Социологический анализ блогерства, как нового канала социальной мобильности // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2023. № 3 (71). С. 125-131.

Kolmykova et al. 2021 – *Kolmykova M., Gavrilovskaya N., Barsukova M., Kozlovskaya D.* Use of Microblogging, Social Networking, and Short Messages in E-learning for Information Culture Building // International Journal of Emerging Technologies in Learning. 2021. Vol. 16. P. 22–37.

III. Общность и выбор поколений: традиции, идентичность и социальные ориентиры в эпоху глобализации

Современные подходы к гендерной идентичности. Гендер как социальный конструкт

Анна С. Пузанова

курсант
Московский университет МВД России имени В.Я. Кикотя, Москва

Научный руководитель: Татьяна Н. Фролова

канд. социол. наук, доцент
Московский университет МВД России имени В.Я. Кикотя, Москва

Аннотация. В рамках данной статьи рассматриваются различные подходы к гендерной проблеме. Основное внимание уделено современным представлениям о гендерной идентичности, которые отрицая традиционные взгляды, акцентируют внимание на социальных факторах формирования гендерной идентичности и рассматривают последнюю как социально-психологический конструкт.

Ключевые слова: гендер, пол, трансгуманизм, постгендеризм, гендерная идентичность

Проблемы пола актуализируются тогда, когда цивилизация сталкивается с принципиальными трудностями, неразрешимыми в рамках функционирующих норм, культурных установок. Именно неблагополучие в основаниях индустриальной цивилизации, нашедшее выражение в различных областях, заставило общество обратиться к гендерной проблеме. Стоит сказать, что в античный период понятия пола и гендера не были разделены так, как в современном академическом дискурсе. Тем не менее, размышления философов о природе мужчины и женщины заложили основу для дальнейших философских и социальных теорий. Так, например, Платон в диалоге «Пир» вводит миф об андрогинах, где люди изначально были единым существом, обладавшим мужскими и женскими чертами, но позже были разделены, что символизировало стремление человека к поиску своей «второй половины». Некоторые исследователи видят в этом символ единства и взаимодополняемости полов. Однако критики отмечают, что концепция Платона остаётся в рамках бинарного восприятия, не охватывая разнообразие гендерных идентичностей. Это ограничение станет более очевидным при переходе к рассмотрению взглядов Аристотеля, который трактует пол как биологически детерминированную категорию.

В Средневековье представления о поле и гендере тесно переплетались с христианской теологией. Фома Аквинский утверждал, что женщина создана для подчинённой роли. Вдохновлённый Библией, Аквинский рассматривал женщину как «несовершенное» отражение мужчины. Этот подход критиковался за оправдание

© Пузанова А.С., 2025

социальной и гендерной иерархии. Средневековая культура также представляла женщин через образы Евы и Девы Марии, ассоциируя их с искушением и чистотой, что создавало противоречивые ожидания [Бовуар 1997].

Такие взгляды способствовали закреплению стереотипов, ограничивая социальные и интеллектуальные возможности женщин. Исследователи отмечают зависимость этих взглядов от религиозных догм и отсутствие эмпирического подхода, что позволяет предположить, что дальнейшие научные открытия и философские размышления могли бы изменить их понимание. Это предположение открывает путь к рассмотрению научных подходов, включая биологическую теорию, которая развивается в современную эпоху.

Согласно биологической теории, пол определяется физиологическими характеристиками, такими как хромосомы, гормоны и половые органы. Биологические факторы влияют на развитие телесных и поведенческих характеристик человека, формируя базу для половой идентичности. Например, тестостерон связан с мужскими характеристиками, такими как физическая сила, а эстроген – с женскими, способствующими репродуктивной функции. Однако современные исследования показывают, что биология – это лишь часть гендерной идентичности. Человек может стремиться к атрибутам, связанным с культурной маскулинностью или феминностью, что указывает на влияние социальных норм. Это ведёт к обсуждению социальной теории гендера, которая расширяет понимание идентичности через культурные нормы и ожидания.

Социальная теория утверждает, что гендерные роли и ожидания формируются обществом. Мужчина, например, воспринимается как защитник и воин, если выполняет роль, ассоциируемую с мужественностью, например, служит в армии. Эти культурные установки варьируются по культурам и историческим эпохам. Согласно социальной теории, гендерная идентичность – это результат процессов социализации, где общество и семья поощряют определённое поведение в зависимости от пола. Это приводит к осознанию того, что гендерные роли являются не столько врождёнными, сколько результатом общественных влияний, подготавливая почву для перехода к психоаналитическому подходу, который фокусируется на глубинных аспектах формирования идентичности.

На протяжении истории пол и гендер определяли распределение ролей в обществе [Пушкарева 2007]. В традиционных культурах мужская роль ассоциировалась с защитой и физической силой, тогда как женщинам отводилась роль заботы о семье и доме. Такая структура укрепляла социальную стабильность, поскольку чёткое разделение задач позволило упростить распределение обязанностей. Однако с изменением культуры гендерные роли стали более гибкими, отражая потребность в адаптации к новым

социальным условиям. Эта эволюция ролей подчёркивает, как гендерные стереотипы влияли на восприятие личности и её развитие, и подводит к рассмотрению того, как гендер продолжает играть роль в развитии самосознания.

Современные исследования подтверждают, что гендер и пол не только определяют социальный статус, но и влияют на развитие самосознания. Воспитание в рамках определённых гендерных ролей с детства формирует нормы и ожидания. Хотя культурные нормы всё ещё имеют значение, возрастающее внимание к индивидуальным особенностям и правам человека позволяет адаптировать традиционные роли. Таким образом, гендерная идентичность – это сложный и многослойный феномен, включающий биологические, социальные и культурные компоненты, каждый из которых уникально влияет на самосознание человека.

Гендер является результатом социального взаимодействия, т.к. это социальный пол, формирующийся в процессе межличностного и межгруппового взаимодействия и определяющий дифференциацию ролей и иерархию статусов людей в зависимости от их половой принадлежности. Гендер конструируется двумя способами:

– в семье, через социализацию в общественных институтах, с помощью разделения труда и т. д.[87];

– самим человеком путём принятия общественных правил и норм в отношении гендерных ролей и желания соответствовать этим нормам[88].

Так, например, Джудит Батлер, которая перевела свое сексуальное желание в философскую плоскость, «объективизировала» его и превратила личное желание в политическую категорию, представила идею гендера как перформативности в своей работе «Гендерные проблемы» 1990 г. Согласно её теории, гендер не является врождённым или естественным, а создаётся посредством повторяющихся социальных действий и поведения. Гендерная идентичность формируется посредством повторяющихся перформативов, которые воспроизводят и укрепляют социальные нормы [Обухова 2013]. С театральной точки зрения, гендер функционирует как сценарий, который члены общества исполняют и оживляют. В философском смысле гендер создаётся посредством серии «перформативных актов» – типа ритуализированного действия, которое служит для создания многих элементов общества. Таким образом, гендерная перформативность предполагает повторение поступков и моделей поведения, соответствующих ожиданиям общества.

[87] Кон И.С. Ребёнок и общество (историко-этнографическая перспектива). М., 2003. Академия. 269 с.

[88] Байбурин А.К., Кон И.С. Этнические стереотипы мужского и женского поведения. М., 1991. 318 с.

Анализируя развитие гендерной мысли, можно предположить, что будущее гендера связано с постгендеризмом – это направление трансгуманизма, целью которого является устранение полового разделения людей на социокультурном и биологическом уровнях. Постгендеристы полагают, что с развитием вспомогательных репродуктивных технологий необходимость исполнения половых функций в целях размножения отпадёт, или же все постгендерные люди будут иметь возможность как вынашивать и рожать детей, так и быть их «отцами», что, по мнению постгендеристов, приведёт к исчезновению полов в таком обществе. В воззрениях представителей постгендеризма бинарная система восприятия пола человека – это навязываемый пережиток прошлого, с которым обществу необходимо расстаться с помощью высокотехнологичных инструментов биологии и медицины, а также средств социально-политического воздействия, чтобы шагнуть на новую ступень эволюции. Трансгуманисты предлагают совершенствовать тело и разум человека при помощи технологий. Трансгуманизм не монолитен и состоит из различных течений, но все они главной своей целью видят победу над старением и смертью. Основная мысль этой философии заключается в бесконечном совершенствовании возможностей и способностей во всех областях человеческой жизни.

На фоне трансгуманистских и постгендерных идей особую актуальность приобретает долгосрочный взгляд на эволюцию человека – не только в плане ближайших десятилетий, но и на горизонте столетий или даже тысячелетий. С одной стороны, благодаря стремительному развитию биотехнологий, генной инженерии, искусственного интеллекта и нейронаук человечество уже сейчас делает первые шаги на пути к созданию «нового человека». Например, современные биотехнологии позволяют получать важные для человека продукты, такие как антибиотики и гормон роста, а также создавать организмы с заранее заданными свойствами гораздо быстрее, чем с помощью традиционных методов селекции. С другой стороны, радикальное «переформатирование» нашей природы – задача, требующая не только технической и научной базы, но и глубокого социального, этического и философского осмысления [Губанов и др. 2020].

Важнейшая составляющая этой дискуссии – роль инстинктов, которые тысячелетиями определяли выживание и поведенческие стратегии людей. Технологический прогресс может смягчить или трансформировать проявления биологических инстинктов (например, с помощью гормональной коррекции или репродуктивных технологий); однако в обозримом будущем вряд ли полностью отменит их. Инстинкты остаются фундаментом, обеспечивающим базовую ориентировку человека в окружающем мире, а резкое вмешательство в эту сферу способно вызвать серьёзный кризис идентичности и непредсказуемые социальные последствия.

Роль гендерной идентичности в будущем остаётся открытым вопросом. Полный отказ от гендера (как предлагается в некоторых постгендерных концепциях) сопряжён с риском игнорирования естественных физиологических различий и культурно-исторического опыта. Между тем сохранение гендера в его традиционном понимании без учёта современных социальных реалий может вести к консервации неравенства и ограничению личной свободы [Потапенкова 2005, с. 117]. Скорее всего, обе теории – биологическая и социальная (конструктивистская) – продолжат сосуществовать и дополнять друг друга. Биологический подход даст фундаментальное понимание природы человека и эволюции, а социальный позволит учитывать исторические, культурные и экономические факторы, влияющие на формирование идентичности.

В перспективе последующих столетий и тысячелетий может произойти дальнейшее взаимопроникновение биологии и технологий: возможна генная коррекция, киборгизация, новые формы репродукции, переосмысление когнитивных способностей. Однако подобные изменения не произойдут мгновенно и потребуют длительного социокультурного «привыкания». Поэтому общество должно действовать осторожно, не допуская стремительных и необдуманных шагов, способных запустить дестабилизирующие процессы.

Стоит отметить, что гендерная идеология также является серьезной политической опасностью, так как практика ее применения преследует права на критику, а также инакомыслие, содержит в себе ряд ограничений, например, запрет на любые рациональные дискуссии об описании реальности. Это стало следствием того, что обострилось давление со стороны общества, выражающееся в различных административных санкциях, цензуре, а в ряде случае даже «изгнании» из публичных мест.

Значительно сказывается на обществе существование множественных идентичностей, что ведет к трансгуманизму и имеет крайне негативные социальные последствия. Идеи о том, что для реализации вида человека требуется его упразднение шаг за шагом от человека к постчеловеку, от пола к гендеру, а то, что было личным жизненным выбором стало переходить в политические права, антигуманны по своей природе.

Литература

Бовуар 1997 – *Бовуар С. де.* Второй пол. Т.1. Факты и мифы. Т. 2. Жизнь женщины: Пер. с фр. М., 1997. 831 с.

Губанов и др. 2020 – *Губанов Н.Н., Губанов Н.И., Черемных Л.Г., Турова Е.И.* Социальная ответственность ученого и свобода научного творчества // Гуманитарный вестник, 2020. Вып. 5. С. 1–14.

Обухова 2013 – *Обухова Е.Н.* Политика гендера в перформативном измерении; автореферат дис. …кандидата философских наук: 09.00.11. М., 2013. 20 с.

Потапенкова 2005 – *Потапенкова А.А.* Социально-философский анализ гендерных отношений в современном обществе // Вопросы гуманитарных наук. 2005. № 2. С. 112–127.

Пушкарева 2007 – *Пушкарева Н.Л.* Гендерная теория и историческое знание. СПб.: Алетейя, 2007. 495 с.

Этнические стереотипы в языке в современном обществе: классификация, языковые инструменты, пути решения проблемы

Маргарита С. Фокина

студентка
Санкт-Петербургский государственный морской технический университет
Санкт-Петербург

Научный руководитель: Виктория А. Романова

старший преподаватель
Санкт-Петербургский государственный морской технический университет
Санкт-Петербург

Аннотация. Статья посвящена исследованию этнических стереотипов в условиях глобализации, рассматривается их влияние на общественные отношения и взаимодействие между этническими группами. В статье анализируется, как язык, будучи основным средством коммуникации, формирует и отражает культурные и социальные реалии, участвуя в создании и поддержании стереотипов через различные языковые средства. В данной работе также уделяется внимание способам борьбы с подобного рода стереотипами, где предлагается решение проблем через образование и просвещение.
Ключевые слова: этнический стереотип, язык, глобализация, слово, взаимодействие, конфликт

В условиях глобализации, ставшей одним из наиболее значимых социологических явлений современности, особую актуальность приобретают исследования этнических стереотипов.

Этнические стереотипы представляют собой обобщенные представления о характеристиках, поведении и ценностях представителей различных этнических групп. Эти стереотипы могут оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на общественные отношения, формируя восприятие и взаимодействие между людьми. Государства, объединяясь ради решения общих проблем, обмениваются взаимодействиями, и в итоге у представителей разных народов и наций возникают стереотипы друг о друге, то есть какие-либо предрассудки по поводу черт поведения представителей того или иного рода, которые часто могут искажать реальность, так как имеют под собой основу не реального опыта, а традиций, интерпретаций медиа, исторических и политических конфликтов [Шогенова, Дохова 2024].

В современном обществе существуют как положительные, так и отрицательные этнические стереотипы. В языке они могут выражаться в шутках, анекдотах, фразеологизмах и лексических конструкциях, таких как, например, «мы – они» и «свой – чужой». В этом контексте можно вспомнить слова футбольных фанатов, которые обычно

© Фокина М.С., 2025

«болеют за своих». Наряду с этими факторами идут также пословицы и поговорки, метафоры и жаргонизмы. Одним словом, все средства языка могут служить инструментом для выстраивания этнических стереотипов.

Язык, как основное средство коммуникации, не только отражает, но и формирует культурные и социальные реалии. Он служит зеркалом, в котором отражаются стереотипы, предвзятости и установки, существующие в обществе. В этом контексте важно понимать, что язык не является нейтральным инструментом, а активно участвует в создании и поддержании этнических стереотипов. Он существует неразрывно с понятиями сексизм, расизм и классовая дискриминация.

Например, масс-медиа играют ключевую роль в распространении этнических стереотипов. Они могут как усиливать предвзятости, так и способствовать их разрушению.

В условиях глобализации, когда информация распространяется с невероятной скоростью, важно осознавать, как медийные нарративы могут формировать восприятие этнических групп и влиять на общественные отношения. Ответственность журналистов и медийных организаций в этом контексте возрастает, так как они могут либо способствовать укреплению стереотипов, либо, наоборот, способствовать их преодолению через объективное и взвешенное освещение вопросов, касающихся этнических меньшинств. Имея огромное влияние на общество, масс-медиа держат общество в своих руках, поэтому люди будут поддерживать именно те культурные нормы, которые нам диктуют новости и другие СМИ.

В развивающихся государствах, где ценностями являются природа и достоинство, имеет место быть прогрессивный и аналитический взгляд на этнические стереотипы. В нашем информационном обществе мы отходим от укоренившихся традиций и предрассудков, поэтому отношение к этническим стереотипам имеет перспективу измениться в лучшую сторону.

Социальные последствия этнических стереотипов могут быть весьма серьезными. Они могут приводить к дискриминации, социальной изоляции и конфликтам между этническими группами. Важно осознавать, что стереотипы не только влияют на индивидуальное восприятие, но и формируют общественные нормы и ценности.

Примером негативного этнического стереотипа может являться славянское слово «жид», которое в современном русском языке считается уничижительным названием представителей еврейской нации. Также в нашем языке есть ироничное и ласковое прозвище белорусов – «бульбаши». И хотя контекст употребления данного слова может быть по-доброму шутливым, можно расценить это как насмешку или попытку оскорбления. Прозвище «бульбаш» происходит от слова «бульба», что в переводе на русский язык

означает «картофель». Данное слово является излюбленным стереотипом о народе Беларуси, который выращивает и ест этот овощ в больших количествах. Слово - это оружие, которое может развязывать целые войны. Этнические стереотипы в языке служат катализатором в международных и межнациональных конфликтах. Они не дают развиваться обществу, так как ограничивают представления людей друг о друге, перекрывают возможность позитивных интеракций. Эту проблему можно решить с помощью введения общих для всех нейтральных терминов, не содержащих предрассудков и намеков на какую-либо отличительную черту того или иного народа.

Преодоление этнических стереотипов является важной задачей для создания гармоничного сосуществования культур в многонациональных обществах. Поэтому необходимо разрабатывать и внедрять программы, направленные на преодоление стереотипов через образование и просвещение.

Например, образовательный процесс может научить человека анализу и критическому мышлению, и тем самым «уберечь» от восприимчивости к этническим стереотипам. Просвещение же может поспособствовать диалогу культур через искусство, организацию межкультурных мероприятий таких как проведение лекций об этнических стереотипах, дискуссии и обмен мнениями. Это поможет людям укрепить социальные связи и предотвратить социальные конфликты.

Этнические стереотипы имеют перспективу быть преодоленными, если общество будет адаптироваться к личности отдельного человека, беря во внимание уважение, а не предрассудки о его национальности. С другой стороны, общество меняется, так же вместе с ним приобретают новые формы как язык, так и представления людей друг о друге.

Литература

Шогенова, Дохова 2024 – *Шогенова М.Ч., Дохова З.Р.* Этнические стереотипы в речевом поведении современной языковой личности // Электронный журнал «Кавказология». 2024. № 4. С. 483-494.

Стигматизация как фактор дискриминации современных субкультур на примере квадробики

Мария С. Челомбитко

студентка
Российский государственный университет социальных технологий, Москва

Александр В. Александров

студент
Российский государственный университет социальных технологий, Москва

Научный руководитель: Татьяна А. Власова

канд. филос. наук доцент
Российский государственный университет социальных технологий, Москва

Аннотация. В статье рассматривается проблема стигматизации участников субкультуры «квадробика». Опираясь на теорию стигматизации И. Гофмана и теорию буллинга Д. Ольвеуса и И. Кона, авторы исследуют, как символическая категоризация явления в качестве «ненормального» может стать причиной травли подростков. Опрос 59 человек и глубинные интервью позволили оценить реальные масштабы буллинга в подростковой среде и способы самозащиты, что дало возможность описать феномен «скрытой квадробики».
Ключевые слова: стигматизация, дискриминация, буллинг, квадроберы, квадробика, субкультура

Современные субкультуры, возникшие в эпоху цифровизации и глобализации, становятся неотъемлемой частью молодежной культуры. Одним из ярких примеров является «квадробика» – изначально спортивное направление, которое в России превратилось в популярную подростковую субкультуру, основанную на имитации движений животных. А. Кириллова выделяет причины её возникновения: выражение индивидуальности, чувство сопричастности, подростковый протест, гормональные изменения, избегание реальности[91].

Согласно данным социологического опроса ВЦИОМ, наблюдается значительное расхождение в восприятии квадробики среди населения России. Опросы общественного мнения показывают, что 58% респондентов осведомлены о данном увлечении, при этом наблюдается выраженная возрастная дифференциация: 87% респондентов в возрастной группе молодых людей знакомы с квадробикой, в то время как среди представителей поколения «оттепели» этот показатель составляет лишь 29%. Несмотря на относительно

© Челомбитко М.С., Александров А.В., 2025

[91] *Кириллова А.* Квадробика: почему дети притворяются животными и бегают на четвереньках. Как появился новый подростковый тренд // Тинькофф Журнал. 2024. URL: https://t-j.ru/quadrobics/ (дата обращения: 11.03.2025).

высокую осведомленность, выявлена противоречивость в оценках данного явления. По данным ВЦИОМ, 51% россиян испытывают негативное отношение к квадроберам, причем этот процент выше среди старшего поколения (62–68%) и ниже среди молодежи (35–36% у поколения Z и миллениалов).

Некоторые люди видят в квадробике возможность развития творческих и физических навыков, в то время как другие считают её отклонением от социальных норм. Эта дихотомия в восприятии становится основой для стигматизации, которая, согласно концепции И. Гофмана, формирует негативное отношение к группе на основе приписываемых ей «постыдных» качеств [Goffman 1963].

В случае квадроберов стигматизация проявляется в навешивании ярлыков «ненормальности» и «опасности», которые являются стереотипами, поддерживаемыми единичными случаями неадекватного поведения. Эти стереотипы усугубляются видимыми атрибутами субкультуры, такими как маски и хвосты, что делает квадроберов уязвимыми для общественного осуждения и буллинга. При этом Д. Золотов описывает причины критики субкультуры: страх физического и морального ущерба от квадроберов; общественные стереотипы о молодежных субкультурах; предполагаемое негативное влияние на учебу[92].

Подростковые субкультуры также привлекают внимание многих социологов. В.И. Колесов и И.А. Кузнецова рассматривают субкультуру как способ внедрения ценностей и атрибутов в определенную социальную группу [Колесов, Кузнецова 2022]. И.В. Афанасьев и А.П. Каитов определяют тенденции создания и развития современных молодежных движений в России, разделяя их на конструктивные и деструктивные [Афанасьев, Каитов 2024]. Р.В. Смирнова, Г.В. Палаткина, И.В. Тарасова и А.А. Подлипалин рассматривают субкультуру как инструмент коммуникации и самоопределения взрослеющей личности [Смирнова и др. 2020].

Ранее социологи не уделяли должного внимания детям, занимающимся квадробикой, и их взаимодействию со сверстниками, что подтверждается отсутствием научных публикаций на эту тему. В данном исследовании мы ставим перед собой задачу исследовать проблему дискриминации, с которой сталкиваются представители субкультуры квадробики, со стороны своих сверстников, опираясь на концепцию стигматизации.

[92] Золотов 2024 – Золотов Д. Кто такие квадроберы и почему их хотят запретить // Psychologies. 2024. URL: https://www.psychologies.ru/articles/kto-takie-kvadrobery-i-pochemu-ikh-khotyat-zapretit/?ysclid=mcx93hd02o238161311 (дата обращения: 11.03.2025).

В исследовании были использованы два метода: количественный и качественный. Количественный метод представлен опросом, который проводился на интернет-платформе Google Forms. В опросе приняли участие 59 человек. Для качественного исследования был выбран метод глубинного интервью. В качестве респондентов были привлечены три человека: женщины в возрасте 8 и 34 лет, мужчина 16 лет.

И. Гофман выделял три типа стигматизации: физические недостатки, преимущественно относящиеся к лицам с инвалидностью и ОВЗ, индивидуальные особенности характера и родовую/групповую стигму. В нашем исследовании нас интересует именно групповая стигма субкультуры «квадробики».

Ученый также различал две группы поддержки для стигматизированных людей: «свои», разделяющие стигму, и «понимающие», те, кто не обладает стигмой, но близок к стигматизированному индивидууму или находится с ним в доверительных отношениях.

Тема буллинга в школьной среде была поднята ещё в 1905 г. К. Дьюксом, хотя тогда и не использовался сам термин. Д. Ольвеус, развивая эту тему, определил буллинг как систематическое агрессивное поведение, основанное на неравенстве власти или силы [Olweus 1993]. Он выделил два типа буллинга: физический и вербальный. И. Кон добавил к этим двум видам кибербуллинг [Кон 2009].

Важным аспектом нашего исследования является схема процесса буллинга и его воздействия на булли-жертву, объекту буллинга – квадробера, подвергающегося буллингу со стороны булли-индивида или булли-группы. Булли-индивид и булли-группа имеют общие мотивы, но воздействие группы более деструктивно для жертвы. Физический буллинг – это физическое насилие, вербальный – словесная дискриминация. Кибербуллинг, распространённый в обществе из-за цифровизации, – это дискриминация в интернете.

Стигматизация является ключевым фактором дискриминации, в частности буллинга, который представляет собой ущемление прав людей-квадроберов из-за существующих стигм. При наличии стигм квадроберы сталкиваются с буллингом, проявляющимся в физической и вербальной агрессии, а также кибербуллинге.

В исследовании рассматриваются четыре причины присоединения людей к субкультуре «квадробика»: выражение индивидуальности через имиджевые атрибуты; стремление к чувству сопричастности; отрицательное отношение к общественным нормам; и избегание реальности через уход в мир фантазий.

Изначально имелось предположение, что субкультура «квадробика» охватывает детей и подростков 7–14 лет. Однако количественное исследование показало более широкий возрастной диапазон: от 8 до 31 года, с пиком в 12 лет (23,7%). Как отмечает один из респондентов:

Раньше, когда она зарождалось это, были подростки от 16 лет и старше, потом движение подхватили дети и сейчас возраст варьируется от 12 лет и 20+, вообще нет каких-то ограничений по возрасту для спорта.

В субкультуре преобладают женщины (74,6% опрошенных - жещины). Это подтверждают и интервьюируемые: «Конечно в большинстве своем квд занимаются девушки, так как квд это про творчество», а также наблюдения за контентом в соцсетях:

…в Лайки большинство видео попадаются с девочками, которые занимаются квадробикой…

Данные исследования показывают, что 39% респондентов имеют опыт в квадробике более одного года, что указывает на относительно высокий уровень вовлеченности в эту субкультуру. Дополнительно, 35,6% респондентов занимаются квадробикой в течение периода от 3 месяцев до 1 года, 16,9% респондентов имеют опыт в квадробике от 1 месяца до 3 месяцев, 6,8% респондентов занимаются квадробикой менее 1 месяца.

Согласно результатам исследования 32,2% респондентов отметили, что среди их друзей большинство составляют квадроберы, тогда как 40,7% указали, что у них мало друзей, занимающихся квадробикой. При этом 18,6% респондентов сообщили об отсутствии друзей-квадроберов.

Большинство респондентов (77,9%) заинтересованы в поиске друзей-квадроберов, что подчеркивает социальную значимость этого увлечения. Оставшиеся 22% не заинтересованы в новых связях или удовлетворены текущим кругом общения.

Подавляющее большинство респондентов (94,9%) сталкиваются с буллингом из-за квадробики (сумма ответов «Постоянно», «Редко» и «Часто»), что свидетельствует о высокой распространенности проблемы. Лишь 3,4% не сталкивались с буллингом, а 1,7% затруднились ответить. Респонденты, ответившие «никогда», были исключены из дальнейшего анализа.

Наиболее распространен кибербуллинг (70,2% сталкиваются постоянно или часто), затем вербальный буллинг (56,1%). Физический буллинг менее распространен (17,5% – сталкиваются относительно редко). Один респондент отмечает: «бывает хейтеры (булли-индивиды) ломают маски на сходках, но это единичные случаи». Предполагается, что вербальный буллинг предпочтительнее для буллеров из-за меньшей наказуемости:

Они могут словесно обозвать какого-то человека, который занимается квадробикой. И просто сделать так, чтобы ему стало обидно. Но ничего не испортить. Многие делают именно так, чтобы она не позвала никаких родителей, мам, пап. Чтобы их не наругали.

Кибербуллинг наиболее распространен, вероятно, из-за анонимности и чувства безнаказанности в интернете:

…я зашла под комментарий, там было всего лишь четыре комментария. И в этих всех комментариях были оскорбления;

Раньше детям в сообществе угрожали. Сжечь, расстрелять, семью найти, такие сообщения получали дети. Даже под фотографиями детей, писали, мол увидев на улице в маске, будут бить ногами. Это не норма.

Большинство опрошенных (70,2%) отмечают, что буллинг чаще исходит от группы, чем от индивида (19,3%). Качественное исследование выявило причины этого. Респонденты указывают на группирование «хейтеров» в интернете: «В интернете хейтеры (булли-индивиды) группируются…», и описывают групповой буллинг как «самоподдерживающееся и самовоспроизводящееся явление, цепная реакция»:

Удобнее, конечно, буллить группой, т.к. это самоподдерживающееся и самовоспроизводящееся явление, цепная реакция.

Также наблюдается подстрекательство внутри булли-групп:

Которых буллят в группе. Их может быть и больше. Но многие мальчики не хотят буллить вообще. Но их компания может и его забуллить, потому что он не хочет буллить вот эту квадробершу.

Однако квадроберы могут дать отпор: «…хейтеры группируются, но и против них тоже группируются квадроберы». Для защиты своих интересов они создают онлайн-сообщества, где делятся достижениями, рассказывают о квадробике и создают безопасное пространство:

…решила поддержать квадроберов, создала сообщество для поддержки. Появилось желание ослабить хейтеров, бороться с травлей, а также направить квадроберов на верный путь;

Сейчас в моем сообществе этого нет (про буллинг). Многие дети ищут безопасную зону, чем и является мой паблик...

Страх перед буллингом может отпугивать потенциальных квадроберов:

Их часто начинают булить из-за того, что у них... Ну, они занимаются спортом, таким... в многих видео в Лайки показывается что многие люди издеваются на квадроберами.

Почти половина квадроберов (49,1%) всегда получают поддержку от друзей по увлечению, а 22,8% получают ее скорее да, чем нет. Это указывает на высокий уровень взаимопомощи внутри группы. Лишь 5,3% респондентов никогда не получали поддержки, 7% скорее не получают, а 15,8% затруднились ответить. Выявлена тенденция: квадроберы, не находящие поддержки у близких, не занимающихся квадробикой, также не получают поддержки от родителей (33,3%), тогда как поддержку обеих групп получают 38,5%.

Это приводит к страху непринятия:

Многие мамы очень сердито к этому относятся», «…у некоторых бывают проблемы с родителями или одноклами (одноклассниками)», «Зачастую из-за раздутых случаев у детей могут складываться негативные отношения с родителями. Банальное недопонимание.

Возникновение стигм вокруг квадробики связывают с несколькими причинами. Главная – незнание о сути квадробики, усугубляемое появлением «агро-квадроберов», которым приписывают деструктивное поведение, нехарактерное для субкультуры*:*

На агро-квд сваливают вину за мифические, на мой взгляд, недоказанные случаи, что кто-то кого-то укусил или ел корм. Как такового течения агро-квд не существует, как и в любом большом сообществе есть просто неадекватные личности или те, кто хочет выделиться благодаря такому эксцентричному поведению;

Нельзя по двум-трем раздутым случаям судить обо всех квадроберах. Все судят.

Другая причина – быстрое распространение субкультуры, вызывающее неопределенность и негативную реакцию:

Из-за появления субкультуры появилась массовая истерия;

Любой тренд порождает реакцию, антитренд, это естественный процесс.

Респонденты связывают спад популярности квадробики с возможным запретом:

Меньше квадроберов становится, потому что… по телевизору запретили квадроберов…

Выдвигается также гипотеза об «устаревании» тренда:

Сейчас тренд квд идет на спад и уже упал до уровня 2023 года… количество убывает, просто потому что хайп прошел и поскольку это явление стало общеизвестным уже не модно и наоборот многими высмеяно.

Стигматизация способствует формированию «скрытой квадробики», напоминающей приватные практики. В рамках драматургической социологии И. Гофмана социальное пространство делится на передний (публичный) и задний (приватный) планы, каждый со своими правилами поведения. Респонденты отмечают, что квадроберы часто уединяются, чтобы избежать негативной реакции:

…я редко занимаюсь где-то при людях квадробикой, потому что вот... Я считаю, что меня начнут оскорблять;

Вообще квадроберы стараются не афишировать свое хобби и заниматься в уединениях местах.

Респонденты указывают на негативные последствия потенциального запрета квадробики как для отдельных представителей, так и для сообществ: «Запрет квадробики плохо. Нельзя так делать. Обычные безобидные видео, где дети прыгают в масках запрещать не нужно. В них нет ничего плохого».

Предлагаются альтернативные способы решения проблемы, включая психологическую помощь, социальную рекламу и штрафы за деструктивное поведение: Устраивать психологические тренинги для того, как вести себя в субкультуре, что есть норма, и для буллеров, как подавлять свой гнев, свою агрессию. А также для родителей, для понимания что это норма. Социальная реклама, тоже было бы хорошо. Разъяснить, что квадробер такой же человек, как и все.

Стигматизация, как социальный феномен, оказывает значительное влияние на субкультуру «квадробика» и её представителей. Будучи фактором дискриминации, стигматизация приводит к исключению этой субкультуры из общественной жизни. Это, в свою очередь, усиливает негативные стереотипы и предубеждения о квадробике, а также способствует буллингу в отношении её участников.

Важно отметить высокий уровень буллинга, с которым сталкиваются квадроберы. Наиболее распространённым его видом является кибербуллинг на интернет-платформах, что становится серьёзной проблемой для представителей этой субкультуры.

Однако, несмотря на стигматизацию, участники квадробики проявляют внутреннюю солидарность и формируют уникальную идентичность. Половина респондентов не находят поддержки у близких, в то время как другая половина чувствует поддержку от них.

Таким образом, пример квадробики показывает, как стигматизация может стать источником социальной напряжённости. Исследование выявило, что стигматизация серьёзно вредит представителям субкультуры квадробики, в особенности детям и подросткам.

Социальное отторжение приводит к систематическому групповому буллингу, проявляющемуся в различных формах: от вербальной агрессии и кибербуллинга до физического насилия. Усугубляет проблему необходимость скрывать увлечение даже от близких, что приводит к социальной изоляции и вызывает у членов субкультуры чувство уязвимости и недоверия. Возникает феномен «скрытой квадробики», который негативно сказывается на их семейных и дружеских отношениях.

Результаты исследования подчёркивают важность программ, направленных на повышение осведомлённости о квадробике и формирование толерантности. Необходимо активно бороться с буллингом в интернете и реальной жизни, создавая безопасную и инклюзивную среду для самовыражения. Важно изучить эффективные стратегии преодоления стигматизации и буллинга, а также оценить, как антибуллинговые инициативы могут помочь квадроберам.

Квадробика – это способ молодёжи выразить себя и социализироваться. Понимание этого поможет снизить стигматизацию и превратить её в элемент культурного многообразия.

Литература

Афанасьев, Каитов 2024 – *Афанасьев И.В., Каитов А.П.* Тенденции создания и развития молодежных движений в современной России // МНКО. 2024. № 1 (104). С. 140–143.

Колесов, Кузнецова 2022 – *Колесов В. И., Кузнецова И.А.* Влияние субкультуры на адаптацию несовершеннолетних в социуме // Теория и практика социогуманитарных наук. 2022. № 2 (18). С. 56–61.

Кон 2009 – *Кон И.С.* Семья и школа: Совместное или раздельное? // Социологические исследования. 2009. № 3. С. 22–24.

Смирнова и др. 2020 – *Смирнова Р.В., Палаткина Г.В., Тарасова И.Вл., Подлипалин А.А.* Сущностные характеристики девиантных субкультур подростков: социально-культурные, социально-экономические, социально-педагогические, социально-психологические // Мир науки. Педагогика и психология. 2020. № 6. С. 1–12.

Goffman 1963 – *Goffman E.* Stigma: Notes on the management of spoiled identity. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall, 1963. 115 p.

Olweus 1993 – *Olweus D.* Bullying at school: What we know and what we can do. Malden, MA: Blackwell Publishing, 1993. 154 p.

Соотношение реальной и виртуальной идентичности студенческой молодежи

Анастасия А. Чистова

студентка
Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург

Аннотация. Внедрение и развитие цифровых технологий, а в частности, социальных медиа как инструмент конструирования идентичности ставят перед человеком новые вызовы. Виртуальный образ, конструируемый в интернете, может не совпадать с реальным. Некоторые авторы полагают, что создание виртуальных личностей происходит в результате неудовлетворенности реальной идентичностью. Другие же, напротив, полагают, что в сети люди получают дополнительные возможности для самовыражения.

Ключевые слова: идентичность, сетевая идентичность, виртуальная идентичность, конструирование идентичности

К концу 60-х гг. XX в. формируются современные теоретические концепции, изучающие феномен идентичности. Одним из первых направлений в социологии, которое попыталось описать процесс формирования личности и её идентичности, стал интеракционистский подход. Представители этого подхода не только анализируют понятие идентичности, но и выделяют различные её виды, такие как социальная, личная и «я-идентичность».

Так, Дж. Г. Мид считал, что формирование личности происходит в процессе социального взаимодействия. Он утверждал, что как себя воспринимает человек зависит от того, как его видят и воспринимают другие люди. Дж. Г. Мид также выделял две составляющие личности: «me» и «I». «Me» – это результат усвоения социальных ролей и ожиданий, а «I» – это активная часть личности, которая позволяет человеку не только идентифицироваться с усвоенными ролями, но и дистанцироваться от них [Миронов 2015].

Американский социолог и социальный психолог Чарльз Кули в рамках своей теории «Зеркального Я» рассматривает понятие «самости», которое в обыденной речи обычно выражается словами «я», «меня» (I, me) и «моё» (mine). Он определял социальную самость как представление человека о себе и то, как его воспринимают другие люди. Чарльз Кули отмечал, что люди склонны выбирать общество тех, кто поддерживает их самоидентификацию [Барышникова 2009].

Также для понимания социальной идентичности важна концепция драматургии Ирвинга Гоффмана. В рамках этой концепции изучается не только содержание социальных ролей, но и то, как они исполняются. Гоффман считал, что важно не то, что человек сделал,

© Чистова А.А., 2025

а то, как он выглядел в глазах общества. Согласно драматургическому подходу, цель человека заключается в произведении хорошего впечатления. В этой концепции человек является актером, а общество, которое его оценивает, – зрителями [Миронов 2015].

Еще одним из подходов к исследования социальной идентичности является феноменологический подход. Его представители, П. Бергер и Т. Лукман, рассматривают общество как объективную и субъективную реальность, которая создаётся людьми в процессе их социальной активности. Идентичность с точки зрения феноменологического подхода, рассматривается как ключевой элемент субъективной реальности, который находится в прямой зависимости от общества. Так же ученые отмечают, что идентичность формируется в процессе социализации человека в конкретном обществе [Барышникова 2009].

С развитием интернета и социальных сетей появился новый вид идентичности – сетевая или виртуальная идентичность. В связи с этим появился термин «сетевая идентичность», описывающий процесс отождествления человека с интернет-группами или пространственную идентичность в сети [Мальцева и др. 2016].

Отечественные исследователи А.Е. Войскунский, А.С. Евдокименко, Н.Ю. Федунина отмечают, что сетевая идентичность не является врождённым свойством человека, а она формируется в процессе его социализации и инкультурации в виртуальном мире. Сеть становится пространством для выражения взглядов и амбиций, а также для проявления «подавленных» аспектов личности. Исследователи отмечают, что сеть позволяет людям выражать свою индивидуальность и формировать эмоциональную связь с работой, учёбой и близкими людьми [Войскунский и др. 2013].

Зарубежные ученые отмечают, что виртуальная идентичность более гибкая и устойчивая, так как она не привязана к конкретному месту и может служить основой для формирования особой связи с работой, учёбой или близкими людьми. Так, основываясь на работах M.B. Brewer, W.L. Gardner, J.R. Methot и др. можно выделить три уровня проявления виртуальной идентичности на разных уровнях обобщения [Brewer 1996]:

– на индивидуальном уровне человек выражает и демонстрирует уникальные качества, увлечения и интересы, отличающие от других пользователей и необходимых для самопрезентации;

– на реляционном уровне человек объединяется в небольшие группы, где осознает свою роль в них и демонстрирует связь с другими людьми или группами (семья, отношения, работа, учёба и т. д.) как часть своей идентичности;

– на коллективном уровне человек идентифицирует себя с большими социальными группами, такими как страна, регион, город, вуз и др., а также с большими сообществами или подпискам по интересам.

В процессе формирования виртуальной идентичности можно выделить два подхода к конструированию идентичности и самопрезентации в социальных медиа: воссоздание реальной идентичности и создание альтернативной идентичности. Различные онлайн-платформы предлагают разные способы конструирования: в онлайн-играх можно создать альтернативную идентичность, а интернет-сообщества предоставляют широкий спектр возможностей для создания реальной идентичности. Наиболее подходящими для конструирования идентичности и самопрезентации являются социальные медиа, которые изначально были разработаны для реальных людей и их идентичностей [Мальцева и др. 2019; Шилкина 2017].

В соответствии с результатами исследования, проведённого А.Е. Жичкиной и Е.П. Белинской, большая часть пользователей социальных сетей в некоторой степени искажали информацию о себе, изменяя свои данные, такие как имя, возраст, семейное положение, внешность, увлечения и так далее. Хотя данные о поле, уровне дохода, национальности, образовании, профессии, месте жительства, покупках, путешествиях и музыкальных и художественных предпочтениях изменялись реже. Информация о политических и религиозных взглядах почти не подвергаются изменениям. Исследователи отметили, что мужчины гораздо чаще женщин предоставляют недостоверную информацию о себе в интернете[94].

В своей работе, посвящённой изучению сетевой идентичности, Т.А. Фленина приходит к заключению, чем более глобально человек воспринимает себя, тем меньше у него мотивации к самореализации в интернете и тем меньше потребность в создании сетевой идентичности. Кроме того, исследователь предполагает, что если человек ожидает негативного отношения со стороны других пользователей интернета, то он будет предоставлять о себе искажённую информацию [Фленина 2015].

Результаты исследования А.Б. Угловой показывают, что компоненты виртуальной идентичности (информация о профессии, образовании, возрасте, интересах, профилей в других социальных сетях, открытости профиля, общий уровень самораскрытия) в интернете связаны с социальным и специальным (социально-демографическим)

[94] Жичкина 2004 – *Жичкина А.Е., Белинская Е.П.* Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью // CYBERPSY. URL: https://cyberpsy.ru/articles/self-presentation_identity/?ysclid=mcx9i5wkiq618265255 (дата обращения: 11.12.2024).

компонентами реальной идентичности. Исследователь предположила, что наличие широкого спектра элементов виртуальной идентичности человека в сети может указывать на высокую значимость для пользователя социальной оценки и особую важность ряда социальных групп в интернете [Углова 2022].

Некоторые зарубежные исследователи такие как M.D. Back, J.M. Stopfer, S. Vazire и др. утверждают, что пользователи социальных сетей публикуют правдивую информацию о себе. Согласно исследованию, американских и немецких ученых, проведенного в 2010 г., социальные сети являются эффективным инструментом для выражения реальной идентичности. В социальных сетях, как отмечают авторы, большинство пользователей предоставляют реальную информацию о себе, которая отражает различные аспекты реальной идентичности такие как интересы, внешность, окружение, поведение, симпатии, которые редко изменяются человеком [Back 2010].

В виртуальном мире становится возможным говорить на запретные темы, на которые не поговорить с близкими или друзьями. Можно выражать свое мнение, не боясь осуждений в реальной жизни. Так же можно реализовывать свои подавленные стороны личности, например, в интересе к к-поп культуре, который может вызвать неодобрение со стороны коллег или близких людей. В пользу создания альтернативной идентичности говорит распространённая в интернете анонимность пользователей. Она позволяет им с лёгкостью менять такие характеристики, как пол, возраст, этничность, интересы и другое. Но последствия от анонимности в сети могут быть совершенно разными.

Например, А.Е. Жичкина указывает на положительную сторону анонимности и отмечает, что она создаёт новые возможности для самопрезентации человека, усиливает его ориентацию на «усреднённого другого», порождая стремление быть понятным с общепринятой точки зрения[95].

Если говорить про отрицательные стороны анонимности то, можно выделить то, что, человек, физически не присутствуя в виртуальном пространстве может в любой момент прервать общение с другими пользователями, что создаёт у человека чувство псевдобезопасности из-за отсутствия непосредственной угрозы, например, телесных повреждений если он кого-то оскорбил. Вследствие это ложное ощущения безнаказанности может спровоцировать недопустимый стиль общения, который был бы неприемлем и опасен при реальном общении. Так же еще анонимность в сети может быть толчком к

[95] Жичкина 2004 – *Жичкина А.Е., Белинская Е.П.* Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью // CYBERPSY. URL: https://cyberpsy.ru/articles/self-presentation_identity/?ysclid=mcx9i5wkiq618265255 (дата обращения: 11.12.2024).

проявлению агрессивного поведения. Оно может проявляться в разных формах, например, от негативных оценок профиля до унижения или угроз.

Говоря о соотношении реальной и виртуальной идентичности, нельзя прийти к однозначному выводу о том, является ли виртуальная идентичность частью реальной или же это самостоятельный феномен.

Например, О.Н. Астафьева утверждает, что идентичность в виртуальном мире является лишь одним из аспектов реальной идентичности [Астафьева 2007].

Однако зарубежные исследователи Back и Wilson не согласны с этим и считают, что здоровая личность стремится к аутентичности как в реальной жизни, так и в виртуальной [Back 2010; Wilson 2012].

Таким образом, можно сделать вывод что, формирование виртуальной идентичности, отличающейся от реальной идентичности человека, может быть связано с тем, что у человека нет возможности воплотить все грани своего «Я» в реальной жизни. Поэтому альтернативная идентичность может давать как новые возможности для самореализации собственного Я, так и создавать ощущение псевдобезопасности, которое может способствовать агрессивному поведению.

Также изучение сетевой идентичности студенческой молодёжи представляет особый исследовательский интерес с точки зрения социальной психологии. Это связано с тем, что студенческая молодёжь – это социально-демографическая группа, которая наиболее восприимчива к изменениям в России, и чья жизнь сопровождается активным внедрением электронных коммуникационных технологий.

Литература

Астафьева 2007 – *Астафьева О.Н.* Виртуальные сообщества: «сетевая» идентичность и развитие личности в сетевых пространствах // Вестник Харьковского национального университета: Теория культуры и философия науки. 2007. № 776. С. 120–133.

Барышникова 2009 – *Барышникова И.В.* Понятие идентичности в социологическом дискурсе // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7: Философия. Социология и Социальные Технологии. 2009. № 2 (10). С. 166–171.

Войскунский и др. 2013 – *Войскунский А.Е., Евдокименко А.С., Федунина Н.Ю.* Сетевая и реальная идентичность: Сравнительное Исследование // Психология. Журнал Высшей Школы Экономики. 2013. № 2 (10). С. 98–121.

Мальцева и др. 2019 – *Мальцева А.В., Шилкина Н.Е., Махныткина О.В.* Виртуальные каналы социальной самопрезентации студентов (на интернет-портале LevelPride) // Siberian Socium. 2019. Т. 3. № 2. С. 66–77.

Мальцева и др. 2016 – *Мальцева А.В., Махныткина О.В., Шилкина Н.Е.* Изучение поведенческих паттернов пользователей социальных сетей: возможности Big Data // Жизнь исследования после исследования: Как сделать результаты понятными и полезными. М., 2016. С. 988–991.

Миронов 2015 – *Миронов Д.Д., Ляпкина Т.Ф.* Подходы к определению культурной идентичности // Культура и цивилизация. 2015. № 6. С. 109–123.

Углова 2022 – *Углова А.Б.* Соотношение реальной и виртуальной идентичности студенческой молодежи (на примере автоматизированного анализа профилей в сети ВКонтакте) // Мир науки. Педагогика и психология. 2022. Т. 10. № 6. С. 1–11.

Фленина 2015 – *Фленина Т.А.* Сетевая идентичность в самосознании российской молодежи // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2015. № 178. С. 1–4.

Шилкина 2017 – *Шилкина Н.Е.* Компьютерно-моделируемые виртуальные миры в образовательном пространстве университетов // Университет в глобальном мире: новый статус и миссия: Сб. материалов XI Междунар. науч. конф. М., 2017. С. 297–299.

Back, 2010 – *Back M. D.* Facebook Profiles Reflect Actual Personality, Not Self-Idealization // Psychological Science. 2010. № 3. P. 372–374.

Brewer 1996 – *Brewer M., Gardner W.* Who is this “we”? Levels of collective identity and self-representations // Journal of Personality and Social Psychology. 1996. Vol. 71 (1). P. 83–93.

Wilson et al. 2012 – *Wilson R.E., Gosling S.D., Graham L.T.* A Review of Facebook Research in the Social Sciences // Perspectives on Psychological Science. 2012. № 3. P. 1–19.

Мотивация и идентичность молодых исполнителей русского фольклора: роль традиций и инноваций

Полина А. Леонтьева

студентка
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
Санкт-Петербург

Дарья А. Пастухова

студентка
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
Санкт-Петербург

Научный руководитель: Евгения Н. Кузинер

канд. социол наук, старший преподаватель
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
Санкт-Петербург

Аннотация. Русский фольклор – это все, что создано народом и не имеет автора [Муллагалиева 2023]. В настоящее время элементы фольклора и традиционного искусства становятся все более популярными среди молодого поколения в России. Исполнители возрождают традиции, чтобы сохранить их и модернизировать. Данное исследование направлено на изучение мотивации и идентичности молодых исполнителей русского фольклора, а также на анализ баланса между сохранением традиций и стремлением к адаптации.

Ключевые слова: русский фольклор, молодые исполнители, мотивация, идентичность, традиции, инновации, адаптация, аутентичность

В контексте глобализации и цифровизации молодые исполнители русского фольклора сталкиваются с дилеммой о сохранении песенного и танцевального материала в исконном виде и адаптации традиционного материала к современным реалиям. С одной стороны, фольклор является важным элементом локальной идентичности [Рассохацкая 2004; Ягодинцева 2020], и сохранение его традиционных форм считается долгом перед культурным наследием. С другой стороны, под влиянием мировых трендов формируется необходимость адаптации традиционного музыкального материала с целью повышения его ценности для новых поколений.

Исследовательский вопрос. В контексте глобализации культурное пространство становится все более гибридным: традиционные формы искусства вступают в конфликт с современными жанрами, технологиями и новыми способами распространения. Фольклор, являясь частью культурного наследия, также подвергается изменениям. Однако степень изменения фольклорного материала и способы взаимодействия с новой аудиторией зависят

© Леонтьева П.А., Пастухова Д.А., 2025

от многих факторов. Отсюда возникает вопрос: как и почему молодые исполнители в эпоху глобализации обращаются к фольклору, и как они адаптируют его в соответствии с современными трендами массовой культуры? Данный исследовательский вопрос затрагивает два ключевых аспекта:

1. Как и почему молодые исполнители обращаются к фольклору;
2. Как они адаптируют фольклор к современным реалиям.

Эти вопросы позволяют нам изучить не только личную мотивацию исполнителей, но и особые стратегии адаптации традиционного материала, что делает данное исследование релевантным как для фольклористов, так и для исследователей в сфере современной музыкальной культуры.

Задачи исследования:

– выявить ключевые мотивы молодых исполнителей, обращающихся к русскому фольклору;

– определить основные стратегии адаптации фольклорного материала;

– проанализировать, как исполнители находят баланс между сохранением традиций и их модернизацией;

– определить восприятие фольклора в обществе;

– проанализировать влияние цифровых технологий и глобализации на традиционный фольклор.

Литературный обзор. Национальная идентичность:
формирование под влиянием фольклора

Традиционное исполнительство является важным компонентом культурной идентичности в России. Фольклор отражает культурный код, ценности, мировоззрение и исторические корни народа. Традиционная культура исполнения формирует музыкальную идентичность народа [Иевлева 2005]. Важность фольклора как механизма трансляции этнокультурного кода также подчеркивается в работе Ягодинцевой [Ягодинцева 2020], в которой исследуется его значение для укрепления местной идентичности молодежи через региональные традиции. Региональные традиции исполнения русских народных песен играют центральную роль в сохранении культурной идентичности. В контексте региональной культуры фольклор также является инструментом взаимодействия с современными молодежными движениями [Рассохацкая 2004]. Таким образом, традиционное исполнительство пропускает через себя культурный код и влияет на формирование культурной идентичности представителей русского народа. В работе Рассохацкой [Рассохацкая 2004] анализируется, как именно фольклор способствует

формированию этнической и местной идентичности у молодежи. Внимание акцентируется на том, что фольклор – это способ самовыражения. Молодые люди, участвующие в фольклорных коллективах и движениях, осознают себя частью культурного сообщества. Они начинают ощущать свою связь с корнями своего народа и историей родной земли. В исследовании также подчеркивается важность фольклора в формировании региональной культуры. Благодаря элементам музыкального исполнения фольклор укрепляет знания о культурных особенностях региона, что особенно важно в условиях постоянной глобализации. В своей диссертации Латыйпова [Латыйпова 2019] пишет, что музыкально-игровая форма фольклора играет важную роль в формировании этнокультурного самосознания и способствует социализации молодежи. Представители молодого поколения, занимающиеся фольклором, имеют хорошо сформированное представление о своей принадлежности к определенной этнической группе. В исследовании Куутма [Kuutma 1996] отмечается, что национальная идентичность подвержена постоянной трансформации. Молодые исполнители не только воспроизводят различные формы народного искусства, но и трансформируют их в соответствии с личным и коллективным опытом.

Мотивация молодежи к сохранению и исполнению фольклора

Интересно посмотреть на мотивацию молодых людей обращаться к фольклору, народному танцевальному и песенному искусству. Одной из целей является стремление сохранить и передать культурное наследие нашей родной страны из поколения в поколение. Другой целью является поиск самовыражения для реализации собственных творческих амбиций посредством народного творчества. Исследования также показывают, что принадлежность к фольклорному коллективу формирует у молодежи чувство принадлежности к национальной культуре и укрепляет местную идентичность [Якименко 2020]. В своей диссертации Клименко [Клименко 2019] говорит о двух типах мотивации. Первый –традиционалистский, направленный на полное сохранение аутентичности, второй – эклектичный, основанный на смешении современных и традиционных форм исполнения. Эти различия в типах мотивации определяют степень адаптации традиций русского фольклора к современности и уровень влияния традиционной народной культуры на формирование индивидуальной идентичности. Мотивация к сохранению фольклора также связана с политическим контекстом. В современном мире фольклор существует не только в рамках националистической интерпретации. Это часть индивидуального культурного самовыражения, а не только национального. Таким образом, фольклор является не только средством коллективной идентификации, но и способом индивидуального самовыражения [Hopkin 2012].

Идентичность молодых исполнителей фольклора

в контексте культурного наследия

Молодые исполнители, сохраняя и передавая традиции своего народа, считают себя ответственными за сохранение аутентичности фольклора. С другой стороны, они стремятся найти себя и личностно вырасти через исполнение традиционного материала. Таким образом, исполнители объединяют современные музыкальные направления, жанры и тренды со структурой традиционных народных элементов. Такое сочетание способствует формированию новой уникальной творческой идентичности, отражающей уважение к традиционным материалам и нестандартный подход к творческой деятельности [Young 2007]. В исследовании Мьюз [Stavrou 1983] отмечается, что часто формирование культурной идентичности молодых исполнителей связано с изменениями в социальной и культурной сферах российского общества. В качестве способа культурного сопротивления глобализации исполнители обращаются в своем творчестве к таким элементам фольклора, как национальные костюмы, народные инструменты и этнические музыкальные приемы. Таким образом они демонстрируют свой протест и создают контраргумент популярной культуре.

Баланс традиций и инноваций

в творчестве молодых фольклорных исполнителей

В современном мире исполнители сталкиваются с вопросом о том, как сохранить аутентичность фольклорного материала, сделав его привлекательным для широкой публики. Одни выбирают путь максимального сохранения и точного воспроизведения культурных традиций, внося минимальные изменения в традиционный материал [Макарова 2012]. В то же время другие активно пытаются применить новые тенденции в творческой сфере, используя более современные аранжировки, стилистические приемы и прибегая к смешению жанров. Такой путь развития приводит к актуализации фольклорного материала, что делает его более применимым к современному культурному и творческому контексту [Olson 2004]. Кроме того, баланс традиций и инноваций в музыкальном творчестве тесно связан с целевой аудиторией и контекстом, в котором выступает исполнитель. На фольклорных конкурсах, в более академической среде, принято исполнять материал в наиболее аутентичной форме с полным отсутствием сценической ориентации. Например, в конкурсных номинациях, связанных с этнохореографией, танцоры не должны танцевать для зрителей. Как правило, они должны быть абстрагированы от контекста сцены, чтобы воспроизвести фольклорный материал в его первоначальном виде. В то же время в музыке, ориентированной на широкую публику, принято прибегать к более современным техникам. Мотивы, которые более знакомы современным людям, с большей вероятностью зацепят

массового слушателя. Таким образом, границы между фольклором и народной стилизацией часто размыты, что приводит к дискуссиям об уровне допустимых изменений в традиционном материале [Stavrou 1983].

Роль культурных и образовательных инициатив
в поддержке молодых исполнителей

Культурные и образовательные проекты играют важную роль в развитии и популяризации фольклора среди молодежи. Различные конкурсы, фестивали, форумы и мастер-классы предоставляют платформу для обмена опытом, обучения и популяризации традиционного творчества. Подобные инициативы часто связаны с культурным обменом исполнителями из разных регионов, расширением социального и культурного капитала и укреплением культурных связей. В своей диссертации Клименко [Клименко 2019] указывает, что уровень адаптации материалов традиционного культурного наследия напрямую зависит от уровня институциональной поддержки. Чем больше фольклорных отделений в школах искусств и коллективах в регионах, тем выше уровень вовлеченности общественности в традиционное народное исполнительское искусство. Уровень сохранения культурного наследия также выше.

Влияние глобализации на фольклор

Глобализация и развитие технологий оказывают влияние на все сферы жизни, не исключая и русский фольклор. В этом контексте также поднимаются вопросы о положительном и отрицательном влиянии на культурное наследие. С одной стороны, технологии открывают огромные возможности для популяризации традиционного наследия в цифровом пространстве. Это позволяет познакомить с фольклором как можно более широкую аудиторию. С другой стороны, существует риск коммерциализации и потери аутентичности фольклорного материала. Следовательно, существует необходимость в постоянном поиске баланса между сохранением и инновациями в этой области [Young 2007]. В диссертации Клименко [Клименко 2019] также отмечается, что традиционное звучание фольклорного материала чаще сохраняется в регионах, чем в крупных городах. В городских условиях традиционный материал чаще всего коммерциализируется и смешивается с современными видами и тенденциями исполнительского искусства, ориентируясь на большую сцену.

Методология. В исследовании использован качественный метод – полуструктурированные интервью с молодыми исполнителями фольклора. В ходе интервью были заданы вопросы о мотивации к занятиям народным творчеством, восприятии собственной идентичности, отношении к традициям и инновациям, а также о взаимодействии с широкой аудиторией. Все данные, полученные в ходе интервью,

записаны, затем расшифрованы, проанализированы и закодированы с использованием тематического метода. Этот метод позволяет выявить основные тенденции и закономерности в ответах респондентов, что поможет лучше понять их взгляд на сохранение фольклорных традиций и их роль в современной культуре. Тематический анализ сосредоточен на освещении ключевых тем, связанных с сохранением культурного наследия и адаптацией народных традиций к современным реалиям.

Выборка. Исследование основано на методе целевой выборки, в которую вошли молодые исполнители с разным уровнем опыта и вовлеченности в фольклорное движение. Участниками исследования стали молодые исполнители в возрасте от 16 до 30 лет, участвующие в фольклорных коллективах. Для формирования репрезентативной выборки респонденты были отобраны из трех фольклорных объединений: студенческого ансамбля Санкт-Петербургского государственного университета культуры, одного из независимых фольклорных ансамблей Санкт-Петербурга и фольклорного коллектива при школе искусств. Всего в исследовании приняли участие 20 человек. В выборку вошли как профессиональные исполнители, так и любители, что позволяет получить более полное представление о взаимодействии молодежи с фольклором.

Результаты. Мотивация молодых исполнителей

Основой мотивации для занятий фольклором является личный интерес и эмоциональная связь. Молодые исполнители говорят об искренней увлеченности фольклором, которая сопровождается творческой реализацией и положительными эмоциями.

Я продолжаю заниматься, потому что, естественно, мне это очень нравится.

Также важным аспектом является желание продвигать фольклор, особенно среди той аудитории, которая воспринимает его как устаревший и неактуальный жанр.

Я хочу нести фольклор в общество. Я хочу, чтобы люди об этом узнавали.

Еще одним важным фактором является командный дух. Молодые исполнители воспринимают свои коллективы как семью, что повышает вовлеченность и желание заниматься развитием общего дела.

У нас очень дружная команда, и мы все единомышленники.»

У нас есть одна общая цель – распространять фольклор таким образом, чтобы люди к нему тянулись.

Стратегии адаптации. Молодые исполнители считают, что традиционный материал требует адаптации, но в разумных пределах. Так, например, они допускают создание современных узыкальных аранжировок с сохранением текстов и мелодий песен.

Материал, на котором мы работаем, должен быть традиционным – песни, пляски. Но его можно перерабатывать и делать интересным для зрителя.

Исполнители также допускают изменения концертного материала в соответствии с аудиторией. Например, фольклорные фестивали требуют строго сохранения традиционного материала, в то время как выступления на корпоративах или городских массовых праздниках предполагают адаптацию концертной программы с целью привлечения внимания массового зрителя.

> Фольклор в чистом виде не будет, так сказать, привлекать неподготовленного слушателя. Сейчас, в наше время, обществу нужно яркое звучание, что-то интересное.
>
> Если же это фольклорный фестиваль, то мы будем исполнять чисто фольклор.

Помимо изменений в концерном материале упоминается также визуальная составляющая. Молодые фольклористы говорят о том, что костюмы должны оставаться неизменными. Натуральные материалы и фасоны не могут поддаваться изменениям.

> Костюмы, головные уборы, – очень важно, чтобы они были из материалов и тканей, как раньше. И выглядеть они должны именно традиционно.

Баланс аутентичности и современности. Респонденты придерживаются гибкого подхода, говоря о том, что некоторые элементы их выступлений должны оставаться неизменными при любых условиях. К ним относятся:

– мелодии и тексты песен;

– одежда и обувь;

– основные элементы танца.

> Мне не нравится, когда коллективы делают слишком сценические костюмы.
>
> Мелодии и тексты песен, безусловно, не должны меняться.

В то же время молодые исполнители допускают изменение таких элементов, как:

– музыкальный аккомпанемент (включает внедрение более современных музыкальных инструментов);

– формат выступление (более интерактивные форматы для широкой аудитории)

> Инструменты могут немного меняться. Например, к гармони и балалайке могут добавляться гитары, барабаны – это делает номера ярче.

*Восприятие фольклора в обществе***.** Среди молодежи фольклор часто воспринимается как нечто устаревшее и скучное, но интерес к нему постепенно растет по ряду причин: проведение ярких городских праздников и массовых мероприятий, таких как Масленица и Ивана Купала, продвижение темы фольклора в социальных сетях, заинтересованность молодых исполнителей в продвижении фольклора современными способами.

> Если разговаривать с моими сверстниками, фольклор воспринимается как что-то скучное.
>
> Но когда мы показываем его в современной форме, люди начинают интересоваться.
>
> Например, в соцсетях активно популяризируется Ивана Купала. Молодёжи интересно,

потому что эти праздники делают ярко и современно.

Роль цифровых технологий и глобализации. Респонденты считают, что социальные сети способствуют повышению интереса и популяризации фольклора через распространение визуального контента. А глобализация не вредит традиции, а наоборот, предоставляет новые инструменты для ее продвижения.

С помощью социальных сетей мы пытаемся распространить нашу культуру.
Сейчас существует множество возможностей для того, чтобы снять хорошие видео,
сделать фотографии и донести это через визуальное восприятие важность и красоту фольклора.

Заключение

Молодые исполнители русского фольклора обращаются к нему не ради противостояния глобализации, а через инструменты, доступные современному человеку. Молодежь прибегает к использованию цифровых медиа и синтеза жанров с целью решения двух основных задач:

1) сохранение культурного ядра, включая локальные традиции;
2) актуализация фольклора для его становления часть современной культуры

Современные фольклорные практики формируются на пересечении трех взаимосвязанных процессов:

1) осознанная избирательность в адаптации традиционного материала;
2) формирование «гибридной» идентичности;
3) использование цифровой среды в качестве «моста» между прошлым и настоящим

Литература

Иевлева 2005 – *Иевлева И.* Традиционная народная песенная культура – основа музыкальной идентичности Архангельского Севера // Экология культуры: информ. бюл. Архангельск, 2005. № 1 (35).

Клименко 2019 – *Клименко П.В.* Интеграция традиций и инноваций как ресурс патриотического воспитания курсантов военного вуза: Дис. … канд. пед. наук. Краснодар, 2019. 215 с.

Латыйпова 2019 – *Латыйпова В. М.* Совершенствование социально-педагогических условий формирования идентичности молодежи средствами музыкально-игрового фольклора на основе культурологического подхода // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. 2019. № 4. С. 146–152.

Макарова 2012 – *Макарова О.Н.* Национальный танец в русском и западноевропейском балете второй половины XX – начала XXI века: Дис. … канд. искусствоведения. СПб., 2012. 165 с.

Муллагалиева 2023 – *Муллагалиева Р.Ф.* Интеграция фольклора и хореографии в современном образовательном пространстве: контекст использования // От фольклора до сценических видов танца: Сб. материалов IV Науч.-практ. конф., посв. Году культурного наследия народов России. М., 2023. С. 100–106.

Рассохацкая 2004 – *Рассохацкая О.В.* Роль фольклора в становлении региональной культуры: Дис. … канд. культурологии. Нижневартовск, 2004. 147 с.

Якименко 2020 – *Якименко А.Ю.* Педагогические возможности русской народной музыки в процессе формирования национальной идентичности у младших школьников // Социально-гуманитарные знания как фактор изменений современного общества: М., 2020. С. 409–416.

Ягодинцева 2020 – *Ягодинцева Н. А.* Праздник как интуиция культуры (интервью с Л. Н. Лазаревой) // Вестник культуры и искусств. 2020. № 3 (63). С. 103–111.

Hopkin 2012 – *Hopkin D.* Folklore beyond nationalism: Identity politics and scientific cultures in a new discipline // Folklore. 2012. Vol. 4. P. 371–401.

Kuutma 1996 – *Kuutma K.* Cultural identity, nationalism and changes in singing traditions // Folklore (Tartu). 1996. Vol. 2. P. 124–141.

Olson 2004 – *Olson L.* Performing Russia: Folk revival and Russian identity. London: Routledge, 2004. P. 370–373.

Stavrou 1983 – *Stavrou T. G.* Art and Culture in Nineteenth-Century Russia. Bloomington: Indiana University Press, 1983. 268 p.

Young 2007 – *Young M.* Composing Russianness: Folk Music and Russian Identity in the Twentieth Century. Middlebury, 2007. 286 p.

Цифровая идентичность или феномен множественного «я»

Полина В. Полухина

магистрант
Санкт-Петербургский государственный университет
Санкт-Петербург

Аннотация. В статье рассматриваются различные подходы к определению феномена цифровой идентичности. Исследуются основные подходы к определению понятия цифровой идентичности, а также выделяются её основные характеристики. В работе обосновывается необходимость разработки интегративных моделей, учитывающих динамичный, контекстно-зависимый и многомерный характер этого явления.

Ключевые слова: идентичность, идентификация, индивидуализация, социализация, цифровая идентичность, цифровое общество, цифровой след

Человечество с каждым годом всё сильнее ощущает влияние цифровых технологий в повседневной жизни. Это влияние уже не ограничивается сферой коммуникации или доступа к информации – оно затрагивает все аспекты социальной реальности: трансформирует формы труда, образования, досуга и, что особенно важно, механизмы самовосприятия, самоощущения и взаимодействия с окружающим миром. Цифровая активность человека, его проявления и репрезентация себя в сети становятся наиболее значимыми характеристиками личности. Особенно отчетливо это можно увидеть на примере поколений, рожденных и выросших в условиях нарастающей цифровизации, для которых онлайн-пространство – не альтернативное дополнение к пространству физическому, а своего рода «естественная среда обитания». В такой новой гибридной реальности постепенно стираются границы между «я» физическим и «я» цифровым и в этой связи, само переживание «я» всё чаще формируется в условиях цифрового взаимодействия, что в свою очередь напрямую затрагивает механизмы конструирования идентичности. Это придаёт особую значимость изучению новых её форм – прежде всего цифровой идентичности.

Феномен идентичности давно находится в фокусе внимания многих социо-гуманитарных наук, однако за всё это время учёные не пришли к единому пониманию того, что именно представляет собой идентичность, какова её структура, механизмы формирования и условия трансформации. Психологи исследуют идентичность с точки зрения индивидуального развития, процесса социализации, формирования целостности личности; антропологи изучают идентичность в контексте этнокультурной

© Полухина П.В., 2025

принадлежности; философы рассматривают идентичность как онтологическую и экзистенциальную проблему, связывая её с вопросами самости, свободы, власти и смысла человеческого существования.

Понятие идентичности было введено в научный оборот американским психологом Э. Эриксоном, который рассматривал идентичность как динамическую структуру, связанную с организацией личного опыта в целостное «Я». Также им было предложено ключевое понятие «кризиса идентичности», ставшее основой для последующих исследований [Эриксон 1996].

С позиции социологии феномен идентичности одним из первых стал изучать Дж.Г. Мид. В его интерпретации идентичность формируется в процессе социального взаимодействия посредством интернализации взглядов и ожиданий окружающих. Согласно Миду, идентичность представляет собой результат устойчивого взаимодействия двух компонентов личности – импульсивного «I» и социально ориентированного «Me», что позволяет человеку сформировать себя как целостную личность и обрести «self» или самость [Мид 1994, с. 43]. Эти положения находят дальнейшее развитие в работах других представителей символического интеракционизма. Новую перспективу в осмыслении идентичности выдвинул И. Гоффман, предложив интерпретировать социальное взаимодействие через использование метафоры театра, в котором социальная идентичность представляла собой непрерывный драматургический процесс, в котором человек выступает актёром на сцене [Гоффман 2000]

Дальнейшее развитие идеи теории идентичности получили в трудах П. Бергера и Т. Лукмана, которые утверждали, что идентичность выступает как социальный конструкт, который постоянно воспроизводится и поддерживается через общественные институты [Бергер 1995].

Британский социолог Э. Гидденс предложил рассматривать феномен идентичности как рефлексивный проект эпохи модерна. В теории Гидденса современные условия жизни вынуждают человека постоянно находится в состоянии выбора, в результате чего человек приобретает такое адаптивное свойство личности как «рефлективность» [Giddens 1991]. В результате идентичность индивида утрачивает свои прежние основания, она становится хрупкой, неустойчивой, требующей постоянного переосмысления, постоянной сборки.

Исследуя трансформации идентичности французский социолог А. Турен обратил внимание на то, что в условиях постиндустриального общества идентичность становится всё менее заданной извне и всё более проектируемой самим субъектом. Идентичность приобретает акционистский характер, становясь инструментом политического действия. Призыв к идентичности у Турена – это двойственный процесс защиты индивидуального

или коллективного «я» от технократического господства и его трансформация в политическое действие, направленное на изменение структур власти [Турен 1998].

З. Бауман в своей концепции «текучей современности» указал на временный, нестабильный, фрагментарный характер идентичности современного человека. Так же, как и Гидденс, Бауман подчеркивал, что идентичность изначально была «проблемой» модерна, возникшей в результате ощущения отчуждения и неопределённости [Бауман 1995]. Идентичность стала функционировать как символический атрибут, своего рода костюм, который можно произвольно изменять в зависимости от постоянно меняющихся условий. По этой причине в эпоху постмодерна проблема стала заключатся не в построении идентичности, а в избегании её фиксации, ради сохранения «свободы выбора» [Бауман 2000].

В научном сообществе на протяжении длительного времени придерживались статичных моделей, в которых идентичность рассматривалась как нечто целостное, стабильное, тесно связанное с происхождением, социальными ролями. Классические теории идентичности исходили из предпосылки, что идентичность формируется в диалоге: через социальные взаимодействия, рефлексию и присвоение ролей, но сегодня эта модели требует существенного переосмысления. Современные исследования идентичности смещают акцент с рассмотрения сущностных характеристик на изучение процессов формирования идентичности. Особенно активно сейчас изучают трансформации идентичности в виртуальном пространстве. Цифровая идентичность – это не просто перенос традиционных идентификационных процессов в онлайн-среду, а качественно новая форма субъектности.

Ш. Тёркл утверждает, что цифровая среда порождает «множественные Я» – разнородные, ситуативные формы идентичности, создаваемые в зависимости от онлайн-платформы, аудитории и целей взаимодействия [Turkle 1995].

Более институционализированный подход представлен в концепции алгоритмической идентичности, предложенной Дж. Чейни-Липпольдом. Ученый рассматривает цифровую идентичность как результат взаимодействия пользовательских данных с алгоритмическими системами интернет-платформ, автоматически конструирующих «портрет» пользователя для управления его поведением [Cheney-Lippold 2017]. В этом контексте идентичность становится продуктом не только самопрезентации, но и цифрового влияния извне.

В отечественных исследованиях Р.В. Пеннер трактует цифровую идентичность как

…социально-технологический конструкт, который указывает, с одной стороны, на единство социального

субъекта и его цифровых следов, с другой стороны, на растущую в цифровом контексте значимость социальных ролей актантов-«нечеловеков» [Пеннер 2024, с. 100-101].

Исследователь указывает на то, что в цифровую эпоху первичным для человека становится не соответствие образцу в мире социальных конструкций, сколько презентирование своего следования этому образцу в цифровом пространстве (в социальных сетях, на страницах официальных ресурсов, в электронной почте или мессенджерах).

Интересен взгляд исследователей, посвященный изучению перспектив трансформации идентичности в условиях нарастающего влияния цифровых технологий на повседневную жизнь. Ученые предлагают использовать для этого гипотетические модели технологически достроенной личности: цифровых кентавров, персоноидов и киборгов [Солдатова и др. 2024]. Идентичность рассматривается исследователями как динамический интегративный процесс, жизненно важный для адаптации к нестабильной и неопределённой социотехнологической среде.

Целость личности складывается из мозаичного множества идентичностей, находящихся в процессе постоянной сборки и переборки. Из этого следует такое свойство цифровой идентичности как её фрагментарность. Регистрируясь на различных онлайн-платформах человек каждый раз оцифровывает себя, наделяя каждую из своих цифровых копий определенным набором характеристик. При этом, виртуальный аватар человека может значительно отличаться от его фактической личности или образа, представленного им в реальной жизни. Прежде всего это обусловлено мнимым ощущением безопасности, анонимности и свободы, которое дает цифровое пространство. Эта множественность приводит к тому, что человек существует не как целостный субъект, а как совокупность профилей, каждый из которых активируется в зависимости от цифрового контекста.

Как отмечает А.В. Конева, в цифровой среде «идентификация становится своего рода акционизмом – высказыванием, личностным перформансом или демонстрацией себя» [Конева 2018]. Каждое действие в онлайн-пространстве превращается в акт самоопределения, в котором пользователь не просто сообщает о себе, но и непрерывно «достраивает» свою идентичность через взаимодействие с аудиторией.

Ещё одним свойством цифровой идентичности можно считать проектность, так как она обладает такими ключевыми характеристиками проекта как: цель, ориентация на результат, процесс его достижения, определение условий реализации, развернутость во времени, востребованность у целевой аудитории [Кондаков 2019]. Таки образом, формирование идентичности представляет своего рода маркетинговый проект, направленный на продвижение индивида и его личного бренда.

Наиболее значимым свойством цифровой идентичности является её зависимость от алгоритмических систем. Алгоритмы дисциплинируют пользователей через постоянное наблюдение, поощряя «удобные» паттерны цифрового поведения. Помимо этого, персонализированные рекомендации сужают информационное поле до так называемого «информационного пузыря», замыкая идентичность в рамках предсказуемых сценариев.

Изменения в технологическом, социальном и культурном ландшафте затронули базовые механизмы формирования идентичности, её онтологический статус, способы выражения и формы. Феномен цифровой идентичности представляет собой одно из наиболее значимых проявлений этих изменений. Цифровая идентичность сегодня становится самостоятельной социальной формой, подчинённой специфическим нормам сетевого взаимодействия. Цифровая идентичность более не может быть описана через устойчивую, единую или внутренне непротиворечивую модель субъекта. Её дальнейшее изучение требует обращения к интегративным моделям, способным учесть множественные, гетерогенные факторы, формирующие идентичность в условиях цифровой среды.

Это обусловлено тем, во-первых, изменились сами условия конституирования субъектности. В цифровую сферу включены разнородные источники влияния. Это создаёт ситуацию, в которой цифровая идентичность становится результатом действия факторов разного уровня – технологического, политического, индивидуального. Их взаимодействие зачастую носит конфликтный характер, что делает невозможным изучение цифровой идентичности в рамках какой-либо одной дисциплинарной или теоретической парадигмы.

Во-вторых, цифровая идентичность проявляется как множественная и динамичная структура, находящаяся в условиях постоянной трансформации. Вследствие этого любые обобщающие модели идентичности быстро устаревают и становятся не актуальными.

В-третьих, цифровая идентичность всё чаще становится предметом и объектом социально-политических конфликтов. Практики цифровой идентификации и репрезентации вовлечены в процессы социальной мобилизации, политической поляризации, цензуры и контроля. Цифровой след, как часть идентичности, превращается в инструмент управления и социальной сортировки, особенно в контексте биометрических технологий, алгоритмической модерации и систем цифровой идентификации. Это требует критического осмысления идентичности не только как культурного или психологического явления, но и как элемента цифровой инфраструктуры, имеющего политическое измерение.

Наконец, следует учитывать, что цифровая идентичность перестаёт быть вторичной по отношению к «офлайновому» Я. В ряде случаев она становится основным каналом социальной легитимации субъекта, источником признания и даже условием доступа к

правам и ресурсам. Это означает, что её теоретическое осмысление должно происходить в рамках новых категориальных рамок.

Исходя из вышеизложенного, становится очевидной необходимость разработки интегративных моделей цифровой идентичности, которые бы сочетали политико-институциональный, технокультурный, коммуникативный и субъективный уровни анализа. Только подобные модели способны отразить сложность и противоречивость современного идентификационного опыта, учитывая его фрагментарность, контекстуальность и вовлечённость в широкий спектр социотехнических процессов.

Литература

Бауман 2000 – *Бауман З.* Индивидуализированное общество / Пер.с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Логос, 2005. 182 с.

Бауман 1995 – *Бауман* З. От паломника к туристу // Социологический журнал. 1995. № 4. С. 133–154.

Бергер 1995 – *Бергер* П. Социальное конструирование реальности: трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995. 323 с.

Гоффман 2000 – *Гоффман* И. Представление себя другим в повседневной жизни / Пер. с англ, и вступ. статья А.Д. Ковалева М.: Канон-пресс-ц: Кучково поле, 2000. 304 с.

Кондаков, Костылева 2019 – *Кондаков А.М., Костылева А.А.* Цифровая идентичность, цифровая самоидентификация, цифровой профиль: постановка проблемы // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Информатизация образования. 2019. Т. 16. № 3. С. 207–218.

Конева 2018 – *Конева А.В.* «Цифровая идентичность»: процессы идентификации и репрезентации в сетевой коммуникации // Вестник Ленинградского государственного университета имени А.С. Пушкина. 2018. № 1. С. 50–60.

Мид 1994 – *Мид Дж.* Интернализованные другие и самость // Американская социологическая мысль: Тексты / Под ред. В.И. Добренькова. М.: Изд-во МГУ, 1994. 496 с.

Пеннер 2024 – *Пеннер Р.В.* Цифровая идентичность: теория и методология / Р. В. Пеннер // Вестник Московского университета. Серия 7: Философия. 2024. Т. 48. № 2. С. 98-113.

Солдатова и др. 2024 – *Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н.* Метаморфозы идентичности человека достроенного: от цифрового донора к цифровому кентавру // Социальная психология и общество. 2024. Т. 15. № 4. С. 40–57.

Турен 1998 – *Турен А.* Возвращение человека действующего. Очерк социологии. М. Научный мир, 1998. 204 с.

Эриксон, 1996 – *Эриксон Э.* Идентичность: юность и кризис. М.: Прогресс, 1996. 341 с.

Cheney-Lippold, 2017 – *Cheney-Lippold J.* We Are Data: Algorithms and the Making of Our Digital Selves. New York, 2017. 320 p.

Giddens 1991 – *Giddens* A. Modernity and Self- Identity. Cambridge, 1991. 27 p.

Turkle 1995 – *Turkle* S. Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet. New York: Simon & Schuster, 1995. 352 p.

Процесс социологического познания как реализация социального потенциала интеллигенции

Ольга В. Козырева

соискатель
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Николай В. Романовский

д-р ист. наук, профессор
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. производство социологического знания о российском обществе – это одна из сфер реализации социального потенциала интеллигенции. В статье рассмотрен процесс выработки социологического знания с точки зрения методологии науки, проанализированы проблемы и кризисные явления в социологическом знании, выявлены недостатки социологического познания.

Ключевые слова: методология социологии, социологическая теория, социологическое знание, социальный потенциал интеллигенции

Социальный потенциал интеллигенции в научной деятельности – это выработка научного знания. В сфере общественных наук – это выработка общественно научного, в том числе социологического, знания об обществе, и в частности о российском обществе.

Выработка социологического знания сталкивается с определенными трудностями. Начиная с работы А. Гоулднера, идет речь о кризисе социологического знания. Высказываются разные мнения, переживает ли социология кризис, и каким образом возможно его преодолеть. В такой ситуации важны методологические основания социологического познания.

В социологическом знании долго господствовали классическая и неклассическая методологии исследования, которые опирались на парадигмы социологического реализма и социологического номинализма. Классическая методология утверждает, что необходимо стремиться к получению *объективного* социологического знания, независимого от исследователя. В ней используются в основном количественные методы исследования. Неклассическая методология признает, что система ценностей исследователя оказывает неустранимое воздействие на результаты исследования. В этой методологии используются качественные методы исследования.

В результате синтеза обеих методологий появилась *неоклассическая* методология исследований, объединяющая стремление к объективному знанию и выявление влияния

© Козырева О.В., 2025

ценностей и социокультурной среды исследователя на его научную деятельность [Волков, Лубский 2018, с. 4-7]. Неоклассической методологии соответствует парадигма конструктивизма, которая учитывает, как социологический реализм, так и социологический номинализм [Тощенко 2016, с. 30-38].

Процесс социологического познания строится на общих принципах методологии научного познания. Научное знание разделяют на *теоретическое* и *эмпирическое*. Эти виды знания связаны между собой и не могут существовать отдельно друг от друга. Но между ними существует и разрыв: цели познания различны, познание в них ведется различными методами, при переходе от одного вида знания к другому требуется *интерпретация* используемых терминов.

Цель эмпирического исследования – проверка теории на практике или установление эмпирических закономерностей путем индуктивного обобщения. Цель теоретического познания – реконструкция объекта или явления через построение его *модели*, установление связей и закономерностей между объектами и явлениями [Степин 2006, с. 158-163].

Во время эмпирических наблюдений или экспериментов объекты изучают напрямую, исследуя их поведение на практике. Однако организация эмпирического исследования требует теоретических знаний [Степин 2006; Ключарев 2022]. Правильно организованное эмпирическое исследование дает новое знание, и наоборот, эмпирическое исследование в отрыве от теоретического знания приводит к тому, что в результате такого исследования производится некая информация, которая не ведет к новому знанию. В целом, научное познание носит *итерационный* характер: от наблюдения к построению теории (гипотезы), затем к эмпирическому исследованию, а затем к коррекции теории.

Результаты отдельных исследований – так называемые *эмпирические высказывания* – статистически накапливаются, обобщаются для устранения случайных ошибок, проверяются на наличие систематических ошибок, которые по возможности исключаются, а затем предъявляются научному сообществу в виде публикаций, выступлений на конференциях и т. д. Принятые научным сообществом результаты исследований становятся *эмпирическими фактами*. При *индуктивном обобщении* эмпирических фактов получают *эмпирические зависимости*, а также *феноменологические теории* [Степин 2006, с. 164-177].

При теоретическом исследовании с объектами взаимодействуют путем мысленного анализа и мысленного эксперимента. В методологии науки различают следующие методы теоретического познания: рефлексия; абдукция; выделение аксиом; метод восхождения от абстрактного к конкретному; идеализация; формализация; интерпретация; мысленный

эксперимент с идеальными объектами; дедуктивно-логический метод построения теории; исторический метод построения теории; вывод следствий из теории и др.[99].

Эмпирическое познание нацелено на изучение явлений, их корреляций. Теоретическое исследование выявляет отношения между объектами и явлениями.

В российской социологии существует мнение, что социологические теории строятся на индуктивном обобщении эмпирических социологических данных [Ключарев, 2022: 6]. Но при индуктивном обобщении эмпирических фактов можно получить лишь *вероятностно-истинное* знание. Оно может оказаться неверным в других ситуациях, поскольку индуктивно обобщается всегда лишь ограниченное количество опытных данных. Только проверенная на практике теория, *модель* объектов и явлений, их взаимосвязей и закономерностей, становится достоверным знанием [Степин 2006, с. 163].

При построении теории вместо индуктивного обобщения результатов наблюдений или экспериментов исследователь-теоретик мысленно *реконструирует* объект или явление. Так, М. Вебер реконструировал становление капиталистического общества, выделив основные черты, присущие протестантской этике и соответствующие «духу капитализма», абстрагируясь от ряда других черт современного ему протестантского капиталистического общества. Таким образом, он сконструировал идеальный тип – модель человека протестантской культуры, сформировавшей капитализм.

Рассмотрим более подробно теоретическое знание, так как в конечном счете научное исследование направлено на знание и *понимание* объектов и отношений между ними.

В методологии науки выделяют два вида теорий: описательные и объяснительные. *Описательные* теории описывают наблюдаемые объекты и явления, но не пытаются смоделировать их. Такие теории необходимы для лучшего представления об объектах и явлениях. Описательной теорией можно считать, например, теорию текучего Модерна З. Баумана, теорию общества риска и т. п.

В *объяснительных* теориях реконструируют объект или явление, строят их модели, что позволяет выводить следствия из таких теорий и предсказывать новые явления. Такими теориями являются, например, теория социального конструирования реальности П. Бергера и Т. Лукмана, теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса и другие.

Научное знание является *предметным*: наука не пытается холистически охватить реальность, а выбирает объект и предмет познания. Выбор объекта познания различает науки одну от другой. Объект социологического познания – сложно организованное,

[99] Философия науки: Учеб. пособие для вузов / Под ред. С.А. Лебедева. 5-е изд., перераб. и доп. М.: Академический проект: Альма Матер, 2007. С. 232-261.

историческое общество. Приступая к познанию этого объекта, необходимо иметь представления о нем, разработанные не только в социологии, но и в других общественных и гуманитарных науках, а также в социальной философии. Зачастую существенные открытия и прорывы в науке делаются на стыке с другими науками. В социологии известнейшие теории возникали при работе исследователей на стыке с экономикой, психологией, историей, лингвистикой, кибернетикой, теорией систем и др.

Предмет познания в социологии конкретизируется в зависимости от подхода каждого исследователя [Тощенко 2016, с. 89-93] и зависит от представлений исследователя о социальной реальности, от идеи, которую он собирается теоретически развивать. Выбор предмета познания определяет те представления, которые исследователь берет в основу своей теории. В развитой научной дисциплине теория строится на основе теорий ученых-предшественников. Социологическое познание не является исключением. Например, при построении «Структуры социального действия» Т. Парсонс использовал модели ценностно-ориентированного, нормативного действия, изложенные в работах М. Вебера, Э. Дюркгейма, А. Маршалла, В. Парето. В современной социологии исследователи также опираются на работы классиков социологии [Alexander 1987].

Помимо теоретических моделей, разработанных ранее, в основу теории кладутся и неявные представления, господствующие в культуре, к которой относится ученый-теоретик. Социокультурные представления исследователя могут сыграть как ограничивающую, так и положительную роль в развитии науки. Так, развитая культура спора в еврейской среде (между раввинами) повлияла на теоретические работы Г. Зиммеля и Л. Козера и привела к развитию теории конфликта [Йоас, Кнёбль 2011, с. 258-259].

При использовании моделей и теорий, построенных другими учеными, может возникнуть проблема соответствия этих моделей и теорий имеющейся социологической и социальной информации. Для построения адекватной теории важно, чтобы взятые в ее основание модели и теории *соответствовали* исследуемой социальной реальности. Надо вычленять и неявные представления, и допущения теорий, которые берутся в качестве базовых. Неявные представления могут относиться к иной культуре, иному строению общества, и в качестве базовых при разработке собственной теории не соответствовать изучаемой реальности. Таким образом, необходимо определить *границы применимости* моделей и теорий, положенных в основание теоретических построений. Иногда теории предшественников абсолютизируются, и тогда можно говорить о *гипостазировании* – принятии некоторых моделей, теорий за реальность, о непонимании *модельного* характера научного познания.

Так, вместо более современной теории множественных модернов Ш. Айзенштадта, многими российскими исследователями по сей день используется старая теория модернизации. Часть российских теоретиков, разрабатывая объяснительные теории российских социальных процессов, ориентируются на западное общество и западный вариант модернизации, не выделяя при этом *признаков подобия* российского и западного обществ, не определяя *границы применимости* теории модернизации.

Для определения отношения к исследуемой реальности моделей и теорий, которые кладутся в основание новой теории, необходима *рефлексия* и *критический подход* к этим теориям и неявным допущениям, лежащим в их основе. Рефлексия дает также отправную точку ученому для создания собственной теории, поскольку построение собственной теории всегда исходит из неудовлетворенности недостатками, пробелами в теориях предшественников. Например, Г. Гарфинкель, будучи учеником Т. Парсонса и рефлексируя над его теорией, критиковал модель учителя за излишне упрощенное рассмотрение норм и ценностей, недостаточное внимание к процессам интерпретации этих норм и ценностей в конкретной ситуации конкретными акторами и т. д. Рефлексия над моделью Т. Парсонса способствовала созданию этнометодологии.

Создание собственной теории начинается с *абдукции*. Абдукция соединяет в себе черты индукции и дедукции и предполагает, что идея исследователя возникает не на пустом месте, а на основе массива теоретической и эмпирической социологической и социальной информации, доступной исследователю. Эту идею исследователь разворачивает в теорию и обосновывает. Такой идеей можно, например, считать представления Г. Спенсера об обществе как организме или представления Т. Парсонса об обществе как системе.

На начальном этапе также (иногда неявно) формулируются *аксиомы* – исходные положения, взятые без доказательств в основание теории. Например, К. Леви-Стросс построил теорию структурализма на аксиоме, что в основе человеческого мышления и человеческого поведения лежат символические структуры. Явное выделение аксиом важно для понимания *границ применимости* конструируемой модели: при каких условиях модель хорошо соотносится с реальностью, а при каких условиях она не применима.

Восхождение от абстрактного к конкретному – метод познания, применяемый на каждом этапе построения теории. От первичной идеи, возникающей у теоретика, до построения целостной теории необходима постепенная конкретизация, построение отдельных элементов, объектов и связей между ними.

Важный этап теоретического познания – *идеализация*, т.е. выделение определенных свойств объекта, необходимых для исследования, и построение *идеального объекта* – абстракции, которая логически реконструирует наблюдаемый объект. Примеры таких

идеальных объектов в других науках: материальная точка, идеальный газ, homo oeconomicus. Такие абстракции содержат наиболее важные для теоретического построения свойства реальных объектов. В то же время, они могут содержать в себе свойства, которых нет ни у каких реальных объектов. Например, в природе не существует материальной точки как тела без размеров, но имеющего массу. Перед нами – абстрагирование от несущественных признаков и выделение только существенных для построения модели. Существенные признаки исследователи определяют, выделяя некую повторяемость в исследуемых объектах или явлениях, а несущественные признаки мысленно сводят к нулю. Для эмпирического исследования также строятся идеальные объекты, но эти объекты уже не содержат в себе свойства, которых нет у реальных объектов. Например, в экспериментах Г. Гарфинкеля такими идеальными объектами являются структуры повседневных действий, которые выявлялись в процессе взаимодействия, отклоняющегося от общепринятых норм.

Типичным идеальным социологическим объектом является модель социального пространства П.А. Сорокина, в которой каждый член общества занимает определенное место как по вертикали, так и по горизонтали. Это упрощенная схема строения общества, в которой выделены только существенные для построения теории стратификации признаки. Также примером идеального объекта является модель взаимодействия между людьми Дж. Хоманса как обмен ценностями (материальными и не материальными) с максимизацией удовольствия и минимизацией наказания. Такая идеализированная, упрощенная схема человеческого поведения в жизни едва ли встречается, но специально выделена автором для построения микроуровневой теории социального обмена. В то же время, есть серьезное различие между отмеченными выше идеализациями: если в модели социального пространства П.А. Сорокина игнорируются несущественные для построения теории стратификации свойства человеческого поведения, то модель социального обмена Дж. Хоманса пренебрегает важными для построения микроуровневой теории свойствами человеческого поведения. Далеко не все действия людей определяются желанием избежать боли и наказаний или максимизировать награду и удовольствия, – за что в свое время и была раскритикована теория обмена.

Таким образом, при построении идеальных объектов важна *мера* – в каком соотношении находятся выделяемые и игнорируемые свойства объекта, каковы их относительные *веса*. Именно оценка относительного веса разных свойств дает адекватный результат при построении идеального объекта.

После построения идеализированных объектов их подвергают *формализации*. В математизированных науках формализация происходит через составление формул и дальнейшее оперирование ими. В эмпирической социологии математически

формализируют шкалы, показатели и индикаторы, индексы, переменные, кодирующие события, матрицы структурных позиций и т. п., частичную формализацию проводят в формулировках вопросов и ответов социологических опросов. В теоретической социологии формализация частична: в разрабатываемой теории не переходят к формулам, но оперируют не реальными объектами, а идеальными, рассматривая их свойства, связи и отношения между ними. Так, Н. Луман, разрабатывая свою системную теорию, опирается уже не на свойства реальных объектов – политической, экономической, научной, религиозной и других сфер жизни общества, а на свойства идеальных объектов – аутопойетических систем, выбранных для описания этих сфер жизни общества. На основе свойств таких идеальных объектов Луман выстраивает теорию функционально дифференцированных, замкнутых на себя подсистем, которые развиваются, исходя из собственных тенденций, почти не подчиняясь внешнему воздействию на них [Йоас, Кнёбль 2011, с. 391-393]. Формализация при правильном выборе аксиом и построении идеальных объектов позволяет лучше понять свойства реальных объектов, спрогнозировать их еще неизученное поведение. Однако при неверном выборе аксиом или неверном построении идеальных объектов формализация ведет к выводам, не совпадающим с реальностью, что заставляет отбросить или скорректировать гипотезу (теорию).

Для построения теории идеальные объекты подвергают *мысленным экспериментам*: каким образом эти объекты ведут себя в реальной жизни? Какова динамика их поведения? Каковы связи между ними? Так, П. Бурдье рассматривает отношения между построенными им идеальными объектами: «полями», представляющими собой структурированные пространства диспозиций, людьми (акторами), действующими в этих «полях», габитусами людей – шаблонами их восприятия, мышления и действия, а также различными видами капитала – экономического, властного, символического и др. Мысленно исследуя связи между этими идеальными объектами, Бурдье показывает, что габитусы людей помогают им ориентироваться внутри «полей» и реализовывать свои интересы и стратегии по получению какого-либо вида капитала. С другой стороны, мысленный эксперимент выявляет, что габитусы ограничивают поведение людей, поскольку полностью освободиться от шаблонов мышления и поведения невозможно, и в каких-то условиях эти шаблоны могут мешать или быть неприменимы [Бурдье 2005, с. 59].

На основе мысленных экспериментов строится абстрактная теоретическая схема, которая связывает воедино и объясняет различные аспекты выбранного предмета исследования. Эта схема идеализированная, упрощенная, в ней так же, как и в идеальных объектах, выделены только существенные для построения теории отношения и связи между идеальными объектами. На этом этапе важно оценивать и *веса,* значимость разных

факторов, отношений, связей. Например, Дж. Александер, учитывая фактор культурной разделенности общества по ценностям и смыслам в сложном обществе и пренебрегая этим фактором для общества примитивного, по-разному строит теоретические схемы социального спектакля в этих обществах [Alexander 2011, с. 25-81].

Для построения теоретической схемы исследователи используют *дедуктивно-логический*, *исторический* методы построения теории и т.д.

Так, Э. Гидденс, применяя дедуктивно-логический метод, описывает явление структурации. Он создает логически непротиворечивую картину, в которой идеальные объекты – рутинные и сознательные действия людей – своей повторяемостью создают порядок, который, тем не менее, изменчив, поскольку действия людей также изменчивы под влиянием их сознательной деятельности. При этом порядок обеспечивает людям стабильные условия и позволяет им, опираясь на этот порядок, вновь совершать рутинные и сознательные действия. Применяя исторический метод, Гидденс показывает, что рутины и порядок необходимы людям для их действий, и напротив, люди теряют способность действовать при разрушении привычного порядка и привычных рутин [Гидденс 2005, с. 115].

И. Валлерстайн, применяя исторический метод, развивает мир-системную теорию, в которой доказывает, что с XV в. глобальная система строилась по типу центр/периферия. В своей теории он строит абстрактную схему, выделяя общества, принадлежащие к «центру», к «полупериферии» и к «периферии», а также логически выстраивает причинно-следственные связи недостатка развития в обществах, принадлежащих к «периферии», выявляет причины глобальных социальных трансформаций и т.д.

В угоду логической непротиворечивости схемы может отсеиваться и существенная информация, которая при ее учете могла бы существенно и содержательно изменить теорию. Так, теорию Валлерстайна критикуют за пренебрежение массой исторических фактов, выстраивание неверной картины, в которой страны социалистического блока не формировали альтернативную капиталистической мир-систему, а оказались «тайно» встроены в капиталистическую мир-систему [Новиков 2015]. Таким образом, несмотря на эвристически важные утверждения и некоторые выводы теории Валлерстайна, в ней построена модель, не соответствующая исторической действительности. Подобная ситуация – не редкость в социологии, как и в других науках. *Рефлексия* над собственными теоретическими построениями, коррекция собственной теоретической схемы в соответствии с фактами – важные этапы разработки теории, адекватной практике.

Проверка теории эмпирическими фактами в науке является обязательным этапом подтверждения теории. Однако не все теории и не все теоретические утверждения можно напрямую связать с эмпирическими фактами и напрямую проверить.

Эпистемология в структуре теоретического знания выделяет два уровня теорий: фундаментальные теории и частные теории. При определенной *интерпретации* можно перейти от фундаментальной к частной теории, а затем от нее к эмпирическим зависимостям и эмпирическим наблюдениям [Степин 2006, с. 186-191].

В структуре социологического знания высший уровень социологического знания составляют общесоциологические теории [Тощенко 2016, с. 220-251]. Они соответствуют фундаментальным теориям в эпистемологии. Отраслевые, специальные и частные социологические теории соответствуют частным теориям в эпистемологии. *Интерпретация* утверждений и выводов общесоциологических теорий через отраслевые, специальные и частные социологические теории позволяет проверить эти выводы на практике. Отраслевые теории в большей степени, чем общесоциологические теории, опираются на эмпирические исследования и в целом на социальную практику, а с другой стороны, чаще используются для эмпирических исследований по конкретной тематике.

Для эмпирической проверки утверждений разрабатываемой теории часто необходим вывод следствий из теории. Особенностью социологического знания является то, что в большинстве теорий нет попыток вывести следствия из них, которые были бы эмпирически проверяемы. Не часто пытаются и вывести эмпирические показатели из теорий высокого уровня. По этой причине Дж. Александер подверг критике социологию за разрыв между теоретическим и эмпирическим знанием [Alexander 1987]. Существует и разрыв между общесоциологическими и отраслевыми теориями [Проблемы 1994, с. 110].

Однако социологические теории также не избегают проверки на практике. Последовательная *критика* утилитаризма, марксизма, структурного функционализма, неоутилитаризма, теории модернизации и т. д. – это результат теоретического осмысления несоответствия или неполного соответствия этих теорий практике. Ни одна из общесоциологических теорий не избежала подобной критики, и ни одна не является общепринятой всем социологическим сообществом, что и привело к утверждениям о кризисе в социологии.

Под кризисом понимается, во-первых, мультипарадигмальность, разрыв между общесоциологическими теориями. Во-вторых, терминологические барьеры между разными социологическими парадигмами. В-третьих, многочисленные теоретические повороты, которые наблюдаются в последние десятилетия. Теоретические повороты выявляют недостатки в предшествующих моделях и необходимы для построения идеальных объектов

– моделей социального актора, социального действия, социальных связей и социальных конфликтов, культуры, общественного сознания, социальных институтов, структур, систем и др. Для построения адекватных моделей важны работы на стыке с другими общественными и гуманитарными науками и важна историческая социология, позволяющая рассматривать не только быстрые, но и медленные общественные изменения. Очевидно, разрыв между теориями будет сохраняться, пока не будут выстроены эти идеальные объекты и пока они не будут синтезированы в общей теоретической схеме.

Синтез общей теоретической схемы может быть недостижим на протяжении длительного времени. Например, в физике до сих пор существует разрыв между классической и квантовой механикой. В методологии науки более важным считается построение *научной дисциплины*, в которой определены границы применимости разных теорий и построены методологические «мосты» между ними [Степин 2006, с. 156-157].

Необходимо осмысление социальной практики, особенно в незападных обществах, где социология начала развиваться относительно недавно. Социокультурный базис, отличный от американского и европейского, иная социальная практика, иные представления ученых могут внести вклад в создание новых моделей, теорий, которые могут расширить понимание социальных явлений и процессов. В этой связи важен вклад и российских ученых в построение идеальных объектов и теорий на основе российской социальной практики. Такие теории могут дать объяснение специфическим социальным процессам и явлениям в российском обществе.

Литература

Бурдье 2005 – *Бурдье П.* Социология социального пространства. М.: Институт экспериментальной социологии. СПб.: Алетейя, 2005. 288 с.

Волков Лубский 2018 – *Волков Ю.Г., Лубский А.В.* Социология как способ самопознания общества. // Социологические исследования. 2018. № 7. С. 3–17.

Гидденс 2005 – *Гидденс Э.* Устроение общества: Очерк теории структурации. М.: Академ. Проект, 2005. 528 с.

Йоас, Кнёбль, 2011 – *Йоас Х., Кнёбль В.* Социальная теория. 20 вводных лекций: Пер. с нем. СПб.: Алетейя, 2011. 840 с.

Ключарев 2022 – *Ключарев Г.А.* Онтологическая проблематика в социологической интерпретации: к постановке вопроса // Социологические исследования. 2022. № 1. С. 5–16.

Новиков 2015 – *Новиков К.Е.* Мир-системная теория И. Валлерстайна: анализ идейных истоков спорных суждений о российской истории // Социологический журнал. 2015. Т. 21. № 2. С. 130–149.

Проблемы 1994 – Проблемы теоретической социологии: Сб. науч. ст. / Под ред. А.О. Бороноева. СПб.: Петрополис, 1994. 292 с.

Тощенко 2016 – *Тощенко Ж.Т.* Социология жизни: Монография. М.: Юнити-Дана. 2016. 399 с.

Степин 2006 – *Степин В.С.* Философия науки. Общие проблемы: учебник для аспирантов и соискателей ученой степени кандидата наук. М.: Гардарики, 2006. 384 с.

Alexander 1987 – *Alexander J.* The centrality of the classics. // Social Theory Today / Ed. by A. Giddens, J.H. Turner. Cambridge: Polity Press,1987. 428 p.

Alexander 2011 – *Alexander J.C.* Performance and Power. Cambridge/Malden: Polity Press, 2011. 246 p.

IV. Цифровой поворот:
от трансформаций к принятию

Информационное общество России: текущее состояние в цифрах

Виктория А. Цыганова

студентка
Московский государственный лингвистический университет, Москва

Научный руководитель: Игорь В. Образцов

д-р социол. наук, профессор
Московский государственный лингвистический университет, Москва

Аннотация. В работе исследуется состояние информационного общества России за последние 10 лет с привлечением данных статистических замеров по конкретным сферам общественной жизни. Для оценки цифровизации сфер общественной жизни проведен анализ динамики используемых в замерах статистических показателей и представлены обобщающие выводы.

Ключевые слова: информационное общество, информация, информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), цифровизация

Концепция информационного общества зародилась и начала осмысляться учеными еще в 70-х гг. XX в. Согласно концепции Тоффлера,

> …мир находится на пороге социальных перемен, а также технических и культурных изменений… Развитие технического потенциала оказывает воздействие на все стороны социальной жизни людей… [Тоффлер 2004].

Кастельс отмечает, что «переход к обществу информационной эпохи означает подлинную трансформацию всей человеческой жизни» [Кастельс 2000]. Для того, чтобы перейти к рассмотрению воплощения идеи информационного общества в условиях России, обратимся к определению ключевого понятия исследования, закрепленному в нормативных документах:

> Информационное общество – общество, в котором информация и уровень ее применения и доступности кардинальным образом влияют на экономические и социокультурные условия жизни граждан[101].

Современные информационно-коммуникационные технологии и их развитие действительно затрагивают все сферы общественной жизни, ввиду чего распоряжением Правительства Российской Федерации была принята государственная программа «Информационное общество», реализуемая уже на протяжении более 10 лет и

© Цыганова В.А., 2025

[101] Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 г. № 203. URL: http://kremlin.ru/acts/bank/41919 (дата обращения: 28.03.2025).

разработанная для создания целостной и эффективной системы использования информационных технологий, при которой граждане получают максимум выгод.

В рамках реализации государственной программы «Информационное общество» Федеральный центр государственной статистики (Росстат) проводит ежегодный мониторинг развития информационного общества Российской Федерации. Мониторинг разделен на два блока: факторы развития информационного общества и использование информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) для развития. В эти блоки входят группы показателей, характеризующих отдельные области, составляющие информационное общество. Таким образом, для первого блока это: человеческий капитал, инновационный потенциал, ИКТ – инфраструктура и доступ, экономическая среда, информационная индустрия и информационная безопасность. Для второго блока: электронное правительство, электронный бизнес, электронное образование, электронное здравоохранение, электронная культура и использование ИКТ домохозяйствами и населением.

В данном исследовании мы сосредоточимся на рассмотрении второго блока мониторинга развития информационного общества России и статистическом анализе используемых Росстатом групп показателей как самостоятельных сфер/областей, составляющих информационное общество.

Выделим ключевые показатели в каждой сфере/области анализа: электронное правительство – доступность и использование государственных услуг через Интернет, электронный бизнес – показатели электронной коммерции, электронное образование – внедрение дистанционных информационных технологий в осуществление образовательного процесса и наличие веб-сайтов у учреждений, электронное здравоохранение – наличие веб-сайтов у медицинских учреждений, использование ИКТ домохозяйствами – наличие доступа к Интернету, активность его использования как в общем, так и для специфических целей.

1. *Электронное правительство.* В период с 2020 по 2022 г. доля организаций, использующих Интернет для получения государственных и муниципальных услуг (см. табл. 1), стабильно держится на высоком уровне: в 2020 г. она составила 66,9%, в 2021 г. – 67,7%, в 2022 г. – 66,8%). Это свидетельствует о том, что в России происходит активное внедрение и развитие электронного правительства, что, в свою очередь, свидетельствует о том, что в государстве повышается качество и доступность государственных услуг. В то же время отсутствие тренда на повышение может привести нас к заключению о том, что процесс внедрения технологий, возможно, достиг определенного предела в своем развитии.

В значениях показателя «стоимостная доля закупаемого и (или) арендуемого федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов и иными органами государственной власти отечественного программного обеспечения» (см. табл. 1) наблюдается положительная динамика, особенно ярко выраженный рост можно отметить в 2021–2022 гг., что связано с введением политики импортозамещения и поддержки отечественных IT-разработок, а также – не менее важно – с необходимостью обеспечения и поддержания цифрового суверенитета государства.

Показатель «стоимостная доля закупаемого и (или) арендуемого государственными корпорациями, компаниями с государственным участием отечественного программного обеспечения» (см. табл. 1), в отличие от предыдущих двух показателей, демонстрирует значительные колебания. В период с 2017 по 2019 г. происходит значительное снижение показателя с 67,3% до 38,9% соответственно, что может быть обосновано трудностями адаптации отечественного ПО к нуждам и потребностям крупных корпораций и из сильной зависимости от иностранного ПО. В 2020–2021 гг. отмечается рост значения показателя, таким образом, в 2021 г. он возвращается на уровень 2017 г., даже немного его превышая (68,3%), что может свидетельствовать о возвращении курса на импортозамещение. Однако положительная динамика сохраняется лишь в течение двух лет, после чего в 2022 г. значение показателя опускается до отметки 41,1%. Не совсем понятно, с чем это может быть связано, ведь ввиду крупных геополитических событий, пришедшихся на 2022 г. и последствий для положения России в мировой IT-среде, которые они за собой повлекли, кажется логичным предположить, что доля импортозамещенного ПО в пользовании госкорпораций и корпораций с госучастием должна наоборот расти. Мы предполагаем, что это свидетельствует о недостаточной готовности отечественных решений к масштабным задачам, а также о наличии ряда ограничений и технологических вызовов для полного перехода на ПО российского производства.

Таблица 1

Группа показателей, характеризующих электронное правительство

Наименование показателя	Единица измерения	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Доля организаций, использовавших Интернет для получения отдельных видов государственных и муниципальных услуг	процент	н.д.	н.д.	н.д.	66,9	67,7	66,8

Стоимостная доля закупаемого и (или) арендуемого федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов и иными органами государственной власти отечественного программного обеспечения		51.1	62.2	54.3	51,6	64,4	74,3
Стоимостная доля закупаемого и (или) арендуемого государственными корпорациями, компаниями с государственным участием отечественного программного обеспечения		67.3	65.2	38.9	50,3	68,2	41,1

2. *Электронный бизнес*. Значение показателя «доля организаций, размещавших заказы на товары (работы, услуги) в Интернете» (см. табл. 2), держится на стабильном уровне 41–42% в период с 2013 по 2022 г. Пик отмечается в 2019 г. со значением 43,3%, после чего наблюдается спад до 40,7% в 2020 г. Такая динамика после 2020 г., скорее всего, вызвана началом пандемии COVID-19, серьезно затронувшей не только бизнес-сектор, но и всю экономику, повлияв, например, на платежеспособность компаний. Можно сделать вывод о том, что уровень проникновения электронного бизнеса в сфере размещения заказов стабилен, однако значительный рост отсутствует, предположительно, ввиду сложностей цифровой трансформации для среднего и малого бизнеса и недостаточной инфраструктуры и подготовленности к цифровизации отдельных отраслей экономики.

Показатель «доля организаций, получавших заказы на выпускаемые товары (работы, услуги) по Интернету, в общем числе обследованных организаций» (см. табл. 2), напротив, имеет более стабильную положительную динамику. Можно сделать вывод о том, что электронная коммерция как канал продаж для российских компаний продолжает стабильно развиваться и внедряться в процессы торговли.

Электронный бизнес, в частности, электронная коммерция, продолжает развиваться в России, об этом свидетельствует рост как размещающих заказы, так и получающих заказы на товары компаний, однако наряду с наличием положительной динамики в отдельные временные промежутки наблюдался и спад по значениям показателей.

Таблица 2

Электронная коммерция (%)

Наименование показателя	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Доля организаций, размещавших заказы на товары (работы услуги) в Интернете, в общем числе обследованных организаций	43,4	41,7	41,3	41,6	41,2	42,2	43,3	40,7	42	41,8
Доля организаций, получавших заказы на выпускаемые товары (работы, услуги) по Интернету, в общем числе обследованных организаций	18,9	17,6	18,2	19,3	20,1	22,5	23,7	24,7	26,4	30,6

3. *Электронное образование.* Значение показателя «доля образовательных учреждений, имеющих веб-сайт в Интернете, в общем числе самостоятельных образовательных учреждений, по среднему профессиональному образованию» (см. табл. 3) на протяжении всего обследуемого периода остается стабильно высоким. В 2014 г. значение показателя составило 97%, а начиная с 2015 г. достигло 100%, или же близких ему значений. По высшему профессиональному образованию показатель стабильно составляет 100% с 2015 по 2023 г., что свидетельствует о полной обеспеченности образовательных учреждений веб-сайтами. Полная цифровизация инфраструктуры образовательных учреждений внутри Интернета свидетельствует о высокой степени готовности среднего и высшего профессионального образования к участию в информационном обществе.

Следующий обследуемый показатель, а именно «доля образовательных учреждений, реализующих образовательные программы с использованием дистанционных образовательных технологий для реализации основных образовательных программ, в общем числе самостоятельных образовательных учреждений», так же разделен на наблюдения по состоянию среднего профессионального образования и высшего профессионального образования. Для среднего профессионального образования (см. табл. 3) наблюдается достаточно стабильный рост показателя в период с 2014 по 2019 г., а

также достаточно резкое возрастание значения на 29,8 п. п. в 2020 г. Таким образом, значение показателя составило 70,1%, став пиком для всего обследуемого периода. В последующие годы произошел небольшой спад, в среднем на 2,8 п. п. за каждый год, но тем не менее значение показателя остается достаточно высоким (61,6% по состоянию на 2023 г.). Для высшего профессионального образования (см. табл. 3) в 2014 г. значение показателя составляло 57,4%, но уже к 2015 г. выросло до 78,2%. Значительный скачок произошел в 2020 г. – 82,7%, после чего значение показателя оставалось достаточно стабильным (77,4% в 2022 г. и 74,9% в 2023 г.). Использование дистанционных образовательных технологий значительно увеличилось в период 2020 г. в связи с пандемией COVID-19, что стало главным фактором внедрения и активного использования электронного формата ведения образовательной деятельности, особенно ярко это сказалось на учреждениях высшего профессионального образования. Наблюдаемый после пандемии спад свидетельствует о возвращении к традиционным формам обучения, но не полном отказе от цифровых технологий дистанционного образования.

Таблица 3

Образовательные учреждения

Наименование показателя	Единица измерения	2014г.	2015г.	2016г.	2017г.	2018г.	2019г.	2020г.	2021г.	2022г.	2023г.
Доля образовательных учреждений, имеющих веб-сайт в Интернете, в общем числе самостоятельных образовательных учреждений:											
- по среднему профессиональному образованию	%	97	100	93,1	96,9	99,8	99,8	99,8	98,9	99,1	100
- по высшему профессиональному образованию		97,5	100	95,1	100	100	100	99,7	99,6	99,7	100
Доля образовательных учреждений, реализующих образовательные программы с использованием дистанционных образовательных технологий для реализации основных образовательных программ, в общем числе самостоятельных образовательных учреждений:											

- по среднему профессиональному образованию	%	17,5	22,6	17,5	19,4	22,3	40,3	70,1	68,5	64	61,6
- по высшему профессиональному образованию		57,4	78,2	42,8	39,3	37,6	60	82,7	82,2	77,4	74,9

4. *Электронное здравоохранение.* Анализ динамики показателя «доля учреждений здравоохранения, имевших веб-сайт, в общем числе обследованных учреждений здравоохранения» (см. табл. 4) позволяет выявить явный положительный тренд в процессе цифровизации российских учреждений здравоохранения, в среднем рост показателя составляет 2,5 п. п. за год. Веб-сайты для взаимодействия с коллегами и пациентами внедряются и используются все активнее, и таким образом к 2023 г. значение показателя составляет 89,6%. Такому росту могли способствовать рост спроса на онлайн-сервисы со стороны пациентов, желающих получить доступ к медицинской информации, записаться на прием или получить медицинские услуги дистанционно.

Таблица 4

Электронное здравоохранение

Наименование показателя	Единица измерения	2014г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Доля учреждений здравоохранения, имевших веб-сайт, в общем числе обследованных учреждений здравоохранения	%	66,4	72,1	77,0	78,5	79,6	86,7	85,6	88,0	88,6	89,6

5. Электронная культура. На основе анализа значений показателя «доля учреждений культуры, имевших веб-сайт, в общем числе обследованных учреждений культуры» (см. табл. 5) можно установить, что за обследуемый период наблюдается ярко выраженная положительная динамика. С 2014 по 2019 г. темп роста по данному показателю является наиболее высоким. Хотя в 2020 г. отмечается спад в значениях показателя (с 50% значения в 2019 г. до 45,2%), это может быть обосновано открытием новых учреждений культуры, еще не успевших появиться в доступе в Интернет-среде. После 2020 года положительная динамика сохраняется. Доступность культурных ресурсов для широкой аудитории повышается, причиной чего является стремление культурных учреждений к более активному взаимодействию с пользователями в онлайн-среде.

По показателю «доля музейных предметов, внесенных в электронный каталог, в общем объеме общего музейного фонда» (см. табл. 5) наблюдается самый высокий темп роста, и в среднем его значение за год увеличивается на 3 п. п. Это свидетельствует о том, что происходит активная работа по оцифровке музейных коллекций. Вследствие этого культурное наследие музеев станет более доступным для широкой аудитории, в том числе для исследователей и образовательных учреждений.

В то же время в значениях показателя «доля электронных документов на съемных носителях, в общем объеме библиотечного фонда» (см. табл. 5) за обследуемый период не наблюдается такого стремительного темпа роста, как у всех предыдущих показателей, относящихся к сфере электронной культуры. Это может быть связано с тем, что процесс оцифровки библиотечных фондов является длительным и требует больших затрат временного и человеческого ресурса.

Таблица 5

Группа показателей, характеризующих электронную культуру

Наименование показателя	Единица измерения	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Доля учреждений культуры, имевших веб-сайт, в общем числе	%	27,7	32	37,3	42,4	45,6	50	45,2	47,8	48,2	48,4

обследованных учреждений культуры											
Доля электронных документов на съемных носителях, в общем объеме библиотечного фонда		0,54	0,45	0,54	0,52	0,53	0,56	0,56	0,56	0,59	0,57
Доля музейных предметов, внесенных в электронный каталог, в общем объеме общего музейного фонда		38,9	40,3	44,5	47,8	49	51,4	55,5	58,8	61,9	66,1

6. Использование ИКТ домохозяйствами и населением. Значение показателя «доля домашних хозяйств, имеющих доступ к сети Интернет, в общем числе домашних хозяйств» (см. табл. 6) за весь обследуемый период достаточно стабильно увеличивалось, таким образом в 2023 г. составив 87,9%, что свидетельствует о значительном росте доступности Интернета для российских домохозяйств. В 2020 и 2021 г.отмечается значительный рост значения показателя, до 80% и 84% процентов, соответственно, что обосновывается началом пандемии COVID-19 и необходимостью удаленной работы и обучения. В целом, стабильный рост значения показателя позволяет сделать вывод об устойчивом развитии инфраструктуры и улучшении цифровой доступности в домохозяйствах.

Значение показателя «доля населения, являющегося активными пользователями сети Интернет, в общей численности населения» (см. табл. 6) в 2023 г. приблизилось к практически полному охвату населения, составив 91,5%. На протяжении всего обследуемого периода отмечается стабильная положительная динамика, а период наиболее активного роста значения приходится на 2017–2020 гг. Тогда значение показателя возросло с 74,1% до 84,1% со средним приростом в 3,15 п. п. за год. В начале обследуемого периода значение показателя составляло 64,9%, таким образом за 10 лет произошло увеличение на 26,6 п. п. Такое стремительное увеличение доли активных пользователей Интернета свидетельствует об активной включенности населения в информационное общество.

Значение показателя «доля населения, использовавшего сеть Интернет для получения государственных и муниципальных услуг, в общей численности населения» (см. табл. 6) в рамках обследуемого периода увеличилось с 10,6% в 2014 г.до 74,6% в 2023 г. Особенно большие значения темпа роста показателя приходятся на период 2017–2021 гг. Обоснованием для такой динамики служит, во-первых, комплексное развитие цифрового государства (информационного общества), во-вторых, популяризация пользования платформой «Госуслуги», а также произошедшая пандемия COVID-19, когда потребность в онлайн-услугах значительно возросла.

Показатель «доля населения, использовавшего сеть Интернет для заказа товаров (услуг), в общей численности населения» (см. табл. 6) демонстрирует популяризацию цифровой торговли. В рамках обследуемого периода отмечается увеличение показателя с 17,8% в 2014 г. до 61,3% в 2023 г. Рассчитанные коэффициенты темпа роста позволяют заметить, что положительная динамика значения показателя наблюдается на протяжении всего периода. Существенный рост начался после 2017 г., когда значение показателя составляло 29,1%, и ускорился во время пандемии COVID-19, а именно: 2020 г.– 40,3%, 2021 г. – 46,6%, 2022 г. – 53,7%.

Таблица 6

Группа показателей, характеризующих использование ИКТ домохозяйствами и населением

Наименование показателя	Единица измерения	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.

Доля домашних хозяйств, имеющих доступ к сети Интернет, в общем числе домашних хозяйств	%	69,9	72,1	74,8	76,3	76,6	76,9	80	84	86,6	87,9
Доля населения, являющегося активными пользователями сети Интернет, в общей численности населения		64,9	68,3	71,5	74,1	79,3	81,4	84,1	87,3	89,8	91,5
Доля населения, использовавшего сеть Интернет для получения государственных и муниципальных услуг, в общей численности населения		10,6	18,4	28,8	42,3	54,5	56,5	58,7	68,2	71	74,6

Доля населения, использовавшего сеть Интернет для заказа товаров (услуг), в общей численности населения		17,8	19,6	23,1	29,1	34,7	35,7	40,3	46,6	53,7	61,3

Выводы

В России активно развивается электронное правительство и идет продвижение цифровизации взаимодействия с государственными органами, однако отсутствие тренда на повышение по значению показателя «доля организаций, использующих Интернет для получения государственных и муниципальных услуг» позволяет предположить, что процесс внедрения информационных технологий, возможно, достиг определенного предела в своем развитии. Для дальнейшего роста значения показателя необходимы дополнительные меры по улучшению цифровой грамотности организаций и доступности инфраструктуры. Снижение доли отечественного ПО в компаниях с госучастием указывает на проблемы адаптации и качества российских IT-решений, что требует дополнительной работы в рамках государственных программ по развитию информационного общества и мер господдержки. Электронная коммерция (электронный бизнес) в России становится неотъемлемой частью экономической деятельности. Система образования активно адаптируется к цифровым вызовам, но остаются зоны для улучшения: повышение качества и доступности дистанционных образовательных технологий, а также цифровизация среднего профессионального образования на уровне высших учебных заведений. Имеющиеся данные свидетельствуют о положительной динамике цифровизации сферы здравоохранения, однако несмотря на достигнутые результаты потенциал для дальнейшего развития все еще есть. Данные мониторинга свидетельствуют о положительной динамике развития электронной культуры в России, однако темпы развития различных секторов культуры различаются. Использование ИКТ российскими домохозяйствами демонстрирует динамичное развитие в контексте информационного общества. Цифровая трансформация охватывает все аспекты жизни населения – от доступа к информации до пользования

электронными услугами и торговлей. В новых геополитических условиях остро стоит задача дальнейшего развития отечественной элементной базы и программного обеспечения.

Литература

Кастельс 2000 – *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.

Тоффлер 2004 – *Тоффлер Э.* Третья волна. М.: Издательство АСТ, 2004. 784 с.

Цифровая трансформация социального взаимодействия: возможности, риски и актуальные коммуникативные практики

Лилия А. Озова

студентка
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва

Научный руководитель: Наталья В. Проказина

д-р социол. наук, профессор
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва

Аннотация. В статье рассмотрены основные характеристики современного цифрового общества, проанализированы возможные последствия цифровой трансформации общественных структур в контексте общественных взаимодействий. Изучены теоретические концепции, освещающие тему изменений коммуникативного поведения людей с разных сторон и в разных проявлениях.

Ключевые слова: цифровизация, общество, коммуникация, коммуникативные практики, индивидуализация

Общественная структура, частью которой является современный человек, не имеет прецедентов ни в одном из прежних этапов развития человечества. Мы живём в уникальное время, располагающее безграничными возможностями для самореализации и саморазвития в любом направлении, а также гарантирующее личности свободу выбора собственного пути и тысячи вариаций его проживания. Зарождающийся и масштабирующийся неизмеримым темпом так называемый «цифровой мир» становится полноценной и неотъемлемой частью нашей жизни, создает пространство для качественных изменений, самовыражения и рефлексии. Однако свобода, оказавшаяся в руках отдельно взятого индивида под действием этих внешних сил, и многовариантность протекания его жизни вносят глубинные изменения в существующий общественный строй и порождают последствия, к которым человек, привыкший к предопределенности и относительной стабильности, не всегда готов.

Так, британский социолог Зигмунт Бауман, внесший огромный вклад в изучение особенностей и составляющих современных социальных структур, посвятил множество исследовательских работ этой проблематике. Его концепция «индивидуализированного общества», ставшая опорной для многих научных деятелей, формирует новый взгляд на протекающие социальные процессы и включает анализ внутренних изменений современной личности под воздействием факторов, эти изменения обуславливающих. Рассматривая данную концепцию в контексте цифровых процессов, стоит отметить, что ими объясняются большинство характеристик индивидуализированного общества Баумана.

© Озова Л.А., 2025

Развивая цифровые технологии и фокусируясь на технологическом аспекте цифровизации, мы не замечаем необратимых последствий, к которым она приводит в своем морально-этическом содержании. С одной стороны, цифровизация в целом и цифровое пространство в частности формируют многообразие жизни, сфер деятельности людей, вариантов развития событий, что даёт свободу полноценному становлению разносторонней личности, а значит способствует развитию критического мышления, нетривиального взгляда на обыденные вещи и быстрой адаптации к стремительно меняющимся социальным реалиям. Однако в то же время цифровизация лишает людей их “общего”: общих проблем, общего ограниченного набора лифтов профессионального и личностного продвижения, общих трудностей и общих универсальных решений. Цифровизация формирует фрагментарность, которая, в свою очередь, одновременно является причиной и следствием индивидуализации и способствует социальной разобщенности. Теперь люди объединяются не с целью найти решение или оказать друг другу помощь, а с целью понять, что не они одни переживают сложности, потому что универсального решения для их неприводимых к общему знаменателю, совершенно разноплановых проблем просто нет.

Индивидуализированное общество способствует утрате человеком контроля над большинством значимых социальных процессов, бесконтрольность и масштабность которых только усиливается за счёт тенденций глобализации и цифровизации, когда происходящее на отдельно взятой территории событие прямым образом сказывается на всех субъектах мировой паутины.

Так нужна ли современному человеку полученная свобода, если она не гарантирует ему спокойствия и счастья, отдаляет от других людей и затрудняет его общение с ними? Сложно ответить на этот вопрос однозначно. Современного человека характеризует тяга к развитию, к изучению нового и расширению границ изведанного и дозволенного, поэтому, лишившись гарантированных ему свобод, он вряд ли почувствует удовлетворенность своей жизнью. Социальная структура усложнена под воздействием протекающих в ней цифровых процессов и личностных изменений ее членов, однако эта сложность, безусловно вносящая значительные корректировки в повседневные практики людей, в том числе коммуникативные, формирует нового человека с совершенно уникальным мышлением и образом жизни.

Однако любые возможности порождают риски и требуют осознания последствий их использования. Цифровизация, упростив бытовые практики человека и обеспечив его неограниченным пространством для профессионального проявления, дав возможность распределять свое время таким образом, чтобы сосредоточиться на приоритетных вещах, также породила ряд новых рисков, с абсолютным большинством которых человечество

ранее не сталкивалось. Теме рисков, их осознания, возможности предотвращения посвящена работа одного из наиболее известных социологов современности Ульриха Бека «Общество риска: на пути к другому модерну» [Бек 1986]. Цифровизацию ученый рассматривает с точки зрения «цифровой свободы» и ее главенствующей роли в «иерархии» современных рисков.

Общество риска У. Бек, подобно индивидуализированному обществу З. Баумана наделяет такими характеристика, как неопределенность, хаотичность, увеличение фрагментарности, а также утрата четкого разграничения между природой и культурой, стирание ранее возведенных границ между слоями и социальными группами населения, количественное и качественное возрастание риска.

Риски, по мнению У. Бека, имеют социальное и технологическое происхождение, а усугубляются или смягчаются они экономическими и культурными практиками. После аварии на Чернобыльской АЭС Бек отметил это событие во введении работы, указав на то, что все технические новации рискогенны для субъекта и человечества. Риски, появляющиеся в процессе модернизации, являются основными в современном обществе по нескольким причинам:

1. Риски модернизации, как правило, невидимы, они не воспринимаются органами чувств человека. Мы не можем оценить весь масштаб их влияния и возможных последствий. Как правило, мировое сообщество фокусируется на наиболее актуальных проблемах, требующих непременного разрешения. Риск бесконтрольной цифровой свободы, неэффективной цифровой безопасности, социальной разобщенности вследствие цифровизации, так же, как и радиация, постепенное загрязнение окружающей среды - проблемы, повисшие в воздухе, весь масштаб которых сложно оценить однозначно. Их объективное оценивание усложняется незнанием - одним из основных терминов теории У. Бека. По мере развития науки укрепляется осознание того, что некоторые вещи не поддаются познанию в силу присущей им неопределенности.

2. Современные риски, как правило, носят глобальный характер. Происходит сужение приватных путей спасения и компенсации риска. Предотвращение рисков или ослабление их негативного влияния требует глобального подхода, и не гарантирует необходимого результата на микроуровне.

3. Безусловно, человек, будучи причиной риска, несет основную ответственность за свои действия. Однако персональной ответственности не несет никто. Этот пункт во многом вытекает из предыдущего: сформировавшиеся в обществе практики не могут приписывать ответственность целым социально-институциональным системам.

Знаменитая работа социолога включает ряд иных рисков, порождаемых изменяющимися современными реалиями, однако Ульрих Бек подчеркивает необходимость постоянного изучения, осознания изменений привычных рисков, регулярной оценки своих действий и саморефлексии людьми, общественными институтами и организациями с точки зрения потенциальных последствий их действий.

Взглянув на современное общество через призму рассмотренных концепций, можно заключить, что цифровизация умело отражает все его основные приоритеты – текучесть, адаптивность, неопределенность, фрагментарность. Созданные человеком структуры приводят к появлению новых путей его взаимодействия с ними. Коммуникация при этом теряет для него свой глубинный смысл и приобретает иные формы. Тенденция к индивидуализации в различных сферах жизни, появление так называемой самокоммуникации, а также новых платформ и каналов для общения в цифровом пространстве формируют новые коммуникативные практики современного человека. С одной стороны, коммуникация усложняется в результате индивидуализации общества, но с другой стороны, в человеческой истории еще никогда «связанность» людей не имела такой структуры ни по масштабу, ни по разнообразию каналов коммуникации. Цифровые сообщества расширяются, доступ к информации упрощается, однако социальные сети более не предполагают сплоченность и тесное взаимодействие групп. Образуется «сетевая структура», подробно описанная испанским социологом и одним из основателей теории нового города Мануэля Кастельса[103].

Эта структура, основанная на принципах открытости, децентрализованности, саморазвития и автономности включенных в нее узлов, упрощает коммуникацию с точки зрения возможности быстрой и эффективной передачи информации.

Основой современного социального порядка становятся многочисленные социальные сети, мессенджеры и иные каналы онлайн-коммуникации, различающиеся целью создания и функционирования, составом участников, интенсивностью связей и отношений и способствующие в силу своего формата формированию клипового мышления. Это делает цифровое пространство еще более фрагментарным и привлекает большее количество пользователей.

Кастельс считает, что коммуникация особенно важна в глобальном сетевом обществе, когда у отдельных узлов сети возрастает автономия относительно центров власти. В сетях акторы самостоятельно создают информацию, самостоятельно её

[103] *Кастельс М.* Власть коммуникации. Учеб. пособие / Пер. с англ. Н. М. Тылевич; Под науч. ред. А.И. Черных. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. 564 с.

распространяют и самостоятельно выбирают, какую информацию получить и с кем вступать во взаимодействие.

Эта вседозволенность и свобода действий делает Интернет-пространство и социальные сети – в частности, столь важной частью жизни человека как в социальном плане, так и в технологическом, во многом заменяя соответствующие аспекты реальной жизни. Цифровой мир не просто становится интегрированным в реальную жизнь, он определяет многие ее составляющие, укореняется в ней и становится тем, без чего мы больше ее не представляем. В цифровом пространстве человек получает право создать «новую идентичность», которая в корне отличается от его реального образа – тем ещё больше его привлекая. Живое взаимодействие утрачивает свою ценность в доступности структурируемого по собственным желаниям и предпочтениям Интернет-образа, который к тому же может обеспечить анонимность. Свобода выбора того, каким предстать перед обществом, еще более отдаляет человека с его действительными и объективными характеристиками от общества, ведь в большинстве случаев человек предпочитает не обыденность и повседневность реальной среды, а красочность, многообразие и вседозволенность виртуальной. В результате этого выбора утрачивается социальная идентичность человека, появляется тенденция обезличенности.

Таким образом, в цифровом мире коммуникация принимает расширенные формы, меняется в своем содержании и функциях. Цифровизация - неоднозначное явление, которое одновременно упрощает взаимодействие людей, компенсируя территориальные барьеры, и в то же время усложняет его, создавая намного более комплексные и затруднительные в преодолении препятствия. Перечисленные ранее составляющие современного общества вынуждают человека, с одной стороны, подстраиваться под них, а с другой – осознавать последствия своих действий. Задаче современного научного сообщества является комплексное изучение последствий цифровых трансформаций общественных структур с целью минимизации и предотвращения их негативных последствий.

Литература

Бек 1986 – *Бек У.* Общество риска. На пути к другому модерну. М.: Прогресс-Традиция, 2000. 384 с.

Мнение родителей дошкольников о внедрении цифровизации в дошкольные учреждения России

Ольга А. Кузнецова

студентка
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Галина А. Цветкова

д-р социол. наук, профессор
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению позиции родителей дошкольников по отношению к процессу цифровизации дошкольного образования. Представлены результаты авторского количественного исследования мнения родителей о внедрении цифровизации в детские сады, изложен общий анализ результатов и выделены два типа родителей согласно их отношению к цифровым средствам.

Ключевые слова: цифровизация дошкольного образования, родители дошкольников, социология детства, дошкольные учреждения, цифровые технологии

Введение

Живя в эпоху цифровых технологий, мы можем наблюдать, как цифровизация проникает во все сферы общества, включая образование. В последние годы системы образования во всех странах проходят через значительные изменения, и Россия неизбежно следует этим трендам. Говоря о цифровизации, нельзя забывать про дошкольные учреждения. Их современная учебно-воспитательная деятельность становится более насыщенной и наглядной с помощью компьютеров, Интернета, проекторов и пр. Все это позволяет сделать образовательный процесс более понятным и интересным, помогает адаптировать детей к цифровой среде, облегчает работу воспитателей. Однако существуют разные мнения и взгляды на внедрение цифровых технологий в дошкольные учреждения, и в этом вопросе важно учитывать в первую очередь родителей дошкольников.

Сегодня уже существуют исследования в области дошкольной педагогики такие, как исследование И.Д. Емельяновой [Емельянова 2023, с. 49-51] о речевом развитии детей в цифровом образовательном пространстве, Г.Ю. Беляев [Беляев 2020, с. 120] рассматривал социально-цифровую среду одновременно и как новую возможность, и риск для современного образования. Н.Е. Веракса изучал связь использования цифровых средств дошкольниками и развития их когнитивных функций [Веракса 2022, с. 53-56],

© Кузнецова О.А., 2025

О.А. Бондарчук анализировал, как присутствие информационных технологий влияет на формирование мировоззрения ребенка [Бондарчук 2019, с. 138].

Некоторые исследователи, такие, как Н.В. Калинина [Калинина 2017, с. 14-15], Д.И. Фельдштейн, [Фельдштейн 2012, с. 26-28] смотрят на внедрение цифровых технологий в образовательный процесс дошкольников с подозрением. Они видят в цифровизации образования угрозу социального, психическому и физиологическому развитию детей.

Таким образом несмотря на то, что проблема цифровизации дошкольного образования и использование детьми цифровой техники в раннем возрасте довольно нова, тема исследовалась многими учеными. В настоящее время цифровизация дошкольного образования становится актуальной темой для исследователей, которые подходят к этому вопросу с разных точек зрения, отмечая как положительные стороны, так и недостатки.

Описание исследования

Исследование проводилось методом количественного онлайн-опроса в феврале 2025 г. В исследовании приняли участие 123 родителя, чьи дети посещают детские сады России. Опрос распространялся воспитателями в онлайн-чатах с родителями, а также в Интернете в специальных группах, посвященных общению родителей. География исследования: большая часть респондентов из Москвы и Московская области. Подавляющее большинство дошкольников посещают государственные и муниципальные детские сады. Возможно, ввиду того, что более активную роль в воспитании дошкольника играют матери, практически все респонденты женщины (93,5%), также 60% респондентов – молодые родители до 35, еще 36,6% – среднего возраста 36-45 лет.

Результаты исследования

Было выяснено, что у большинства респондентов (65,9%) дети ходят в детские сады, где используют те или иные цифровые средства. Однако довольно многие (18,7%) затруднились ответить на вопрос об использовании цифровых средств в детских садах их детей, что может говорить о не очень высокой заинтересованности и информированности среди родителей. Чаще всего в детских садах используют музыкальную колонку (54%), проектор (30%), ноутбук (27%) и телевизор (24%). Также родители отметили, что технику в работе с детьми в детских садах используют для прослушивания музыки (56%), показа презентаций (47%) и просмотра мультфильмов (42%). Только 10% респондентов ответили, что в их детских садах детей обучают обращению с цифровыми средствами. Важно для исследования было узнать, что 70% респондентов не интересовались, сколько времени в

течение одного дня применяют цифровые средства с детьми, что тоже может говорить об их недостаточном внимании к внедрению цифровых средств в дошкольные учреждения.

Говоря об отношении родителей к использованию техники в дошкольных учреждениях, большая часть убеждена, что доступ к цифровым устройствам в детском саду идет скорее на пользу (52,8%), чем во вред (6,5%), еще 40,7% считают, что это в равной степени приносит и пользу, и вред. Большинство ответивших считают приемлемым время использования менее 30 минут и 5–15 минут в день соответственно. 21% заявили, что до 1 часа в день приемлемое время. Это говорит о том, что родители, хотя и одобряют использование цифровых средств, не считают, что пользоваться ими стоит большую часть времени. К тому же они могут быть информированы о санитарно-эпидемиологических требованиях к образовательным организациям.

Также родителям были даны варианты того, как бы они хотели, чтобы использовались цифровые средства в детском саду, и самыми популярными ответами стали прослушивание музыки (51%), проведение утренников (50%), подготовка к школе и наглядное наполнение занятий (49%). Выбор с прослушиванием музыки понятен и близок для родителей, так как это самый минимальный контакт ребенка с техникой. К тому же радио и магнитофоны для прослушивания музыки существовали и до цифровизации. Проведение утренников также не может обходиться без техники, на них часто используют музыку, видео- и аудио- съемку. Самым непопулярным вариантом оказался просмотр мультфильмов в детских садах (9%), возможно, потому что просмотр мультфильмов – очень распространенная практика дома, и родители хотели бы ограничить ее время хотя бы в детском саду.

В целом родители видят в цифровых средствах в детских садах скорее как дополнение ко всем активностям, проводимым в детском саду для детей, а также по тому, что небольшая часть респондентов заинтересована в обучении детей обращению с цифровыми средствами и развитии у детей цифровой грамотности, можно судить о желании родителей сохранить традиционные функции детских образовательных учреждений.

Несмотря на однородность выборки и незначительную разницу в ответах родителей разных социо-демографических характеристик, удалось выявить различия в ответах респондентов и выделить разные типы родителей. Для этого был использован кластерный анализ, проведенный в статистической программе SPSS, с помощью которого было определено два основных типа поведения родителей. Категории выделялись на основе вопросов об интересе родителей к тому, как с их ребенком работают в детском саду, времени допустимого использования цифровых средств в детском саду и дома, отношении

к применению техники в детских садах в целом и контроле за тем, что ребенок делает в Интернете, так как эти вопросы дают большее понимание отношения опрошенных к изучаемому явлению. Выделенные типы можно условно назвать «тревожные» и «оптимисты». Рассмотрим особенности каждого типа подробнее.

Тревожные. В этой группе респонденты, отвечая на вопрос «Интересовались ли Вы, сколько времени в течение одного дня применяются цифровые устройства в группе детского сада, в которую ходит Ваш ребенок?» 70% родителей ответили положительно, что говорит об их увлеченности и внимании к своему ребенку. но последующий анализ это опровергает (табл. 1)

Таблица 1

Интересовались ли Вы, сколько времени в течение одного дня применяются цифровые устройства в группе детского сада, в которую ходит Ваш ребенок?

Выделенные типы	*Единица измерения*	да	нет
оптимисты	количество	0	70
	процент	0%	100%
тревожные	количество	37	16
	процент	69,8%	30,2%

Также большинство респондентов в этой группе отмечают, что наиболее приемлемым временем использования цифровых средств в детском саду является 5–15 (49%) или до 30 (32%) минут в день (табл. 2). Возможно, эта категория респондентов выбирает наименьшее время, так как не хотят или не доверяют технике в детских садах, но последующий анализ это опровергает.

Таблица 2

Как Вы считаете, какое количество времени использования цифровых устройств с дошкольниками приемлемо в детском саду?

Выделенные типы	*Единица измерения*	5–15 минут в день	До 30 минут в день	До 1 часа в день	Более 1 часа в день	Не стоит использовать вообще
тревожные	количество	26	17	6	1	3
	процент	49,1%	32,1%	11,3%	1,9%	5,7%
оптимисты	количество	11	32	20	2	5

	процент	15,7%	45,7%	28,6%	2,9%	7,1%

Тревожные родители немного чаще, чем оптимисты говорят о том, что доступ к цифровым устройствам в детском саду идет скорее на вред ребенку – 13% против 1%, но оба типа в большинстве поддерживают идею цифровизации в целом – 51% и 54% из обеих групп говорят о пользе цифровых средств (табл. 3). То есть можно сказать, что тревожные в целом не видят в самих цифровых средствах угрозы, скорее в их злоупотреблении.

Таблица 3

Как Вы считаете, доступ к цифровым устройствам в детском саду скорее на пользу или во вред ребенку?

Выделенные типы	*Единица измерения*	Скорее на пользу	Скорее во вред	В равной степени на пользу и во вред
тревожные	количество	29	7	17
	процент	54,7%	13,2%	32,1%
оптимисты	количество	36	1	33
	процент	51,4%	1,4%	47,1%

Говоря об использовании цифровых средств в домашних условиях, данный тип последователен в своем выборе. Респонденты также считают, что ребенок не должен проводить много времени у экранов: 43% говорят, что их ребенок пользуется техникой менее 30 минут в день, еще 32% – от 30 до 1 часа в день, 15% – от 1 до 2 часов в день. Наконец, 52% респондентов из этой группы полностью запрещают своему ребенку свободный выход в Интернет без присмотра, еще 37% проверяют, какие сайты и приложения использует ребенок (табл. 4).

Таблица 4

Следите ли Вы за тем, чем ребенок занимается в Интернете?

Выделенные типы	*Единица измерения*	Да, полностью запрещаю самостоятельное пользование	Да, проверяю, какие сайты и приложения использует ребенок	Да, стараюсь, но не всегда получается	Не слежу, чем занимается ребенок в Интернете
тревожные	количество	28	20	3	2
	процент	52,8%	37,7%	5,7%	3,8%
оптимисты	количество	17	38	14	1
	процент	24,3%	54,3%	20%	1,4%

Делая вывод об этой группе, можно сказать, что данный тип не видит проблему в самой цифровизации или цифровых средствах, но выступает за жесткое ограничение времени их использования и контроль за деятельностью ребенка в Интернете, чтобы избежать любого негативного влияния техники на детство.

Оптимисты. Начать анализ этого типа также стоит с вопроса об интересе родителей к времени, проведенному детьми с цифровыми средствами в детском саду. Интересно, что все родители из этой группы отрицательно ответили на этот вопрос, хотя среди «тревожных» таких только 30%. Это сразу же говорит о разнице во внимании к теме цифровизации. Наиболее приемлемым временем использования цифровой техники в детском саду респонденты этой группы называют до 30 минут (45%) и до 1 часа (28%) в день. По сравнению с «тревожными» они не выбирают самое минимальное время и согласны на более длительное использование техники.

Как уже было выявлено ранее, оба типа чаще отмечают, что цифровые технологии идут детям на пользу, но также многие считают, что процесс цифровизации идет в равной степени во вред и на пользу, и здесь между группами не так много различий.

Данная группа респондентов также последовательна в своих ответах в отношении времени, проводимого дошкольниками с цифровыми средствами в дошкольных учреждениях и дома. 47% респондентов заявили, что их дети пользуются гаджетами от 30 минут до 1 часа в день, еще 41% – от 1 до 2 часов в день. Также в этой группе ни один родитель не выбрал вариант «до 30 минут в день», зато вся та немногочисленная часть респондентов, позволяющая пользоваться детям техникой более 4 часов в день, относится именно к данному типу. Наконец, нельзя сказать, что оптимисты не уделяют никакого внимания тому, чем их ребенок занимается в Интернете, потому что 54% все еще проверяют, какими сайтами и приложениями пользуется ребенок, хотя 20% признаются, что делать это не всегда получается. Однако различия между группами видны и здесь, так как большая часть контролирующих родителей совсем запрещают свободный выход в Интернет своим детям.

Заключение

В работе представлены результаты изучения мнения родителей дошкольников о внедрении цифровизации в дошкольные учреждения России. Было выявлено, что во многих современных детских садах используются такие цифровые средства, как музыкальная колонка, проектор, ноутбук и телевизор. Несмотря на то, что в основном родители не видят проблемы в процессе цифровизации детских садов, они не проявляют особого энтузиазма к перспективе обучения детей цифровой грамотности или введения курсов по

использованию компьютеров детьми. Опрошенные рассматривают цифровизацию в качестве процесса изменения форм уже знакомых, традиционных для детских садов методов обучения и воспитания.

Стоит отметить, что наиболее значимым результатом исследования является выделение типов родителей с помощью кластерного анализа на основе их убеждений об использовании цифровой техники дошкольниками. Рассмотрев два типа родителей, выявленных посредством опроса, можно сделать вывод, что, хотя выделенные группы и смотрят на некоторые вопросы воспитания детей и использование ими техники по-разному, в целом современные родители не видят в цифровой среде угрозы для развития ребенка при соблюдении всех мер предосторожностей и скорее поддерживают цифровизацию в том числе и в детских садах.

В долгосрочной перспективе мы сможем более полно оценить результаты как процесса внедрения цифровизации в дошкольные учреждения, так и установки родителей по отношению к этому явлению.

Литература

Беляев 2020 – *Беляев Г.Ю.* Социально-цифровая среда как источник новых возможностей и новых рисков для современного образования // Отечественная и зарубежная педагогика. 2020. № 4 (69). С. 109–122.

Бондарчук 2019 – *Бондарчук О.А.* Особенности формирования мировоззрения дошкольника под влиянием информационных технологий // Научный альманах. 2019. № 5–3 (55). С. 136–138.

Веракса 2022 – *Веракса Н.Е.* Взаимосвязь использования цифровых устройств и развития регуляторных функций у дошкольников / Н.Е Веракса, Д.А. Бухаленкова, А.Н. Веракса, Е.А. Чичинина // Психологический журнал. 2022. Т. 43. № 1. С. 51–59.

Емельянова 2023 – *Емельянова И.Д.* Развитие речи детей дошкольного возраста в условиях цифровой трансформации // Гуманитарные исследования Центральной России. 2023. № 4 (29). С. 44–52.

Калинина 2017 – *Калинина Н.В.* Профилактика рисков интернет-активности обучающихся: субъект-порождающее взаимодействие // Образование личности. 2017. № 1. С. 12–17.

Фельдштейн 2012 – *Фельдштейн Д.И.* Современное детство как социокультурный и психологический феномен // Вестник Герценовского университета. 2012. № 1. С. 20–29.

Теоретические подходы к анализу занятости специалистов информационных технологий: интегративный взгляд

Леон В. Сафразбекян

аспирант

Московский государственный лингвистический университет, Москва

Научный руководитель: Дмитрий Г. Передня

д-р социол. наук, профессор

Московский государственный лингвистический университет, Москва

Аннотация. В статье рассматриваются теоретические подходы к анализу занятости специалистов IT через призму различных социологических концепций. Особое внимание уделяется применимости классических теорий к динамичной сфере информационных технологий и необходимости интегративного подхода для полноценного анализа современных тенденций.

Ключевые слова: занятость, специалисты информационных технологий, социальная структура, человеческий капитал, социальный капитал, теория организаций, платформенная экономика, креативный класс, функционализм

Занятость специалистов информационных технологий в контексте социологических теорий приобрела очень многогранную форму. Изучение рынка труда специалистов IT представляет особый интерес как для теоретиков, так и для практиков. Особенности этой профессиональной группы требуют пересмотра или адаптации существующих теоретических моделей занятости ввиду целого ряда причин.

Во-первых, сфера информационных технологий переживает невероятные темпы роста. В современном мире трудно переоценить значение информации – она стала мерой или валютой буквально всего – власти, образования и навыков, досуга и развлечений. Любая сфера, любой современный обзор или прогноз на тему будущего будет ставить во главу угла такие понятия, как цифровизация, оптимизация и прочие, в сущности, которых всегда лежит информация. Информационные технологии внедряются во все сферы нашей жизни – от спорта и здравоохранения до мировых финансовых систем.

Далее, IT-отрасль стала одной из первопроходцев в области новых форм занятости и методов организации труда. В условиях внедрения удаленного и гибридного графиков работы трудовая миграция (даже международная) стала распространенным явлением, особенно в среде специалистов информационных технологий. Предыдущим трендов, ядром

© Сафразбекян Л.В., 2025

которого выступали IT-компании, был бум популярности бирюзовых организаций и проектных моделей управления, призванных нивелировать недостатки каскадной системы. Как следствие, современная форма прекариата, сдельные форматы работы и привлечение аутсорс-исполнителей также не могли не ощутить толчок, данный именно IT-отраслью.

И, конечно же, современная социология не могла не ощутить импульс развития и изменений, подаренный ей когортой IT-специалистов. В 2024 г. важнейшими трендами на рынке маркетинговых исследований стали разделение ниши на кластеры ввиду появления большого количества IT-специалистов и цифровизация исследований. Более того, мы видим сплетение сфер рыночных исследований и IT-технологий[106]. Это неудивительно, так как основной целью науки социологии всегда было выявление социально типичного в поведении и жизни людей. А для любой компании, которая продает товары или услуги, это самая важная информация, ведь она позволит понять, как можно реализовать свой продукт наибольшему числу потребителей.

Все эти тенденции не просто сформировали стихийное изменение, коих в современном обществе масса и которые регулярно сменяют одно другое. Они обозначили вектор, по которому профессиональное (и социологическое, в частности) сообщество будет развиваться в ближайшие годы.

Не могу не отметить, что профессиональная группа IT-специалистов обладает важнейшим современным ресурсом – вниманием. Они у всех на слуху, молодые родители задумываются о том, как привить ребенку необходимые для реализации в такой сложной сфере качества с самого юного возраста. Зарплаты в этой профессиональной сфере – одна из самых волнующих тем для обсуждения в области изучения рынка труда. Конечно, специалисты информационных технологий являются и героями бурных интернет-дискуссий.

С учетом вышеперечисленного становится ясно, что присутствует размытие в понимании того, кого же считать специалистом отрасли информационных технологий, каким образом его изучать. К примеру, к каким географическим кластерам определять представителей этой группы ввиду возможности удаленной работы и упрощенной трудовой миграции.

При изучении занятости сразу стоит обратиться к классической экономической теории. Согласно этому подходу, рынок функционирует по законам спроса и предложения, а уровень оплаты труда определяется достижением равновесия между этими категориями

[106] Тренды рынка исследований 2024. Официальный сайт ADINDEX. URL: https://adindex.ru/publication/analitics/conjuncture/2024/10/2/326079.phtml (дата обращения: 17.12.2024).

[Mankiw 2006]. Быстро становится очевидно, что для сферы информационных технологий в целом эта концепция не подходит – технологии настолько усложнились, а продукт перестал быть физическим, из-за чего стало невозможно оценить прямое влияние каждого сотрудника на понятные бизнес-метрики – выручка, прибыль и тд. Еще больше усложняет процесс оценки упомянутая выше удаленная работа – становится почти невозможно оценить то, сколько времени сотрудник потратил на задачи (здесь стоит сразу отметить то, что переход на проектную форму занятости стал ответом рынка на эту сложность – ведь работа будет оплачиваться не за временной промежуток, а за конечный результат). Для использования классической экономической теории встречается слишком много барьеров.

В данном случае я бы не назвал это отрицательным результатом. Классическая экономическая теория показывает ограниченную применимость в контексте IT-специалистов из-за динамичности сектора, невозможности точной оценки вклада каждого сотрудника и особенностей удаленной работы. Однако она остается важным фундаментальным инструментом для базового понимания рынка труда. В конечном счете, в основе любых профессиональных взаимодействий все равно будут лежать базовые экономические законы, и, скорее к счастью, избавимся мы от них еще не скоро.

Социологический функционализм предлагает рассматривать занятость IT-специалистов через призму их функциональной значимости для общественной системы в целом. В рамках этого подхода профессиональная деятельность специалистов IT-сферы интерпретируется как элемент социальной системы, обеспечивающий выполнение конкретных функций, необходимых для поддержания стабильности и развития общества [Мертон 2006].

Основополагающей для анализа является АГИЛ-схема Парсона, позволяющая рассмотреть мультифункциональную роль IT-специалистов [Парсонс 2018]:

– адаптация к постоянно меняющимся технологическим условиям и обеспечение технологической эволюции общества;

– целеполагание через разработку информационных систем, поддерживающих достижение различных социальных и экономических целей;

– интеграция путем создания единого информационного пространства и обеспечения взаимодействия между различными сегментами общества;

– латентное поддержание шаблонов поведения через формирование специфической профессиональной культуры и нормативных установок в сфере цифровых технологий.

Однако применение функционалистского подхода к анализу занятости IT-специалистов также сталкивается с рядом ограничений. Во-первых, традиционный

функционализм плохо адаптирован к анализу быстротечных изменений, характерных для IT-сектора. Во-вторых, он недостаточно учитывает конфликтные аспекты трудовых отношений и противоречия между различными социальными группами на рынке труда. В-третьих, существует определенная сложность в описании процессов инновационного развития и внедрения новых технологий через призму строгой функциональной детерминации.

Необходимо отметить специфические особенности применения функционалистского подхода к изучению занятости IT-специалистов. Это, прежде всего, постоянная динамика ролевых обязанностей, необходимость непрерывной адаптации к меняющимся условиям, а также уникальные формы взаимодействия с различными социальными институтами и группами. Кроме того, наблюдается формирование новых типов социальных связей, основанных на цифровых платформах и технологиях.

Социологический функционализм позволяет рассматривать деятельность IT-специалистов как неотъемлемую часть общественной системы, выполняющую ключевые функции по обеспечению технологической эволюции, интеграции социальных групп и поддержанию стабильности через цифровые технологии. Тем не менее, его ограничения проявляются в сложности учета быстрых изменений и конфликтных аспектов трудовых отношений.

Если говорить о динамичных изменениях, которыми характеризуется сфера информационных технологий, то важно понимать, что для этой отрасли характерны постоянные повышения квалификаций, саморазвитие, участие в коммерческих мероприятиях, призванных поделиться опытом, рассказать про пути решения нестандартных задач, а также высокая степень мобильности и совмещения нескольких видов деятельности.

Соответственно, для продвижения в такой сфере необходимо накапливать различные виды капиталов – социальный, человеческий, образовательный и прочие. Конкретно в отрасли информационных технологий может быть качественно применен концепт человеческого капитала. Согласно этой теории, инвестиции в образование, профессиональное развитие и повышение квалификации являются ключевыми факторами определения заработной платы и карьерного роста [Coleman 1988]. В случае с IT-специалистами эта модель особенно актуальна из-за высокой скорости технологических изменений и необходимости постоянного обновления знаний и навыков [Putnam 2000].

Однако классическая концепция человеческого капитала требует модификации для учета ряда особенностей. Во-первых, срок жизни конкретных компетенций быстро сокращается. Сейчас все чаще слышится, что профессия разработчика может кануть в лету,

так как подобную деятельность с большей эффективностью смогут выполнять нейросети, а профессия ML-инженера, который, как раз, эти нейросети обучает, начинает выбиваться на вершину популярности. Во-вторых, специалистов становится все больше, а значит их личные качества и «мягкие» навыки и компетенции становятся все актуальнее. А уровень таких умений сложнее замерить. В-третьих, само неформальное самообразование становится крайне размытой метрикой – многие специалисты бывают самоучками в конкретных навыках, и проверяется это либо уже в работе, когда они в состоянии выполнить задачу, либо во время тестирования на этапе приема на работу.

Теория человеческого капитала становится особенно актуальной для IT-сектора благодаря необходимости постоянного обновления знаний и навыков. Однако классическую модель необходимо адаптировать для учета сокращенного жизненного цикла компетенций, роста значимости «мягких» навыков и особой роли неформального образования.

Теория социального капитала может помочь разрешить ситуацию с выявленными барьерами теории человеческого капитала – из открытых источников можно узнать, что для IT-специалистов характерны высокая активность в виртуальных социальных сетях и на профессиональных онлайн-платформах. Это же и выражается в особом статусе коммуникации внутри сообщества – с одной стороны она является сильным аспектом сообщества, а с другой – основным проблемным местом. Она и связывает людей со всего земного шара, давая им возможность совместно работать над крупным значимым проектом. Однако именно удаленный формат влечет за собой недостаток коммуникации между связующими звеньями, ситуации, когда проявляется нехватка контроля, разрывы по часовым поясам и подобные проблемы. Именно человеческий капитал, выраженный в собственной трудовой дисциплине, развитом эмоциональном интеллекте и сильных коммуникативных навыках позволяет разрешить ситуацию с разобщенностью IT-специалистов.

Поэтому внутри сообщества крайне важен микс социального и человеческого капиталов, потому что он помогает преодолеть недостаток коммуникации, который является одним из корневых конфликтов, присущих данному профессиональному сообществу.

Теория социального капитала дополняет анализ, акцентируя внимание на важности профессиональных сетей и онлайн-платформ для успешной карьеры IT-специалистов. Она помогает объяснить механизмы преодоления коммуникативных барьеров в условиях удаленной работы и международного взаимодействия.

Таким образом, объединение подходов теорий человеческого и социального капитала позволяет создать более целостную картину факторов, влияющих на успешность занятости специалистов IT-сферы. Это сочетание особенно актуально для анализа современных трендов на рынке труда, где традиционные границы между формальным образованием, профессиональным опытом и социальными связями становятся все более размытыми.

Таков может быть взгляд на проблему «снизу» – с точки зрения личного и межличностного взаимодействия. Однако необходимо проанализировать проблему и «сверху», ведь в основе лежит именно профессиональная деятельность, а она реализуется внутри юридических компаний – профессиональных рабочих организаций.

Теория организаций, представленная работами Джеймса Марча и Герберта Саймона, предоставляет важный инструментарий для анализа особенностей занятости специалистов IT-сектора через призму их взаимодействия с организациями различного типа. Этот подход позволяет глубже понять механизмы управления трудом, формирования команд и реализации проектов в условиях цифровой экономики. Как было сказано ранее, в IT-сфере наблюдается трансформация традиционных иерархических структур в более гибкие модели управления. Это связано с необходимостью быстрой адаптации к изменениям рынка и технологий [March, Simon 1958]. Организации все чаще применяют плоские структуры управления, что способствует ускорению принятия решений и повышению эффективности работы специалистов. Отсюда и появились проектная деятельность и бирюзовые организации.

В теоретический анализ деятельности специалистов отрасли IT хорошо встраивается концепция ограниченной рациональности – ведь в принятии решений на рынке информационных технологий почти всегда больше неизвестных, чем известных переменных [Simon 1955]. Чаще всего приходится иметь дело с инновациями, а значит, нет целостной системы знаний (что выливается в накоплении баз данных и образовательных систем внутри компаний). Изучение нового всегда сопряжено с ограниченными ресурсами ввиду серьезных рисков и отсутствия прибыли, по крайней мере, в краткосрочной перспективе. Значит и формирование команд происходит на ограниченный срок и часто под междисциплинарные нужды.

Все это происходит в условиях постоянных изменений, появлении новых продуктов и технологий на рынках и отсутствии релевантной базы знаний, которую можно использовать как надежную опору. Поэтому IT-деятельность и сопряжена скорее с поиском «удовлетворительных» решений, нежели с полной рациональностью.

Теория организаций может предоставить ценный инструментарий для анализа занятости специалистов IT-сферы, позволяя понять механизмы взаимодействия между работниками и организациями в условиях цифровой экономики. Что касается цифровой экономики, логично будет дополнить теорию организаций концепцией платформенной экономики.

В отличие от традиционных организационных структур, где четко определены границы между компаниями и работниками, в платформенной экономике наблюдается размытие этих границ [Miller 2016]. IT-специалисты все чаще взаимодействуют через цифровые платформы, что меняет природу их трудовых отношений. Эта тенденция развивает идею гибких организационных структур из теории организаций, привнося элементы динамичности и временного характера взаимодействий.

Далее, концепция ограниченной рациональности (в рамках теории организаций) дополняется новыми формами распределения задач через платформы. IT-специалисты получают доступ к глобальным рынкам труда, где могут выполнять проекты различной сложности, не связываясь с конкретной организацией на постоянной основе. Это требует пересмотра классических моделей ролевого распределения.

В то время как теория организаций акцентирует внимание на внутренних командах, которые мы ранее уже обсуждали, платформенная экономика способствует созданию временных, часто международных команд специалистов. Такие коллективы формируются вокруг конкретных проектов или задач и существенно отличаются от традиционных корпоративных команд. Этот подход буквально демонстрирует то, что мы видим в современной отрасли IT.

Теория платформенной экономики представляет собой логическое развитие концепций теории организаций, адаптированных к особенностям цифровой эпохи. Она позволяет глубже понять трансформацию форм организации труда IT-специалистов через призму глобальных цифровых платформ и временных проектных команд.

Завершить хотелось бы рассмотрением еще одной концепции. Теория креативного класса, разработанная Ричардом Флоридой, представляет собой важный инструмент для анализа занятости специалистов информационных технологий. В рамках этой теории IT-специалисты рассматривается как ключевая часть креативного класса, чья деятельность основана на создании нового знания и инноваций [Florida 2002].

Особенность IT-специалистов как представителей креативного класса заключается в их способности генерировать ценность через интеллектуальный труд и творческое мышление. Этот аспект особенно релевантен для современного общества знаний, где информация становится основным ресурсом производства. IT-специалисты формируют

особую субкультуру, характеризующуюся высокой степенью автономии, предпочтением гибких форм работы и ориентацией на проектную деятельность.

Флорида акцентирует внимание на территориальной мобильности креативного класса, что особенно актуально для IT-специалистов. Возможность удаленной работы и развитые цифровые технологии позволяют им свободно перемещаться по миру, выбирая наиболее комфортные условия жизни и работы. Это приводит к формированию новых паттернов трудовой миграции, где важнейшими факторами становятся не только экономические условия, но и культурная среда города или региона.

Кроме того, теория креативного класса помогает объяснить предпочтения IT-специалистов в выборе места работы. Они ориентируются не только на материальное вознаграждение, но и на наличие возможностей для профессионального развития, участие в интересных проектах, а также благоприятную социальную среду. Этот феномен можно наблюдать в концентрации IT-компаний в определенных «цифровых хабах», таких как Кремниевая долина, Берлин или Москва.

Важной особенностью IT-специалистов как части креативного класса является их активное участие в формировании городской культуры. Они способствуют развитию новых форм общественной жизни, поддержке инновационных проектов и улучшению качества городской среды. При этом IT-специалисты часто становятся драйверами изменений не только в профессиональной сфере, но и в общественной жизни в целом.

Таким образом, применение теории креативного класса позволяет глубже понять механизмы функционирования рынка труда IT-специалистов, особенности их профессиональной деятельности и предпочтения в выборе условий работы. Эта концепция дополняет ранее рассмотренные подходы, добавляя новый ракурс для анализа занятости в данной сфере и позволяя учесть специфику современных тенденций в организации труда и профессиональной мобильности.

Учитывая все сказанное выше, хочется подвести некоторый итог того, что из изученного реально может быть применимо современной социологией в контексте изучения специалистов отрасли информационных технологий.

При изучении базовых механизмов функционирования рынков труда в IT я бы предложил использовать именно концепции социального и человеческого капиталов, так как они помогут качественно дополнить вполне очевидное изучение компетенций исследованием роли социальных навыков и связей внутри сетевого общества.

Для изучения организационных аспектов занятости органично будут работать теория организаций, реализованная в системе экономики цифровых платформ. Это позволит учесть как традиционные формы работы внутри компаний, так и новые форматы

удаленной и проектной занятости. При этом можно надежно применять теорию ограниченной рациональности, так как условия функционирования отрасли информационных технологий как нельзя лучше ложатся в эту концепцию.

Теорию креативного класса же можно использовать как дополнительную концепцию при исследовании территориальной мобильности и выбора места работы, так как она способна объяснить предпочтения IT-специалистов в выборе города/страны проживания.

В целом, наиболее эффективным представляется использование гибкого интегративного подхода, где конкретный набор теоретических моделей выбирается в зависимости от исследуемой проблемы и контекста анализа. Это позволит максимально полно учесть специфику занятости современных IT-специалистов во всех ее проявлениях.

Литература

Мертон 2006 – *Мертон Р.К.* Социальная теория и социальная структура / Пер. с англ. Е.Н. Егоровой и др.; Науч. ред. З.В. Коганова. М.: АСТ: Хранитель, 2006. 873 с.

Парсонс 2018 – *Парсонс Т.* Социальная система. М.: Академический проект, 2018. 529 с.

Coleman 1988 – *Coleman J.S.* Social Capital in the Creation of Human Capital // American Journal of Sociology. 1988. Vol. 94. P. 95-120.

Florida 2002 – *Florida R.* The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. Basic Books, 2002. 448 p.

Mankiw 2006 – *Mankiw N.* Principles of Economics. Mason: South-Western College Pub., 2006. 896 p.

March, Simon 1958 – *March J.G., Simon H.A.* Organizations. Wiley-Blackwell, 1958. 304 p.

Miller 2016 – *Miller J.* Platform Economy: How to Compete in a World of Disruption and Win. Palgrave Macmillan, 2016. 320 p.

Putnam 2000 – *Putnam R.* Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. New York: Simon & Schuster, 2000. 544 p.

Simon 1955 – *Simon H.* A Behavioral Model of Rational Choice // Quarterly Journal of Economics. 1955. Vol. 69. No. 1. P. 99–118.

Роль блога в распространении здорового образа жизни

Вероника И. Воронина

студентка
Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, Санкт-Петербург

Алена Р. Сороканюк

студентка
Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, Санкт-Петербург

Научный руководитель: Лейсан К. Аницоева

канд. пед. наук, старший преподаватель
Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, Санкт-Петербург

Аннотация. Сегодня тренд здорового образа жизни направлен не только на поддержание хорошей физической формы, но и любовь к самому себе, поэтому медийные личности уделяют этому пункту особое внимание при подготовки своего контента. В статье рассмотрены особенности воздействия современных медиа на восприятие зрителем здорового образа жизни. Предполагается, что под влиянием трендов аудитория перенимает привычки известных блогеров, чей образ жизни связан со спортом и правильным питанием. В качестве примеров приводится опыт популярных блогеров Хлои Тинг, Андрея Никифорова и Ксении Калм, а также производится сравнение их методик.

Ключевые слова: здоровый образ жизни, средства массовой информации, блогеры, тренд

Здоровый образ жизни – это система здоровых привычек и действий, способствующих укреплению физического и морального здоровья. Ранее он подразумевал вопрос исключительно физического состояния, а в настоящее время такую же актуальность имеет и психологическое здоровье. Смещение спектра направленности произошло под воздействием разных факторов, в том числе и влияния медиа.

Средства массовой информации представляют собой социальный институт, состоящий из органов публичной передачи информации [Павлова 2023, с. 1163]. Медиа является более широким понятием, включающим в себя методы и средства работы с информацией, а также пространство, где они функционируют. Глобальное развитие социальных сетей способствовало расширению медиапространства и увеличению числа его участников, а значит информация стала более доступной для пользователей по всему миру.

Социальные медиа-платформы стали мощным инструментом в пропаганде здорового образа жизни[108]: пользователи могут получать рекомендации и советы от специалистов из разных сфер, обмениваться личным опытом и продвигать свои взгляды в

© Воронина В.И., Сороканюк А.Р., 2025

[108] *Чурина Ю.* Роль средств массовой информации в формировании здорового образа жизни. 2023. URL: https://www.b17.ru/article/428366/ (дата обращения: 27.11.2024).

массы. В последние годы контент-мейкеры, рассказывающие о здоровом образе жизни, становятся всё более известными среди пользователей сети Интернет.

В литературе рассматриваются различные критерии влияния СМИ на аудиторию: формирование установок и стереотипов и воздействие на них, манипулирование системой ценностей, изменение мотивационного компонента, воздействие авторитета и другие. Данные критерии входят в систему 3 основных форм информирования населения: агитацию, пропаганду и контрпропаганду [Науменко 2004, с. 104].

Основной целью исследования является определение критериев влияния СМИ на формирования здорового образа жизни в восприятии пользователей. В первую очередь внимание будет уделяться индивидуальным блогам.

Одной из наиболее популярных персон, продвигающих активный образ жизни в массы, является американская фитнес-блогерша Хлоя Тинг. В настоящее время её Ютуб-канал насчитывает 25,5 мл подписчиков, а количество просмотров уже свыше 3 млрд.

Канал был создан в 2011 г., но активная публикация видео началась в 2016. Изначально контент был направлен на моду и путешествия, а с 2017 канал Хлои Тинг полностью сосредоточился на фитнесе.

Самые большие просмотры стали появляться с августа 2019 г., после публикации одного из самых популярных по количеству реакций на видео в канале Хлои Тинг и по сей день – «Get Abs in Two Weeks». На данный момент оно собрало уже 560 млн просмотров и 9,4 млн лайков. Такая большая популярность обусловлена и тем фактом, что многие другие блогеры и контент-мейкеры пробовали и выставляли в блог то, как они тренируются по системе Хлои Тинг. Подобные видео также собирали миллионные просмотры.

С наступлением 2020 г. и объявлением локдауна из-за COVID-19 многие люди занимались домашними тренировками для поддержания базовой физической активности. Это было одним из факторов, повлиявшим на популяризацию контента Хло Тинг. Вместе с этим в период пандемии активно развивался TikTok, где «двухнедельный челлендж» Хлои стал настоящим хитом среди пользователей приложения. Получив сильный фитбэк от аудитории, блогерша начала развивать собственный сайт, где публиковала бесплатные челленджи по похудению, которые включали тренировки, полезные рецепты и результаты других участников. На данный момент сайт постоянно обновляется новым контентом и имеет миллионные посещения[109].

Главный критерий влияния Хлои Тинг на мнение аудитории – доверие, которое обеспечивается поддержкой других блогеров и высокой степенью результативности ее

[109] *Chloe Ting.* Free Workout Programs. URL: https://chloeting.com/ (дата обращения: 27.11.2024).

тренировок в короткие сроки, а также удачным временным периодом (пандемия) распространения ее контента.

Все эти события способствовали тому, что по официальному отчёту YouTube Хлоя Тинг была признана самым влиятельным создателем контента для домашних тренировок.

В наше время, когда развитие медиапространства происходит в ускоренных темпах и повсеместно, всё больше специалистов предлагают свои услуги через интернет. В число таких людей относятся и диетологи, которые дают клиентам рекомендации по питанию и образу жизни. Поскольку такие специалисты являются врачами, которые имеют право ставить диагнозы и назначать лечение, то они обязаны иметь диплом о среднем или высшем медицинском образовании.

Андрей Никифоров – врач-диетолог со стажем 9 лет, который активно продвигает свои услуги в социальных сетях. С 2022 г. он публикует короткие видео о здоровом питании и влиянии пищи на человеческий организм, которые набирают по 4-5 тыс. просмотров, а на его личную страницу подписано 58,7 тыс. человек. Увеличение числа клиентов и бурное развитие деятельности Андрея Никифорова началось после 2022 года, когда в связи с санкциями многие пользователи вернулись в отечественную сеть ВКонтакте.

Андрей Никифоров в сотрудничестве с фитнес-тренером Евгенией Кузнецовой ведёт Ютуб канал. На данный момент он имеет 67,9 тыс. подписчиков, а общее число просмотров составляет 4,5 млн. Большинство видео посвящены тематике похудения, тренировок и здорового питания. Андрей Никифоров рассказывает о свойствах продуктов и различных подходах к питанию, основываясь на медицинских знаниях и собственной практике по работе с людьми, страдающими от лишнего веса. Больше всего просмотров на Ютуб-канале набирают трансляции (7–10 тыс), так как они входят в курс по питанию, разработанный самим врачом.

На странице во ВКонтакте продвигается бесплатный курс-знакомство «Стройность и Здоровье». В этой программе участницы получают личные рекомендации по работе со своим телом и питанием, что помогает участницам увидеть первые результаты уже после первой недели[110].

Особенность влияния блога Андрея Никифорова на аудиторию заключается в первую очередь в научности и доказательности предоставляемых им данных, так как в отличие от многих блогеров-диетологов Андрей имеет медицинское образование, что подтверждает качество его знаний. В настоящее время блогер имеет на своей практике уже

[110] Бесплатный онлайн-курс «Стройность и здоровье» // ВКонтакте. URL: https://vk.com/app5898182_-146424611#s=1128085 (дата обращения: 27.11.2024).

более 3000 женщин, которые смогли значительно снизить вес за счёт рекомендаций диетолога. Врач продолжает развивать собственные курсы и клуб, публиковать полезный контент в своих социальных сетях и привлекать всё больше женщин в сообщество по здоровому похудению.

Сегодня ЗОЖ – это не только о спорте и правильном питании, но и о здоровом отношении к самому себе, своему ментальному состоянию. Одним из атлантов ЗОЖ на просторах Рунета является Ксения Калм. Ее ютуб-канал появился в 2021 г., и на сегодняшний день количество подписчиков составляет 925 тысяч. Основная цель ее деятельности – найти единомышленников, придерживающихся осознанного стиля жизни, и вдохновлять их на выстраивание позитивных отношений с самим собой[111]. Стоит учесть, что образование блогера не декларируется, но людей привлекают ее жизненный опыт и позитивный настрой.

Начался блог Калм с небольших советов по уходу за волосами и кожей. Девушка без стеснения показывала свой размеренный образ жизни, который помогает ей найти гармонию с собой и окружающим миром. Затем Ксения стала публиковать контент о занятиях спортом – первое видео подобного формата было создано на основе тренировки ранее упомянутой Хлои Тинг и стало рекордсменом по количеству просмотров. Понемногу блогер стала вводить видео о полезных привычках – йоге, дыхательных практиках, правильном питании с указанием простых рецептов, указывающих на доступность для любого человека.

Ксения не боится говорить и о своих личных ценностях, опасениях и переживаниях, отвечает на вопросы подписчиков о том, каким образом можно повысить свою мотивацию или избежать депрессии, что становится немаловажным фактором выстраивания коммуникации и эмоционально поддерживающей связи с поклонниками.

Феноменом популярности Калм стала ее открытость перед простым зрителем, честность и искреннее желание помогать людям. Ксения дает понять, что ограничения в пище, отдыхе или изнурение тренировками – путь, ведущий к проигрышу и саморазрушению, а если цель – любовь к себе, то действовать нужно иначе. На понятных примерах она показывает, как можно воспитать здоровое отношение к себе и окружающим людям, проработать свои ошибки и принять себя для того, чтобы достичь новый уровень личностного развития. Основной критерий ее воздействия на аудиторию – психологический. Она позиционирует себя как друг и помощник, готовый оказать

[111] Страница Ксении Калм на Ютуб. URL: https://m.youtube.com/@KseniaCalm/videos (дата обращения: 27.11.2024).

поддержку в выстраивании самовосприятия как через физический аспект, так и через моральный.

Таким образом, выявлено, что в последние годы растёт влияние медиа на продвижение здорового образа жизни. Пропаганда СМИ достаточно широко используется в популяризации ЗОЖ как в спорте, так и в отношениях с самим собой. Благодаря развитию социальных сетей, обилию специализированного контента и активной вовлечённости пользователей и контент-мейкеров сообщество сторонников активного лайфстайла растёт, что прослеживается на конкретных примерах. Из проведенного анализа интернет-медиа выявлено, что данный способ коммуникации между блогерами и подписчиками обладает высоким уровнем мотивации для обеих сторон и является одним из самых простых способов воздействия на массы.

Выявлены следующие критерии воздействия на аудиторию в медиа среде: поддержка других блогеров (авторитетность), результативность методик в короткие сроки, научность фактов, наличие специализированного (медицинского) образования, открытость перед зрителем.

Процесс влияния интернет-медиа на молодое поколение и популяризацию среди него здорового образа жизни рассмотрен в ходе анализа методик воздействия выбранных блогеров – у Хлои Тинг это поддержка других блогеров и высокая результативность тренировок в малые сроки, у Андрея Никифорова – научная доказательность, подтвержденные медицинские знания, а у Ксении Калм – доверительные отношения с аудиторией, честность и открытость перед зрителем. Результаты исследования собраны в таблицу с оценочными данными.

Литература

Науменко 2004 – *Науменко Т.В.* Массовая коммуникация и методы ее воздействия на аудиторию // Философия и общество. 2004. № 1. С. 100–118.

Павлова 2023 – *Павлова В.Д.* Влияние СМИ на отношение студентов к здоровому образу жизни и спорту // Вестник науки. 2023. № 5 (62). С. 1163–1168.

Отношение молодежи поколения Z к вопросу создания семьи и родительству (записки с рабочего стола социолога)

Дарья А. Королева

студентка
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Марина С. Короткова

канд. социол. наук, доцент
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В данной статье рассматривается отношение современной молодежи поколения Z и Y к созданию семьи, причины ее позднего создания и факт отложенного рождения детей. Дается сравнительный анализ социальных и культурных факторов на трансформацию семейных установок среди поколений Z и Y. Особое внимание уделяется ценностям, которые поколение Z стремится реализовать в первую очередь. Анализируются данные авторского качественного исследования и результаты всероссийских опросов.
Ключевые слова: семейные ценности, поколения Z и Y, трансформация ценностей

Каждое новое поколение является носителем собственных ценностных ориентаций, сформированных средой, окружением, различными социальными институтами. Последние также подвержены влиянию времени и пересмотру некоторых социальных и культурных норм. Представляется интересным сравнить отношение к одному и тому же вопросу - созданию семьи и рождению детей – двух последовательно сменяющих друг друга поколений молодежи – Y и Z. Обозначим, какие возрастные группы относятся к поколению Y, а какие к поколению Z. Поколение Z – родились в период примерно с 2000 по 2010 г., выросли в эпоху стремительного технологического прогресса, глобализации и цифровизации. В отличие от предыдущих поколений, они с самого раннего возраста имели доступ к интернету, смартфонам и социальным сетям. Поколение Y (миллениалы) – родившиеся в период примерно с 1981 по 1999 г. Миллениалы стали свидетелями перехода от аналоговой эпохи к цифровой и пережили расцвет интернета, мобильных технологий и социальных сетей. Они росли в период глобальных экономических изменений, что сформировало их мировоззрение и подход к жизни.

Для поколения Z семья остается главной ценностью. Согласно опросу ВЦИОМ, проведенному в 24 января в 2024 г. крепкая семья – наиболее важная ценность для 67% россиян, а среди молодежи данную ценность отмечают самой важной от 70 до 77%

© Королева Д.А., 2025

респондентов[113]. Меняется логика достижения этой ценности: раньше создание семьи воспринималось как создание «новой ячейки общества», естественный процесс продолжения рода, обязательный этап взросления. Сегодня же молодежь относится к этапу создания семьи с большей ответственностью и осознанностью. Молодые люди стремятся к тому, чтобы сначала реализовать свои потребности и желания: понять себя, получить профессию, утвердиться в обществе и иметь финансовую «подушку». Рассмотрим причины подобного поведения.

В современном мире наблюдается большая дистанция между поколениями родителей и детей (поколения Y и Z). Такого разрыва между мировоззрениями никогда не наблюдалось. Основной причиной подобного расхождения во взглядах является появление цифровой среды и распространение Интернета среди людей. Поколение Y воспитывалось и росло без сети Интернет, он появился уже когда это поколение было в осознанном возрасте. Им пришлось учиться пользоваться Интернетом и привыкать к тому, что большая часть важных человеку вещей будут перенесены в цифровой мир. В то время как поколение Z уже родилось среди цифрового мира и с детства знает, как пользоваться всеми благами Интернета, но также знает, как обходить все угрозы цифрового мира. Для зумеров привычна многозадачность, быстрый доступ к любой информации и преимущественно онлайн-коммуникация. Их родители же остаются носителями аналогово мышления, им привычны иные ритмы жизни и иной способ восприятия мира. Именно это приводит к тому, что поколения «говорят на разных языках». Родители предлагают своим детям опираться на жизненный опыт старших поколений, но молодежь чаще всего либо негативно относится к этому опыту, либо же вовсе игнорируют. В глазах молодежи поколения Z сценарии их родителей выглядят устаревшими, неподходящими под современную реальность, лишенными гибкости. Согласно исследованию ВЦИОМ, проведенному 23 июня 2022 г., российская молодежь стремится быть непохожей на своих родителей (54-57% в группе 18-34-летних)[114]. Это говорит о том, что современная молодежь отвергает традиционное понимание и создание семьи, но при этой ищет новые модели.

Вторая причина, из-за которой поколение Z откладывает создание семьи – современная молодежь отходит от понимания, что семья – это обязанность. Для них

[113] Опрос ВЦИОМ «Семья как ценность». URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/semja-kak-cennost?ysclid=ma2isyssjy276363412 (дата обращения: 01.04.2025).

[114] Опрос ВЦИОМ «Наши дети будут лучше, чем мы?». URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/nashi-deti-budut-luchshe-chem-my (дата обращения: 01.04.2025).

создание семьи – это ответственный и серьезный шаг, который требует большой подготовки. Молодежь поколения Z не хочет жить по принципу «появится ребенок и все остальное приложится» [Гурко 2023]. Нужно сначала полностью подготовиться, как и в моральном плане, так и финансовым, а потом уже вступать в брак и рожать детей. На первый план выходит представление о семье как о зрелом и осознанном выборе, который не должен быть продиктован обществом или возрастом.

Подобные результаты мы получили, проведя в декабре 2024 г. собственное качественное исследование «Отражение традиционных семейных ценностей в цифровой среде в оценках поколений Y и Z» Исследование проводилось в рамках освоения дисциплины «Качественные методы», методом глубинного интервью, количество информантов – 10 (5 представителей поколения Z, 5 – поколения Y). Мнение относительно отложенного начала семьи хорошо прослеживается в цитатах из интервью. Так, один из респондентов, Алексей (23 года) отметил, что

> …сейчас я хочет жить для себя – учиться, путешествовать, строить карьеру и пробовать всё, что интересно. Семья и дети – это важно, но пока хочется стать тем, кем я хочу быть, а потом уже думать о том, чтобы быть кем-то для других.

Данная цитата показывает, что для молодых людей важна в первую очередь реализация себя, а потом уже создание семьи и детей, но при этой они отмечают, что семья остается важной ценностью. Интерес представляет мнение следующего респондента, Алина (21 год):

> Сейчас я ценю свою свободу больше всего. Хочется жить так, как я хочу, – путешествовать, менять планы, пробовать новое. Брак и дети – это, конечно, красиво, но пока это кажется мне огромным ограничением. Я не готова отказываться от себя ради того, что от меня ждут другие.

Можно увидеть еще одну важную причину отложенного брака и семьи – желание насладиться свободой. Молодые люди понимают, что семья – это большие ограничения, как своих возможностей, так и собственной реализации. Молодежь ставит на первое место себя, и не хочет думать о том, что ждет от них общество. Но при этом стереотип, о безответственности и *инфантильности* ***молодежи*** *не подтверждается***:** так Катя (21 год) говорит о том, что

> Семья – это не просто красивые слова и картинки. Это огромная ответственность перед мужем, перед ребёнком, перед самой собой. Я пока не чувствую, что готова взять на себя такую ношу. Хочется сначала понять, кто я, чего хочу, и только потом, если решусь, стать опорой для кого-то другого. А пока – я в поиске себя, а не в поиске обязательств.

Данный ответ иллюстрирует тот факт, что молодежь прекрасно понимает, насколько большой ответственностью является создание семьи и просто хочет отнестись к этому с большей осознанностью, нежели предыдущие поколения. Итак, откладывание семьи

становится частью осознанного взросления и новой нормой: более гибкой, ориентированной на возможности конкретного человека.

Один из связанных с темой семьи вопросов является отношение поколения Z к детям и родительству**.** Раньше вступление в брак и появление детей воспринималось как естественное продолжение рода и продолжение супружеских отношений. Это были важнейшие элементы традиционной семьи. В современном мире эти этапы взрослой жизни воспринимаются молодежью как сложный выбор, требующий осмысления и взвешенного решения. Молодые люди всё чаще воспринимают воспитание детей как невероятно затратный и ответственный процесс, требующий больших ресурсов – не только финансовых, но и временных, эмоциональных и энергетических. Дети больше не рассматриваются исключительно как источник радости. Для многих, особенно для тех, кто находится в активной фазе самоопределения, дети становятся серьёзным препятствием на пути к личностным и профессиональным достижениям. Амбициозные молодые люди поколения Z, стремящиеся к самореализации, образованию, путешествиям, профессиональному развитию и поиску своего места в жизни, видят в родительстве потенциальное ограничение. Перспектива стать родителем может казаться преждевременным и тяжёлым бременем, способным существенно изменить или даже полностью прервать их планы на жизнь. Поэтому откладывание рождения детей становится осознанным выбором, диктуемым стремлением к самореализации и построению собственной успешной карьеры и жизни. Если раньше люди создавали семью из-за того, что подходил возраст и время для этого, то сейчас в том числе и из-за развития медицины этот этап может быть отложен без серьезных последствий. Психологическая зрелость, эмоциональная устойчивость и финансовая стабильность – новые критерии, по которым молодежь решает, что готова к родительству.

Таким образом, в современном мире мы можем наблюдать не отказ от семьи как от социального института, а его полное переосмысление. Молодежь, как и в другие времена, хочет создавать семью, но делать это в своем темпе, а не под давлением общества, времени или традиций. Этот подход можно назвать зрелым, в котором сочетается уважение к семье и желание позаботиться о ее будущем заблаговременно.

Литература

Гурко Т. А. Семейные факторы репродуктивного поведения // Социологические исследования. 2023. № 12. С. 72–82.

Новые формы коммуникации преподавателей и студентов в цифровой среде

Полина А. Завгородняя

студентка
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Марина С. Короткова

канд. социл. наук
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. Трансформация образовательного процесса послужила изменению способов коммуникации и формированию новых способов взаимодействия между преподавателями и студентами, которые подразумевают под собой не только передачу информации, но и процесс обучения. Цифровизация и растущая популярность онлайн-обучения изменили способы общения преподавателей и студентов. В статье описаны такие формы взаимодействия, как мессенджеры и видеосвязь, онлайн-курсы и вебинары, облачные сервисы для совместной работы.

Ключевые слова: онлайн-образование, коммуникация, преподаватель, студент, цифровая образовательная среда, связь, обучение, технологии

Введение

Начало процесса цифровизации образования относят к началу 1990-х гг. с одновременным появлением Всемирной паутины, когда появились новые способы и ресурсы для обучения[116]. Значительным толчком к онлайн-образованию стала пандемия COVID-19: в начале 2020 г. на территории Российской Федерации были введены ограничительные меры, которые повлияли на все сферы жизни людей. Все началось с того, что «15 марта 2020 г. Минпросвещения рекомендовало временно перейти школам на дистанционное обучение из-за эпидемии»[117]. Это послужило стремительному темпу цифровизации не только образования, но и других областей. Следующий шаг в этом направлении: реализация в 2019–2024 гг. национального проекта «Образование», направленного на создание и внедрение в образовательных организациях цифровой образовательной среды, а также обеспечение реализации цифровой трансформации системы образования[118].

© Завгородняя П.А., 2025

[116] Всемирная паутина // Большая российская энциклопедия – электронная версия. URL: https://old.bigenc.ru/technology_and_technique/text/3923747 (дата обращения: 27.04.2025).

[117] История коронавирусных ограничений в России // ТАСС. URL: https://tass.ru/info/15101389 (дата обращения: 27.04.2025).

[118] Национальный проект «Образование». URL: https://bnoshrf.gosuslugi.ru/glavnoe/natsionalnyy-proekt-obrazovanie/ (дата обращения: 22.04.2025).

За цифровизацией образования последовавала трансформация методов преподавания, связанных с новыми технологиями, появление новых форм коммуникации преподавателей и обучающихся. Традиционные лекции и семинары дополнились интерактивными инструментами, делая процесс обучения более гибким, интересным и индивидуальным. Сформировалась цифровая образовательная среда, включающая в себя использование информационных и коммуникационных технологий в процессе обучения.

Основная перемена во взаимодействии преподавателя и студентов – снижение личного контакта и рост использования интернет-технологий для связи. По данным опроса ВЦИОМ, в школьных чатах ежедневно общаются 86% учителей, 71% учеников и 59% родителей[119]. Мессенджеры становятся наиболее предпочтительным способом связи для решения учебных вопросов; респонденты подтверждают их удобство, быстроту и эффективность. Коммуникация представляет собой не только прием и передачу информации, но создание некой общности, определенной степени взаимопонимания между участниками, предполагающего необходимость обратной связи, взаимного наложения сфер личного опыта, особенностей генерирования смысла в коммуникативном взаимодействии [Якупов 2016]. Общение между преподавателями и студентами в цифровой среде подразумевает под собой также формы обучения и взаимодействия на темы индивидуальных образовательных траекторий, совместной работы над проектами, персонализированной обратной связи и создания доверительных отношений в цифровом пространстве.

Мессенджеры и видеосвязь. Учитывая цифровизацию образования и популяризацию онлайн-образования, использование мессенджеров стоит считать за новую форму коммуникации между преподавателями и студентами, поскольку они теперь также используются и для проведения занятий. Под мессенджерами стоит подразумевать не только сервисы для организации переписок, но и платформы видеосвязи.

Сервисы видеосвязи изменили взаимодействие преподавателя и студентов особенно во время COVID–19, когда школы и вузы перешли в дистанционный формат. Наличие платформ с возможностью проводить видеозвонки сделало образовательный процесс удобным и приближенным к привычному традиционному.

Для связи участники образовательного процесса используют Telegram, WhatsApp, Discord, Zoom, Microsoft Teams, Google Meet и другие платформы. Перечисленные сервисы являются самыми распространенными и удобными, поскольку совмещают в себе

[119] Мессенджеры в школе: новый каркас учебного процесса // ВЦИОМ. 2022. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/messendzhery-v-shkole-novyi-karkas-uchebnogo-processa (дата обращения: 27.04.2025).

возможность звонков и переписки. Занятия благодаря таким ресурсам становятся проще, налаживается контакт между преподавателем и студентами, так как появляется возможность видеть друг друга и своевременно отвечать на вопросы или вести дискуссии.

К преимуществам использования мессенджеров в образовательном процессе относят обширный функционал приложений, удобный интерфейс, создание и хранение цифрового контента (записи материалов лекций и семинаров), формирование навыков компьютерной грамотности, повышение мотивации за счет интерактивных способов проведения занятий, возможных на платформах [Манапова, Подин 2021]. Среди минусов такой формы общения выделяют ухудшение навыков речи, слабую самопрезентацию или ее полное отсутствие, а также отсутствие личного контакта между студентами и преподавателем.

Онлайн-курсы и вебинары. Следующей относительно новой (инновационной) формой взаимодействия преподавателей и студентов в цифровой образовательной среде можно считать массовые открытые онлайн-курсы (MOOC, Massive Open Online Courses), суть которых заключается в предоставлении на онлайн-платформах видеолекций и материалов для самостоятельного изучения того или иного предмета. Такие курсы идентичны по содержанию академическим университетским дисциплинам в аудиториях. В онлайн-среде они представляют собой упорядоченную совокупность видеолекций, учебных текстов, автоматически проверяемых заданий, тестов и других материалов, позволяющих обучающемуся изучать информацию в комфортном темпе, формируя, так называемую, индивидуальную траекторию обучения [Яскевич 2019].

Популярность открытых онлайн-курсов растет: По данным Global Market Insights[120], в 2024 г. мировой рынок массовых открытых онлайн-курсов оценили в 26 млрд долларов, и, по прогнозам, он будет расти в среднем на 39,3% в год с 2025 по 2034 г. Растущее проникновение интернета по всему миру является ключевым фактором роста рынка.

Массовые открытые онлайн-курсы реализуются на таких платформах, как Coursera, EdX, Udacity, Открытое образование, Open Yale courses, AcademicEarth, Future Learn, Универсариум, Stepik и многих других[121]. Эти цифровые ресурсы предоставляют множество различной информации и огромный выбор курсов. Некоторые из них осуществляют партнерство с известными мировыми вузами, представляют обучение на

[120] Massive Open Online Courses Market // Global Market Insights. 2025. URL: https://www.gminsights.com/industry-analysis/massive-open-online-courses-market (дата обращения: 27.04.2025).

[121] Ведущие поставщики MOOC: массовые открытые онлайн-курсы // VideoDoska. 2024. URL: https://svetak.ru/blog/veduschie-postavschiki-mooc-massovye-otkrytye-onlayn-kursy (дата обращения: 27.04.2025).

разных языках, или заточены под определенную тематику - IT и точные науки, социальные и гуманитарные науки, разноплановое обучение.

Существует два типа массовых открытых онлайн-курсов (MOOC)[122] [Bates 2014]:

1) xMOOC – классические курсы с видео, тестами и автопроверкой; используется модель обучения, ориентированная на передачу информации, с высококачественной доставкой контента, компьютеризированной оценкой (в основном для целей обратной связи со студентами) и автоматизацией всех ключевых транзакций между участниками и учебной платформой. Прямого взаимодействия между отдельным участником и инструктором, ответственным за курс, практически нет;
2) cMOOC – акцент на совместном обучении через обсуждения; обучение является результатом не передачи информации от эксперта новичкам, как в xMOOC, а обмен знаниями между участниками.

Такие онлайн-курсы обычно представляют собой видео-лекции от 15 минут, конспект лекции, онлайн-тесты, обратную связь от преподавателя (если предусмотрено). По итогу прохождения курса предполагается написание финального проекта и выдачу сертификата о прохождении курса (часто платно).

Конечно, у онлайн-курсов есть свои плюсы и минусы. Положительная сторона заключается в том, что образование становится доступным, как и для разных слоев населения (бесплатные курсы), так и для людей, находящихся в отдаленных точках. Главным условием становится доступ к Интернету. Из плюсов также можно выделить и индивидуальную траекторию обучения, изучение материалов в комфортном темпе и адаптивность курсов под запросы студента. Негативная сторона MOOC в том, что для прохождения требуется хорошая мотивация самого студента, поскольку такие курсы не предполагают наличие усиленной и стабильной обратной связи, что тоже является минусом.

Облачные сервисы и совместная работа. Другой формой коммуникации преподавателей и студентов в цифровой среде можно считать использование облачных сервисов для совместной работы. Такие технологии позволяют в режиме реального времени пользователям редактировать документы разных видов, организовывать интерактивные занятия, проводить тесты независимо от местоположения участников [Калинина и др. 2016]. Это значительно упрощает совместную работу, передачу материалов и проверку

[122] Bates 2014 – *Bates T.* Comparing xMOOCs and cMOOCs: Philosophy and Practice. 2014 URL: https://www.tonybates.ca/2014/10/13/comparing-xmoocs-and-cmoocs-philosophy-and-practice/ (дата обращения: 27.04.2025).

заданий. Облачные сервисы – это не просто инструменты для хранения данных, но и полноценная среда для совместного, но удаленного образовательного процесса.

Существуют разные сервисы, одни из самых известных и удобных для обучения:

1. Google Workspace (Google Docs, Sheets, Slides) - возможность редактирования в реальном времени, внесение комментариев и правок.
2. Microsoft 365 (OneDrive, Word Online, Teams) - сервисы для совместной работы, также удобно редактировать документы в реальном времени, есть интеграция с видеоконференциями и чатами.
3. Trello, Notion, Asana - инструменты для управления проектами и задачами; организация групповых заданий.

Перечисленные сервисы стали первыми, кто запустил совместную работу, но в связи с нынешней политической ситуацией и введением санкций, доступ к этим ресурсам стал ограничен. Поэтому на российском рынке появились и отечественные аналоги:

1. МТС Линк, SaluteJazz, Пачка, Р7-офис – платформы для онлайн-встреч, работа с документами, совместное редактирование и хранение.
2. ЯНДЕКС 360 – (Почта, Диск, Телемост, Календарь, Документы, Заметки, Доски) – аналог Google Workspace и Microsoft 365; реализует возможность совместной работы в разных сервисах, хранение и редактирование документов, организация видеовстреч.
3. VK WorkSpace, Мой офис – аналоги пакетов с офисными программами, которые также дают доступ к совместному редактирования и хранению документов.

Облачные сервисы меняют коммуникацию как между преподавателем и студентом, так и между самими студентами. Такие инструменты обеспечивают эффективную обратную связь, благодаря возможности редактировать документы и оставлять комментарии, правки, давать индивидуальные задания; студентам представляется возможность совместной подготовки докладов и презентаций, коммуникация в процессе взаимного обучения упрощается. Также важным плюсом стоит отметить автосохранение документов, что позволяет не беспокоиться о потери трудоемкой работы.

Заключение

Со стремительным ростом цифровизации образования, появляются новые формы коммуникации преподавателей и студентов в цифровой среде, которые обеспечивают более гибкий, доступный и интерактивный образовательный процесс. Нами были рассмотрены три формы коммуникации: мессенджеры и видеосвязь, онлайн-курсы и вебинары, облачные сервисы и совместная работа (мессенджеры и чаты встроены и в каждую онлайн

платформу). Каждый способ взаимодействия в онлайн-образовании имеет свои преимущества и недостатки, однако, самое важное, является адаптивным, доступным и эффективным. Общество так динамично, что не всегда люди располагают временем и возможностью для личного контакта, однако это перестало быть ограничением - меняется канал коммуникации, но сам контент остается неизменным.

Литература

Калинина и др. 2016 – *Калинина А.А., Сайко С.С., Телешева С.Ф.* Использование облачных сервисов в образовательной деятельности // Международный студенческий научный вестник. 2016. № 4. С. 146–167.

Манапова, Подин 2021 – *Манапова О.Н., Подин М.С.* Современные мессенджеры в учебном процессе профессиональной образовательной организации: сильные и слабые стороны // Инновационное развитие профессионального образования. 2021. № 3 (31). С. 54–59.

Якупов 2016 – *Якупов П.В.* Коммуникация: определение понятия, виды коммуникации и ее барьеры // Вестник университета. 2016. № 10. С. 261–266.

Яскевич 2019 – *Яскевич М.И.* Массовые открытые онлайн-курсы как главная тенденция развития образования // Культурное наследие России. 2019. № 2. С. 79–84.

Мотивация российской молодежи к использованию социальных сетей

Искандарджон С. Халимов

студент
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Ирина О. Шевченко

д-р социол. наук, доцент
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. Статья посвящена ключевым факторам привлекательности соцсетей для молодежи: общение, самовыражение, поиск информации, развлечения и участие в сообществах. Рассматривается их роль в социализации, формировании ценностей, а также негативные эффекты — интернет-зависимость и снижение реальных контактов. Анализируются тенденции цифровизации и влияние платформ на поведение пользователей.

Ключевые слова: молодежь, киберсоциализация, ВКонтакте, интернет-зависимость, мотивация, самопрезентация

Социальные сети стали неотъемлемой частью повседневной жизни современной молодежи, играя ключевую роль в процессах коммуникации и социализации. Согласно данным ВЦИОМ, более 80% россиян в возрасте от 18 до 34 лет активно используют социальные сети, причем наиболее популярной платформой среди молодежи остается ВКонтакте[124]. Эта социальная сеть не только предоставляет возможности для общения, но и служит платформой для создания контента, участия в виртуальных сообществах и поиска единомышленников. ВКонтакте также активно используется как мессенджер, что делает его универсальным инструментом для коммуникации и обмена информацией [Кондратская, Мироненко 2024].

Мотивация молодежи к использованию социальных сетей многогранна и включает в себя как стремление к общению и самовыражению, так и поиск развлечений, информации и новых социальных связей. Социальные сети становятся для молодых людей не только средством коммуникации, но и пространством для формирования идентичности, где они могут экспериментировать с различными ролями и образами [Трубицына, Феоктистова 2022, с. 2]. Однако, наряду с положительными аспектами, существуют и негативные

© Халимов И.С., 2025

[124] Социальные сети и мессенджеры: вовлеченность и предпочтения. Официальный центр ВЦИОМ. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/socialnye-seti-i-messendzhery-vovlechennost-i-predpochtenija (дата обращения: 29.04.2025).

последствия, такие как интернет-зависимость, снижение качества реальных социальных контактов и киберсоциализация. Эти явления требуют глубокого анализа, чтобы понять, какие именно факторы привлекают молодежь в виртуальное пространство и как социальные сети влияют на их поведение и мировоззрение [Левин 2020, с. 89].

Согласно исследованиям, проведенным ВЦИОМ, социальные сети и мессенджеры занимают лидирующие позиции среди предпочтений молодежи в медиапотреблении. Видеоконтент, музыка и общение в социальных сетях становятся основными формами досуга для молодых людей[125]. При этом наблюдается размывание границ между традиционными и цифровыми медиа, что приводит к формированию новых паттернов медиапотребления. Молодежь все чаще сочетает использование традиционных каналов, таких как телевидение, с активным потреблением контента через интернет-платформы.

Социальные сети также оказывают значительное влияние на процессы социализации молодежи. Они становятся пространством, где формируются новые культурные ценности и нормы взаимодействия. Однако, несмотря на значительное количество исследований, влияние социальных сетей на молодежь остается не до конца изученным и продолжает вызывать дискуссии, так как их воздействие носит неоднозначный характер. С одной стороны, они предоставляют возможности для самореализации и поиска социальной поддержки, с другой — могут способствовать распространению деструктивного контента и формированию зависимого поведения [Ляпина 2022, с. 4; Ташмухамедова 2022, с. 936].

В рамках данной работы исследуются основные причины, побуждающие российскую молодежь активно пользоваться социальными сетями, с особым вниманием к платформе ВКонтакте. На основе анализа данных ВЦИОМ и современных научных исследований, таких как работы Л.М. Левина и Т.Е. Ляпиной анализируются ключевые мотивы использования социальных сетей, для коммуникации и самопрезентации [Левин 2020, с. 88; Ляпина 2022, с. 4]. Влияние в процессах социализации и формировании ценностных ориентиров.

Социальные сети, в особенности ВКонтакте, стали для современной российской молодежи не просто инструментом коммуникации, а сложной экосистемой, удовлетворяющей широкий спектр потребностей. Молодые люди приходят в социальные сети не только ради общения, хотя, по данным ВЦИОМ, это остается основной причиной для 92% пользователей. Важнейшую роль играет возможность самопрезентации -

[125] Медиапотребление и активность в интернете // Официальный центр ВЦИОМ. 2021. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotreblenie-i-aktivnost-v-internete (дата обращения: 29.04.2025).

тщательное конструирование цифрового «я» через профили, посты и мультимедийный контент. При этом ВКонтакте предлагает уникальное сочетание функций: это одновременно и площадка для самовыражения, и мощный медиаресурс, и удобный мессенджер, что делает его особенно привлекательным для молодой аудитории.

Интересно, что мотивация к использованию соцсетей существенно варьируется в зависимости от социального контекста. Как показало исследование Каравая, жители крупных городов используют платформы более интенсивно и разнообразно, чем сельские пользователи [Каравай 2022, с. 78]. При этом уровень образования оказывается более значимым фактором, чем возраст - вопреки распространенным стереотипам о «цифровых аборигенах». Особого внимания заслуживает феномен киберсоциализации: социальные сети формируют новые модели поведения и ценностные ориентации, что подтверждается работами Ляпиной и Ташмухамедовой [Ляпина 2022, с. 5; Ташмухамедова 2022].

Однако влияние соцсетей нельзя оценивать однозначно. С одной стороны, они дают беспрецедентные возможности для самореализации и доступа к информации. С другой - исследования Левина и Дадаевой фиксируют тревожные тенденции: от интернет-зависимости до воздействия деструктивного контента [Левин 2020, с. 88; Дадаева, Шумкова 2023, с. 140]. Особую озабоченность вызывает трансформация реальных социальных навыков - многие молодые люди испытывают трудности в «оффлайн»-коммуникации после длительного погружения в виртуальную среду.

Современные исследования, такие как работа Трубицыной, показывают, что мотивация пользователей редко бывает однонаправленной [Трубицына, Феоктистова 2022, с. 2]. Чаще всего наблюдается сложное переплетение различных мотивов: от желания быть в курсе событий до потребности в социальном одобрении. При этом ВКонтакте, благодаря своей многофункциональности, успешно удовлетворяет все эти потребности, что объясняет его лидерство среди молодежной аудитории. Важно отметить, что цифровые практики молодежи продолжают стремительно эволюционировать, требуя постоянного обновления исследовательских подходов и методик.

Сегодня можно наблюдать интересную трансформацию роли социальных сетей в жизни молодого поколения. Из простого средства коммуникации они превратились в сложный социокультурный феномен, оказывающий влияние на все сферы жизни. Особенно показателен в этом отношении ВКонтакте, который сумел органично интегрировать в себя не только функции общения, но и элементы образовательной платформы, медиахранилища и даже инструмента профессиональной самореализации.

Молодежь сегодня воспринимает социальные сети как естественное продолжение своей личности и повседневной жизни. ВКонтакте, будучи наиболее популярной

платформой, превратилась в своеобразное «цифровое общежитие», где пересекаются все аспекты жизни молодых людей. Исследования показывают, что для многих пользователей граница между онлайн и оффлайн взаимодействиями становится все более размытой - они не просто используют соцсети, а буквально «живут» в них.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что социальные сети, в частности ВКонтакте, играют ключевую роль в жизни современной российской молодежи, выступая не только инструментом коммуникации, но и платформой для самовыражения, социализации и доступа к информации. Анализ мотивационных факторов показал, что молодые люди используют социальные сети для удовлетворения разнообразных потребностей: от общения и поиска развлечений до профессиональной самореализации и формирования идентичности. При этом ВКонтакте, благодаря своей многофункциональности, остается наиболее популярной платформой, объединяющей в себе элементы мессенджера, медиахранилища и образовательного ресурса.

Однако влияние социальных сетей носит двойственный характер. С одной стороны, они предоставляют молодежи беспрецедентные возможности для саморазвития и расширения социальных связей. С другой стороны, наблюдаются негативные последствия, такие как интернет-зависимость, снижение качества реального общения и воздействие деструктивного контента. Эти явления требуют дальнейшего изучения и разработки мер по минимизации их негативного влияния.

Особое внимание в исследовании уделено феномену киберсоциализации, который трансформирует традиционные модели поведения и ценностные ориентации молодежи. Социальные сети становятся пространством, где формируются новые культурные нормы, что подчеркивает необходимость адаптации образовательных и воспитательных стратегий к условиям цифровой эпохи.

Перспективы дальнейших исследований могут быть связаны с изучением долгосрочного влияния социальных сетей на психическое здоровье молодежи, а также с анализом новых цифровых практик, возникающих в условиях стремительного развития технологий. Важно также учитывать региональные и социально-демографические различия в использовании социальных сетей, чтобы разрабатывать более точные и адресные рекомендации.

В заключение можно отметить, что социальные сети стали неотъемлемой частью жизни молодежи, и их роль будет только возрастать. Задача общества — максимально использовать их потенциал для развития и социализации молодого поколения, одновременно минимизируя возможные риски. Для этого необходимы совместные усилия

исследователей, педагогов, родителей и самих пользователей, направленные на формирование осознанного и критического отношения к цифровым технологиям.

Литература

Дадаева, Шумкова 2023 – *Дадаева Т.М., Шумкова Н.В.* Факторы вовлеченности студентов в деструктивные практики в реальном и цифровом пространстве // Социологические исследования. 2023. № 2. С. 137–142.

Каравай 2022 – *Каравай А.В.* Факторы доступа к ресурсам социальных сетей в современной России // Социологические исследования. 2022. № 10. С. 74–84.

Кондратская, Мироненко 2024 – *Кондратская В.Л., Мироненко Д.А.* ВКонтакте как канал коммуникации для молодежи // Лингвокультурология. 2024. № 19. С. 24–33.

Левин 2020 – *Левин Л.М.* Особенности поведения в социальных сетях у молодежи: поисковое исследование (на примере социальной сети «ВКонтакте») // Человеческий капитал. 2020. №. 1. С. 85–91.

Ляпина 2022 – *Ляпина Т.Е.* Факторы привлекательности социальных сетей для молодежи // Огарёв-Online. 2022. № 15 (184). С. 1–7.

Ташмухамедова 2022 – *Ташмухамедова Д.Г.* Социальные сети и молодежь в свете научных исследований // Academic research in educational sciences. 2022. № NUU Conference 2. С. 934–938.

Трубицына, Феоктистова 2022 – *Трубицына Л.В., Феоктистова Е.А.* Мотивация пребывания человека в социальных сетях // Мир науки. Педагогика и психология. 2022. № 6. С. 1–14.

Цифровые навыки как фактор формирования цифровых разрывов

Анна С. Степанян

магистрант
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва

Аннотация. В статье представлен социологический анализ социальных последствий цифровизации, выраженный в распространении цифровых разрывов. Рассмотрены модели цифровых разрывов, а также причины их возникновения. Раскрыта характер влияния цифровых навыков на оформление цифровых разрывов.

Ключевые слова: цифровое неравенство, цифровые разрывы, цифровые навыки, цифровизация, социальная дифференциация

На фоне стремительного развития цифровых технологий, начавшегося еще в 90-е гг. XX в., заметно стали проявляться актуальные особенности структуры общественной организации и разрыва между представителями различных социальных групп.

Социальное взаимодействие, реализуемое через использование технологий, порождает все более фрагментированные социальные группы, способствуя социальной изоляции и общественному разделению, которые выражаются в новой форме социальной дифференциации – цифровых разрывах [Wessels 2013, p. 18].

Цифровые разрывы помимо критериев физического обладания материальными ресурсами, стали оформляться на основании степени включенности индивида в информационно-коммуникационную систему, а также наличия доступа к использованию цифровых технологий для дальнейшего преобразования информации в навыки и различные виды капитала.

Эффективное использование технологий возможно только при условии обладания индивидами необходимыми навыками оперирования цифровыми устройствами, платформами и программами. Недостаточное знание и неумение имплементировать цифровые ресурсы в различные сферы жизни может служить причиной цифровой изоляции индивидов и социальных групп, их эксклюзии из современных процессов коммуникации, здоровьесбережения, образования и профессиональной деятельности. Частичная или полная эксклюзия из вышеописанных процессов является основой формирования отчужденности и разрывов между различными социальными группами. Таким образом, цифровые навыки можно рассматривать как фактор формирования цифровых разрывов. Исследование цифровых навыков, их видов и характера организации может выступать методом анализа структуры формирования и динамики развития цифровых разрывов.

© Степанян А.С., 2025

Несмотря на то, что технологии предоставляют возможности улучшения качества жизни, в действительности подобные шансы фактически не реализуются индивидами в равной степени. Представители различных социальных групп получают цифровые ресурсы на основании уже имеющегося у них социально-экономического капитала. Поэтому можно утверждать, что социальное неравенство воспроизводится (или усугубляется) появлением цифровых навыков.

Цифровой раскол является реальной социальной проблемой современного общества, поскольку он приводит к замедлению экономического роста и инновационного развития, усилению неравенства, несет серьезную угрозу общественной безопасности, поэтому так важно изучать эту проблему с научной точки зрения для того, чтобы определить особенности ее оформления и последствия, реализуемые в современном социальном пространстве.

Подходы к теоретическому анализу проблемы цифровых барьеров можно разделить на несколько категорий: теории «уровней» разрывов, которые включают анализ доступа, навыков и жизненных шансов; теории цифрового капитала как метода формирования разрывов, теории платформизации, которые исследуют особенности интеграции искусственного интеллекта и алгоритмов в контекст социальной дифференциации.

Степень эффективности использования индивидом цифровых ресурсов зависит от уровня накопленного им капитала экономического, социального и культурного типа. Специализированные навыки и знания, конкретная мотивация, профессиональная принадлежность и социальный статус влияют не только на доступ к технологиям, но и на цифровую деятельность и способности вкладывать плоды этой деятельности в социальную сферу. Например, пользователи, имеющие определенный уровень экономического капитала, могут преумножить свой первоначальный ресурс за счет использования возможностей цифровой среды. Аналогичный механизм может быть применен для социального капитала, а именно увеличения сети социальных контактов, политического – проявления гражданской активности, и культурного капитала, например, повышения цифровой грамотности. Следовательно, те индивиды, которые имеют доступ к цифровым технологиям с высоким уровнем социального капитала, с личными мотивами и надлежащим культурным, политическим и экономическим фоном, с большей вероятностью воспроизведут свой капитал в цифровой среде, применяя механизмы, аналогичные принятым в оффлайн среде [Ragnedda 2018, p. 2372].

Время, проведенное в сети за приобретением специализированных знаний и навыков, взаимодействием с представителями профессиональных сообществ трансформируется во внешне наблюдаемые экономические и социальные ресурсы такие

как высокооплачиваемая работа и широкая сеть социальных связей. В свою очередь, время, потраченное в сети на потребление недостоверной информации, публикуемой в СМИ с низкой репутацией, роликов с деструктивным и эмоционально шокирующим содержанием может негативно отразиться на ментальном состоянии человека, снизить его продуктивность, что в долгосрочной перспективе рискует поставить человека в нестабильное социальное и даже экономическое положение.

Таким образом, можно определить, что цифровой капитал в значительной мере детерминирован классическими формами капитала, а степень обладания цифровыми ресурсами определяет положение индивидов и социальных групп в системе цифрового неравенства современного общества.

Обладание цифровыми навыками является одним из важных аспектов обеспечения включенности индивидов в цифровую среду. Бытует мнение, что овладеть цифровыми навыками можно преимущественно самостоятельно, хотя для обеспечения качественного процесса цифрового обучения, требуются множественные ресурсы: доступ к технологиям и группам поддержки, а также четкие стимулы. Ограниченный доступ к технологиям, отсутствие социальных сетей поддержки мешают приобретению опыта, необходимого для поддержки развития цифровых навыков.

Можно выделить как минимум четыре критерия цифровых навыков: базовые навыки взаимодействия (включение, авторизация, выключение компьютеров, телефонов т.д.), навык поиска и анализа информации (заведение запросов разной сложности), создание цифрового контента (текстовых, графических, видео материалов), навык коммуникации (общение с помощью медиа).

Сложность получения и практики цифровых компетенций продиктована особенностями автономности их применения. Базовыми навыками можно овладеть без глобальных усилий, но если речь идет о специализированных образовательных или профессиональных умениях, то порог входа для индивидов значительно поднимается, так как для овладения подобными навыками необходим целый комплекс критериев (доступ к ИКТ ресурсам, специализированные платформы, теоретические материалы и практические уроки). Отсутствие компетентности увеличивает цифровой разрыв между индивидами. Новые технологии создают спрос на более квалифицированную рабочую силу и работников, обладающими этими квалификациями.

Цифровая грамотность играет ключевую роль в процессе интеграции индивида в информационную социальную реальность. Отсутствие специализированных навыков приводит к исключению индивидов из глобального цифрового пространства, даже при

наличии доступа к ИКТ, то есть при преодолении первого уровня цифрового разрыва [Hargittai 2018, p. 665].

Без наличия базовых компетенций в области цифровой грамотности существование в современном информационном мире несет огромные риски для людей. Цифровые платформы и социальные медиа несут риск безопасности персональных данных. Из-за скорости обновления информации социальные сети, которыми пользуются миллиарды людей, могут распространять ложную информацию, хотя платформы всячески борются с такими проявлениями. Постоянно обновляющаяся лента новостей может привести к серьезным психологическим проблемам.

Для эффективного функционирования в цифровом пространстве сегодняшним веб-пользователям необходимы не только технические навыки. Несмотря на то, что интерфейсы платформ адаптируются и упрощают взаимодействие, для реального использования возможностей, предоставляемых цифровыми средствами массовой информации, необходимы дополнительные навыки критического анализа интерпретации запросов и полученной информации, можно понимать особенности действия алгоритмов, а также иметь представление об опасностях, с которыми можно столкнуться в информационном поле.

Всех вышеперечисленных проблем можно избежать при наличии у пользователя понимая того, как устроен цифровой мир и как в нем необходимо взаимодействовать. Чем больше у индивида информационных навыков и компетенций для использования Интернета и ИКТ, тем больше пользы он получает от взаимодействия с данными ресурсами. С другой стороны, чем важнее и сложнее технологии, тем больший урон получают индивиды, отключенные от этих технологий или неспособные использовать их по назначению [Ragnedda, Ruiu 2017, p. 33].

Литература

Hargittai 2018 – *Hargittai E.* The digital reproduction of inequality // The inequality reader. Routledge. 2018. P. 660–670.

Ragnedda 2018 – *Ragnedda M.* Conceptualizing Digital Capital // Telematics and Informatics. 2018. Vol. 35. № 8. P. 2366–2375.

Ragnedda, Ruiu 2017 – *Ragnedda M., Ruiu M.L.* Social capital and the three levels of digital divide // Theorizing digital divides. Routledge. 2017. P. 21–34.

Wessels 2013 – *Wessels B.* The reproduction and reconfiguration of inequality: Differentiation and class, status and power in the dynamics of digital divides // The digital divide.

The Internet and social inequality in international perspective / Ed. by M. Ragnedda and G.W. Muschert. London. New York: Routledge. 2013. P. 17–28.

Практики поведения молодёжи в интернет-пространстве

Алиса А. Зимина

студентка
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. Цифровизация изменила коммуникативные практики молодежи, сделав интернет основным пространством взаимодействия. Поколение Z, быстро адаптируясь к цифровым изменениям, формирует новые паттерны поведения, влияющие на социокультурные процессы. В статье анализируются особенности онлайн-взаимодействия молодежи и их роль в становлении цифрового общества. Малая изученность этих практик затрудняет понимание их влияния на социальные нормы и идентичность в цифровую эпоху.

Ключевые слова: цифровая среда, молодежь, цифровые технологии, социальные сети, социальные связи, интернет-пространство

В современное время интернет-пространство стало неотъемлемой частью жизни молодого поколения. Цифровизация как социальный процесс означает проникновение медиа во все сферы жизни, и это мы наблюдаем сегодня. Растёт число пользователей, увеличивается время, проводимое в сети, расширяется спектр повседневных практик, переносящихся в цифровую среду. По данным ВЦИОМ, в начале 2023 г. около 88% населения России пользовались интернетом, при этом примерно 73% всех россиян были активными пользователями социальных сетей[128]. В молодёжной среде эти показатели ещё выше: почти все молодые люди выходят в сеть ежедневно. Например, среди россиян 18–24 лет доля ежедневных пользователей соцсетей достигает 92%.

Молодые люди осваивают интернет с раннего возраста. Средний возраст первой регистрации в социальной сети сегодня составляет около 10,8 лет, причём половина современной студенческой молодёжи была в соцсетях уже к 11 годам. Для сравнения, те из опрошенных, кому сейчас за 22 года, впервые пришли в соцсети в среднем в 12 лет, а поколение 17–18-летних – уже около в 10,3 года. Таким образом, с каждым поколением порог вовлечения снижается, и дети начинают осваивать онлайн-пространство всё раньше.

Интернет и особенно социальные сети занимают значительную долю времени молодёжи. Например, по данным ВЦИОМ, молодёжь 18–24 лет тратит на общение в

© Зимина А.А., 2025

[128] Социальные сети и мессенджеры: вовлеченность и предпочтения. Официальный сайт ВЦИОМ. 2023. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/socialnye-seti-i-messendzhery-vovlechennost-i-predpochtenija (дата обращения: 14.04.2025).

мессенджерах и соцсетях в среднем до 8 часов в сутки, что намного больше, чем на просмотр телевидения, чтение или даже прогулки. Социальные сети сегодня стали основной платформой коммуникации, информации и досуга для молодых людей.

В молодёжной среде лидером по охвату остаётся сеть «VK» – её ежедневно посещают 97% студентов, причём большинство заходит более 5 раз в день. На втором месте до недавнего времени был Instagram (признан экстремистским и запрещённым в РФ в 2022 г.) – им ежедневно пользовались свыше 80% молодых людей (60% заходили по нескольку раз в день) до его блокировки. Третью позицию занимает платформа YouTube: её используют ежедневно около 68% молодых пользователей, а ещё 20% заходят раз в неделю. Быстро набрала популярность и сеть коротких видео TikTok – ей пользуются ежедневно не менее половины опрошенных студентов. Менее популярны среди российской молодёжи такие ресурсы, как Twitter, Pinterest и другие, ими пользуются заметно реже. Таким образом, цифровой ландшафт молодых россиян сосредоточен вокруг нескольких ключевых платформ, через которые они общаются и потребляют контент.

После введения ограничений на некоторые зарубежные соцсети в 2022 г. молодёжь стала активно осваивать альтернативные каналы. Например, возросла роль платформы «VK» как основного пространства общения, а также мессенджеров таких как Telegram и WhatsApp. Тем не менее, общая вовлечённость осталась высокой – молодое поколение не представляет своей жизни без онлайн-коммуникации. Эти актуальные тенденции подтверждают идею о том, что социальные сети стали центральной ареной жизни молодёжи, где разворачиваются их повседневные практики, увлечения и гражданская активность.

В одном из недавних социологических исследований [Комарова 2021] была предложена модель анализа интернет-активности по двум параметрам: цели (ориентации) использования и режимы активности в медиа – от пассивного к активному, от приватного к публичному. На основе этой модели и данных опроса была создана типология, которая включает пять основных групп молодых пользователей социальных сетей. Эти группы отражают разные ориентации молодёжи в онлайн-пространстве – от потребительских (лично-коммуникативных) до вовлечённых гражданских. Рассмотрим каждую из них.

1. *Приватное общение*. К первой группе относятся молодые люди, использующие социальные сети преимущественно для личного, приватного взаимодействия. Главные их занятия онлайн – это переписка с друзьями и родственниками, просмотр новостной ленты и развлекательного контента, поиск информации о людях или товарах. При этом они минимально вовлечены в публичную активность: такие пользователи редко заходят на чужие страницы, форумы или блоги и практически ничего не публикуют вне круга своих

знакомых. Лишь около половины из них изредка выкладывают собственные фото или видео, и то для узкого круга друзей. Они почти никогда не оставляют комментарии, не дают советы другим в сети, не пишут обзоры или отзывы. Важно подчеркнуть, что никто из представителей этой группы не ведёт собственного блога или канала, не участвует в благотворительных инициативах и не проявляет общественно-политической активности онлайн. Иными словами, эта категория – «пассивные потребители»: интернет для них прежде всего средство личного общения и потребления информации, а не площадка для самовыражения на широкую публику.

2. *Публичное общение.* Ко второй группе относится молодёжь, которая, напротив, стремится к публичной коммуникации в сети. Эти пользователи активно участвуют в открытых дискуссиях – на форумах, в комментариях, в сообществах и блогах. Для них характерно делиться информацией со всем сообществом, выкладывать посты, писать отзывы, давать советы другим участникам. Проще говоря, они гораздо более активны в интеграции с чужим контентом, чем представители первой группы: комментируют, репостят, стараются быть заметными в онлайн-среде. Однако их активность носит скорее социально-коммуникативный характер. Они не создают собственные большие проекты, как блогеры, и не обязательно преследуют гражданские цели – их основная мотивация в том, чтобы быть услышанными, обмениваться мнениями и информацией публично. Эта группа иллюстрирует переход от сугубо личного пользования медиа к более активному и открытому участию в цифровом сообществе.

3. *Блогеры.* Отдельную третью группу составляют молодые люди, которые используют соцсети как платформу самовыражения и самореализации, часто связанной с созданием собственного медиапродукта. Их можно назвать «блогерами» в широком смысле: сюда входят не только популярные авторы с тысячами подписчиков, но и те, кто целенаправленно развивает свой канал или страницу и рассматривает это как важную деятельность. Многие представители этой группы указывают, что применяют социальные сети для работы, учёбы или продвижения рекламы. Они заметно активнее остальных выкладывают собственный медиаконтент – регулярно публикуют посты, фото, видео. Также они часто используют соцсети как инструменты электронной коммерции – для покупки или продажи товаров и услуг. Таким образом, их интернет-практики носят не только развлекательный, но и инструментальный характер (например, монетизация контента, развитие личного бренда). Интересно, что эти «условные блогеры» обычно вовлечены в жизнь локальных сообществ: они охотно делятся информацией о проблемах своего района или города. Однако, подобно большинству молодых людей, они не проявляют большого интереса к абстрактной политике – политизированный контент их

привлекает немного. В целом группа блогеров представляет самый проактивный и творческий тип интернет-практики, ориентированный на создание нового контента и использование медиа для личных целей (карьерных, творческих, предпринимательских).

4. *Участники общественно-политических дискуссий.* Это молодые граждане, для которых социальные сети являются площадкой для общественной и политической активности. Они ориентированы на обсуждение социально значимых вопросов, новостей, общественных проблем. Представители этой категории регулярно читают и распространяют материалы общественно-политического характера. Как правило, они делают репосты новостей, участвуют в полемике по поводу острых тем, высказывают свою гражданскую позицию в комментариях. Многие из них не ограничиваются словами: они подписывают онлайн-петиции, открытые обращения, участвуют в цифровых акциях, посвящённых решению социальных проблем. Также такие пользователи нередко сами инициируют обсуждение местных проблем – публикуют посты о событиях в своём городе, призывают других не оставаться равнодушными. Процент таких активно гражданско ангажированных молодых людей пока относительно невелик – порядка 20% опрошенной молодёжи проявляют общественно-политическую активность в сетях. Однако именно эта группа демонстрирует, как интернет-пространство может служить инструментом гражданского участия: для них социальные медиа – это продолжение публичной сферы, где можно агитировать единомышленников и влиять на социальные процессы (пусть даже в форме онлайн-дискуссий).

5. *Благотворительность и волонтёрство онлайн*. Пятую группу составляют те молодые люди, кто активно включает социальные сети в практики взаимопомощи и благотворительности. Их отличает готовность откликнуться на чужую беду через онлайн-инструменты: они состоят в благотворительных сообществах, делают репосты с просьбами о помощи, участвуют в сборах средств. Многие оказывают поддержку незнакомым людям – например, собирают деньги на лечение, распространяют информацию о поиске доноров, участвуют в волонтёрских акциях. Такая интернет-активность носит выраженно социальный характер: цель – не собственная выгода или общение, а помощь другим. В количественном отношении эта группа самая малочисленная – порядка 10% молодёжи вовлечены в благотворительные практики через интернет. Тем не менее её роль важна: она отражает зарождение в цифровой среде культуры взаимопомощи и милосердия, когда молодёжь использует социальные сети для решения реальных социальных задач.

Обобщая, типология интернет-практик молодёжи включает спектр ролей: от пассивных потребителей контента и частных коммуникаторов до активных создателей контента и даже цифровых гражданских активистов. Важно отметить, что эти группы не

изолированы раз и навсегда – многие молодые люди могут комбинировать разные модели поведения. Подобная классификация полезна для понимания преобладающей мотивации: кто-то видит в интернете прежде всего средство развлечения и общения, а кто-то – общественную трибуну или рабочий инструмент.

Современная молодёжь живёт в условиях, когда границы между реальной и виртуальной социальной жизнью всё более размыты. Медиатизация приводит к тому, что большая часть общения, досуга, учёбы и даже гражданской активности молодых людей осуществляется через интернет. Мы видим, что социальные сети для одних – это возможность общения с друзьями и потребления развлекательного контента, для других – площадка самовыражения и творчества, а для третьих – инструмент общественных изменений и помощи людям. При этом общая тенденция такова, что время онлайн и степень вовлечённости неизменно растут, а возраст первого знакомства с соцсетями уменьшается. Это накладывает отпечаток на социальную динамику целого поколения.

Литература

Комарова 2021 – *Комарова А.А.* Политические лидеры и молодежь: взаимодействие в социальных сетях // Цифровая социология / Digital Sociology. 2021. № 4 (1). С. 42–49.

Парадокс коммуникации подростков в интернет-среде

Дмитрий А. Платко

студент
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Марина С. Короткова

канд. социол. наук
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье анализируется феномен сочетания эмоциональной открытости и одновременного стремления сокрыть реальные данные в подростковой интернет-дружбе. Показано, что особенности интернет-общения, такие как: анонимность, ситуативность и фрагментарность общения – являются основой этого феномена. Раскрывается мысль о том, что парадоксальное, на первый взгляд, поведение подростков в интернет-дружбе на самом деле является особой адаптивной стратегией формирования доверительных отношений в условиях интернета.

Ключевые слова: Интернет-коммуникация, дружеские отношения, подростковая социализация, цифровая среда, самораскрытие, управление приватностью

В последние десятилетия интернет превратился в одну из ключевых сфер для социализации подростков, а значительная часть всех знакомств и общения переместилась именно туда. Многие формы межличностного взаимодействия также адаптировались под интернет-среду – и дружба в том числе. Феномен дружбы в интернете ещё не до конца изучен, а отдельные её аспекты нуждаются в описании.

Сначала необходимо описать ключевые отличительные особенности дружбы в интернете, чтобы установить контекст, в котором происходит парадокс открытости и скрытности. Прежде всего, базовым свойством интернет-общения в целом является анонимность и отсутствие физического контакта, позволяющие скрывать или модифицировать какую-либо информацию о себе. Именно эти свойства определяют характер интернет-дружбы.

По результатам авторского качественного исследования, проведенного при помощи метода глубинного интервью с 10 подростками в возрасте 15–18 лет в январе 2025 г., было выявлено, что подростковое интернет-общение и интернет-дружба обладают своими уникальными особенностями, отличающими её от дружбы в реальности. В частности, почти все респонденты отметили, что без проблем делятся с друзьями из интернета подробностями личной жизни и своими внутренними переживаниями. Однако те же самые

© Платко Д.А., 2025

подростки зачастую говорили, что не готовы раскрывать свои персональные данные, такие как адрес, сведения о семье, иные индивидуальные личные данные, а в некоторых случаях, даже имя и внешность. Такая секретность явно не характеризует дружбу в реальности, однако в интернете это не мешает формированию некоторых доверительных отношений, которые и являются основой дружбы. Это стало одной из выявленных нами особенностей интернет-дружбы, заключающейся в одновременном проявлении высокой эмоциональной откровенности и демонстративном сокрытии фактической информации о самом себе.

В различных работах исследователей, посвященных дружбе в интернете, также неоднократно обращалось внимание на сочетание открытости и скрытности, однако сама специфика этого явления остаётся не до конца осмысленной. В связи с чем есть необходимость более подробно описать причину этого парадокса в интернет-общении подростков, и его место в интернет-дружбе.

Одной из особенностей интернет-дружбы является её спонтанность. По словам респондентов, большая часть интернет-дружб начиналась в игровых чатах или социальных сетях без каких-либо предварительных намерений найти друзей. Респонденты часто такие ответы:

> Ну, скорее спонтанно. Я просто сидела в сообществе, что-то выкладывала и ну и как-то так оно само складывалось.
>
> или
>
> Это абсолютно спонтанно происходило. У меня не было никогда цели найти себе интернет-друзей...

Можно предположить, что интернет-дружба изначально не предполагает эмоционального сближения. Скорее, она является побочным продуктом онлайн-активности.

Удобство онлайн-дружбы является одним из положительных качеств этого вида взаимоотношений. Многие респонденты отмечали это и объясняли это примерно так:

> ...в интернет дружбе ты отвечаешь, когда тебе удобно, сидишь дома, занимаешься ещё чем-то, то есть в параллели это делать.

Участники могут начать, прекратить или продолжить беседу в любой момент, когда им этого хочется, но и это же иногда способствует фрагментарности таких отношений. Подростки меньше вовлечены эмоционально в отношения, которые, по сути, являются досугом.

Онлайн-дружба также часто оказывается недолговечной. В большинстве случаев такие взаимоотношения длятся ровно до тех пор, пока у обоих участников есть общие интересы, будь то компьютерные игры или другие увлечения. Подростки отмечали, говоря о причинах прекращения дружбы в интернете:

> Как-то ослаб интерес и к интернет-игре, и, не знаю, угасало желание к общению. Не знаю, с чем это связанно.

В первую очередь, на это повлияло выгорание к проекту...

Порой подростки сменяют друзей «как перчатки». При этом разрыв дружбы не воспринимался подростками негативно, а, скорее, равнодушно. Это же подтверждают в своём исследовании социологи Е.М. Дубовская и Д.А. Жернакова: виртуальная дружба характеризуется более низким уровнем эмоциональной вовлечённости и упрощённым процессом установления отношений по сравнению с офлайн-дружбой [Дубовская, Жернакова 2022, с. 114-115].

Еще одной характерной чертой интернет-дружб является готовность делиться какими-то личными переживаниями с собеседником, при том, что знания о нём ограничены. Этому способствует, прежде всего, анонимность. Не называя себя или используя загадочный никнейм, подростки меньше бояться осуждения или непонимания. Эта мысль подтверждается и в исследованиях социологов Г.У. Солдатова и О.И. Теславская: анонимность и частичное скрытие личной информации способствуют более лёгкому самораскрытию подростков [Солдатова, Теславская 2018, с. 19-20]. По сути, это является проявлением эффекта попутчика, когда психологически легче делиться откровениями с полным незнакомцем.

...быстрее открываетесь на разные темы, которые, ну, тяжелее открываются, ну, в реальной дружбе, потому что, по сути, ты немного не видишь собеседника,

– сказал один из подростков.

Также интернет-среда является удобным техническим и психологическим инструментом общения для подростков. Это идеальная среда для самораскрытия и нахождения единомышленников, так как существует множество открытых сообществ с практически неограниченным разнообразием тематик. Всё это способствует нахождению подростком тех собеседников, которых он впоследствии сможет назвать друзьями и с которыми сможет делиться откровениями.

Несмотря на готовность подростков делиться откровениями со своими друзьями из интернета, они часто предпочитают не раскрывать личные данные о себе. Всё, что касается семьи, социально статуса и многих персональных данных, обычно не афишируется, иногда даже после многих лет общения. И это вполне рационально для подростков – не раскрывать свои личные данные – ведь у них нет полной уверенности в том, что они будут использованы без злого умысла. Также вполне возможно, что подростки стремятся снизить риск предвзятых суждений о себе, скрывая личные данные, хотя прямым образом установить мотивацию на это пока не удалось.

Помимо этого, поведение подростков указывает на стремление сохранить дистанцию между собой и собеседником, что проявляется иногда и в продолжительных

дружбах. Такое поведение является не осознанным, а, скорее, латентным, и проявляется оно в практике ограничения реальных контактов. Сокрытие реальной информации о себе также помогает поддерживать дистанцию.

Рассмотренные особенности интернет дружбы позволяют понять, как возникает феномен сочетания эмоциональной откровенности и стремления к сокрытию личной информации. Основанием для существования данного феномена, а также фоном для его анализа являются следующие свойства: ситуативность, анонимность, низкая степень обязательств и невысокая эмоциональная вовлеченность. Эти свойства среды в совокупности делают такое поведение не противоречивым, а вполне закономерным. Интернет-дружба подростков представляет собой особую модель взаимоотношений, при которой эмоциональная открытость и стремление скрыть личную информацию никак не противоречат друг другу. Возможности интернета используются подростками для обмена информацией и эмоциональной поддержки, но при этом они имеют возможность сохранять дистанцию и контролировать степень раскрытия идентичности, что обусловлено прежде всего анонимностью и фрагментарностью контактов в интернет-дружбе.

В отличие от офлайн-коммуникации, в которой знание фактов о собеседнике является довольно важным условием при формировании дружбы, то интернет-дружба строится именно на эмоциональной взаимности, и при этом раскрытие личной информации не является обязательным. Идентичность собеседника конструируется не через персональные факты, а по содержанию общения. Парадокс сочетания эмоциональной откровенности и скрытности действительно является таковым только в представлении традиционной дружбы, в то время как в интернет-дружбе такое сочетание является вынужденной необходимостью при адаптации к особенностям цифрового пространства.

Литература

Дубовская, Жернакова 2022 – *Дубовская Е.М., Жернакова Д.А.* Сравнительный анализ понятий реальной и виртуальной подростковой дружбы // Новые психологические исследования. 2022. № 3. С. 110–133.

Солдатова, Теславская 2018 – *Солдатова Г.У., Теславская О.И.* Особенности межличностных отношений российских подростков в социальных сетях // Национальный психологический журнал. 2018. № 3 (31). С. 12–22.

Некоторые особенности онлайн-коммуникации религиозных сообществ Республики Алтай

Софья А. Малявко

аспирант

Алтайский государственный университет, Барнаул

мл. нач. сотр., Российский биотехнологический университет, Москва

Аннотация. В статье рассмотрены главные особенности, которые характеризуют представленность в виртуальном пространстве Республики Алтай православных, старообрядческих, протестантских, буддистских, мусульманских и иных религиозных организаций (церквей), преимущественно в социальной сети «ВКонтакте», а именно характеристика подписчиков, стиль публикаций и др. аспекты.

Ключевые слова: религия, религиозные сообщества, социальная сеть «ВКонтакте»

В связи с повышением интереса и к устройству религиозных общин внутри, и взаимодействию с другими организациями и светским миром, расширяются подходы для проведения таких исследований, а также их инструментарий [Забаев, Пруцкова 2013; Лебедев, 2020; Чеснова 2021]. Одной из таких областей взаимодействия, или реальностей, является виртуальное пространство, в котором происходит коммуникация. Учеными отмечается, что под его влиянием трансформируется религиозная коммуникация, а затем и религиозное поведение, и культовые практики [Лопатинская 2019].

Поэтому исследование онлайн-коммуникации позволяет подсветить, например, особенности региональных религиозных сообществ, общественный интерес, внутренние взаимоотношения (или соотношение) общины и церкви, способы привлечения внимания населения к религиозной культуре и вере, а также другие характеристики и происходящие процессы.

Методика исследования. Для исследования религиозных сообществ Республики Алтай в социальной сети «ВКонтакте» поиск групп осуществлялся, с одной стороны, по поиску среди сообществ, используя фильтрацию по населенным пунктам, тематике, названиям и т. д., с другой стороны, изучая информационные страницы церквей на онлайн-картах, вместе с тем показал эффективность и обычный переход по репостам, так, удалось найти «скрытые» группы, то есть такие, которые не принадлежат какой-либо церкви. Помимо такой фильтрации, критериями выступали, конечно, соответствие религиозной тематике, а также функционирование группы (в исследовании использовались группы, в которых записи публиковались хотя бы в 2023 г.).

© Малявко С.А., 2025

Первоначальная подготовка позволила сопоставить религиозную организацию и ее виртуальную представленность как в социальных сетях, так и на отдельных сайтах. Часть такой базы данных представлена ниже (табл. 1):

Таблица 1

Информация о представленных в Интернете религиозных организациях Республики Алтай (часть)

Религиозная организация	Населенный пункт	Название в «ВКонтакте»	Ссылка на сообщество во «ВКонтакте»	Количество подписчиков	Ссылки на сайты или социальные сети
Православие					
Покровский храм	г. Горно-Алтайск	приход Всемилостивого Спаса г. Горно-Алтайск	https://vk.com/public203735298	81	https://pocrova-ra.cerkov.ru/
Церковь Преображения Господня	г. Горно-Алтайск	Преображенский храм г. Горно-Алтайска	https://vk.com/club141915888	453	https://preobrajenie-ra.cerkov.ru/
Церковь Макария Преподобного Алтайского	г. Горно-Алтайск	Храм в честь прп Макария Алтайского (Глухарева)	https://vk.com/club201947157	297	http://www.makarievskiy-hram.ru/
		Воскресная школа Свято-Макарьевского храма	https://vk.com/club88128597	213	
Церковь Петра и Февронии Муромских	г. Горно-Алтайск	Храм святых Петра и Февронии г. Горно-Алтайск	https://vk.com/club225496947	18	
Храм иконы Божией Матери „Умиление"	с. Артыбаш	Храм иконы Божией Матери „Умиление" с. Артыбаш	https://vk.com/club180006346	246	
Вознесенская церковь	с. Барагаш	ВОЗНЕСЕНСКАЯ ЦЕРКОВЬ, БАРАГАШ	https://vk.com/baragash	24	
Церковь сошествия Святаго Духа	с. Майма	Храм Сошествия Святаго Духа с. Майма	https://vk.com/club89743217	282	https://maima.cerkov.ru/main-page/
		Клуб "Светелка". Храм Святаго Духа	https://vk.com/club154846933	62	
		ШАГИ воскр. школа храма Святого Духа	https://vk.com/shagi_vs	35	

Храм святых праведных Иоакима и Анны	С. Майма	Майма. Храм праведных Иоакима и Анны	https://vk.com/maima_cerkov_sv_ioakima_i_anny	63	

На втором этапе количественные данные об участниках сообществ (место проживания, дата рождения, пол, занятость и т. д.), а также парсинг записей, комментариев, лайков сообществ реализовывался через API «ВКонтакте», осуществляемом на языке R. Затем был проведен анализ 20+ наиболее популярных записей и реакций на них от одной самой крупной группы каждой конфессии: «Горноалтайская епархия» и др. (православие), «Горно-Алтайск РПсЦ» (старообрядчество), «Чемальская церковь на Камне», «Церковь Возрождение с. Кош-Агач» и др. (протестантизм), «„Ак-Буркан“ кӱрее», «Религиозная организация буддистов „Ак Сюмер“» и др. (буддизм).

Также осуществлялся контент-анализ сайтов религиозных организаций.

Результаты исследования. Республике Алтай имеется более 60 организаций религиозного характера, которые представляют разные религии, в целом пропорционально соответствуя этноконфессиональному составу.

Отметим следующие особенности. Несмотря на то, что в Республике Алтай имеется относительно крупное число мусульман (особенно в Кош-Агачском районе), в Интернете есть только новостная страница на сайте Духовного управления мусульман РФ, впрочем, которая не обновлялась с 2013 г. и имеет специфичное наполнение, полностью не отражая позитивные события в жизни церкви (три последние новости под заголовками: «28 сентября открывается Соборная мечеть в Горно-Алтайске», «Неизвестные обворовали кош-агачскую мечеть», «Тело Рустема Валиуллина опознано. Открыт счет для пожертвований в пользу семьи правозащитника»), в этом отношении стоит помнить, что Интернет-пространство является одним из инструментов для создания и поддержания имиджа организации, личности или иного объекта, в т. ч. и религиозной общности. О позитивных новостях можно узнать через региональные новости и публикации органов власти. Чтобы оставаться в курсе новостей жизни российского ислама, а также лучше узнавать культуру, последователи подписываются на тематические группы российского или международного уровня. Далее, тенгрианство, бурханизм и иные традиционные религиозные верования населения не имеют по своей сути церковной организации, вместе с тем в социальной сети «ВКонтакте» имеется достаточно много групп, посвященных тенгрианству, однако, сообщество «Тэнгри / Тенгри / Көк Тәңірі / Тюрки», охватывающее последователей республики, не функционирует с 2013 г., поэтому интересующиеся и верующие вступают в

транснациональные, охватывающие не только несколько регионов России, но и других стран.

У 14 церквей есть информационные страницы или полноценные сайты, при этом регулярно обновляется контент только среди крупных церквей. Преимущественно это сайты православных общин.

Виртуальная представленность сосредоточена на социальных сетях. Во-первых, это упрощает коммуникацию религиозной организации и общины, а также интересующихся религиозной тематикой, облегчает вступление в группу, во-вторых, более экономично и требует меньшие затраты ресурсов. Традиционно такой платформой является «ВКонтакте».

На ноябрь 2024 года 1 организация имела сообщество в социальной сети «Telegram» («Байбл клаб», молодежное отделение церкви ХВЕ), более 35 – во «ВКонтакте», при этом одна организация, хотя и редко, могла иметь два сообщества, например, одно посвященное жизни и деятельности церкви, а второе – отражающее отдельный аспект, например, сообщество воскресной школы или какого-то мероприятия. Также имеется шесть групп, которые напрямую не относятся к какой-либо организации, но при этом объединяют несколько общин или групп интересующихся, такими группами можно считать сообщества, посвященные паломничеству, истории и т. д.

Прежде чем перейти к описанию особенностей виртуальной коммуникации отдельных религиозных направлений, стоит отметить два факта.

Количество подписчиков в сообществе, во-первых, зависит от того, насколько большой приход (религиозная община), во-вторых, насколько важна церковь для региональной или всероссийской религиозной сети (группа ли это епархии или центрального управления), в-третьих, подписчиков может привлекать контент, публикуемый группой, о чем будет сказано ниже, и благодаря ему количество участников будет велико. Минимальное количество участников в отобранных сообществах – 18, наибольшее – 2198.

Широка, неравномерна и география подписчиков. В православных сообществах 30–75% участников – это пользователи из Республики Алтай, преимущественно из столицы г. Горно-Алтайск, у старообрядческой церкви 20% – из Республики Алтай, менее 50% – у протестантских церквей, 22–50% – у буддистских. Не-жители республики – это люди, проживающие в соседнем Алтайском крае, а также в таких крупных городах, как Новосибирск, Москва, Санкт-Петербург, связи с другими странами единичны. Уже на основании распределения места жительства участников можно сделать вывод, что буддистские сообщества наиболее включены во всероссийскую сеть буддизма, так как 25–

50% участников находятся в Республике Бурятия, Республике Тыва, Забайкальском крае. Этот факт, кстати, отразится и на контенте, и на репостах группы.

После проведения контент-анализа публикаций, а также рассмотрения количественных показателей стало возможным выделить и обобщить тезисы, характеризующие особенности ведения сообществ и выстраивания онлайн-коммуникаций:

– православные сообщества отличаются тем, что они имеют определенный стиль публикаций: малоэмоциональный текст, часто включающий отрывки из Священного писания или жития, строгие фотографии, запечатлевающие службу или иной процесс, фотографии священнослужителя или общины. Как правило, цель таких публикаций – информирование общины и интересующихся о проведении мероприятия или освещение новости о жизни церкви;

– православные сообщества по своей тематике можно разделить на административные, к которым можно отнести сообщество епархии, благочиний, в них публикуется «более официальная» информация, а также репосты из групп других церквей; на сообщества отдельных церквей, здесь информация может быть по содержанию более упрощенная, часто в таких сообществах размещается историческая информация о появлении и развитии церкви в населенном пункте; на сообщества воскресных школ; на сообщества, отражающие социальную сторону религии – помощь матерям, уязвимым категориям, взаимодействие с ВС РФ; на сообщества, посвященные религиозной практике, например, паломничеству;

– сообщество старообрядческой церкви посвящено преимущественно жизни общины и развитию церкви. По этой причине оно выглядит менее формально, в публикациях отражается отношение администратора к описываемому событию, что делает общение в рамках группы более доверительным;

– сообщества ХВЕ выделяются стилем оформления своих записей: это цитаты из Книг, а также изречения известных личностей-пятидесятников, наличие визуальной составляющей, например, афиши, видео и фото с конференций (проповедей), абстрактные изображения, художественные или стилизованные изображения, относящиеся по религиозному содержанию к группе и т. д., эмодзи, а также определенная структура записей. Реакция подписчиков в последние годы ограничена;

– контент буддистских сообществ всегда сопровождается изображением божеств или художественным изображением, в котором можно увидеть элементы, соответствующие вероучению, фотографиями со служб или жизни общины (например, благотворительность и ознакомление жителей с религией), значительный объем записей (отметим, они пользуются наибольшей популярностью) посвящен вероучению, его содержанию и развитию спустя века, правилам, регулирующим повседневную жизнь последователей.

Самые популярные записи набирают не только наибольшее количество лайков, но и являются наиболее обсуждаемыми.

Таким образом, можно сделать вывод, что религиозные группы наращивают свое присутствие в социальных сетях, ведь это является одним из способов коммуникации общины, религиозного, а также светского мира.

Перспективным видится изучение жизни и деятельности отдельных религиозных сообществ в Интернете в рамках принципов нетнографии.

Примечание. Исследование проведено в рамках проекта РНФ №24-48-03002 «Религиозные ландшафты российско-монгольского приграничья: институциональные и сетевые механизмы конструирования религиозной и этнической идентичностей и безопасности в условиях постсекулярной реальности»

Литература

Забаев, Пруцкова 2013 – *Забаев И.В., Пруцкова Е.В.* Социальная сеть православной приходской общины: возможности применения анализа социальных сетей в социологии религии // Вестник ПСТГУ. Серия 1: Богословие. Философия. 2013. № 48 (4). С. 120–136.

Лебедев 2020 – *Лебедев С.Д.* Виртуализация религиозного сообщества как ключ к пониманию эволюции социологических концепций религиозности // Концепт: философия, религия, культура. 2020. № 4 (3). С. 85–104.

Лопатинская 2019 – *Лопатинская Т.Д.* Виртуальная религиозность как социоантропологический феномен // Общество: философия, история, культура. 2019. № 9. С. 124–128.

Чеснова 2021 – *Чеснова Е. Н.* Цифровизация религии: ислам // Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л.Н. Толстого. 2021. № 4. С. 70–82.

Геймерство как цифровая субкультура молодёжи

Анастасия М. Воронина

студентка
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Елена А. Колосова

канд. социл. наук, доцент
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье рассматривается геймерство как субкультура, характерная для молодёжи в цифровую эпоху. Основное внимание уделяется анализу ценностей, норм и особенностей поведения, характерных для этой группы. Автор исследует, как видеоигры влияют на формирование идентичности молодых людей, их социальные связи и способы проведения досуга. Особое внимание уделяется роли геймерства в процессе социализации и адаптации молодёжи в современном обществе.

Ключевые слова: геймеры, субкультура, молодёжь, видеоигры, сообщество, идентичность, ценности, социализация, цифровая субкультура

В современном мире цифровые технологии становятся неотъемлемой частью жизни молодёжи. Всё больше и больше людей присоединяются к виртуальному миру, а в особенности к цифровым субкультурам.

Что такое цифровая субкультура на сегодняшний день? Это обособленная цифровая среда с собственным языком, культурой, стереотипами, ценностями и моделями поведения пользователей. Одной из наиболее противоречивых цифровых субкультур является геймерство. В широком смысле термин применяется к любым людям, которые регулярно используют компьютерные игры для досуга, в узком смысле геймеры – фанаты видеоигр, для которых увлечение занимает значительное место в жизни.

История существования геймерской субкультуры берёт своё начало с 1970-х гг., когда и появился термин «геймер», используемый по отношению к людям, играющим на игровых автоматах [Петрова 2020], в дальнейшем термин получил своё распространение и приобрёл статус субкультуры. Сегодня, согласно данным ВЦИОМ[132], к представителям геймерского сообщества с некоторыми оговорками можно причислить каждого пятого.

Поговорим о специфике геймерства и противоречивости в представлениях о нём. Одна из возможных характеристик субкультуры – стереотипы, сформированные под

© Воронина А.М., 2025

[132] Гейминг по-русски // Официальный сайт ВЦИОМ. 2024. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/geiming-po-russki (дата обращения: 29.04.2025).

влиянием общественных процессов. В данном сообществе присутствует ряд стереотипов. В исследовании Петровой [Петрова 2020] указываются следующие стереотипы:

1) приравнивание к детям;

2) абсолютное одиночество;

3) наличие психических расстройств4

4) неплатежеспособность.

Иными словами, фанатов видеоигр считают психически нездоровыми людьми, одинокими, не имеющими достаточный уровень заработка, и воспринимают их увлечение как нечто детское. Стоит отметить, что по данным ВЦИОМ[133], интерес к подобному формату досуга демонстрируют преимущественно те, кто оценивает свое материальное положение как хорошее (играют 27%, играли 26%) или среднее (22% и 21% соответственно). В низкодоходной группе процент бывших и нынешних геймеров составляет 15% и 17% соответственно. То есть геймерство само по себе является дорогостоящим досугом. И это помогает опровергнуть ложный стереотип о недостаточном уровне финансов. Зачастую геймеры и сами опровергают неверные теории. Например, в исследовании А.А. Петровой [Петрова 2020], говорится о медлительности геймеров, их скрытности. Но нельзя утверждать, что это так и есть. Многие киберспортсмены, выходя на мировую арену проявляют себя, как публичные личности, способные легко выстраивать коммуникации. Кроме того, медлительность не имеет связи со всеми представителями субкультуры. Среди киберспорстменов можно наблюдать людей, крайне активно проводящих свободное от игр время, в том числе и занимаясь спортом. В достаточно динамичном образе жизни нет места медлительности.

Таким образом, подробное рассмотрение геймерской субкультуры может позволить искоренить стереотипы и прояснить реальную ситуацию.

Для определения геймерства как субкультуры возьмём также такой аспект как специфический язык. Геймеры используют свой сленг и сокращения для ускорения и оптимизации игрового процесса. В научной работе В.Е. Щербиной [Щербина 2018] указываются следующие сокращения: «roboter», «треккеры», «atten», «proggies» и другие. Так формируется язык понятный для геймеров и сложный для восприятия других людей.

Не менее важно сказать о типологии геймеров как представителей субкультуры. В настоящее время в различных интерпретациях указываются следующие общие типы геймеров по выбору игр, уровню и времени, потраченного на игры: «казуальные»

[133] Видеоигры – и кто в них играет? // Официальный сайт ВЦИОМ. 2019. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/videoigry-i-kto-v-nikh-igraet (дата обращения: 29.04.2025).

(«обыденные» игроки, посвящающие играм немного времени и/или не освоившие некоторые особенности игры до конца), «хардкорщики» (опытные игроки и/или играющие достаточно долго) , «профессионалы» (киберспорстсмены), «ретро» (игроки, как правило старшего поколения и/или отдающие предпочтение неактуальным играм) и «социальные» (игра ради общения). Противоречивость данного аспекта заключается в размытости границ и сложности различения «казуальщиков» и «хардкорщиков». В иерархии геймеров по умениям и навыкам присутствуют такие игроки как «ламеры», «геймеры», «читеры». Которые соотвественно характеризуются как начинающие, среднеуровневые и продвинутые. Отсутствие общепринятых классификаций и чётких границ демонстрирует геймерство с одной стороны как гибкую, динамичную и относительно молодую структуру, но с другой предоставляет поле для активного изучения и установления рамок внутри субкультуры.

Поговорим о том, как геймерство влияет на формирование идентичности молодых людей, их социальные связи и способы проведения досуга. На самом деле влияние данной субкультуры на формирование идентичности крайне велико по нескольким причинам:

1. *Развитие навыков и способностей*. Видеоигры требуют от игроков хорошей реакции, памяти, внимания, в многопользовательских играх также коммуникабельности. Несомненно, эти навыки полезны и для внеигрового мира.

Также не менее важно упомянуть слова самих геймеров. Было проведено авторское исследование, в виде глубинного интервью с десятью информантами («Мотивы вступления студенческой молодежи в цифровые субкультуры на примере геймеров», ноябрь-январь, 2024).

Говоря о полученных навыках в процессе игры, геймеры сообщили следующее:

1) «И эрудированность в некоторых моментах может появляться просто по факту того, что ты запоминаешь некоторые отсылки или культурный план»
2) «Ну, наверное, реакцию, что-то какое-нибудь, знаете, мышление в экстренных ситуациях, когда надо, не думая, на рефлексах, что-то очень быстро сделать, провернуть»
3) «Это и реакция, умение быстро нажимать на кнопки, и умение быстро принимать решения. Оперативно, исходя из ситуации на, собственно, на игровом поле. Ну, на этом всё»
4) «Коммуникабельность, конечно, на первом месте. Ну и да, расширение языкового барьера»

Таким образом, аспект развития навыков и способностей был подтверждён непосредственно самими представителями цифровой субкультуры.

2. *Самовыражение.* Геймеры демонстрируют полученные и отработанные навыки, получая признание.

3. *Погружение в альтернативную реальность.* Уход в виртуальный мир позволяет человеку отдохнуть от реальной жизни и погрузиться в ту, где его смогут оценить и поддержать. Что непосредственно связано с самовыражением

4. *Формирование интересов и увлечений*. Видеоигры способны помочь человеку с определением личных интересов, а также оказать влияние на выбор профессии.

Говоря о социальных связях, можно выделить следующие аспекты:

– соревнования и соперничество. Соперничество в видеоиграх является мотивирующим фактором для достижения целей и способствует развитию навыков;

– создание сообществ. Внутри цифровой субкультуры создаются сообщества по интересам;

– общение и сотрудничество. Геймеры укрепляют социальные связи и общаются в многопользовательских играх.

Способы и мотивы проведения досуга геймеров также интересны и могут быть объединены в три категории:

– развлечение и отдых. Видеоигры для многих геймеров – возможность расслабиться и весело провести время;

– обучение и развитие. Развитие навыков и обучение делают игры полезными;

– творческая деятельность. Многие игры подразумевают применение творческих способностей и креативного мышления, например игры – «песочницы» (игры без жёсткого сюжета, с открытым миром)

Перейдём к оценке роли геймерства в процессе социализации и адаптации молодёжи в современном обществе.

Роль геймерства в процессе социализации и адаптации молодёжи в современном обществе крайне велика и является многранной. Она может быть оценена с разных сторон**:**

1) в многопользовательских играх геймеры учатся взаимодействовать с другими игроками, обсуждать стратегии и принимать совместные решения. Это помогает им развивать коммуникативные навыки. Также зачастую в играх нужно уметь мыслить логически, решать сложные задачи и быстро принимать решения. Всё это способствует развитию когнитивных навыков;

2) все игры способны помочь молодым людям найти общение по интересам, раскрыть те качества и умения, которые сложно показать в реальной жизни. Кроме того, геймерство – это помощь в социальной адаптации и формировании идентичности геймеров. Это крайне важно для тех, кто испытывает трудности или чувствует себя изолированным.

В заключение будет особенно важно рассказать и о другой стороне данной цифровой субкультуры. Неправильная расстановка приоритетов может превратить геймерство в зависимость и повлечь за собой негативные эффекты. Геймерство также может оказать нежелательное воздействие на физическое здоровье, например, ухудшение зрения. Особенно эмоциональных и восприимчивые люди способны оказаться в зоне риска по психическому состоянию. А излишние траты приведут к снижению качества реальной жизни. Именно поэтому геймером стоит придерживаться баланса между игрой и реальной жизнью. В таком случае игры послужат эффективным инструментом для реализации себя и развитии своих способностей. Дальнейшие исследования помогут лучше понять и расставить границы в цифровом мире геймеров.

Литература

Петрова 2020 – *Петрова А.А.* Особенности субкультуры российских геймеров в процессе онлайн-игры // Скиф. Вопросы студенческой науки. 2020. № 4. С. 690–694.

Щербина 2018 – *Щербина В.Е.* Язык геймеров как компонента молодёжного сленга // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 3 (81). С. 395–398.

V. От теории к методу и обратно: трансформация общества, технологий и политического в эпоху прорывов

Герои Советского Союза или простые работники: образ инженеров-конструкторов 40–60-х годов в отечественных кинофильмах

Карина И. Тарасова

студентка
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Марина А. Колмыкова

канд. социол. наук, доцент
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В данной статье рассматривается образ советских инженеров-конструкторов 40–60-х гг., транслируемый в отечественном кино. Предпринимается попытка, посредством авторского исследования выявить и описать создаваемые в кинофильмах образы данной профессиональной группы.

Ключевые слова: социология кино, образ героя кинофильма, профессиональная группа, советские инженеры-конструкторы

Инженеры-конструкторы – это профессиональная группа, играющая значительную роль в становлении нашей страны практически на всех исторических этапах её развития. Однако, стоит отметить, что их вклад был особенно масштабным именно в период 1940–1960-х гг. Это довольно турбулентное время для нашей страны, связанное, в первую очередь, с такими событиями, как Великая Отечественная война и Холодная война, а также с накладывающимися на них Сталинскими репрессиями и изменениями в государственном устройстве: «Представленный период сопровождался коренными политическими, экономическими и социальными трансформациями» [Воробьева 2024, с. 13]. Иными словами, страна, практически 20 лет, находилась в кризисном положении. Сначала она нуждалась в освобождении от фашистов, посредством преобладающих военных мощностей, а после – в демонстрации силы и позиционировании себя, как передовой державы-лидера. В этом контексте роль инженеров, как профессиональной группы, приобрела принципиально новое значение: на нее была возложена задача не просто хорошо и ответственно исполнять свою работу, но и предлагать принципиально новые идеи, реализовывать еще несуществующие до этого момента проекты, т. е. выступать в роли «создателей», новаторов и двигателей прогресса, которые могут и сконструировать новое вооружение для победы в войне, и сделать полет человека в космос – реальностью.

© Тарасова К.И., 2025

Статья выполнена в рамках гранта «Судьбы общественного договора в России: эволюция идей и уроки реализации» Российского научного фонда, грант № 23-18-00093.

Такое особое положение профессиональной группы, с одной стороны, накладывало на нее большую ответственность: от инженеров ждали практических результатов в довольно сжатые сроки. Поддержка со стороны государства и отдельных членов государственного аппарата, выделение финансирования на проекты также требовали оправдания надежд и достижения реальных результатов. С другой стороны, данная профессиональная группа, благодаря победе в Великой Отечественной войне, конструированию нового мощного и точного оружия, созданию ракеты и спутника, запуску первого человека в космос и ряду других успешных технических проектов, значительно приумножила свой социальный капитал. Быть инженером стало не столько выгодно и прибыльно, сколько престижно и социально-одобряемо. Образ представителей данной профессиональной группы стал прочно ассоциироваться в обывательском представлении исключительно с позитивно-окрашенными характеристиками. Так, инженер-конструктор представлялся человеком образованным (с высшим образованием), из образованной семьи, с хорошим материальным положением, при этом полученным честным самостоятельным трудом, поддерживающим и разделяющем семейные ценности, инициативным, патриотично настроенным, приносящим пользу стране. Говоря про инженера, было принято думать про человека с большой буквы. Более того, такое представление настолько сильно укоренилось в общественном сознании, что даже сейчас профессия инженера представляется одной из наиболее востребованных и перспективных для будущих студентов. Так, по данным опроса общественного мнения ВЦИОМ, профессия инженера входит в топ-10 наиболее престижных профессий. Более того, 11% опрошенных хотели бы, чтобы их дети/внуки выбрали для себя такую профессию (для сравнения: 20% опрошенных желали для своих детей/внуков профессию, связанную с IT). Хотя при этом, по данным того же опроса, профессию инженера-конструктора уже не рассматривают, как высокооплачиваемую[135]. Получается, что социальный капитал данной профессии, сформированный еще 70–80 лет назад, настолько велик, что способен перекрывать даже материальные преимущества. Таким образом, можно сделать вывод о том, что сформированный позитивно-окрашенный образ представителя данной профессии все так же актуален и востребован, и он ободряется обществом.

Сохранение представлений о профессии инженера как о престижной и общественно одобряемой можно в том числе рассматривать как социокультурную сконструированную

[135] Наиболее престижные и доходные профессии: мониторинг. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). 2024. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/naibolee-prestizhnye-i-dokhodnye-professii-monitoring (дата обращения: 15.04.2024).

традицию восприятия. Иными словами, благодаря музыкальным произведениям, живописи, театральным постановкам, кинофильмам и другим формам искусства мог быть распространён определенный «успешный» образ инженера-конструктора, периода 40–60-х гг. Далее такая традиция или привычка восприятия этой профессиональной группы уже могла закрепиться в общественном сознании и тиражироваться далее.

Безусловно, большая степень влияния в контексте конструирования и закрепления образов отводится именно *кино*, как форме искусства, интенсивно воздействующей сразу на несколько каналов восприятия. Более того, кино - наиболее массовый вид искусства, позволяющий донести те или иные ценности или представления о группе до большего числа людей: «Кинематография имела высокое значение в воспитании, формировании мировоззрения, нравственных убеждений, вкусов личности» [Воробьева 2010, с. 71]. Получается, кинофильмы обладают широким потенциалом к формированию образных и ценностных представлений о той или иной группе.

Так, образ инженеров с советского периода 40–60-х гг. и до сих пор окрашен позитивно, а сама профессия воспринимается как престижная. Понимая роль и степень влияния кино на формирование образов, в рамках данной работы было интересно проанализировать, действительно ли укорененный в общественном создании образ инженеров транслируется и посредством кинофильмов, действительно ли образ советских инженеров в кино отражает исключительно позитивные представления об этой профессиональной группе или все-таки можно будет говорить об их вариативности.

Походы к исследованию образа в кинофильмах. Для поиска ответов на поставленные выше вопросы необходимо интерпретировать само понятие «образ» рассмотреть походы к его исследованию, т.е. понять, как его уже изучают в социальных и гуманитарных науках посредством кинофильмов. Первоначально, стоит отметить, что понятие «образ» не имеет единого, четкого или общепринятого определения. Его наиболее корректно рассматривать как конструируемое понятие. Это значит, что оно не статично и складывается из тех смысловых элементов, которые задает для его определения исследователь. Так, понятие образа может ограничиваться исключительно внешним. А может включать в себя, наоборот, внутренние переживания как наиболее ценные для анализа смысловые элементы. А может объединять и перовое, и второе.

В связи с такой вариантностью определения понятия существует несколько подходов (табл. 1), позволяющих с помощью разных индикаторов определить, а затем исследовать образ, транслируемый в кинофильмах. Обозначим эти подходы:

1. *Ретроспективный подход*. В рамках этого подхода образ трактуется как нечто непостоянное и изменчивое, зависящее от культурного и исторического контекстов.

Предлагается анализировать то, как менялись образы героев кинофильмов в разные временные периоды выхода самих фильмов. Так, например, образ ученых в фильмах 30-х гг. мог отличаться от того образа, который демонстрировали в фильмах уже 60-х гг. И быть кардинально другим – в современных фильмах. В этом подходе не предполагается выделение каких-то конкретных критериев образа. Сравнение осуществляешься на основе описательных характеристик фильмов/их сюжетов, анализа исторического и культурного контекста, повлиявшего на данный фильм и транслируемый в нем образ, а также на интерпретации самими исследователей. В рамках данного подхода изучали образы такие исследователи, как Е.О. Нечаева [Нечаева 2022] и Н.А. Кныш [Кныш 2007].

2. *Авторский подход*. В этом подходе образ составляется на основе тех смыслов, которые закладывал режиссер и тех смыслов, которые были считаны зрителями, т.е. образ героев - является производной его восприятия аудиторией фильма. Важно не то, какое материальное положение у героя или как репрезентирована его профессиональная группа, а то, как его считали зрители и какой изначальный смысл заложил автор. Для такого конструирования образа исследователи, например, В.А. Токарев [Токарев 2006] обращались к анализу архивов (документов о фильме, запискам режиссера), а также к рецензиям зрителей.
3. *Подход с одним основным критерием*. Данный подход предполагает менее абстрактный взгляд на определение «образа». Появляется критерий, по которому этот образ оценивается. Таким критерием может быть внешний вид, характер героев, их материальное положение и т.д. Однако надо понимать, что критерий всего один, поэтому предложенная оценка образа будет ограниченна.
4. *Многокритериальный/комплексный подход*. В рамках данного подхода образ также оценивается через определенные, обозначенные критерии. Однако, в отличие от предыдущего подхода, самих критериев несколько. Это дает более полный взгляд на конструируемый образ. Такого подхода придерживается, например, А.А. Дупак [Дупак 2019] и некоторые другие исследователи.

Таблица 1

Подходы к пониманию и анализу «образов» героев кинофильмов

Подход	Способ конструирования образа	Использование подхода в рамках науки	Специфика подхода	Исследователи, работающие в рамках данного подхода
Ретроспективный	Образ строиться на основе сравнительного анализа	История, культурология	Учитывает внешний контекст,	Е.О. Нечаева, Н.А. Кныш

	кинофильмов разных периодов об одной исследуемой группе (например, врачи, ученые, женщины и т.д.)		предлагает не оторванный от реальности взгляд на анализ фильмов. При этом, довольно субъективный	
Авторский	Образ как восприятие зрителей и смысл, закладываемый режиссером	История, культурология, психология	Предлагает оценить образ по тому, как его восприняли и какие смыслы в него изначально были заложены автором. Показывает скорее специфику восприятия образов, а не образ героя как таковой. Субъективен.	В.А. Токарев
1 критерий	Выделение одного критерия, как наиболее значимого, по которому далее оценивается и конструируется образ	Социология, психология, социальная-психология	Возможность более объективной оценки образа, так как появляется единый критерий. Но 1 критерий подходит для узкопрофильных исследований (например, тема маскулинности), но не отражает всю полноту образа	Т.М. Дадаев
Многокритериальный	Выделение нескольких критериев для оценки и конструирования образа героя	Преимущественно социология	Предлагает комплексный взгляд на образ. Включает много аспектов. Но необходимо обосновать отбор того или иного количества критериев	М. Кронер, А.А. Дупак, Р.А. Фандо, И.В. Неупокоев

Таким образом, можно сделать вывод о том, что изучение образов героев кинофильмов – довольно исследуемое поле, в котором существует несколько разных подходов. У каждого подхода есть своя специфика использования и основная сфера применения. В рамках данной работы для анализа образов инженеров-конструкторов 40–60-х гг. будет выбран многокритериальный подход.

Методика исследования. Для того, чтобы выделить образы инженеров-конструкторов на основе кинофильмов и проанализировать их, было проведено авторское

исследование с использованием контент-анализа семь кинофильмов. В качестве методики для контент-анализа была выбрана конкретная методика, разработанная М. Кронером [Воробьева 2024] (работал в рамках многокритериального подхода). Автор предложил анализировать кинофильмы и рассматривать «образ» героя через совокупность критериев. К таким критериям он относил:

1) социально-демографические характеристики;
2) картину мира героя;
3) времяпрепровождения героя (сочетание досуга и работы);
4) наличие социальных конфликтов у героя (с другими героями, обществом или самим собой);
5) репрезентация социального слоя, к которому принадлежит герой;
6) место любви/семья в жизни героя;
7) фильм и зрители.

Так, М. Кронер предложил довольно комплексный подход к анализу кинофильмов и образу их главных героев. Выбор такого подхода для авторского исследования представляется наиболее удачным, поскольку он затрагивает большое количество аспектов, носящих социальный характер и позволяющих раскрыть образ героя фильма – инженера, посмотреть на него с разных сторон, получить комплексное представление о его мировоззрении, уровне жизни, социальных взаимодействиях. Более того, данная методика изначально была предназначена именно для проведения контент-анализа. Её апробировали, и результаты проведенного исследования были приняты научным сообществом, что свидетельствует о надежности и проверенности инструментария.

Однако стоит отметить, что такой индикатор, как «фильм и зрители» в авторском исследовании не будет оцениваться, поскольку он скорее раскрывает то, как публика поняла фильм, как отнеслась к главному герою, насколько она ему сопереживает и т. д. Иными словами, данный критерий скорее отражает реакцию людей на созданный в кинофильме образ героя, а не описывает его. В контексте данного исследования не важно, на сколько понравился герой. Эти данные – вторичны. Наиболее важно то, как он непосредственно представлен образ героя в фильме. Таким образом, будет использовано 6 критериев-индикаторов.

Стоит отметить еще один принципиальный аспект, связанный с отбором фильмов для анализа. Для поиска фильмов был использован официальный сайт «Кинопоиска», а также сформулированы определенные критерии, по которым эти фильмы отбирались:

– фильм советского или российского производства;

– в фильме отражены события 40–60-х гг.;

– в фильме есть герои-инженеры (при том, это могут быть и главные, и второстепенные персонажи)

На основе выделенных критериев было отобрано семь кинофильмов для последующего анализа: «Небо измеряется милями», «Калашников», «Королев», «Обгоняя время», «Танки», «Время первых», «Укрощение огня».

Таким образом, авторское исследование будет предполагать качественный контент-анализ по методике, предложенной М. Кронером. Образ героев, отобранных кинофильмов будет подробно описываться по шести критериям, отражающим разные аспекты их жизнедеятельности. Анализироваться будут не только главные, но и второстепенные герои, которые работают инженерами-конструкторами.

Описание результатов исследования. Перейдем к описанию результатов исследования. На основе просмотренных кинофильмов удалось выделить пять типичных образов инженеров-конструкторов (табл. 2): мечтатель-инноватор, реалист, рядовой работник, «выходец из народа» и подстрекатель. Опишем каждый образ подробнее:

1. *Мечтатель инноватор*: обычно эта роль отводится главному герою. Это образ инженера как человека с новым видением и смелыми решениями. Он не боится бросить вызов государственному аппарату, в попытке отстоять идею своего проекта. Мечта и желание сделать что-то важное для своей страны – основные двигатели его деятельности. Он патриот своей страны. И не «продаст свои идеи и разработки» представителям других государств, предлагающих ему выгодные условия. Работа – это вся его жизнь, поэтому времени на семью, друзей или собственный досуг практически нет. Герой при этом хорошо зарабатывает (например, может позволить себе привозить из командировок своим дочкам дорогие духи, платья и т. д.), занимает управленческие должности, связанные и с научной разработкой, и с принятием стратегических, решений. Семья и проведение времени с ней – декларативно важно для героя. Но на деле его практически никогда нет с ними рядом. Основной его конфликт – конфликт с самим собой (попытка доказать, что он может реализовать мечту и войти в историю). Также образ дополняют такие характеристики, как честность, порядочность, ответственность, лидерские качества и готовность рисковать.
2. *Реалист:* образ такого инженера отчасти схож с первым образом. У героя также была мечта и амбиции к реализации новых масштабных проектов. Но по тем или иным обстоятельствам – не вышло (государство отклонило идею, был слишком велик риск и т.д.). Это привело к тому, что герой разочаровался и смирился. С одной стороны, он представлен, как человек статусный, занимающий важную управленческую позицию, принимающий решения. Но, с другой, - он не реализовал свою мечту (это личностное противостояние для него ключевое). Поэтому он активно поддерживает тех молодых инженеров, которые пытаются это сделать,

выступая в роли патрона для них. Занимая высокий статус и имея большую ответственность, герой не готов к неоправданно рисковать: для него более первостепенна команда, его состояние, а не прорыв с точки зрения технологии. Он хороший семьянин. Как руководитель: спокойный, вдумчивый, размеренный.

3. *Рядовой работник:* данный образ представляет инженера не как инноватора или человека-управленца, а скорее как рядового сотрудника, который качественно выполняет свою работу. Этот образ представлен в кинофильмах не только мужскими, но и женскими персонажами. Это представители среднего класса, с высшим образованием. Они ходят на любимую работу, хорошо ее исполняют, но не несут в себя креативного новаторского заряда. Такие герои составляют команду героя мечтателя-новатора и воплощают его идеи в жизнь. Для них при этом действительно важна семья и возможность провести жизнь не только на работе. В фильме они не сталкиваются со сложными социальными конфликтами. А представляют скорее часть сплоченного коллектива. Таких героев можно охарактеризовать, как трудолюбивых и ответственных.

Таблица 2

Характеристика образов инженеров-конструкторов на основе анализа кинофильмов

	Соц.-дем	**Мировоззрение, картина мира**	**Времяпрепровождение (досуг, работа)**	**Социальные конфликты**	**Репрезентация социального слоя**	**Место любви/семьи в жизни героя**
Мечтатель-инноватор	Мужчина; в возрасте 30-45 лет работает и живет в Москве; достаток выше среднего; есть высшее образование	Герой хочет изменить мир, придумать, что-то революционное с точки зрения развития технологий для своей страны, сделать невозможное возможным. Он горит своей идеей и верит в нее. Он мечтатель. Мыслит масштабно и без принятых рамок. Но эта идея для него – смысл жизни. И зачастую, она важнее, чем семья, друзья или	Досуг - крайне ограничен. Его практически нет. Все свое свободное время герой проводит на работе. Но этого его собственное желание. Если и показано, свободное от работы время, то герой его проводит с семьей (прогулка в парке). Но продолжает говорить, думать о работе, искать новые идеи для проектов	Герой сталкивается с 3-мя основными конфликтами: конфликт с семьей, с государством и с самим собой	Инженеры в лице героя показаны деятельностными, образованными, идейными. Они хорошо зарабатывают, живут выше среднего. У них есть семья и дети. Представители данной профессии – уважаемые и почитаемые в обществе люди	У героев есть семья, дети. Семейные ценности осознаются, как важные. Но занимают на первое место в

		другая соц. жизнь. Герой патриот, идеалист				системе ценностей. На них всегда не хватает времени
Реалист	Мужчина; в возрасте 40-55 лет работает и живет в Москве; достаток выше среднего; есть высшее образование	Герой хотел изменить мир, создать что-то инновационное. Но государственная машина не позволила реализовать проекты. Сейчас для него важны семья, дети, коллектив. Он не готов рисковать отношениями с ними, ради достижения абстрактной, пусть и важной цели. Герой патриот, семьянин	Данный герой много работает. Но для него важно время, проведенное с семьей и друзьями. Свободное время от также может проводить за чтением, посещением технических выставок и получения новых знаний	2 основных конфликта: с государством и с самим собой	Инженеры показаны, как очень обеспеченная и статусная группа. Высокообразованная. Жители столицы. Они разделяют семейные ценности. Пользуются уважением в обществе	Важная роль. Есть жена, дети.
Рядовой трудолюбивый работник	Мужчины/женщины; в возрасте 20-35 лет работает и живет в Москве или регионах России; часто приезжают работать в Москву; средний достаток; есть высшее образование	Герой не хочет менять мир. Он любит свою работу. Верит в общую идею, и готов идти за лидером. Он добросовестно выполняет свою работу. Не предлагает при этом гениальных идей. Патриотично настроен. Трудолюбив	У героя в жизни есть и время на работу, и на досуг. Он его проводит с друзьями. Устраивают общие праздники, гуляют, ходят в кафе-мороженое, в парк, на танцы. Но если стоит важные задачи от лидера-проекта, то герой может все бросить и приехать помогать выполнять работу	Герой не сталкивается с конфликтами. Не с кем не вступает в конфронтацию	Средний класс, живет как все. Есть высшее образование. Представлен как порядочный и исполнительный работник, который стабильно выход на работу и хорошо ее исполняет	Семья и друзья есть у героев. Занимают важную роль.
«Выходец из народа»	Мужчина; в возрасте 25-35 лет; работает и живет в регионе России (небольшой городок); достаток	Герой мечтает также изменить мир, как и «мечтатель-инноватор», но он из другой социальной группы. Ему сложнее «пробиться» и донести свои идеи. Но он в этом	У героя есть свободное время на досуг, который он проводит с друзьями. Они могут выпивать, петь песни, ходит на танцы.	Конфликт с государством	Представитель низшего-среднего класса. Он выходец из небольшого городка, деревни. У героя нет профильного образования. Но	Семья играет важную роль – роль поддержки и опоры во

	первоначальн о ниже-среднего и средний; нет профильного высшего образования/м ожет быть только среднее специальное образование	последователен и уперт. Также очень патриотичен. И представляет голос народа			есть талант и стремление реализовать свои проекты, поэтому постепенно он занимает более статусное положение	всех начинани ях.
Подстрекатель	Мужчина, в возрасте 30-45 лет, есть высшее образование	Герой мечтает быть лидером, но за ним не идут остальные. Он остается в тени главного лидера, что не нравится герою. Герой вдохновлен идеей. Но материальный аспекты для него первостепенны. Жадный. Мелочный. Приземленный. Не патриот своей страны	У героя есть свободное время. Он проводит его, праздно проживая свою жизнь. Также может проводить время с семьей, друзьями, старшими коллегами-покровителями	Конфликт с главным героем (коллегой) Внутренний конфликт	Представитель среднего0высшего класса. Обеспеченный, знаком с известными и статусными политическими деятелями страны. Может многое позволить. Образован. Но представлен как мелочный человек	Семья есть. Но сложно определи ть ее значение для героя

4. *«Выходец из народа»:* данный образ героя также похож на образ героя-инноватора. Но он занимает другие социальные позиции и репрезентирует другой социальный слой (постепенно из низшего-среднего класса поднимаясь вверх). У такого героя нет высшего профильного образования, он самоучка, у которого просто есть новая интересная идея. Притом ценность своей идеи герой осознает не сразу, а со временем. Для него не важно войти в историю, сделать открытие или прорыв в науке. Он движут более практичные цели (например, данное оружие будет работать лучше, соответственно меньше «наших» погибнет). Герой очень простой. Он представляет обычного человека из глубинки. Добрый, наивный, приветливый. Он патриотично настроен, любит свою страну.
5. *Подстрекатель:* данный образ скорее негативно окрашен. Он представляет инженера как, с одной стороны, человека образованного, занимающего руководящие посты. А, с другой стороны, человека мелочного, завистливого, готового пойти на сделки с совестью, чтобы получить хорошее место/должность. Сначала таким героем двигали

мечты и стремление реализовать себя, но он предпочел их материальных благам и комфорту. Герой наслаждается своим положением, живет на широкую ногу. А также участвует в небольших сговорах, позволяющих отложить проект и его запуск или перенести его, потому что это кому-то выгодно. Герой завистлив, в нем нет патриотизма и любви к своей стране.

Заключение. В ходе авторского исследования образов инженеров-конструкторов, транслируемых в кино, на основе методики контент-анализа, предложенной М. Кронером, было выделено и описано 5 основных образов. Оказалось, что большинство образов, как и предполагалось в начале статьи, скорее позитивно окрашены и репрезентируют группу инженеров как значимую для нашей страны. Это умные, образованные, талантливые, трудолюбивые люди, которые могу занимать разное социальное положение в обществе. Но при этом, они хорошо обеспечены и пользуются уважением в обществе. Стоит отметить, что образа мечтателя-инноватора – ведущий. Это некий идеал того, каким представлялся инженера и его роль в истории нашей страны. И остальные образы отстраивались от него, отличаясь по тем или иным характеристикам, но были связаны с ним. Так, например, реалист хотел быть мечтателем, но не смог. А подстрекатель – прямой оппонент мечтателя. Интересен для анализа образ рядового рабочего. Он кажется более применимым к оценке образа инженера в целом, поскольку говорит о неком среднем представителе данной профессиональной группы. Примечательно, что есть и негативно окрашенный образ – подстрекатель.

Таким образом, можно сделать несколько выводов. Во-первых, образ инженера 40–60-х гг. в кинофильмах представлен несколькими образами, т. е. можно говорить про некоторое разнообразие и вариативность. Во-вторых, образы, как и предполагалось, преимущественно – позитивно-окрашенные. Их объединяет патриотизм, трудолюбие, ответственность, понимание значимости работы как описательные характеристики. В-третьих, существует и негативный образ инженера-конструктора. Он представляется оппонентом главного героя, лишен патриотических чувств и осознания ценности своей работы создателя.

Литература

Воробьева 2024 – *Воробьева И.В.* Ученые как субъект «общественного договора» в послевоенный период // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2024. № 3. С. 12–24.

Воробьева 2010 – *Воробьева К.С.* Социология кино в СССР: проблема посещаемости // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2010. № 1. С. 71–79.

Дупак 2019 – *Дупак А.А.* Образ советского человека в российском кино: социологический анализ // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2019. № 4. С. 385–401.

Кныш 2007 – *Кныш Н.А.* Образ ученого в художественном кинематографе конца 1940-х – начала 1950-х годов // Вестник Челябинского государственного университета. 2007. Вып. 21. №. 18 (96). С. 119–135.

Нечаева 2022 – *Нечаева Е.О.* Образ медицинской сестры в советском и постсоветском кинематографе // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2022. № 3. С. 104–111.

Токарев 2006 – *Токарев В.А.* Между страстью и пристрастностью: Клио и художественный кинематограф // Историк в меняющемся пространстве российской культуры: Сб. Челябинск, 2006. С. 257–268.

Концептуальные основы изучения социального маркетинга

Никита С. Ветошкин

студент
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Ольга В. Китайцева

канд. социол. наук, доцент
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье рассмотрены концептуальные основы изучения социального маркетинга. На основе анализа работ ряда авторов выделены определения социального маркетинга, его цели, а также представлено сопоставление с другими видами маркетинга.

Ключевые слова: социальный маркетинг, общественные идеи, социальные проблемы

По мнению некоторых исследователей, социальный маркетинг до сих пор находится на этапе разработки. По Ф. Котлеру,

> …социальный маркетинг еще слишком молод, чтобы можно было сравнивать его эффективность с действенностью других стратегических подходов к достижению общественных перемен[137].

В то же время А.В. Колик отмечал, что «методология, понятийный аппарат, принципы социального маркетинга в настоящее время находятся на стадии формирования» [Колик 2018, с. 53]. Wu Yao подтверждает вышесказанное, называя социальный маркетинг инновацией [Wu 2020, p. 116]. Однако в наше время уже есть некоторые теоретические наработки в рамках исследуемой темы. Поэтому целью данной обзорной публикации является комплексное представление уже имеющихся концептуальных основ изучения социального маркетинга.

Чтобы детально разобраться в основах данного вида маркетинга, рассмотрим идеи некоторых авторов. Итак, Ф. Котлер выделял такие виды маркетинга, как «маркетинг услуг», «маркетинг организаций», «маркетинг отдельных лиц», «маркетинг мест», «маркетинг идей», последний из которых означает «деятельность по предложению на рынке идей»[138]. Социальный маркетинг относится именно к этой сфере деятельности, поскольку его Ф. Котлер называл маркетингом «общественных идей» [Гетман 2020, с. 37]. Так, социальный маркетинг может использоваться в различных целях общественных перемен: чтобы заложить основы понимания в обществе, модифицировать особенности поведения или представления о чем-либо, вдохновить на разовый поступок[139].

© Ветошкин Н.С., 2025

[137] *Котлер Ф.* Основы маркетинга: Краткий курс: Пер с англ. М.: Вильямс, 2007. С. 592.

[138] Там же. С. 593.

[139] Там же. С. 590.

Впервые социальный маркетинг как термин был использован Ф. Котлером и Дж. Зальтманом в 1971 г. для «описания маркетинга в сфере здравоохранения и улучшения качества жизни, социальной среды» и «применения принципов и методов маркетинга к продвижению общественного дела, к коренным изменениям в идее или в поведении» [Колик 2018, с. 53; Kotler, Altman 1971, p. 3]. В то время деятельность организаций так или иначе была связана с решением различных общественных проблем [Гаджиалиев 2010, с. 277]. Так, основная цель данного вида маркетинга – это улучшить жизнь отдельных людей и общества в целом.

Другое определение дает Н. Ли: исследуемый вид маркетинга – это достижение пользы для общества через воздействие на людей с помощью использования креативных методов и возможностей маркетинга. Она отмечает, что он ориентирован на «создание, передачу и обмен общего блага с целью принесения положительной ценности отдельным лицам, клиентам, партнеру и обществу» [Lee, Kotler 2016, p. 39].

Согласно другой трактовке, «социальный маркетинг – маркетинг изменений, направленных на внедрение и распространение необходимых для социума идей и аксиом», целью которого «является естественное принятие участниками социума изменений, важных для социума».

Социальный маркетинг рассматривается «как систематический процесс принятия решений, на основе анализа ситуаций и формулирования целей», «направлен на решение социальных проблем в обществе», «относится к многосторонним формам деятельности некоммерческих организаций из политической, религиозной культурной среды» [Гаджиалиев 2010, с. 278].

Спектр деятельности социального маркетинга широк. Государство активно применяет исследуемый вид маркетинга, чтобы продвигать общественно значимые проекты, некоммерческие организации используют его как инструмент для вовлечения граждан и партнеров в решение социальных задач, а бизнес – чтобы укрепить имидж брендов через поддержку социально ориентированных инициатив. Современные стратегии развития государств опираются на принципы устойчивости, под которыми подразумевается формирование долгосрочных механизмов обеспечения общественного блага. Эта концепция тесно связана с государственными институтами и их деятельностью, поскольку именно они выступают ключевыми инициаторами социальных кампаний. Некоммерческие общественные организации не стремятся к получению коммерческой выгоды, и, соответственно, классифицируются как неприбыльные. Коммерческие же организации осознают свою социальную ответственность, в связи с чем участвуют в реализации социальных проектов, демонстрируя свою социальную позицию, то есть мы можем

говорить об интеграции социального маркетинга с бизнес-сектором: деятельность коммерческих компаний, направленная на продвижение социальных ценностей и в то же время собственного бренда, выгодна в плане прибыли для компании [Колик 2018, с. 55-56; Кисленко 2015, с. 78]. Более того, участие компаний в социальном маркетинге позволяет им занять благоприятные позиции в глазах потребителей [Порохова 2016, с. 678]. Другими словами, многие организации понимают, что в настоящее время необходимо ориентироваться не только на получение прибыли, но и на выстраивание партнерских отношений с потребителями и обществом. Именно социальный маркетинг служит эффективным способом улучшения собственного имиджа, репутации, лояльности потребителей, узнаваемости, так как с помощью него организации помогают решать общественно значимые проблемы [Бикметов и др. 2021, с. 190].

Однако А.В. Овруцкий отмечает, что «маркетинговые коммуникации, в содержании которых использованы социально-значимые идеи и/или ценности, направленные на рост продаж и повышение прибыли субъекта коммуникации (социальное позиционирование бренда)» являются не социальным, а социетальным маркетингом [Овруцкий 2018, с. 34]. Однако его тесная связь с общественными идеями позволяет считать его частью социального маркетинга.

Помимо этого, стоит выделить такие категории, как «социально-этический маркетинг» (ориентированный на организацию и увеличение прибыли) и «социально-ответственный маркетинг» (ориентированный на решение социально-экономических проблем во благо организации), однако их можно считать частями социального маркетинга ввиду их подобности [Федоров 2008, с. 17].

Важно отметить, что некоторые понятия и методы социального маркетинга заимствованы из традиционного маркетинга, то есть принципы продажи товаров могут распространяться и на продажу идей [Колик 2018, с. 53].

При этом Ф. Котлер также делал следующее замечание:

> …для достижения максимальной ответной реакции целевой группы в процессе общественного маркетинга прибегают к сегментированию рынка, изучению потребителей, разработке замысла, разработке коммуникаций, приемам облегчения усвоения, стимулам и использованию приемов теории обмена[140].

Применение комплекса маркетинга в социальном маркетинге также возможно, но он включает не только традиционные элементы 4P, но и дополнительные. Продуктом («product») рассматриваются как материальные, так и нематериальные продукты. Ценовая политика («price») проявляется не только в денежных выражениях, но и в тратах времени, сил и др. (важно учитывать особенности формирования цены, которая может не быть

[140] *Котлер Ф.* Указ. соч. С. 590.

ориентирована на получение прибыли). Способы «доставки» («place») отличаются от традиционных видов доставки (например, «доставка» продукта социального маркетинга осуществляется через врачебные советы, СМИ, петиции и т. д.). Для продвижения («promotion») используют PR, рекламу, мероприятия, общественные кампании и др., которые оказывают какое-либо воздействие на социальные группы («publics»). Для успешного проведения социальных программ необходимы партнерства («partnership») и поддержка от политических участников («policy»), а также финансы («purse strings»)[141].

Другой вариант комплекса маркетинга предлагает пять составляющих – это «желаемое поведение и ассоциируемые выгоды от реализации данного поведения» («product»); «денежные и неденежные расходы, связанные с реализацией» («price»); распределение («где и когда целевая аудитория может получить возможность проявить желаемое поведение, приобрести требуемые материальные предметы и ассоциируемые услуги» («place»)); «убеждение о том, что целевая аудитория знает о предложении, хочет получить выгоды и готова» («promotion»); целевая аудитория («people») [Wu 2020, p. 116].

Что касается отличий между традиционным и социальным маркетингами, то здесь следует отметить следующее: в рамках социального маркетинга действие направлено не на пользу собственной организации, а на пользу целевой аудитории или же общества [Колик 2018, с. 53]. Основная цель социального маркетинга – достичь устойчивое благополучие общества и отдельного потребителя [Решетников 1998, с. 15]. Потому специфика этого вида маркетинга заключается в его ориентире на «социальный эффект» в обществе и уникальности «продукта», т. е. «социальных идей, которые являются общественным товаром и могут с помощью рыночных рычагов распространяться как продукты обмена» [Гаджиалиев 2010, с. 278].

Итак, вопреки неоконченному становлению социального маркетинга как определенной системы, существуют различные трактовки понятий и концепции в данной области. Исследователи данного вида маркетинга не сходятся во мнении касательно определения, а потому предлагают разнообразные варианты концепций, но часто этот вид маркетинга работает для достижения более высокого качества жизни общества и индивидов путем решения социальных проблем. Так, социальный маркетинг, состоящий и из компонентов коммерческого маркетинга, нацелен на решение социально-экономических, экологических и прочих некоммерческих вопросов путем продвижения и распространения определенных общественных идей.

---

[141] What is Social Marketing? Weinreich Communications. 2025. URL: https://www.social-marketing.com/what-is-social-marketing (дата обращения: 11.02.2025).

Литература

Бикметов и др., 2021 – *Бикметов Е.Ю., Рувенный И.Я., Рувенный Р.Р*. Социальный маркетинг как средство социально ответственного стратегического управления бизнес-организациями // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2021. № 3. С. 183–195.

Гаджиалиев 2010 – *Гаджиалиев К.М.* Сущность и содержание социального маркетинга в структуре услуг // ПСЭ. 2010. № 3. С. 277–279.

Гетман 2020 – *Гетман Е.П.* Социальный маркетинг: от практики к теории // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. 2020. № 1. С. 37–40.

Кисленко 2015 – *Кисленко И.Ю.* Социальный маркетинг как инструмент технологизации социокультурного пространства. Теория и практика современной науки. 2015. №2 (2). С. 77-80.

Колик 2018 – *Колик А.В.* Роль социального маркетинга в коммуникационной стратегии бренда // Коммуникации в современном мире: Сб. науч. ст. по материалам работы Первого белорусского философского конгресса, Минск, 18–20 октября 2017 г. / Отв. ред. Я.С. Яскевич, О.В. Терещенко, Ю.Ю. Гафарова. Минск: БГУ, 2018. С. 53–59.

Овруцкий 2018 – *Овруцкий А.В.* Социальный маркетинг в зеркале экономической социологии. Социодинамика. 2018. № 7. С. 32–49.

Порохова 2016 – *Порохова К.Д.* Социальный маркетинг. Энергия науки: Сб. VI Междунар. научно-практич. интернет-конф. студентов и аспирантов. Ханты-Мансийск, 27–29 апреля 2016 г. Ханты-Мансийск: Югорский гос. ун-т, 2016. С. 677—680.

Решетников 1998 – *Решетников А.В.* Социальный маркетинг и обязательное медицинское страхование. М.: Финансы и статистика, 1998. 336 с.

Федоров 2008 – *Федоров В.А.* Социальный маркетинг в российской бизнес-среде: специальность 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством»: Дис. … канд. экон. наук. Волгоград, 2008. 138 с.

Altman 1971 – *Kotler P., Altman G.* Social Marketing: An Approach to Planned Social Change // Journal of Marketing. 1971. Vol. 35. P. 3–12.

Lee, Kotler 2016 –*Lee N.R., Kotler P.* Social Marketing: Changing behaviors for good. 5th edn. SAGE Publication. Inc., 2016. 456 p.

Wu 2020 – *Wu Y.* Концепция социального маркетинга-история и инновация // Трансформация коммуникации в цифровую эпоху. М., 2020. С. 112–118.

Роль экранизаций книг в структуре мотивов чтения

Ксения Р. Ульянова

студентка
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Елена А. Колосова

канд. социол. наук, доцент
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В данной статье рассматривается роль экранизаций книг как инструмента для формирования мотивов и стимулов к чтению в условиях современности. Автор статьи акцентирует внимание на взаимосвязи между просмотром фильмов и интересом к литературным первоисточникам, на примере подростков. На основании авторских исследований предложена новая модель мотивов и стимулов к чтению, подчеркивающая важность экранизаций в приобщении к чтению подростков.

Ключевые слова: экранизации книг, мотивы чтения, стимулы к чтению, внешние стимулы, внутренние стимулы

Актуальность рассмотрения экранизаций книг в качестве возможного ключа к приобщению к чтению людей кроется в современных тенденциях, а именно технологизации всего мира и новшеств в развлекательной сфере, например популяризации коротких видео «по минуте»: на апрель 2023 г., 74% пользователей Instagram (запрещённая в России соцсеть; принадлежит Meta, которая признана экстремистской и террористической организацией в России) смотрели или снимали Reels[143], а на 2024 год, аудитория соц.сети TikTok в России – 51 млн человек[144]. Особенно остро данные тренды в развлекательной сфере затрагивают подрастающие поколение, для которых данный формат досуга был доступен с раннего возраста. На этом фоне снижается концентрация внимания, что в свою очередь снижает шансы на прочтение объёмных книжных произведений. Однако, учитывая то, что фильмы также являются «облегчённым» визуальным средством получения информации, при этом выступают одной из популярнейших форм проведения досуга (популярнее чтения книг), например, у подростков (видно из исследования детского чтения

© Ульянова К.С., 2025

[143] Reels опережает по популярности TikTok: их смотрят 74% пользователей. Сайт sostav. 2023. URL: https://www.sostav.ru/publication/linkedin-vnedrila-ii-dlya-reklamnykh-obyavlenij-61101.html?ysclid=m8blmjwa2174745136 (дата обращения: 16.03.2025).

[144] Главная статистика TikTok в 2024 году. Сайт TenChat. 2024. URL: https://tenchat.ru/media/1995562-glavnaya-statistika-tiktok-v-2024-godu (дата обращения: 16.03.2025).

в России [Колосова 2021], можно рассматривать экранизации книг, не как «конкурирующий» продукт и способ борьбы с литературными произведениями, а наоборот, в роли помощника для привлечения внимания к литературе.

В современном обществе искусство играет важную роль в формировании культурных предпочтений и развитии личности. Кинематограф и литература являются наиболее взаимосвязанными областями искусства. К примеру, каждый читатель мысленно создаёт в своём воображении кинематографическую версию прочитанного, опираясь на текст, находящийся прямо перед ним. Именно поэтому «языки» кино и литературы можно считать связанными в основании, а экранизацию своего рода «переводом» одного вида искусства в другой [Германцев 2014]. Экранизации – это интерпретация произведений других видов искусства, таких как проза, драма, поэзия, театр, опера, балет, средствами кино.

Другая интерпретация данного стремления к взаимопроникновению, интеграции и синтезу различных видов искусства основывается на взаимосвязи и взаимозависимости между собой разных аспектов отражаемой действительности. Литература и кино, в свою очередь, представляют собой сложное взаимодействие, причем кинематограф является синтетическим искусством, объединяя в себе элементы различных видов искусства, таких как живопись, фотография, театр, музыка и, актуальная в контексте исследования, литература – она в данном контексте, выступает источником сюжетной основы для кино, что определяет естественную форму взаимодействия двух искусств – экранизацию. Важно отметить, что экранизации книг и являются примером синтеза искусств, где текст переносится на экран, объединяя в себе литературные и кинематографические аспекты.

Знаменитый практик и теоретик искусства С. Эйзенштейн, обращаясь к психологии, подчеркивал значение психофизиологии восприятия искусства, выделяя концепцию синестезии. Это качество позволяет сенсорной системе человека объединять разнообразные ощущения, привнося восприятию произведений искусства глубину и многогранность. Согласно Коноваловой, способность мозга к синэстезии позволяет ему декодировать информацию, поступающую через различные сенсорные каналы, и создавать цельное впечатление о произведении искусства. Таким образом, важно осознавать, что экранизация книг стимулирует синестетический опыт зрителя, объединяя восприятие текста и изображения через различные органы чувств [Андреев 1982; Коновалова, Эйзенштейн 1976].

В рамках социологии чтения распространены две классификациями мотивов чтения. Первая – включает художественно-эстетические, нравственно-ориентационные,

познавательно-интеллектуально-образовательные, престижные, развлекательно-компенсаторные [Бородина, Бородин 2005].

Вторая классификация определяет мотив читательской деятельности как «внутренние побуждения читателя, которые выступают в форме вероятностного представления о тех или иных качествах книги, отвечающих его потребностям». В этом подходе отмечается, что потребности читателя в реальной жизни проецируются на его ожидания и потребности от чтения, что влияет на выбор литературной продукции Беляева чаще всего выделяет несколько разновидностей мотивов чтения, такие как познавательные (желание узнать новое о мире/самом себе), эмоциональные (прочувствовать путь героя книги, испытывать эмоции погружаясь в историю), эстетические (наслаждение художественным миром произведения), развлекательные (для удовольствия), ценностно-ориентационные (разобраться в моральных вопросах), коммуникативные (почувствовать связь с автором и другими читателями, обмениваться мнениями и находить единомышленников), стремление к отдыху (отвлечься от проблем и расслабиться), самоутверждение (развивать свои мысли, обогащать внутренний мир и находить новые способы самовыражения) и осмысление жизненного опыта (глубже задуматься над жизнью, разобраться в себе). У разных групп читателей структура мотивов чтения может различаться по количеству и составу мотивов, а также по содержанию и сложности доминирующих мотивов. Кроме того, Л.И. Беляева обращает внимание на роль стимуляторов при выборе литературной продукции, которые помогают читателю определить направление поиска и выбора книги, давая сигналы о возможности удовлетворить свои потребности через конкретное произведение. Такими стимулами могут служить рецензии, мнения других людей, советы близких, аннотации, внешний вид книги или иллюстрации в ней [Беляева 1975].

В контексте авторского исследования в качестве стимула бала рассмотрена экранизация книг. Обнаружилось, что сама экранизация способна формировать у подростков мотивы чтения различных категорий, например, эмоциональные или познавательные[145]. Однако, важно отметить, что у мотивов возникающих после просмотра экранизаций другая интерпретация, в отличие от мотивов по классификации Л.И. Беляевой.

Переходя к новым коннотациям мотивов, возникающим после просмотра экранизаций, необходимо учесть, что не все мотивы из классификации Л.И. Беляевой

[145] Взаимосвязь просмотра экранизаций книг и дальнейшего чтения оригинальных произведений: анализ методом неоконченных предложений: Авторское качественное исследование. г. Москва, май 2024 г.; метод – интервью с проективной методикой неоконченных предложений. N=8 (в возрасте 14-15 лет). Обоснование отбора информантов: смотрел фильмы-экранизации.

нашли своё отражение и определение в мотивах «от экранизаций», на основании того, что некоторые из них не представляется возможным «перевести». Таким образом, после анализа проведённых исследований и изучения данной темы, можем предложить следующие интерпретации мотивов: *познавательный* мотив – узнать, какие есть отличия фильма от книги/ узнать больше о сюжете и персонажах; *ценностно-ориентационный* – близость для человека тем, затронутых в фильме экранизации/доносящейся морали; *эмоциональный* – стремление пережить те чувства, что человек испытывал во время просмотра фильма-экранизации/ посмотреть насколько они будут отличаться; *эстетический* – посмотреть как описана в книге визуальная составляющая фильма; *развлекательный* – желание продолжать получать удовольствие от истории; *осмысление жизненного опыта* – потребность глубже разобраться и осмыслить важные для человека вопросы, затронутые в фильме.

Важно также, что на желание прочитать книгу-оригинал после фильма по ней влияют: интрига в фильме, визуальные составляющие, жанр фильма, актуальность затронутых тем в фильме, сюжет экранизации. Данные параметры не являются «классическими» стимулами к чтению, а исходят от самого фильма-экранизации, что требует своего места в структуре мотивов к чтению в социологии и операционализации понятий.

Таким образом, по результатам авторского исследования и на основании изучения данной темы, возможно сформулировать две группы стимулов: внешние и внутренние. Под внешними стимулами к чтению мы понимаем – рычаги влияния на желание прочитать книгу независящие от экранизации литературного оригинала (включают советы близких, внешний вид книги, мнения людей в интернете, рецензии, аннотации и т. д.). Внутренние же стимулы к чтению – это рычаги влияния на желание прочитать книгу напрямую связанные с экранизацией литературного произведения (характеристики фильма-экранизации и моменты в кино), а именно, к данным стимулам относятся: интрига в фильме-экранизации (упущение каких-то деталей); хорошее качество фильма-экранизации (визуальные составляющие); сюжет экранизации; жанр; актуальность затронутых тем в фильме (для человека/для современности).

По результатам авторского количественного исследования[146], проведённого на той же возрастной группе (подростках) обнаружилось, что внутренние стимулы «от экранизации» преобладают, как фактор побуждения к чтению, над внешними

[146] Взаимосвязь просмотра экранизаций книг и дальнейшего чтения оригинальных произведений: Авторское количественное исследование. г. Москва, январь 2025; метод - онлайн-анкетирование. N=100 (в возрасте 14-15 лет). Выборка методом «снежного кома». Платформа проведения: sociometr.

(«классическими») стимулами. На этом основании, а также всего вышесказанного, можно попробовать составить собственную структуру мотивов и стимулов к чтению, отводя важную роль экранизациям литературных произведений (рис. 1). Таким образом, мотивы будут делиться на две группы (с разными коннотациями): классические мотивы к чтению и мотивы «от экранизаций», а стимулы будут разделены на внешние и внутренние.

Рис. 1. Авторская модель мотивов и стимулов к чтению

Подводя итоги, экранизация книг представляет собой уникальный феномен, который в условиях современной технологизации и трансформации досуговых практик может стать эффективным инструментом для приобщения людей к чтению. В эпоху, когда внимание аудитории фрагментировано под влиянием коротких видеоформатов и социальных сетей, экранизации не только адаптируют литературные произведения к новым форматам восприятия, но и стимулируют интерес к оригинальным текстам, формируя новые мотивы и стимулы к чтению. В свою очередь, предложенная модель мотивов и стимулов к чтению, учитывающая как классические, так и новые мотивы, возникающие под влиянием экранизаций, подчёркивает важность интеграции различных форм искусства в процессе популяризации чтения.

Литература

Андреев 1982 – *Андреев Ю.* Литература и кино (К принципам классификации искусства) // Вопросы литературы. 1982. № 8. С. 8–49.

Беляева 1975 – *Беляева Л.И.* К вопросу о типологии читателей // Проблемы социологии и психологии чтения / Гос. б-ка СССР им. В.И. Ленина. М., 1975. С. 143–161.

Германцев 2014 – *Германцев С.* Что лучше: фильм или книга?: Блог Станислава Германцева. Сайт КАМ 24. 2014. URL: https://www.kam24.ru/Content/blog/record/id/349 (дата обращения: 05.06.2024).

Бородина, Бородин 2005 – *Бородина В.А., Бородин С.М.* Мотивация в структуре чтения // Чтение детей и подростков: Мотивы и потребности: Сб. ст. и учеб.-метод. материалов. СПб.: ЛЕМА, 2005. С. 39–45.

Колосова 2021 – *Колосова Е.А.* Детское чтение в России: сравнительное социологическое исследование 2006–2021 гг. // Российская государственная детская библиотека / Ред.-сост. Е.А. Колосова. М., 2021. С. 11–15.

Коновалова, Эйзенштейн 1976 – *Коновалова Л., Эйзенштейн С.М.* О проблеме целостности в искусстве // Вопросы теории и истории эстетики. Вып. 9. М.: МГУ, 1976. С. 30–35.

Влияние гендерных стереотипов на конструирование публичного образа политического субъекта

София М. Кириченко

студентка
НИУ «Высшая школа экономики», Санкт-Петербург

Аннотация. В работе исследуется, как традиционные представления о «мужском» и «женском» в политике определяют медийную репрезентацию лидеров и восприятие их компетентности. Особое внимание уделяется противоречиям, с которыми сталкиваются женщины-политики, стремясь соответствовать ожиданиям общества. Подчеркивается необходимость институциональных изменений и гендерно-нейтральных коммуникаций для снижения стереотипизации общества.

Ключевые слова: гендерные стереотипы, гендерные роли, публичный образ, политическое лидерство, андрогинность, медиафреймы

Гендерные стереотипы остаются одним из ключевых факторов, влияющих на конструирование публичного образа политического субъекта. Несмотря на прогрессивные изменения в общественном восприятии гендерных ролей, традиционные представления о «мужском» и «женском» в политике продолжают определять медийную репрезентацию лидеров и электоральные стратегии. Женщины-политики сталкиваются с необходимостью преодолевать стереотипы о «недостаточной компетентности» или «излишней эмоциональности», тогда как мужчины вынуждены соответствовать ожиданиям «силы» и «авторитарности», чтобы сохранить доверие избирателей. Актуальность данной работы обусловлена тем, что гендерные стереотипы не только искажают восприятие современных политиков, но и ограничивают их возможности в публичной сфере. Влияние этих стереотипов прослеживается в медиадискурсе, предвыборных кампаниях и даже в политических решениях, что делает их изучение важным аспектом современной политологии и гендерных исследований.

Целью моей работы является анализ влияния гендерных стереотипов на формирование публичного образа политического субъекта и выявление последствий этого влияния. В данном исследовании я хочу рассмотреть основные гендерные стереотипы, связанные с политическим лидерством, изучить их влияние на медийную репрезентацию мужчин и женщин в политике, оценить последствия гендерной стереотипизации для политической карьеры.

© Кириченко С.М., 2025

Методологическая база включает анализ научных публикаций по гендерной политологии, теориям медиарепрезентации, а также кейсы известных политиков, чьи образы формировались под влиянием стереотипов. Работа имеет как теоретическую, так и практическую значимость: ее выводы могут быть использованы для разработки более сбалансированных политических коммуникаций и преодоления гендерной асимметрии в публичной сфере.

Понятие «стереотип» было впервые введено в начале XX в. социологом У. Липпманом [Липпман 1922]. Согласно ему стереотипы определяются как предвзятые мнения, которые «управляют процессом восприятия. Они маркируют объекты как знакомые, либо как странные и необычные, усугубляя различие по этому параметру: слегка знакомое подается как очень близкое, а чуть-чуть странное – как абсолютно чужое». Такие мнения упрощают человеку процесс восприятия мира и позволяют упорядочить внешние явления через четкое деление на свое/чужое. Причиной запроса нашего мозга на такое радикальное деление является концепция Другого. Человеку привычнее и легче конструировать реальность через антагонистические отношения, так как сама его идентичность построена на наличии антагонистического Другого. Деррида показывает, что любая идентичность конструируется через противостояние с Другим и бинарные оппозиции: мужское/женское, рациональное/эмоциональное и т. д. [Derrida 1967]. Без образа «истеричной женщины» не существует «рационального мужчины». Также в своих работах Деррида вводит концепцию логоцентризма. Согласно ему, это некоторая данность наличия в западной философии, и логос в этом случае – скорее слово или голос. Такая центрированность предполагает способ стягивания каких-либо понятий вокруг опорного центра, что ведет к иерархии. Получается, что первый термин (мужчина) всегда доминирует, а второй (женщина) маргинализируется. Таким образом, Другой конструирует стереотип: сначала создается бинарность, затем происходит редукция Другого к упрощенному образу (символическое убийство Другого) и впоследствии это приводит к мифологизации стереотипа через механизм самоисполняющегося пророчества (англ. “self-fulfilling prophecy”). Так как феномен самоопределения через Другого значительно глубже и обширнее, чем стереотипизация общества, можно сказать, что стереотип – это лишь надгробие, под которым похоронена живая сложность Другого.

Стереотип обладает устойчивостью, ригидностью, гипертрофированностью, тенденциозностью. Такой характер стереотипов приводит к тому, что изменение общественного мнения по тому или иному вопросу является очень сложной задачей. Все новое человек воспринимает через культурную стереотипизацию явления, соответственно стереотипы укореняются в обществе еще глубже – так и работает самоисполняющееся

пророчество, делая стереотип буквально «неподвижным» социальным явлением. Например, стереотип о легкомысленности женщины затрудняет ей процесс трудоустройства и профессионального развития, поэтому идея строить жизнь внутри домохозяйства кажется ей все более привлекательной, соответственно стереотип о «недостаточности» женщины для профессиональной реализации подкрепляется.

Теперь перейдем к гендерным стереотипам. Наиболее подходящее определение на мой взгляд было предложено советским и российским лингвистом А.В. Кириллиной. Она определяет гендерные стереотипы, как

…культурно и социально обусловленные мнения о качествах, атрибутах и нормах поведения представителей обоих полов и их отражение в языке[148].

Гендерные стереотипы формируются через теорию социальных ролей (Social Role Theory). Эта концепция объясняет происхождение и воспроизводство гендерных стереотипов через историческое распределение социальных ролей между мужчинами и женщинами [Eagly 1987]. В древности из-за своей репродуктивной функции, женщины на поздних этапах беременности были ограничены в «активных видах деятельности». То есть, даже будучи охотницами и воительницами наравне с мужчинами в обычной жизни, во время последнего триместра, женщина физически не могла заниматься такими видами деятельности. Соответственно, когда начал формироваться институт хозяйства, и нужно было решать, кто будет его защищать «снаружи», а кто организовывать «внутри», женщина оказалась вынуждена занять место той самой хранительницы очага. Постепенно в общественном сознании закрепляется, что мужчины – «добытчики» (охота, война, политика), женщины – «хранительницы очага» (воспитание детей, домашнее хозяйство). И хотя в современном мире подобное объяснение через историчность больше не является актуальным обоснованием, такое разделение ролей закрепило представления о «мужских» (агентных) и «женских» (коммунальных) качествах. Так, формируются стереотипы о компетентности, решительности, доминантности мужчин и доброте, эмоциональности, заботливости женщин.

В итоге женщина-политик оказывается в особом положении несоответствия ее гендерной роли и стереотипов о лидере. Политика ассоциируется с «мужскими» ролями, так как напрямую завязана на публичной сфере и агентных качествах, а женщины, проявляющие лидерство, воспринимаются как «нарушающие» свою гендерную социальную роль. Вследствие чего избиратели чаще ассоциируют позицию «президента»

[148] *Кирилина А.В.* Гендерные исследования в лингвистике и теории коммуникации: Учеб. пособие для студентов высших учебных заведений. М.: РОССПЭН, 2004. 252 с.

и другие высокие политические посты с мужчиной, а женщин-политиков оценивают по их внешности и семейному статусу, а не по программе. Из-за такой связки женщины чаще выигрывают выборы, когда акцент делается на «традиционно женских» вопросах (образование, здравоохранение), так как таким образом они не нарушают стереотипную гендерную картинку в голове у избирателя.

Но есть парадокс: при получении высокой должности, ассоциируемой с глобальными понятиями государства, нации, международного института и т. д., женщина-политик сталкивается с новыми требованиями общества – использование «мужского» стиля лидерства, так как именно через мужские качества электорату проще воспринимать политика, соответственно у женщины появляется необходимость андрогинного стиля. Пример эффективной андрогинности в политике – Ангела Меркель, ее кейс будет рассмотрен мною позднее.

Для объяснения и рационализации влияния гендерных стереотипов мы можем использовать множество социологических теорий. Я возьму некоторые из них и интерпретирую через них гендерную стереотипизацию политики.

Первое, что приходит на ум после анализа теории социальных ролей, это вытекающая из нее теория ролевого соответствия (Role congruity theory). Она предполагает, что группа будет положительно оценена, когда ее поведение будет соответствовать определенным обществом социальным ролям этой группы. И наоборот, члены группы будут испытывать дискриминацию в случае, если не будут обладать характеристиками «привычными» для той или иной позиции в обществе [Eagly, Karau 2002]. Образ женщины-политика приводит к конфликту в общественном восприятии: гендерный стереотип – «нежная и заботливая женщина» противопоставляется стереотипу о лидере – решительном и доминантном. Как итог, женщина воспринимается либо, как «несоответствующая» роли лидера, при эмпатичном и мягком публичном поведении, либо критикуются через несоответствие их гендерной роли, в случае авторитарной и жесткой модели репрезентации.

Также может быть использована теория медиафреймов (Framing Theory). Впервые теорию фрейминга выдвинул И. Гоффман [Goffman 1974]. Фрейминг – это процесс отбора и акцентирования определенных аспектов реальности в медиа, который формирует особое восприятие информации у аудитории. Через фрейминг СМИ конструируют образ политиков, выбирая определенную лексику («первая женщина-президент» / просто «президент»), а также, как уже упоминала ранее, делая акцент на определенных сферах жизни политика (личной жизни/профессиональных достижениях).

Рассмотрим типичные фреймы для женщин-политиков. Во-первых, это подчеркнутая исключительность женщины в политике («первая женщина-президент»): “Ellen Johnson Sirleaf: The legacy of Africa's first elected female president”[149] VS “Zimbabwe: Emmerson Mnangagwa sworn in as president”[150]. Следующий фрейм – баланс работы и семьи. В общественном восприятии, даже имея успешную карьеру, женщина не может быть без семьи – это выходит за рамки гендерного стереотипа. Так, в 2018 г. СМИ активно освещали беременность премьер-министра Новой Зеландии Джасинды Ардерн: «Все успевает! Премьер-министр Новой Зеландии ушла в декретный отпуск»[151]. В то же время семейное положение мужчины-политика не особо интересно общественности, и медиа скорее всего будет презентовать мужчину, как сильного лидера и «отца нации».

Следующая теория была выдвинута психологом Сандрой Бем. Концепция психологической андрогинности предполагает, что наиболее эффективный процесс включения человека в социум происходит через проявление андрогинных качеств [Bem 1974]. Мужественность и женственность не противопоставляются друг другу, а наоборот дополняют друг друга. Человек с характеристиками, строго соответствующими его полу, и без противоположных, оказывается мало приспособленным к социальной жизни. Бем сформулировала свой спектр гендерных характеристик: андрогинность (равноценно развитые мужские и женские качества) – феминность – маскулинность – недифференцированность (понижены и мужские, и женские качества).

Для соответствия гендерным представлениям большего количества избирателей, а значит и предпочтениям, лидеру нужно стремиться к андрогинности, сочетанию в себе экспрессивных и инструментальных качеств. Я бы хотела рассмотреть один из самых явных и успешных примеров андрогинного лидерства – Ангела Меркель. Нужно понимать контекст, до Меркель в Германии не было ни одной женщины-канцлера за 60 лет ФРГ, когда она начинала свою карьеру в 1990 г., женщины занимали всего 11% в Бундестаге. Ангела Меркель умело сочетала «мужские» инструментальные черты, такие как жесткая решительность в кризисах: отказ от ядерной энергетики после Фукусимы, несмотря на давление лоббистов, жесткая позиция по греческому долгу. Такие мужские черты выражались не только в политический действиях, но и в публичном стиле Меркель. Она

[149] Ellen Johnson Sirleaf: The Legacy of Africa’s First Elected Female President // BBC News. January 22, 2018. URL: https://www.bbc.com/news/world-africa-42748769.amp (дата обращения: 05.04.2025).

[150] Zimbabwe: Emmerson Mnangagwa Sworn in as President // The *Guardian.* 2018. August 26, URL: https://www.theguardian.com/world/2018/aug/26/zimbabwe-emmerson-mnangagwa-sworn-in-as-president (дата обращения: 05.04.2025).

[151] Все Успевает! Премьер-министр Новой Зеландии Ушла В Декретный Отпуск // Grazia. June 22, 2018. URL: https://www.grazia.ru/news/vse-uspevaet-premer-ministr-novoy-zelandii-ushla-v-dekretnyy-otpusk/ (дата обращения: 05.04.2025).

крайне редко позволяла себе выходить в юбке, а также ее технологами акцентировалось внимание на ее образовании физика (имидж «канцлера-ученого»). Говоря о «женских» экспрессивных чертах, можно отметить ее заметную своевременную эмпатию в публичных выступлениях – эмоциональная речь во время посещения бывшего концлагеря Дахау, и невербальные сигналы – соединение пальцев рук в форме треугольника (жест, сочетающий сдержанность и открытость). Помимо этого, она ввела запрет на обсуждение своей бездетности в официальных интервью, так как стремилась презентовать себя в первую, как андрогинного политика и затем уже как женщину. В немецких СМИ 2005–2021 гг. лишь 8% статей упоминали ее пол. Как итог, Меркель провела 16 лет у власти, Германия стала лидером ЕС по ВВП при ее правлении, а количество женщин в парламенте значительно выросло.

При этом важно отметить, что через эту концепцию хорошо видна проблема, связанная с попытками достижения гендерного равенства. Зачастую, именно женщине надо добавлять мужские черты и пытаться соответствовать образу маскулинного лидера. Такая стратегия необходима женщине, чтобы повысить шансы на политической арене и восприниматься серьезно, но это вовсе не делает политику более гендерно-нейтральной (даже если это приводит к большему количеству женщин, вовлеченных в политику), скорее наоборот – такие действия, казалось бы, направленные на достижения андрогинности, в условиях патриархального общества, лишь больше укореняют гендерные стереотипы.

Можно сделать вывод, что гендерные стереотипы, несмотря на значительный прогресс в области гендерной политики, продолжают влиять на действия, образ и поведение политических субъектов. Эта проблема будет оставаться актуальной до тех пор, пока общество не преодолеет барьер в виде гендерного неравенства и дискриминации на онтологическом уровне. «Самовоспроизводящий» характер стереотипа значительно затрудняет попытки трансформировать политическую сферу в пользу андрогинности, но несомненно, что чем больше людей будут стремиться разрушить стереотип, тем он будет слабее.

Литература

Липпман 1922 – *Липпман У.* Общественное мнение. Litres, 2023. 392 с.

Bem 1974 – *Bem S.L.* The measurement of psychological androgyny // Journal of Consulting and Clinical Psychology. 1974. 42(2). P. 155-162.

Derrida 1967 – *Derrida J.* Of grammatology. Jhu Press, 2016. 410 p.

Eagly 1987 – *Eagly A.H.* Sex Differences in Social Behavior: A Social-role interpretation (1st ed.). Psychology Press, 1987. 192 p.

Eagly, Karau 2002 – *Eagly A.H.*, *Karau S.J* Role congruity theory of prejudice toward female leaders // Psychological Review. 2002. 3. P. 573-598.

Goffman 1974 – *Goffman E.* Frame analysis: An essay on the organization of experience. Harvard University Press, 1974. 600 p.

Гетерогенность, как наличествующая невозможность замыкания гегемонии

Виктория П. Батурина

студента
Научный исследовательский университет «Высшая Школа Экономики»
Санкт-Петербург

Аннотация. Статья посвящена анализу гетерогенности как онтологической и дискурсивной категории, препятствующей замыканию гегемонического порядка. Исходя из постструктуралистской теории (Деррида, Лаклау, Муфф, Левинас, Спивак), мы настаиваем, что гетерогенность одновременно делает возможной и невозможной политическую артикуляцию. Гетерогенность трактуется как структурная неразрешимость, обеспечивающая как нестабильность порядка, так и возможность его формирования.

Ключевые слова: гетерогенность, гегемония, неразрешимость, дискурс, конституирующее внешнее, радикальная инаковость, деконструкция, невозможность

Мы настаиваем, что именно гетерогенность должна стать точкой входа для анализа гегемонии, поскольку является наличествующей, то есть постоянно присутствующей невозможностью ее замыкания (closure). Важно отметить, что она одновременно является и условием возможности гегемонии в целом. Для начала нам необходимо концептуализировать ключевые понятия и обозначить используемую теоретическую рамку. В политической науке было предпринято мало попыток дефиниции этого понятия, тем более рассмотрения его как изначальную точку анализа гегемонического дискурса. В русскоязычной среде мы не обнаружили никаких попыток рассмотрения вопроса, что делает эту работу весьма актуальной. В данном исследовании предпринята попытка концептуализировать гетерогенность, как условие возможности и невозможности замыкания гегемонии в понятиях Деррида. Подробно разрабатываются понятия разрешимости (decidability) и неразрешимости (undecidability) Деррида в отношении к проблеме, отличие между конститутивным внешним (constitutive outside), радикальной инаковостью (radical alterity) и Другим (Other) в антагонистических отношениях, не-местом (non-place) гетерогенности среди этих понятий и в дискурсе. Работа представляет собой разработку теоретической рамки, необходимой для дальнейших анализов как политической онтологии, так и реальности. Мы начинаем исследование с недавних критик [Norval 2004; Thomassen 2005] теории гегемонии Лаклау и Муфф.

Ключевым для формирования теоретической рамки используется понятие Лассе Томассена: «гетерогенность – понимаемая как одновременное условие возможности и невозможности гегемонической артикуляции» [Thomassen 2005, p. 289]. Здесь нам

© Батурина В.П., 2025

необходимо прояснить концепцию *не-возможного* у Деррида. Под *возможным* подразумевается то, что может быть реализовано в рамках существующих систем знания, логики или власти [Derrida 2016a; Derrida 2016b].

Несмотря на то, что с равной силой можно настаивать: дискурс предписывает возможное и возможное формирует дискурс, мы сосредоточимся на первом, поскольку исходим из постструктуралистской логики. Невозможность независимости *возможного* от дискурсивных практик прослеживается от Мишеля Фуко: дискурсы не только отражают реальность, но конституируют ее, режимы истины, в которых определенные объекты, субъекты и действия приобретают статус возможных или невозможных [Foucault 2013, p. 51-54]. Таким образом, дискурс определяет возможное: что может быть сделано или мысленно в текущем режиме власти, нормализует одни практики и исключает другие для обеспечения собственной стабильности. Подобно тому, как у Фуко никакой субъект не существует до вступления во властные отношения, возможность является не до-дискурсивной, а результатом властного распределения видимости [Фуко 1996]. Гегемоническая артикуляция у Лаклау и Муфф также не отражает, а формирует идентичности в процессе означивания [Laclau, Mouffe 1985, p. 105, 113]. Гегемония представляет собой политическую борьбу за определение возможного. При этом, как подчеркивает Томассен, любая гегемоническая артикуляция сталкивается с внутренним пределом — гетерогенностью, которая является одновременно условием возможности и невозможности фиксации стабильности гегемонии [Thomassen 2005, p. 302].

Теперь нам необходимо прояснить концептуализацию *невозможного*. Это не просто то, что исключено из текущей структуры, а то, что не может быть включено без подрыва самой структуры, но при этом делает её возможной, выступая в роли *радикальной инаковости* или *конституирующего внешнего*. Иными словами, это не противоположность возможного, а то, что превосходит и подрывает системную бинарную логику возможного изнутри, разрывает систему, обнажая ее условность, но при этом необходимо. Несмотря на то, что невозможное не может быть реализовано в существующих рамках мысли или действия, оно должно рассматриваться как этический или политический императив, примером может служить требование справедливости в правосудии.

Гегемония всегда частична и строится вокруг исключенного невозможного, то есть гетерогенного, которое, таким образом, является тем, что невозможно в гегемонии (не может быть обозначено в антагонистических отношениях), но своей возможностью подрывает логику гегемонии изнутри. Гетерогенность никогда не устраняется окончательно и возвращается как *спектральность*.

Еще один важный концепт здесь — разрешимость и неразрешимость Деррида. *Неразрешимость* понимается как внутренняя нестабильность структур, где значение никогда полностью не фиксируется. В то время как решение — это акт временного *разрешения неразрешимости*, фиксации значения посредством артикуляции в нашем контексте [Derrida, 2016b, p. 963-966]. Более того, решение может быть названо таковым, только если оно проходит через собственную неразрешимость, то есть не может полагаться на уже существующее, но должно изобрести себя посредством входа в область невозможного. Логика взаимоотношений между этими понятиями, обозначенная Томассеном как: «нет решения без неразрешимости, но, что важно, из-за неразрешимости ни одно решение никогда не бывает полным или окончательным», может быть применена к взаимоотношению между гетерогенным и гомогенным таким же образом [Thomassen 2005, p. 292]. Нет гегемонии без гетерогенности, потому что гегемония существует в преодолении и исключении/сокрытии гетерогенного (так же, как решение преодолевает свою собственную неразрешимость). Но из-за гетерогенности никакая гегемония не может быть окончательно установлена, поскольку этот дискурсивный излишек не позволяет гегемонии закрыться. Таким образом, гетерогенность может быть объяснена через неразрешимость. Поскольку неразрешимость всегда находится на границе семантического пространства, она не полностью исключена и не полностью интегрирована вовнутрь и, таким образом, подрывает и дезорганизует оппозиции, вызывая дислокацию структуры [Деррида 2007, с. 51-54]. Механизм также работает с гетерогенным, которое не может быть интерпеллировано в текущем дискурсе в антагонистических терминах, поскольку является дискурсивным избытком. Гетерогенность подрывает структуру гегемонии, которая таким образом основана на оппозициях. Эта неразрешимость, то есть открытость, незамкнутость (open-endedness, non-closure) оппозиций, раскрывается деконструкцией, в то время как гегемония воспроизводит и эксплуатирует ее [Морозов 2009, с. 78].

Необходимо обратиться также к одному из ключевых пунктов критики теории гегемонии Лаклау и Муфф. Томассен настаивает, что деконструкция Деррида была интерпретирована неверно – как если бы неразрешимость понималась лишь как предварительный этап, который необходимо преодолеть в процессе принятия решения [Thomassen 2005, p. 290-292]. Это означало бы, что гетерогенное просто предшествует гомогенному, то есть сохраняет линейную логику возможности окончательной стабилизации. Норвал замечает, что решение не растворяет неразрешимость [Norval 2004, p. 153-154]. Таким образом, неразрешимость всегда продолжает присутствовать, наличествовать в решении, так же как гетерогенность в гегемонии. Это внутренний предел, который не может быть преодолен. Именно в этом смысле мы можем называть

неразрешимость – и гетерогенность как ее политическую форму – конститутивными: не случайными или устраняемыми, а такими, что делают возможной саму артикуляцию, одновременно не позволяя ей замкнуться окончательно. В этом смысле неразрешимость структурирует не только возможности, но и пределы дискурсивной артикуляции, удерживая гетерогенность как постоянное напоминание о невозможности окончательного закрытия структуры.

Обратимся также к уже упомянутым понятиям: конститутивному внешнему, Другому (Иному) и радикальной инаковости. Конститутивное внешнее — это не просто находящееся за пределами дискурса, а то, что должно быть исключено, чтобы структура могла обрести временную стабильность изнутри. Это внешнее необходимо, поскольку именно через его исключение и вытеснение дискурс формирует себя, свои границы и идентичности [Laclau, Mouffe 1985, p. 36]. Однако конститутивное внешнее остаётся внутренним пределом, постоянно угрожающим возвращением и разложением порядка. Понятие Другого обозначает то, с чем субъект или дискурс выстраивает отношение различия — это Иной, необходимый для идентификации Я, но опознаваемый в логике взаимоотношений раба и господина у Гегеля [Hegel 1977]. Им необходимо взаимное признание Другого для обеспечения существования Себя. В свою очередь радикальная инаковость – это Иное, которое не может быть сведено к дискурсивной логике, репрезентировано или понято, не утратив своей инаковости [Levinas 1961; Spivak 1988]. Используя эти концепции, мы можем сказать, что гетерогенное не является полностью внешним, но и не может быть включено в логике означивания, не является просто Другим, но также не совпадает с объектом негативной идентификации; оно представляет собой избыток, который подрывает бинарные оппозиции, на которых строится политический или дискурсивный порядок. Гетерогенность — это всегда уже присутствующее и не локализуемое измерение, то, что делает возможной артикуляцию, подрывая возможность ее замкнутости.

Подводя итог, мы можем сказать, что гетерогенность не находится ни внутри, ни вне дискурса, это обозначение позиции за пределами бинарных оппозиций, которая создает возможность их существования в целом. Например, люмпенпролетариат у Маркса, как категория, не вписывающаяся в антагонистические отношения буржуазия/пролетариат и подрывающая их стабильность[153]. Или субальтерн Спивак, как радикально инаковое, «невоспроизводимое» в доминирующем дискурсе, неспособное «говорить» без того, чтобы

[153] *Marx K.* The Eighteenth Brumaire of Louis Bonaparte. Public Domain. 1852. 78 p.

быть искаженным [Spivak 1988]. В дерридианских терминах, это – след (trace), то, что не присутствует и не отсутствует, но производит структуру через её нестабильность [Derrida 2016a, p. 303-319]. Гетерогенность занимает не-место: она не может быть локализована, но непрерывно возвращается как дискурсивный избыток, как структурная неразрешимость, обнажающая невозможность окончательного замыкания смысла и власти. Однако это возвращение не есть возвращение к изначальной позиции или целостной идентичности. Как мы уже отметили в начале работы, гетерогенность никогда не устраняется окончательно и возвращается как – как фигура отсутствующего присутствия, подрывающая границы между внешним и внутренним, включенным и исключенным. В терминах Деррида, *спектр* – это то, что одновременно не существует и действует, не принадлежит ни к настоящему, ни к отсутствующему прошлому, но влияет на структуру как незавершённость и требование другого [Derrida 2012, p. 10-13]. Значит, любое замыкание может быть нарушено возвращением того, что не может быть полностью артикулировано, но структурно необходимо. В этом смысле, гетерогенность и есть то, что преследует дискурс, заставляя его постоянно реконструировать и одновременно подрывая его изнутри.

Таким образом, гетерогенность выступает как наличествующая невозможность замыкания гегемонии, поскольку она не просто предшествует или противостоит гегемонии, а структурно присутствует в ней как внутренний предел. Она делает возможной саму артикуляцию, но одновременно подрывает её завершение. Гетерогенность – это дискурсивный избыток, который не может быть полностью интерпеллирован, но не может быть устранён, что и обуславливает невозможность окончательного гегемонического порядка.

Литература

Деррида 2007 – *Деррида Ж*. Позиции. М.: Академический проект. 2007. 162 с.

Морозов 2009 – *Морозов В.Е.* Россия и другие. М.: Новое литературное обозрение. 2009. 656 с.

Фуко 1996 – *Фуко М.* Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. Москва: Касталь, 1996. 303 с.

Derrida 2012 – *Derrida J.* Specters of Marx: The State of the Debt, the Work of Mourning and the New International. London: Routledge, 2012. 198 p.

Derrida 2016a – *Derrida J.* Of Grammatology. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2016. 419 p.

Derrida 2016b – *Derrida J.* Force of Law: The 'Mystical Foundation of Authority'. Deconstruction and the Possibility of Justice. New York: Routledge, 2016. P. 230–266.

Foucault 2013 – *Foucault M.* The Archaeology of Knowledge. London: Routledge. 2013. P. 254.

Hegel 1977 – *Hegel G.W.F.* Phenomenology of Spirit. Oxford: Oxford University Press. 1977. 543 p.

Laclau, Mouffe 1985 – *Laclau E., Mouffe C.* Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics. London. Verso. 1985. 217 p.

Levinas 1961 – *Levinas E.* Totality and Infinity. Pittsburgh: Duquesne University Press. 1961. 307 p.

Norval 2004 – *Norval A.* Hegemony after Deconstruction: The Consequences of Undecidability. Journal of Political Ideologies. 2004. Vol. 9 (2). P. 139–157.

Spivak 1988 – *Spivak G.C.* Can the Subaltern Speak? Marxism and the Interpretation of Culture. Ed. by C. Nelson, L. Grossberg. Urbana: University of Illinois Press. 1988. P. 271–313.

Thomassen 2005 – *Thomassen L.* Antagonism, Hegemony and Ideology after Heterogeneity // Journal of Political Ideologies. 2005. Vol. 10(3). P. 289–309.

Критическое мышление в эпоху гипер-информации

Эвелина А. Соколовская

студентка
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Марина С. Короткова

канд. социол. наук
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. Статья посвящена анализу взаимосвязи развития личности и общественного прогресса, начиная со взглядов представителей субъективной русской социологической мысли и заканчивая мыслями современных социологов. Рассматривается преимущества и недостатки современного информационного общества на уровне общества и личности. Выявлены противоречия формирования качественных характеристик личности современного общества. Во избежание технократических перекосов, движения к чрезмерной рациональности общественной жизни, упрощению интеллектуальной мысли, дегуманизации личности предлагается обратиться к наследию русских социологов.

Ключевые слова: прогресс, развитие, информационное общество, автоматизация, техногенное общество, критическое мышление, П.Л. Лавров

Прогресс – это неизбежная и необходимая часть любого явления как в мире, так и в природе. Вопрос об изменении, прогрессе и месте личности в этой системе бесконечных изменений был актуальным для мыслителей, ученых и признанных деятелей всех известных нам веков и эпох. В трудах Сократа, Платона и Аристотеля, Канта, Маркса и других философов отражается не только реакция личности на эпоху, но также и на смену общественного дискурса. Изменения в мире, научные, технологические или культурные, являясь результатом мысли человека, находятся в неразрывной связи с изменениями социальными, поэтому, переходя от эпохи к эпохе, человечество вынуждено переосмыслять свое место в новом формирующемся мире. Отечественный социолог П. Лавров также задавался вопросом «истинного» прогресса и места человека в нем. В эпохи цифрового мира, автоматизации и гипер-информации, где наибольшее значение имеет технологическое развитие, мы вновь обращаемся к вопросу личностного развития в эпоху прогресса.

На заре кардинальных социальных, политических, экономических, техногенных перемен и социум, и человек претерпевают «роковые» изменения. Обсуждаемая обществом «повестка» изменений, может быть различной, поскольку не существует таких сфер, которые прогресс бы не «вынудил» обратиться к переосмыслению места человека в новой

© Соколовская Э.А., 2025

формирующейся системе мира. По словам известного социолога, представителя натуралистического направления, Г. Спенсера: «Мы неизбежно верим прогрессу», – и это высказывание является несомненно верным – человек является как его двигателем, так и тем, кто больше всех привержен ему.

Одним из ученых, обращавших пристальное внимание на зависимость прогресса и личности, отечественный социолог, представитель субъективной школы, Петр Лаврович Лавров (1823–1900). Общество, как пишет автор, находящееся в пограничном состоянии назревающих перемен, несомненно подлежит изменению, прогрессу и развитию в нем человека. Для Лаврова

> развитие личности в физическом, умственном и нравственном отношении… – краткая формула, обнимающая… все, что можно считать прогрессом.

Но что для автора «развитие личности в умственном отношении»? Он отвечает на этот вопрос так:

> Развитие личности в умственном отношении лишь тогда прочно, когда личность выработала в себе потребность критического взгляда на все, ей представляющееся… [Лавров 1965].

Таким образом, по мнению Петра Лавровича, можно сказать, что обязательным критерием для одновременного развития общества и личности выступает критическое мышление и острая оценка актуальных событий. Для реального изменения и качественного распространения прогресса необходимо развитие во всех сферах жизни общества. Нельзя не согласиться с этим убеждением, однако справедливо ли оно не только для эпохи стремления к прогрессу и техногенному развитию, но и для эпохи гипер-информации и автоматизации, когда человечество вновь сталкивается с вопросами изменения и развития, а также с необходимости осознания своего места в «новом мире»?

В современном информационном обществе, где мы вновь находимся на рубеже всеобъемлющих перемен, развитие технологий встает на первое место, и мы в очередной раз обращаемся к рассуждению о критически мыслящей личности в эпоху мирового прогресса. Техногенный процесс, без всяких сомнений, является ярким примером вершины умственного достижения человечества, и, как и любое выдающееся изобретение или событие, он необратимо изменил жизнь всего социума. Информационный прогресс повлиял на все сферы жизни носителей этих перемен, порождая таким образом немало противоречий и парадоксов, которые являются современными вызовами для людей техногенной эры. Дилемма, связанная с цифровым обществом и его эффектом на качество жизни людей, является как никогда актуальной с появлением тенденции к автоматизации большинства процессов в современном мире.

С одной стороны, технические и информационные достижения человечества являются несомненной гордостью всего человечества, и, во многом, использование современных технологий упрощает множество трудоемких и энергозатратных процессов - большинство из них уже во всю стремятся к автоматизации и, вероятно, в скором будущем будет осуществляться быстрее и качественнее, чем при традиционной модели, подразумевающей обязательное использование человеческого ресурса. С другой, технологическая глобализация, стремление к полной автоматизации, в том числе и интеллектуальной, кажутся одновременно как заманчивой, так и пугающей тенденцией. «Умные» устройства, роботы, большие данные, использование виртуальной реальности, а также искусственного интеллекта во многом создают ситуацию, при которой реализация человеческого потенциала и использования человеческого ресурса в целом либо обесценивается, либо становится вовсе ненужным. Есть ли в обществе, полном информации, необходимость использовать собственный интеллектуальный и физический ресурс?

Помимо наполненности технологиями, мы окружены информацией, транслирующийся через эти же продукты информационного общества: сейчас практически невозможно представить ситуацию, в которой мы не могли бы найти ответ на интересующий нас вопрос на доступных ресурсах, сайтах и открытых источниках. Кроме этого, мы находимся в бесконечном потоке информации, которая далеко не всегда является правдивой или качественной, но процесс распространения и получения данных настолько упрощен и неконтролируем, что только косвенно зависит от желания или нежелания субъекта «впитывать» их. Автоматизация получения информации влияет и на желание, и на способность общества критически подходить к тому, что мы видим и слышим. Здесь, возвращаясь к П. Лаврову, мы вновь задумываемся о том, что такое прогресс – только ли развитие технологий? Или, все же, развитие «потребителей» этого прогресса, на которых он, по сути, и направлен? Лавров все же считал необходимым условием для возникновения истинного прогресса общества наличие интеллектуального развития людей, полное удовлетворение их базовых потребностей в жилье, безопасности, здоровой пище. Как и согласно концепции ценностей Рональда Инглхарта – ценность выживания всегда будет превосходить ценность развития [Inglhart 1977]. Именно при исчезновении потребности в *выживании*, по мнению Лаврова, общество будет стоять на пути нравственного (то есть умственного) развития. Что, в свою очередь, является единственным истинным показателем развития человеческого мира.

Теперь же мы рассуждаем о том, что развитие технологий создает ситуацию, в которой производство *выходит* за рамки удовлетворения базовых потребностей человека и

опережает их, о чем свидетельствует намерение индивида переложить удовлетворение потребности к познанию на машины, доверить и этот блок технологиям. Согласно официальной статистике представителей одного из наиболее используемого современного и, возможно, самого противоречивого продукта информационного общества – чата GPT, используемого для быстрого поиска информации, создания текстов и других продуктов интеллектуальной деятельности, в неделю к ресурсу за помощью обращается около 400 миллионов человек, с 2023 г. эта цифра увеличилась в 8 раз, и ежедневно система обрабатывает около миллиарда запросов[155]. К январю 2025 г. количество посещений сайта чата GPT составило почти 4 млрд раз. Увеличение популярности использования «умных» технологий – это есть не что иное, как автоматизация, только в интеллектуальной сфере. Опасность увеличения популярности использования искусственного интеллекта для работы с информацией связана с возникновением нежелания и справедливым ощущением ненадобности задействовать собственные ресурсы для поиска, обработки и использования информации. Нежелание задействовать собственный интеллектуальный ресурс является *противоположным* тому, что Лавров называет прогрессом.

Так, социолог справедливо пишет, что развитие – это только тогда, когда:

….общественная среда дозволяет и поощряет в личностях развитие самостоятельного убеждения…когда личности имеют возможность отстаивать свои различные убеждения и тем самым принуждены уважать свободу чужого убеждения [Лавров 1965].

Противоречие между техногенным прогрессом, личностным и общественным, остается одним из ярчайших дискурсов современности.

Гипер-информация и неконтролируемость ее потока создает лидеров мнений, на первый взгляд даже далеких от идей меритократии, влияет на формирование взглядов и убеждений пользователей социальных сетей, становится инструментом для пропаганды разного рода идей и нередко представляется самым простым средством обмана. Проблема актуализации ситуации, в которой *количество* информации значительно *преобладает потребность* в ней, создает опасность возникновения апатии и нежелания критически подходить к воспринимаемой информации, а такая ситуация влияет и на качество жизни общества в целом, подразумевая «распад» солидарности между индивидами:

….пред всяким обществом возникает вопрос о необходимости, для прочности цивилизации, установить солидарность интересов и убеждений…. [Лавров 1965].

[155] Demandsage: Статистика ChatGPT (март 2025). URL: https://inclient.ru/users-internet-stats/?ysclid=m8ujujghps177851125 (дата обращения: 02.04.2025).

Солидарность, по мнению автора, является результатом совместной деятельности умственно развивающихся личностей. Это единство убеждений, некая духовная связь, теряя которую, мы теряем скрепы общества, все больше разобщаясь, атомизируясь в своей непохожести.

Однако надо отдать должное: развитие критического мышления является выбором, альтернативой, особенно в эпоху индивидуализма, избыточного информационного шума и ненадобности использования интеллектуального фактора. В мире, где легко ощутить свою ненужность или слабость перед техногенным развитием, особенно необходимо найти в себе стремление к независимости суждений и мысли. Так и Петр Лаврович пишет:

> …сила и самостоятельность убеждения, а также готовность стоять за него не передается от одной личности к другой, а вырабатывается каждою личностью самостоятельно. Прогресс заключается лишь в числе личностей, усвоивших сильные и самостоятельные убеждения [Лавров 1965].

Таким образом, для прогресса недостаточно иметь только техническое или информационное развитие, необходимо встать и на путь нравственного, личностного развития. Конечно, такой личностный прогресс является сугубо индивидуальным и главной проблемой, как и во времена Петра Лавровича Лаврова, так и в наше время, является необходимость осознания важности понимания и смысла стремления к подобному внутреннему изменению. Одно из своих исторических писем социолог завершает фразой: «…мое дело ограничивается одним простым правилом: живи сообразно тому идеалу, который ты сам себе поставил как идеал *развитого* человека!» и, несомненно, это высказывание справедливо и для прошлого, и для будущего, и для настоящего. Необходимо понимать, что критическое мышление не ограничивается сферой культуры и морали. Умение думать самостоятельно напрямую связано со всеми важнейшими областями жизни индивида. Сегодня, в современным мире, где информация используется как инструмент влияния, человек, который размышляет, задает вопросы, ставит под сомнение услышанное и делает какие-то собственные независимые выводы – является в некоторой мере свободным от общих тенденций и способным к изменению мира человеком. Важно осознавать, что без активного участия людей в жизни общества, стремлению к его развитию, прогресс невозможен ни в одной из сфер жизни социума. Развитие личности не ограничивается только внутренним ростом, важно выйти на уровень намерения делать мир вокруг более развитым, честным и справедливым. Идеальный вариант, когда развитие личности будет служить цепной реакцией к развитию группы, поэтому только через осознанность и способность принимать независимые решения можно построить по-настоящему прогрессивный мир.

Литература

Лавров 1965 – *Лавров П.Л.* Исторические письма // Философия и социология: Избранные произведения: В 2 т. Т. 2. М.: Мысль, 1965. С. 19-295.

Inglhart 1977 – *Inglhart R.* The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles Among Western Publics. Princeton University Press, 1977. 496 p.

Мотивы приобретения информационных продуктов в социальных сетях московской молодежью

Александра А. Ермолова

студентка
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Елена А. Колосова

канд. социол. наук, доцент
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В данной статье рассматриваются мотивы покупки информационных продуктов молодежью в условиях неоднозначной репутации рынка информационного бизнеса. Основное внимание уделяется скрытым причинам, среди которых маркетинговые стратегии блогеров, а также особенности информационного общества. Ключевым выводом статьи является необходимость правового регулирования данного сегмента рынка для обеспечения безопасности пользователей сети.

Ключевые слова: информационное общество, информационный бизнес (инфобизнес), блогер, информационный продукт, гибкие навыки (soft skills), жесткие навыки (hard skills), мотивы

Актуальность изучения мотивов покупки информационных курсов в социальных сетях обусловлена характером рынка информационного бизнеса. Объем данного рынка с каждым годом увеличивается, так в 2022 г., по оценке председателя комитета Госдумы по малому и среднему предпринимательству А. Демина, объем рынка составил 266 млн рублей[157]. Кроме того, исходя из данных исследования Ассоциации блогеров и агентств (АБА) и сервиса аналитики и управления социальными сетями LiveDune, уровень заработка блогеров, продающих информационные продукты в своих социальных сетях, за год вырос на 24%[158]. Однако вместе с развитием данной сферы, учащаются и случаи мошенничества. На сегодняшний день в информационном поле появляется все больше примеров недобросовестного поведения блогеров: неуплата налогов, продажа некачественных и бесполезных продуктов, завышение стартовых ожиданий от продаваемого продукта (обещание быстрых и больших результатов). По данным ВЦИОМ на 2020 г., 64%

© Ермолова А.А., 2025

[157] Инфобизнес ищет выход из серой зоны // Сайт Comenews. 2023. URL: https://www.comnews.ru/content/230451/2023-11-30/2023-w48/1008/infobiznes-ischet-vykhod-seroy-zony (дата обращения: 18.03.2025).

[158] Братство дельца: доходы блогеров-инфоцыган в 2022 году выросли на 24% // Сайт Известия. 2023. URL: https://iz.ru/1496646/ivan-chernousov-iana-shturma/bratstvo-deltca-dokhody-blogerov-infotcygan-v-2022-godu-vyrosli-na-24 (дата обращения: 20.03.2025).

опрошенных считают, что блогеры ведут свои социальные сети в первую очередь ради получения заработка, что в значительной мере снижает уровень доверия к ним[159].

Результаты авторского исследования, проведенного методом глубинного интервью с респондентами, проходившими курсы по самореализации, также подтверждают уровень недоверия к блогерам среди молодежи: ключевая спонтанная ассоциация с курсами по саморазвитию – «инфоцыганство» (термин, подразумевающий негативный окрас информационного бизнеса)[160]. Несмотря на это, информационные продукты продолжают пользоваться популярностью в сети. Именно этот парадокс делает исследование мотивации приобретения различных курсов, вебинаров и чек-листов в социальных сетях интересным для рассмотрения.

Покупка курсов, как и любого другого товара, сопряжена с мотивом. В данном случае мотив будет тесно связан с понятием «запрос», означающим причину покупки курса. В ходе авторского исследования (интервью с представителями московской молодежи, проходившими курсы по самореализации), стало возможным разделились все перечисленные мотивы на три основные группы, упоминаемые примерно в равной степени (табл. 1). Среди них[161]:

Таблица 1

Типы мотивов покупки информационных продуктов

№ п/п	Тип мотива	Мотив
1	Психологический	Желание проработать внутренние проблемы / блоки / зажимы
2	Социальный	Стремление изменить свою жизнь и улучшить моральное состояние
3	Экономический	Желание улучшить материальное положение

1. …плюс ко всему раскрытие женственности, уверенность в себе… (Архив автора…И.10. С. 92), построить отношения

   …**дело в состоянии,** что-то, наверно, внутри меня сидит, что, как скажем, не то, чтобы не привлекает, но и не дает быть отношениям … (Архив автора. И. 2. С. 14)

[159] От блогеров – к инфлюенсерам: борьба за внимание и влияние на аудиторию. Новые тренды // ВЦИОМ. 2020. URL: https://wciom.ru/analytical-reports/analiticheskii-doklad/ot-blogerov-k-inflyuenseram-borba-za-vnimanie-i-vliyanie-na-auditoriyu-novye-trendy (дата обращения: 18.03.2025).

[160] Архив автора. Авторское качественное исследование «Отношение московской молодежи к информационным продуктам по самореализации от российских Instagram блогеров»; г. Москва, декабрь 2023 г.; метод -глубинное интервью; 10 респондентов в возрасте от 18 до 35 лет, покупавшие за последние два года курсы по самореализации у блогеров в социальной сети Instagram.

[161] См.: Там же.

2. Наверно, я тогда так себя **уныло чувствовала**, период какой-то был не из лучших, когда все какое-то бессмысленное, ничего не приносит радости, хочется просто **все поменять в своей жизни**, но как будто нет сил даже какой-то маленький шаг к этому сделать» (Архив автора. И. 9. С. 84-85)
   Я его проходила неоднократно, тогда я была юная девушка, **которая хотела чего-то нового** (Архив автора. И. 2. С. 13)
3. Хотела **выходить уже на рекламу.** Тоже хотела вот как-то раскрутиться (Архив автора. И. 1. С. 6).

Однако стоит обратить внимание на скрытые мотивы потребление информационных продуктов, среди которых могут быть стремление пойти по легкому пути, влияние блогеров, а также специфика современного информационного общества.

Ряд исследователей акцентируют внимание на проблеме того, что в основном люди, приобретающие информационные курсы (в особенности по гибким навыкам) хотят не действительно проработать свои проблемы, изменить жизнь и научиться больше зарабатывать, а стремятся найти легкий способ это сделать: среди них А.С. Дубровкина «Феномен «инфобизнеса» и проблемы оценки качества оказания информационных услуг», В.А. Усов, Е.М. Черкашов «Особенности позиционирования мошенников в сфере бизнес-образования» и другие. По данным другого авторского исследования, проведенного методом количественного онлайн-опроса молодежи, более 60% респондентов согласны и скорее согласны с тем, что люди проходят курсы по самореализации, чтобы получить простое решение своих проблем и готовый план действий (Авторское исследование «Отношение московской молодежи…» 2025).

Так, А.С. Дубровкина называет инфобизнес

> …сказкой для взрослых, где после нескольких вебинаров все мечты исполнятся, неизлечимые болезни исчезнут, а доход увеличится в сотни раз [Дубовкина 2024].

Как отмечают сами блогеры, исходя из другого авторского исследования (глубинное интервью с блогерами, выпускающими свои информационные продукты в социальных сетях), именно создание необходимости в товаре и «давление на боли» потребителей является одной из выгодных стратегий продвижения[162]. Так, блогеры подсвечивают наличие проблем у аудитории, а затем убеждают в необходимости их продукта для их решения. Вдобавок эффект усиливается различными триггерами: ограниченное количество

[162] Архив автора. Авторское качественное исследование «Продвижение информационных продуктов блогерами в Instagram»; г. Москва, май-июнь 2024 г.; метод – глубинное интервью; 5 респондентов, имеющих свой блог в Instagram и выпустившие за последний год свои информационные продукты.

мест на курсе, редкий набор на поток, особенно выгодная цена именно сегодня[163]. Маркетинговые стратегии продвижения информационных продуктов отличаются демонстрацией особого контраста между «до» и «после» прохождения курса, что формирует ложные завышенные ожидания у аудитории и веру в ту самую «сказку».

Кроме того, значительное влияние имеет само общество, в котором существует современный человек. Информационное общество, как новый этап развития, характеризуется не только появлением новых технологий, но и социально-экономическими последствиями, которые они за собой влекут [Белл 2004]. К таким последствиям можно отнести смену ценностей у молодежи. Как отмечает М.А. Гассиева-Корытина:

> …приоритетами информационного общества являются развитие самой личности, совершенствование… [Гассиева-Корытина 2017].

Можно предположить, что это в большей степени связано с новыми требованиями рынка труда. По результатам исследования организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) и Всемирного банка, было выявлено, что увеличение людей с высшим образованием может иметь обратную корреляцию с ростом ВВП в развитых странах[164]. Данный факт свидетельствует о том, что популяризация высшего образования приводит к повышению конкуренции на рынке труда (и предложение может даже превосходить спрос). Например, по результатам исследования Гарвардского университета, фонда Карнеги и Стэнфордского исследовательского центра, значительную часть (85%) успеха работнику приносят не профессиональные знания, а гибкие навыки[165]. В связи с этим на Западе уже давно распространено при рассмотрении кандидата на должность учитывать совокупности гибких и жестких навыков. В России тоже появляется такая практика. Например, при трудоустройстве в компанию Яндекс проводятся отдельные этапы собеседования на оценку уровня hard и soft skills. Именно поэтому так важно выделяться на фоне конкурентов не только знаниями, которые теперь доступны более широкому кругу лиц, чем ранее, но и личностными качествами.

Такая смена приоритетов и изменения на рынке труда, сформированные информационным обществом, могут в том числе объяснять популяризацию

---

[163] Там же.

[164] How popularising higher education affects economic growth and poverty alleviation: empirical evidence from 38 countries // Humanities and social sciences communications. 2024. URL: https://www.nature.com/articles/s41599-024-03013-5 (дата обращения: 20.03.2025).

[165] The Soft Skills Disconnect. National Soft Skills Association. 2015. URL: https://www.nationalsoftskills.org/the-soft-skills-disconnect/ (дата обращения: 20.03.2025).

информационного бизнеса, который позволяет за короткие сроки помочь освоить необходимые навыки и помочь в самореализации личности. Так, практически большинство опрошенных авторского количественного исследования считают, что люди покупают информационные продукты с целью саморазвития (80%), а также для развития в работе и финансах (52%)[166].

Открытым остается вопрос разделения курсов, приносящих желаемый результат от «пустых», не имеющих пользы. Данная проблема базируется на отсутствии норм, закрепляющих информационный бизнес на законодательном уровне. Однако, с 2024 года рабочая группа Государственной Думы занимается решением данной проблемы и введением деятельности блогеров в правовое поле. Среди вариантов рассматривается введение лицензий для блогеров и коучей на продажу информационных продуктов, а также проверка качества самих продуктов[167].

Подводя итоги, мотивация покупки информационных продуктов молодежью может быть обусловлена психологическими, социальными и экономическими факторами. А также средой, в которой в которой это происходит (информационное общество и социальные сети). Можно предположить, что регулирование информационного бизнеса со стороны государства обезопасит потребителей и поможет им добиваться желаемого результата от прохождения информационных продуктов.

Литература

Белл 2004 – *Белл Д.* Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. М., 2004. 783 с.

Гассива-Корытина 2017 – *Гассиева-Корытина М.А.* Трансформация системы ценностей в информационном обществе // Евразийский Союз Ученых. 2017. № 10-2 (43). С. 1–3.

Дубовкина 2024 – *Дубовкина А.С.* Феномен «инфобизнеса» и проблемы оценки качества оказания информационных услуг // В зеркале права. Липецк. 2024. С. 435-439.

[166] Архив автора. Авторское количественное исследование «Отношение московской молодежи к информационным продуктам по самореализации от российских блогеров»; г. Москва, январь 2025 года; метод – массовый online-опрос. Выборка случайная; 120 россиян в возрасте от 18 до 35 лет.

[167] Блогеров и инфоцыган выведут в правовое поле // Сайт RG.RU. 2024. URL: https://rg.ru/2024/03/05/reg-szfo/blogerov-i-infocygan-vyvedut-v-pravovoe-pole.html?ysclid=m865wd3s1n280484235 (дата обращения: 18.03.2025).

Личность в эпоху алгоритмов

Алина Ю. Павлова

студентка
Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Марина С. Короткова

канд. социол. наук

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. Статья посвящена исследованию трансформации личности в современном цифровом обществе через анализ образовательных траекторий. Анализируются противоречия между развитием технических навыков и снижением значимости гуманитарных компетенций на основе данных социологических исследований. Рассматриваются пути гармонизации технического и гуманитарного компонентов развития через идеи русских социологов.

Ключевые слова: личность, цифровизация, общество риска, технократизм, идентичность, технологический детерминизм

Новое общество риска и технопрогресс

Современный мир находится на пересечении двух сложных процессов: стремительного технологического развития и трансформации социальных отношений. Личность в данных условиях оказывается перед лицом новых вызовов, связанных с переосмыслением своей роли, идентичности и потенциала развития. Цифровая компетенция и технологические навыки становятся своеобразной «новой исторической необходимостью», диктующей траектории личностного формирования. Какое место в новом мире займут личностные качества и гуманитарное образование?

В контексте цифровой эпохи концепция общества риска немецкого социолога Ульриха Бека, разработанная в конце XX в., приобретает новое значение. В 1986 г. в своем фундаментальном труде Ульрих Бек описал новую социальную формацию, характерной особенностью которой стало нарастание ситуации риска. В отличие от традиционного общества, где угрозы были преимущественно локальными и ограничивались уровнем общины, вызовы индустриального модерна приобретали глобальный и системный характер [Бек 2000]. Бек рассматривал современное ему общество как переживающее парадоксальную фазу развития: с одной стороны, индустриальный прогресс продолжает создавать материальные блага, с другой – порождает всё больше опасностей, угрожающих самому существованию человечества. В условиях глобальных изменений люди вынуждены

© Павлова А.Ю., 2025

постоянно адаптироваться к неопределённости и считаться с ней. Это создаёт ситуацию, когда привычные социальные институты и нормы подвергаются глубокой трансформации.

Если Бек рассматривал риски как следствие модернизационных процессов, связанных с экономической нестабильностью, индивидуализацией социальной жизни, экологическими катастрофами, то сегодня на первый план выходят угрозы, порождаемые технократическим мышлением и детерминацией социального поведения и самого существования человека технологией и цифрой.

Современное технологическое развитие имеет двойственную природу: одновременно расширяя возможности человека и обеспечивая развитие, оно создаёт новые виды угроз – от цифрового неравенства и зависимости до алгоритмической дискриминации. Можно предположить, что прогресс кратно увеличивает риски, но на самом деле он не столько увеличивает их количественно, сколько трансформирует качественно. Исчезновение традиционных угроз сопровождается возникновением новых, при этом особую значимость приобретает появление более узконаправленных, «точечных» рисков, зачастую адресованных конкретным социальным стратам.

Значимым вызовом цифрового общества становится нарастающее противоречие между технологическим прогрессом и гуманистическим развитием личности. С одной стороны, цифровизация расширяет возможности человека, предоставляя ему доступ к беспрецедентным объемам информации и новым формам коммуникации. С другой, она может способствовать формированию одномерной личности, ориентированной на технические навыки в ущерб развитию эмоционального интеллекта и социальных компетенций.

Это противоречие отражается в образовательной политике, на рынке труда и в культурных нарративах, формируя новую социальную иерархию. Особенно ярко эта тенденция проявляется в современных образовательных стратегиях, где наблюдается смещение акцентов в сторону STEM-дисциплин (наука, технология, инженерия, математика) при относительном снижении значимости гуманитарного образования.

Эмпирические данные подтверждают стремительное смещение образовательных и профессиональных предпочтений в сторону технических специальностей (STEM и IT).

По данным Министерства науки и высшего образования, в 2022 г. на IT-специальности подали заявления на 25% больше абитуриентов, чем в 2020 г., в то время как бюджетные места на гуманитарных программах сократились в среднем на 15%.

Согласно исследованию консалтинговой компании «Яков и Партнёры», в 2022 г. на ИТ-направления было зачислено более 83 тысяч человек, что на 84% превышает показатели 2016 г. Этот рост сопровождается расширением образовательной инфраструктуры: за шесть

лет более 70 вузов открыли новые ИТ-программы. Особенно показательно увеличение количества бюджетных мест на 68%, что свидетельствует о признании государством важности подготовки ИТ-кадров. Примечательно, что разрыв между зарплатами ИТ-выпускников и средним уровнем доходов выпускников других специальностей за период с 2019 по 2022 г. удвоился, достигнув 86%.

По данным Бюро статистики труда США, число профессий, связанных с STEM, увеличится на 10,8% в период с 2021 по 2031 г. В связи с прогнозируемым ростом работодатели ищут сотрудников с опытом решения инновационных задач и технологической смекалкой. Из-за растущего использования технологий в большинстве отраслей выпускники колледжей испытывают изменения в степени удовлетворенности полученным образованием, доступности работы и карьерном росте. Согласно исследованию, проведенному Ассоциацией университетского профессионального и непрерывного образования (UPCEA), 55% выпускников гуманитарных факультетов были трудоустроены на полный рабочий день после окончания учебы по сравнению с 73% выпускников STEM. 31% выпускников STEM удовлетворены своей зарплатой по сравнению с 17% выпускников гуманитарных факультетов. И хотя исследования показывают, что выпускники гуманитарных факультетов чувствуют себя более подготовленными к карьере, по сравнению со своими коллегами из STEM, они все же реже получают удовольствие от своей работы. Также гуманитарии менее уверены, что работа соответствует их долгосрочным карьерным целям, и реже чувствуют, что их карьера идет по правильному пути. В результате глобального перехода к технологически зависимому обществу многие выпускники гуманитарных направлений испытывают трудности с поиском работы, что приводит к повышению уровня стресса и пересмотру карьерных планов.

Эти показатели свидетельствуют о том, что технологический детерминизм перестал быть просто идеологической конструкцией – он материализуется в экономических и образовательных стратегиях, определяя жизненные траектории миллионов людей.

Обратной стороной этого процесса является наметившаяся тенденция к системной девальвации гуманитарных и социальных наук, маргинализации свободных искусств (liberal arts) и кризису гуманитарного знания.

В 2020–2023 гг. некоторые престижные университеты Америки (например, Университет Айовы, Университет Альберты) закрыли программы по классической филологии, истории искусств и антропологии из-за «отсутствия спроса». В России, по данным НИУ ВШЭ, с 2018 г. количество бюджетных мест по философии и культурологии сократилось на 30%, а по прикладной информатике – выросло на 50%.

В публичном дискурсе растут призывы к «оптимизации» гуманитарного образования. Например, в 2021 г. правительство Великобритании сократило финансирование вузовских программ по искусству, медиа и археологии на 50%, перенаправив средства на технические и медицинские направления, что вызвало протесты среди студентов и деятелей культуры. В 2024 г. власти продолжили урезать поддержку творческих курсов, заморозив гранты на уровне £16,7 млн (с учетом инфляции – значительное сокращение), в то время как финансирование STEM-направлений увеличивается. Такая политика Министерства образования встретила резкую критику представителей академического сообщества, указывая на огромный вклад индустрии свободных искусств в экономику.

Прогрессивный подход демонстрирует Американский университет Джона Хопкинса. В 2023 г., в ответ на меняющиеся тенденции, университет рассказал, как выпускникам гуманитарных факультетов перейти на работу в области STEM и предложил желающим сменить сферу деятельности возможность поступить на новую магистерскую программу. Созданная для студентов без образования в области STEM, магистерская программа предлагает за два года освоить технические навыки и получить знания в нескольких областях, включая аналитику данных, инженерный менеджмент и системный инжиниринг.

Таким образом, общество, нацеленное на непрерывный технологический прогресс, негласно предъявляет к личности специфические требования, зачастую связанные с развитием узкоспециализированных технических навыков в ущерб целостному гуманитарному развитию. Подобная тенденция создаёт риск формирования общества, состоящего из высококвалифицированных технических специалистов, имеющих четкий вектор на личную э*ффективность,* но испытывающих трудности в сфере межличностного взаимодействия и социальной коммуникации, что, в свою очередь, может привести к сокращению интеллектуального ландшафта, где критическое мышление, этическая рефлексия и понимание культурного контекста становятся «лишними».

Современный этап развития также сопровождается формированием своеобразного культа технологического детерминизма – мировоззрения, согласно которому прогресс общества определяется исключительно развитием цифровых технологий, а все остальные формы познания и деятельности воспринимаются как вторичные, устаревшие и *невыгодные*.

В публичном пространстве заметна популяризация «цифрового успеха», романтизация стартап-культуры, в которой гуманитарные знания часто представляются как «бесполезные». Биографии новых «героев своего времени» – Илона Маска, Марка

Цукерберга, Джеффа Безоса – преподносятся как доказательство безусловной необходимости технического образования для достижения значимых успехов. Тем самым начинает доминировать нарратив, связывающий успех исключительно с техническими компетенциями. Следствием этого, например, становится нарастающее давление на детей и подростков со стороны родителей, заставляющих выбирать специальности в области STEM. В данном ключе актуальным становится феномен «лишних людей» – тех, кто оказывается исключен из новой иерархии знаний. Эти тенденции формируют символическое насилие, при котором отказ следовать технократической траектории воспринимается как личный провал, а не осознанный выбор.

Технологический детерминизм, превращаясь в мощную идеологию, создаёт мир, в котором ценность человека определяется его способностью встраиваться в цифровую экономику. Доминирование алгоритмического управления и цифры превращает технический прогресс в инструмент социального отбора, где STEM-компетенции становятся практически единственным путём к успеху. Это грозит маргинализацией гуманитарного знания и ведет к «социальной атрофии» – постепенной утрате способности критически осмыслять технологии, этически оценивать изменения и сохранять культурную преемственность.

Преодоление одномерности: уроки русской социологической мысли

В поиске путей преодоления обозначенных противоречий особую ценность представляют идеи русских социологов о всестороннем развитии личности. Русская социологическая мысль XIX–XX вв. предлагает особый взгляд на личность и её место в историческом процессе. Особый интерес в контексте исследуемой проблемы представляют субъективная и марксистская школы.

П.Л. Лавров был убежден, что прогрессирующим можно считать такое общество, в котором развитие солидарности позволяет расти и развиваться общественному сознанию, а сознание, развиваясь, усиливает солидарность общества. Под солидарностью он подразумевал способ духовной связи людей, основанный на общности привычек, интересов, убеждений, эмоций.

Одной из центральных концепций П.Л. Лавров была критически мыслящая личность, в ней он видел реальное воплощение идей солидарности, ту главную социальную силу, которая отвечает за «рост сознания в личностях» [Лавров 2007]. Совокупность критически мыслящих личностей учёный рассматривал как движущую силу истории. Он решительно выступал против односторонности в развитии человека, против превращения его в узкого специалиста, лишённого широкого культурного кругозора.

Развитие личности в физическом, умственном и нравственном отношении, воплощении в общественных формах истины и справедливости – вот краткая формула, обнимающая, всё, что можно считать прогрессом [Лавров 2007, с. 72].

Между обществом и личностью он видел антагонизм, преодолеть который можно, предоставив личности большую свободу по отношению к обществу, а также развивая принцип верховенства личности над обществом.

Истинная общественная теория требует не *подчинения* общественного элемента личному и не *поглощения* личности обществом, а *слития* общественных и частных интересов [Лавров 2007, с. 70].

Развивая идеи П.Л. Лаврова, его единомышленник Н.К. Михайловский сформулировал свою формулу прогресса – постепенным приближением к целостности, неделимости, к возможно полному и всестороннему разделению труда между органами и возможно меньшему разделению труда между людьми. Для Михайловского прогресс общества неразрывно связан с «борьбой за индивидуальность», под которой он понимал стремление личности к сохранению своей целостности и самостоятельности. В контексте современного общества это можно интерпретировать как призыв к преодолению узкой специализации, к формированию личности, способной сочетать технические навыки с гуманитарным кругозором, аналитическое мышление с эмоциональным интеллектом.

В отличие от сторонников субъективной школы, представитель марксистской социологии Г.В. Плеханов делал акцент на обусловленности личности социально-экономическими и историческими факторами. Личность в его концепции является продуктом определенных исторических условий, и её возможности влиять на ход истории объективно ограничены. Плеханов считал, что влияние личности на исторический процесс возможно лишь в рамках объективных возможностей, предоставляемых историческими условиями.

Рассматривая данную тему через призму марксистской идеологии, можно предположить, что кризис гуманитарного знания есть естественная реакция общества и каждой отдельной личности на объективные исторические изменения: мир меняется в сторону развитого капитализма и технократизма, а личность лишь гармонично подстраивается под изменения. Однако данный аргумент может быть опровергнут опытом прошлой эпохи, когда в период индустриализации большинства стран мира гуманитарные науки не просто остались актуальными, но и пережили ренессанс.

Концепция русской социологической мысли о гармоничном сочетании «физического, умственного и нравственного» развития предлагает важную альтернативу технократическому пониманию личности. Она утверждает ценность всестороннего развития человека, его нравственных и эмоциональных качеств, способности к

сопереживанию и солидарности. Эти идеи могут служить противовесом современным тенденциям к редукции личности.

Перспективным направлением представляется интегральный подход к развитию личности, который позволил бы преодолеть сложившееся противопоставление "физиков" и "лириков", технарей и гуманитариев. Такой подход должен стремиться к формированию личности, способной эффективно действовать в технологической среде, не утрачивая при этом человеческих качеств – эмпатии, солидарности, способности к нравственной рефлексии. В образовательной сфере это означает необходимость интеграции технического и гуманитарного образования, создания междисциплинарных программ, позволяющих развивать как аналитическое, так и эмоциональное мышление. В социокультурном контексте это предполагает создание среды, поощряющей разнообразные формы самореализации, выходящие за рамки узкопрофессиональной идентичности.

Заключение

Современный этап технологического развития, характеризующийся повсеместной алгоритмизацией и цифровизацией социальных процессов, вновь актуализировал проблему самоидентификации личности. В рискогенном обществе XXI века человек сам создаёт нетривиальные угрозы и сталкивается с новыми формами социального принуждения.

Проведённый анализ позволяет сделать ряд выводов относительно трансформации личности в эпоху цифровизации: во-первых, современное общество создаёт противоречивые условия для личностного развития. С одной стороны, технологический прогресс расширяет возможности человека, с другой – формирует новые риски, связанные с односторонностью развития, редукцией личности до набора утилитарных навыков и компетенций; во-вторых, русская социологическая мысль предлагает важные концептуальные рамки для преодоления технократического подхода к личности. Идеи всестороннего развития личности, диалектики индивидуального и социального и активной роли субъекта в историческом процессе предлагают важные концептуальные ресурсы для преодоления технократического подхода к человеку. Интегральный подход к развитию личности позволяет сочетать технологические навыки с гуманитарными компетенциями, аналитическое мышление с эмоциональным интеллектом.

Вызовы цифровой эпохи требуют не противопоставления технологического и гуманитарного, а их синтеза. Новый гуманизм в цифровую эпоху должен стремиться к формированию личности, способной эффективно использовать технологические возможности, не утрачивая при этом человеческих качеств – эмпатии, солидарности, способности к нравственной рефлексии. Только такая личность сможет стать подлинным

субъектом исторического процесса, направляя технологическое развитие в гуманистическое русло.

Литература

Бек 2000 – *Бек У.* Общество риска. На пути к другому модерну. М.: Прогресс-Традиция, 2000. 384 с.

Лавров 2007 – *Лавров П.Л.* Нравственный социализм. Социальная философия в России XIX – начала XX века. Екатеринбург, 2007. С. 68–75.

Агафонова Дарья Сергеевна
студентка, 4-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
res.ipsa.darya@gmail.com

Агеева Елизавета Владимировна
студентка, 4-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
liz.ageeva@gmail.com

Александров Александр Владимирович
студент, 4-й курс, Российский государственный университет социальных технологий, г. Москва

Андрианова Вероника Алексеевна
студентка, 4-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
andver2021@mail.ru

Андросова Ксения Дмитриевна
студентка, 4-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
androsova.xenia@mail.ru

Батурина Виктория Павловна
студентка, 2-й курс, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», г. Санкт-Петербург
viktoriabejker@gmail.com

Бутысина Арина Евгеньевна
студентка, 4-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
arina.butysina@yandex.ru

Ветошкин Никита Сергеевич
студент, 4-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
vns021221@gmail.com

Воронина Анастасия Михайловна
студентка, 3-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
nastil.da@yandex.ru

Воронина Вероника Ивановна
студентка, 3-й курс, Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, г. Санкт-Петербург
combrich5@gmail.com

Глазова Александра Витальевна
студент, 4-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
sanya.glazovaa@gmail.com

Гончарова Екатерина Ивановна
студентка, 3-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
izumrudina04@list.ru

Данилов Глеб Андреевич
студент, 4-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
glebad15@gmail.com

Евграфова Анастасия Алексеевна
студентка, 4-й курс, Череповецкий государственный университет, г. Череповец
evgrafovanasta2005@gmail.com

Ермолова Александра Андреевна
студентка, 4-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
Aleks.ermolova@yandex.ru

Завгородняя Полина Александровна
студентка, 3-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
poly-po2004@yandex.ru

Зимина Алиса Алексеевна
студентка, 3-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
ilymblol@gmail.com

Каймыштаева Светлана Аркадьевна
студентка, 2-й курс, Новосибирский государственный университет экономики и управления, г.Новосибирск
svetlanakai03@gmail.com

Кириченко София Михайловна
студентка, 2-й курс, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», г. Санкт-Петербург
smkirichenko@edu.hse.ru

Кирсанова Анастасия Михайловна
студент, 2-й курс, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва,
nvkirsan0va@yandex.ru

Козырева Ольга Владимировна
соискатель, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
olga_kozyreva@mail.ru

Королева Дарья Андреевна
студент, 3-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва,
dasha372.krlv@mail.ru

Кремлёв Денис Алексеевич
аспирант, 1-й курс, Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, г. Санкт-Петербург
deniskreml@list.ru

Кузнецова Елена Алексеевна
студентка, 2-й курс, Череповецкий государственный университет, г. Череповец
l.kuzn3tzova@yandex.ru

Кузнецова Ольга Александровна
студенкат, 4-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
olya_kuznetsova_3@mail.ru

Леонтьева Полина Алексеевна
студентка, 4-й курс, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», г. Санкт-Петербург
paleonteva@edu.hse.ru

Малявко Софья Александровна
аспирант, 1-й курс, Российский биотехнологический университет; Алтайский государственный университет, г. Барнаул
malyavkosofya@mail.ru

Николаев Андрей Игоревич
студент, 2-й курс, Новосибирский государственный университет экономики и управления, г.Новосибирск
nikolaev.andrey.045@gmail.com

Озова Лилия Артуровна
студентка, 2-й курс, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва
li_ozova@mail.ru

Осиповская Ирина Павловна
студентка, 4 курс, Государственный академический университет гуманитарных наук, г. Москва
riishaaaa@mail.ru

Павлова Алина Юрьевна
студентка, 3-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
pavlovaau791@gmail.com

Папков Денис Игоревич
студент, 2-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
denipapkov@gmail.com

Пастухова Дарья Александровна
студентка, 4-й курс, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» в Санкт-Петербурге.
г. Санкт-Петербург
pastukhova.da@mail.ru

Перлина Арина Вадимовна
студентка, 2-й курс, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва
arienaperlina@yandex.ru

Платко Дмитрий Алексеевич
студент, 3-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
dmitrijplatko83@gmail.com

Плотникова Ксения Сергеевна
магистрант, 1-й курс, Российский государственный социальный университет, г. Москва
plotniko337@gmail.com

Полухина Полина Вячеславовна
магистрант, 1-й курс, Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург
ap.poluxina@yandex.ru

Прохорова Виктория Александровна
студентка, 2-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва

Пузанова Анна Сергеевна
студентка, 2-й курс, Московский университет МВД России имени В.Я. Кикотя, г. Москва
puzanova_1@mail.ru

Пхунтхасан Пхра Парон
аспирант, 1-й курс, Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова, г. Улан-Удэ, Бурятия
peter.ppj.bsu@gmail.com

Романова Карина Андреевна
студент, 4-й курс, Череповецкий государственный университет, г.Череповец,
romanovakarina23@mail.ru

Савина Александра Александровна
студентка, 4-й курс, Череповецкий государственный университет, г.Череповец,
elfahi.savina@yandex.ru

Сафразбекян Леон Варданович
аспирант, 1-й курс, Московский государственный лингвистический университет, г. Москва
leonerik@mail.ru

Себрова Анастасия Сергеевна
студентка, 2-й курс, Московский университет МВД России имени В.Я. Кикотя, г. Москва
sebrova05@mail.ru

Соколовская Эвелина Андреевна
студентка, 3-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
kkdsdn@mail.ru

Семёнова Ксения Дмитриевна
студентка, 4-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
semenovaksenia077@gmail.com

Сороканюк Алена Романовна
студентка, 3-й курс, Санкт-Петербургский Гуманитарный университет профсоюзов,
г. Санкт-Петербург
Sorokanyuka@gmail.com

Степанян Анна Самвеловна
магистрант, 1-й курс, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва
stephanian.edu@gmail.com

Тарасова Карина Игоревна
магистрант, 1-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
karina.tarasova.02@bk.ru

Ульянова Ксения Романовна
студентка, 4-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
uksusha03@mail.ru

Фокина Маргарита Сергеевна
студентка, 1-й курс, Санкт-Петербургский государственный морской технический университет, г. Санкт-Петербург
r79119441540@yandex.ru

Халимов Искандарджон Самандарович
студент, 3-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
ihalimov96@gmail.com

Цыганова Виктория Андреевна
студентка, 3-й курс, Московский государственный лингвистический университет, г. Москва
vika.tsyganova@gmail.com

Челомбитко Мария Сергеевна
студентка, 3-й курс, Российский государственный университет социальных технологий, г. Москва
kotolistenkomaria@gmail.com

Чехонина Полина Владимировна
студентка, 4-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва,
polina.chan.cheh@gmail.com

Чистова Анастасия Алексеевна
магистрант, 1-й курс, Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург
passovanastya2002@mail.ru

Шилова Варвара Георгиевна
студентка, 4-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
migolna14@mail.ru

Шорина Анна Сергеевна
студентка, 2-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
shorinaanna268@gmail.com

Научное электронное издание

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ НАРРАТИВ 2025
Социология как res-publica

Сборник статей по материалам
XXIV Всероссийской научной конференции
студентов и аспирантов

Рекомендовано к публикации

Редакционно-издательским советом РГГУ

Оригинал-макет подготовлен
на социологическом факультете РГГУ

Подписано к использованию 17.09.2025
Уч.-изд. л. 21,6
Заказ № 2235