

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное
бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

Социологический факультет

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ НАРРАТИВ 2023

Новая социальная реальность:
жизнь на пороге киберпанка

Сборник статей по материалам
XXII Всероссийской научной конференции
студентов и аспирантов



Москва 2023

УДК 316(063)
ББК 60.5Я431
С69

Составитель *И.А. Полякова*

Редколлегия

*П.А. Завгородняя, А.А. Зайцева, Г. Ленков
К.И. Тарасова, С.М. Шевченко*

Рецензент

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

С 69 Социологический нарратив 2023: Новая социальная реальность: жизнь на пороге киберпанка: Сборник статей по материалам XXII Всероссийской научной конф. студентов и аспирантов / Сост.: И.А. Полякова. М.: РГГУ, 2023. 1 файл Pdf: 221 с. Текст: электронный.
ISBN 978-5-7281-3315-5

В настоящее время мы наблюдаем фантастическое развитие компьютерных технологий, искусственного интеллекта, изучения ДНК и клонировании и одновременно рост неравенства, увеличение бедности, войн, конфликтов, эпидемий, засух и наводнений. Все это как нельзя соответствует основной идее киберпанка “High tech. Low life”. Статьи отражают попытки ответить на актуальные проблемы, стоящие перед мировым и российским обществом. Прежде всего это влияние цифровизации на труд, образование, культуру, досуг и многое другое. В сборнике также представлен опыт осмысления состояния различных групп и объединений, таких как диаспоры, женские общественно-политические объединения, экологические организации.

УДК 316(063)
ББК 60.5Я431

© Полякова И.А., составление, 2023

© Российский государственный
гуманитарный университет, 2023

ISBN 978-5-7281-3315-5

Содержание

<i>К читателю</i>	6
<i>Раздел I</i>	
Новые методики социологических исследований, состояние и перспективы online социологии	
<i>Рафикова К.Ф.</i> Методология вычислительной социологии	8
<i>Агафонова Д.С.</i> Принципы «новой социологии знания»	12
<i>Веденин В.А.</i> Изучение проблем цифровизации в социологии управления	19
<i>Батищев С.А.</i> Динамика изменений мирового политического пространства (макросоциологический подход)	23
<i>Иванова Д.Д.</i> Цифровая повседневность личности: новые горизонты жизненного пути	33
<i>Раздел II</i>	
Цифровизация и информатизация как факторы изменений на рынке труда	
<i>Завражина А.В.</i> Модели вторичной занятости студентов в условиях цифровой экономики	38
<i>Шibaева Е.Д.</i> Мотивы оформления статуса самозанятого в оценках фрилансеров	44
<i>Крейндель М.Е.</i> Опыт вторичной занятости студентов в сфере розничной торговли	48
<i>Романова Т.И.</i> Цифровизация как фактор изменения на рынке труда	52
<i>Ефименко Е.И.</i> Трансформация трудовых функций преподавателя высшей школы в условиях цифровизации	56
<i>Зеленина Р.И.</i> Дополнительные образовательные услуги в контексте социального неравенства: постановка проблемы	60
<i>Хроленко Т.С., Ниорадзе Г.В.</i> Использование второго демографического дивиденда эру цифровизации	63
<i>Раздел III</i>	
Трансформация качества жизни: культура и досуг в online обществе	
<i>Амгаланова А.А.</i> Перспективы развития сетевой литературы как нового вида литературы	66
<i>Тарасова К.И.</i> Художественные музеи в культурном пространстве Москвы: вызовы современности	73
<i>Молчанов А.А.</i> Отношение современной молодёжи к шоплифтингу 77 как к форме экстремального досуга	77
<i>Михеева И.А., Речкунова Е.Р., Голодова А.Д.</i> Трансформация культуры и досуга в цифровом обществе: опыт создания виртуальных концертных залов	86
<i>Васильева Ю.С.</i> Изучение «цифрового поведения» младших школьников в обществе коммуникационного изобилия	90
<i>Чичурина А.С., Шишулина Е.С., Мардашкина Ю.К.</i> Цифровой человек: опыт идентификации студентов РГГУ	96

Раздел IV

Роль интернета в межличностных коммуникациях: социальные объединения и общение в цифровом обществе

<i>Казанкова А.И.</i> Корейская диаспора Москвы: опыт репрезентации	106
<i>Шоёнова В.Б.</i> Общественные объединения экологической направленности: гендерные аспекты социологического анализа	111
<i>Котлярова В.М.</i> Социальные сети как ресурс для коммуникации и мобилизации женских общественно-политических организаций	117
<i>Шишулина Е.С.</i> Как Интернет изменил коммуникации российских волонтерских объединений?	121
<i>Петросян М.А.</i> Роль социальных сетей в продвижении армянской культуры в Москве	131
<i>Воронцова В.О.</i> Маркетинговая политика российских футбольных клубов в условиях цифровизации	136

Раздел V

Вне секций

<i>Анисимов С.Е.</i> Мнение представителей профессионального сообщества о реформах психиатрической помощи	145
<i>Белых А.Ю.</i> Влияет ли цифровизация и Интернет на профессиональные ориентации выпускников школ?	151
<i>Блохин Ю.В.</i> Информационное сопровождение деятельности русской православной церкви	159
<i>Бурмистрова Е.С.</i> Модернизация образа лидеров праворадикального движения (на примере Ричарда Спенсера и Тома Ван Грикена)	163
<i>Ванина Л.А.</i> Развитие дистанционного обучения иностранным языкам в России в период пандемии COVID-19	167
<i>Веснина Т.А.</i> Жизнь пожилых людей в эпоху цифровизации	170
<i>Макаров Г.В.</i> Трудовая занятость лиц с ограниченными возможностями здоровья в условиях цифровизации: возможности и ограничения	173
<i>Максимов Д.А.</i> Досуговые практики студенческой молодежи: по материалам исследований	178
<i>Манохина П.В.</i> Цифровизация на рынке труда в сфере здравоохранения (на примере московского региона)	182
<i>Мартынова А.П.</i> Цифровые технологии для людей с инвалидностью	186
<i>Осипова А.В.</i> Цифровизация искусства: актуальное искусство в представлении московских студентов-художников	189
<i>Пяткова А.А.</i> Особенности политической активности молодежи в эпоху цифровизации	192
<i>Саченко В.С.</i> Влияние цифровизации на взаимодействие врачей и пациентов: мнение представителей медицинского сообщества	196
<i>Станишевская К.Н.</i> Новые вызовы: малый бизнес на российском рынке цифровых услуг	200
<i>Сулъженко П.А.</i> Что останется от дистанционных образовательных технологий в школе после COVID-19?	208
<i>Цапко Д.А.</i> Отношение россиян к отечественному кино	212
Наши авторы	217

Уважаемые читатели!

Рады представить очередной сборник статей студентов и аспирантов «Социологический нарратив 2023. Новая социальная реальность: жизнь на пороге киберпанка». В настоящее время мы наблюдаем фантастическое развитие компьютерных технологий, искусственного интеллекта, изучения ДНК и клонировании и одновременно рост неравенства, увеличение бедности, войн, конфликтов, эпидемий, засух и наводнений. Все это как нельзя соответствует основной идее киберпанка “High tech. Low life” и мы ставили своей целью поднять на конференции эти проблемы. Статьи, представленные в этом сборнике, отражают попытки студентов и аспирантов ответить на актуальные проблемы, стоящие перед мировым и российским обществом. Прежде всего это влияние цифровизации на труд, образование, культуру, досуг и многое другое. В сборнике также представлен опыт осмысления новых досуговых практик таких как шоплифтинг, а также трансформация межличностной коммуникации вследствие развития сети Интернет. Читателя может заинтересовать анализ состояния различных групп и объединений, таких как диаспоры, женские общественно-политические объединения, экологические организации, а также состояние и тенденции развития малого бизнеса, футбольных клубов и отечественного кино. В данном сборнике мы постарались дать разнообразную палитру социальных проблем и явлений, волнующих наших студентов и аспирантов. Представленные статьи для многих студентов является первой серьезной «пробой пера», и мы надеемся, что многие из них продолжат свой путь в науке и добьются в ней новых открытий и достижений. Также хотелось бы отметить, что конференцию организовывали, статьи собирали и редактировали студенты социологического факультета РГГУ, что на наш взгляд является для них отличной практикой первого погружения в организацию и продвижение научных мероприятий и поможет им в дальнейшей профессиональной деятельности.

Р.И. Анисимов
декан СФ РГГУ

Раздел I

Новые методики социологических исследований,
состояние и перспективы online социологии

Методология вычислительной социологии

К.Ф. Рафикова

аспирант, преподаватель

Институт общественных наук РАНХиГС, при Президенте РФ, Москва

KseniyaRafikova@yandex.ru

Научный руководитель А.С. Астахова

канд. социол. наук, Институт общественных наук

РАНХиГС при Президенте РФ, Москва

Аннотация. Вычислительная социология – это развивающаяся область, которая объединяет информатику, науку о данных и социальную теорию для изучения сложных социальных явлений. Методология вычислительной социологии включает несколько этапов, в том числе определение исследовательских вопросов, сбор и очистку данных, разработку вычислительных моделей на основе соответствующих социальных теорий, проведение симуляций и анализ результатов. Этот междисциплинарный подход дает ценное представление о сложной динамике социальной жизни, позволяя анализировать большие массивы данных и моделировать социальные явления. Методология вычислительной социологии требует знаний в области информатики, науки о данных, статистики и социальной теории, что делает ее мощным инструментом для изучения социальных явлений в цифровую эпоху.

Ключевые слова: Вычислительная социология, методология, вычислительная наука, наука о данных, статистический анализ, моделирование, цифровая эпоха, междисциплинарность

Вычислительная социология – это использование вычислительных методов и технологий для изучения социальных явлений. Это междисциплинарная область, которая опирается на информатику, математику и статистику, а также социологию. Вычислительная социология включает в себя разработку компьютерных моделей и симуляций социальных систем, а также анализ больших массивов данных с использованием передовых методов статистики и машинного обучения. Это позволяет социологам изучать сложные социальные системы, которые невозможно наблюдать в реальном мире, а также проверять гипотезы и теории, которые трудно подтвердить с помощью традиционных методов исследования.

Вычислительная социология – это развивающаяся область, которая объединяет возможности компьютерного моделирования и анализа данных для изучения и понимания сложных социальных явлений. Эта методология произвела революцию в социальных исследованиях, предоставив новые инструменты и методы для анализа масштабных социальных данных и получения новых знаний о социальном поведении.

Методология вычислительной социологии включает в себя несколько этапов. Первым шагом в методологии вычислительной социологии является определение исследовательского вопроса или проблемы, которую необходимо решить. Она может включать определение социального явления, которое необходимо изучить. Например, распространение слухов в социальных сетях. Или теоретическую концепцию, которую необходимо проверить. Например, влияние социальных сетей на социальный капитал. Вопрос исследования должен быть основан на соответствующей социальной теории и разработан для устранения пробела в существующих знаниях.

После определения вопроса исследования, вторым шагом является сбор данных. Данные могут быть собраны из различных источников, включая платформы социальных сетей, онлайн-форумы и другие цифровые источники. Данные необходимо очистить и обработать, чтобы удалить любую неактуальную или неточную информацию. Этот этап требует знаний в области науки о данных и статистики, а также опыта в изучении конкретных социальных явлений [Китчин 2017].

Третий шаг – разработка вычислительной модели. Модель должна быть основана на соответствующих социальных теориях и разработана для имитации изучаемого социального явления. Модель должна быть протестирована для того, чтобы убедиться в том, что она точно отражает изучаемое социальное поведение. Этот этап требует знаний в области информатики и вычислительных методов, а также знаний социальной теории.

Четвертый шаг – запуск моделирования и анализ результатов. Он может включать использование статистических методов и методов машинного обучения для выявления закономерностей и тенденций в данных. Этот этап требует знаний в области науки о данных, статистики и вычислительных методов.

Наконец, результаты исследования следует интерпретировать и сравнить с существующими теориями и результатами исследований. Следует обсудить ограничения исследования и дать рекомендации для будущих исследований. Этот этап требует знания социальной теории, а также опыта в конкретных изучаемых социальных явлениях.

В целом, методология вычислительной социологии требует междисциплинарных знаний в области информатики, науки о данных, статистики и социальной теории. Использование вычислительных методов позволяет анализировать большие массивы данных и моделировать социальные явления, обеспечивая ценное понимание сложной динамики социальной жизни.

Одним из основных преимуществ вычислительной социологии является ее способность моделировать сложные социальные системы и имитировать поведение индивидов в этих системах. Это позволяет исследователям изучать и проверять различные теоретические гипотезы о социальном поведении в контролируемой среде. Кроме того, вычислительная социология дает возможность изучать социальные явления, которые трудно или невозможно наблюдать в реальном мире.

Однако существует и ряд проблем, связанных с этой методологией. Одной из наиболее значимых проблем является сбор и очистка данных. Сбор и обработка большого количества данных из различных источников может занять много времени [Quan-Haase, Sloan 2017]. Другой проблемой является сложность используемых моделей. Разработка точных и надежных вычислительных моделей требует глубокого понимания лежащих в основе социальных теорий [Давыдов 2008].

Несмотря на эти проблемы, вычислительная социология способна совершить революцию в социальных исследованиях, предоставляя новые инструменты и методы для анализа сложных социальных явлений. Поскольку вычислительная мощность продолжает расти, а источники данных становятся все более многочисленными, вычислительная социология, вероятно, станет все более важной методологией в социальных исследованиях [Tornberg, Uitermark 2021].

Еще одна проблема, связанная с вычислительной социологией, – это возможность чрезмерного соответствия модели или чрезмерного упрощения. Чрезмерная подгонка возникает, когда модель слишком сложна и слишком близко подходит к данным, что может привести к неточным прогнозам на новых данных. Чрезмерное упрощение, с другой стороны, происходит, когда модель слишком проста и не отражает важные нюансы социального поведения.

Для решения этих проблем исследователи в области вычислительной социологии используют различные методы и инструменты для разработки и тестирования своих моделей. Например, анализ чувствительности. Это метод, используемый для проверки того, насколько чувствительны результаты модели к изменениям ее параметров. Валидация модели – еще один важный метод, который включает в себя проверку прогнозов модели на реальных данных.

Еще одним важным аспектом методологии в вычислительной социологии являются этические аспекты сбора и анализа данных. Как и в любом исследовании с участием людей, при сборе и анализе социальных данных необходимо учитывать этические соображения [Золотухин 2021]. Исследователи должны убедиться в том, что их методы не нарушают

неприкосновенность частной жизни или права людей, а также в том, что данные используются ответственно и прозрачно.

Существует несколько заметных работ, в которых обсуждается методология вычислительной социологии. Одной из таких работ является «Вычислительная социология: изучение и прогнозирование» Дэвида Лазера и других [Lazer et al. 2009], в которой дается всесторонний обзор вычислительных методов для социальных исследований и обсуждаются их потенциальные применения и ограничения. Еще одна важная работа – «Вычислительные социальные науки и социология» А. Эдельманна [Edelmann et al. 2020], в ней представлен углубленный обзор вычислительных социальных наук и обсуждаются преимущества и недостатки этого подхода в рамках социологии.

Существует также несколько программных инструментов и платформ, разработанных для поддержки исследований в области вычислительной социологии. Одним из таких инструментов является “NetLogo” (NetLogo)², бесплатная программная платформа с открытым исходным кодом для моделирования и имитации сложных систем. Другая платформа – “Gephi” (Gephi)³, инструмент сетевого анализа и визуализации, который можно использовать для анализа и визуализации социальных сетей и других типов сложных данных.

Другие заметные программные инструменты и платформы для исследований в области вычислительной социологии включают R (R Project for Statistical Computing)⁴, язык программирования и программную среду для статистических вычислений и графики, и Python (Python)⁵, популярный язык программирования для анализа данных и машинного обучения.

Ссылки на конкретные исследования с использованием вычислительной социологии включают в себя исследования социальных сетей и сетевого анализа [Borgatti et al. 2009]. Вычислительные методы могут быть использованы для анализа данных социальных сетей, чтобы определить ключевых участников, сообщества и структуры в сети, а также понять, как информация и влияние перемещаются по сети. Еще одно применение вычислительной социологии – анализ культурной диффузии и распространения идей. Вычислительные модели могут быть использованы для моделирования распространения культурных черт и идей, а также для определения факторов, влияющих на их принятие и распространение [Axelrod 1997]. В одном примечательном исследовании методы вычислительной социологии использовались для изучения распространения дезинформации [Цвык 2022].

Одним из основных преимуществ вычислительной социологии является ее способность анализировать большие и сложные наборы данных, которые трудно или невозможно проанализировать традиционными методами. Например, вычислительные методы можно использовать для анализа данных социальных сетей, чтобы понять, как распространяется информация и как формируются сообщества в сети. Их также можно использовать для анализа данных крупномасштабных опросов, чтобы выявить закономерности и тенденции в социальных установках и поведении.

Однако существует и ряд проблем, связанных с вычислительной социологией. Одной из проблем является потребность в большом количестве высококачественных данных. Их бывает трудно получить, особенно когда речь идет о деликатных темах или маргинализированных группах населения. Другая проблема заключается в необходимости наличия специальных технических навыков, таких как программирование и анализ данных, которые могут присутствовать не во всех исследовательских группах по социологии.

Несмотря на эти проблемы, методология вычислительной социологии способна значительно улучшить наше понимание сложных социальных явлений. Объединяя

² NetLogo. URL: <http://ccl.northwestern.edu/netlogo/>

³ Gephi. URL: <https://gephi.org/>

⁴ R Project for Statistical Computing. URL: <https://www.r-project.org/>

⁵ Python. URL: <https://www.python.org/>

социальную теорию с вычислительными методами, исследователи могут разработать более тонкие и точные модели социального поведения, что, в свою очередь, может способствовать формированию политики и принятию решений.

В целом, вычислительная социология предлагает ценный подход к анализу социальных явлений с использованием цифровых данных и вычислительных методов. С увеличением объема данных, доступных в Интернете, и растущей важностью понимания того, как цифровые технологии формируют социальную жизнь, вычислительная социология, вероятно, станет все более важной методологией в социальных науках.

Литература

Давыдов 2008 – *Давыдов А.А.* Математическая социология: обзор зарубежного опыта // Социологические исследования. 2008. № 4. С. 105–111.

Золотухин 2021 – *Золотухин В.М.* Цифровые коммуникации и социокультурные риски в российской ментальности // Социальные коммуникации: философские, политические, культурно-исторические измерения: Сб. ст. II Всерос. научно-практич. конф. с междунар. участием. Кемерово, 2021. С. 49–54.

Китчин 2017 – *Китчин Р.* Большие данные, новые эпистемологии и смена парадигм / Пер. с англ. О.Н. Шаевой // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология: 4М). 2017. Т. 0. № 44. С. 111–152.

Цвык 2022 – *Цвык В.А., Цвык И.В.* Социальные проблемы развития и применения искусственного интеллекта // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2022. № 1. С. 58–69.

Quan-Haase, Sloan 2017 – *Quan-Haase A., Sloan L.* Introduction to Computational Social Science // The SAGE Handbook of Social Media Research Methods / Ed. by L. Sloan and A. Quan-Haase. SAGE Publications Ltd, 2017. P. 1–12.

Axelrod 1997 – *Axelrod R.* The dissemination of culture: A model with local convergence and global polarization // Journal of Conflict Resolution. 1997. № 41(2). P. 203–226.

Borgatti et al. 2009 – *Borgatti S.P., Mehra A., Brass D. J., & Labianca, G.* Network analysis in the social sciences // Science. 2009. Vol. 323. № 5916. P. 892–895.

Lazer et al. 2009 – *Lazer et al.* Computational Social Science: Discovery and Prediction // Science. 2009. Vol. 323. № 5915. P. 721–723.

Edelmann et al. 2020 – *Edelmann A., et al.* Computational Social Science and Sociology // Annual Review of Sociology. 2020. Vol. 46. № 4. P. 61–81.

Tornberg, Uitermark 2021 – *Tornberg P., Uitermark J.* For a heterodox computational social science // BIG DATA & SOCIETY. 2021. № 8 (2). Doi: 10.1177/20539517211047725.

Принципы «новой социологии знания»

Д.С. Агафонова

студентка, Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель Р.И. Анисимов

канд. социол. наук

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье обсуждается проект “Studies of Social Sciences and Humanities” (SSSH), который объединяет исследователей в новой социологии знания. Автор указывает на отсутствие единого когнитивного стиля в SSSH и предлагает сформулировать набор общих предпосылок, которые могут помочь объединить различные исследования в этой области. В статье обсуждаются принципы новой социологии знания и их отличие от дисциплинарных методологий.

Ключевые слова: Старая/новая социология идей; различие внутреннего/внешнего; слабая/сильная программа; принцип симметрии; поворот к материальному

Идеи не являются монополией одной социальной группы: утверждения, убеждения, аргументы – эти и другие символические конфигурации формируются и выражаются всеми членами общества во всех областях. Новая социология знания фокусируется на той группе людей, для которой производство экспертизы и легитимных научных высказываний — основная ставка.

Начиная с 1970-х «новая социология идей» обрела форму и к сегодняшнему дню кристаллизовалась в полноценный проект Studies of Social Sciences and Humanities (SSSH). Обогащая поле новым опытом и методологическими предложениями, исследователи не сразу опознавали себя как единое общественно-научное предприятие. В статье мы постараемся сформулировать общий набор предпосылок для работ в этой сфере, которые до сих пор могут мыслиться в изоляции. Исследования – это еще не дисциплина, и мы намеренно берем за этот дотеоретический уровень, поскольку в случае с -studies он выступает лучшим ресурсом для объединения, чем связность методологических программ или общность институциональных параметров. Последние характеризуют дисциплину. Она предполагает общий когнитивный стиль, который навязывается в виде императивных предписаний [Lamont 1957]. Так, социология продолжительное время основывала свой дисциплинарный проект на редукционистском требовании объяснять социальное социальным, т. е. конструировать объяснения с помощью очень ограниченного множества социологизированных априорных категорий. В силу того, что SSSH не обладает герметичной эпистемической культурой, имплицитные характеристики, которые мы постараемся определить, будут составлять скорее набор общих данностей, новый «здравый смысл», отсутствие сомнения в котором является кодом для опознания «своих» в новой социологии знания.

Начнем с некоторых предположений насчет старого проекта. Интерес к основам интеллектуальной жизни можно обнаружить в работах Конта, Маркса и Энгельса, Дюркгейма и Вебера. В более эксплицированном виде раннюю социологию идей представляли сочинения Мангейма. Однако целостный проект, называемый социологией знания, начал кристаллизоваться только в 1940-х гг. и связан с именами Парсонса, Мертонса, Козера, Гоулднера и др. Что составляет эпистемическую основу ранних попыток социологизировать знание?

Первый необходимый для замечания момент – политизация. Как часто жаловался Мангейм, участие Маркса в социологии знания не пошло дальше стремления дискредитировать буржуазию. Единственной формой обусловленности социальных идей для него был экономический интерес. Тем не менее, предложенная Мангеймом альтернативная повестка, согласно которой социология идей ставит задачей понять социально-историческую

основу всех форм мышления, независимо от того, являются ли они для Маркса «идеологическими» или нет, отнюдь не была достаточной для деполитизации новой области. Для Мангейма важным являлся политический взгляд на цель социологии идей, а именно необходимость ввести новый вид рационального в политическую и моральную жизнь, подвергнув сомнению не только буржуазные утопизм и консерватизм. Как видно, в старой социологии идей познание выступает средством для реализации политического идеала. Тогда как для исследователей, работающих в новой парадигме, вопросы о том, что влияет на политическую и идейную траекторию интеллектуала; как естественно-научные объекты производятся организованными социальными и гетерогенными альянсами; что обуславливает раннюю специализацию молодых ученых и выбор в пользу общего теоретического знания [Heiberger et al. 2018]; как проявляется стратификация в способах заниматься исследованиями; и др. представляют самостоятельный законный интерес. Однако рассмотрение социологии знания как самоцели не характеризует ее современных представителей как наивных и циничных позитивистов, не учитывающих связи между наукой и властью и культивирующих слепую к ценностям социальную науку. “*Nomo academicus*” [Бурдые 2007], одна из самых цитируемых работ в SSSH, иллюстрирует баланс критики и объективности. Мыслители вроде Гоулднера, которые в своей экспертизе от лица науки совершают акт символической агрессии, исходя из собственных политических предпочтений, вызывают у Бурдые скорее недоумение. В то же время, в нейтральном анализе Бурдые и его ученика Лейборона [LeBaron 2002] скрыт источник реформирования и рефлексии на социально-значимые темы. Так, авторы делают вывод, что помимо внутриинституциональных и автономных процессов в поле науки существуют общие структурные причины взаимного отчуждения среди представителей социальных наук. Различные области знания отличаются друг от друга по социальному составу своих представителей не только в силу обучения и способу производства экспертизы на факультете, но также из-за системы селекции и самоотбора, структурированных в соответствии с разными социальными атрибутами. Например, в экономической науке, физике и философии мужчины являются явным большинством, тогда как в социологии гендерная асимметрия не является такой явной [Фуркад и др. 2015]. Итак, если поле академической жизни гомологично полю власти, то так называемые споры факультетов и напряженные отношения между дисциплинами обусловлены не только внутренней логикой развития поля («научные войны», империализмы, альянсы и т. п.), но общей структурой социальных различий в обществе, диспропорциями в материальных условиях, стиле жизни и установках.

Возвращаясь к «слабой» программе ранних социологов науки, можем отметить второй важный момент, где их программа дает слабину: это изначальное отрицание за некоторыми формами знания социальной основы, а именно за собственно научным, рациональным знанием, которое представляется совершенно обособленным от мыслящего социального индивида. То, на что может претендовать исследователь, конструируя объяснение, это космогонические представления, мифы, здравый смысл обывателя или высказывания «хорошо информированного гражданина». Но там, где в дело вступает научное мышление, приходится с уважением отступать. Этот ход позволяет Мангейму и позднее Мертону вывести свою собственную социологию знания из-под удара, избежав парадокса релятивизма или самоприменимости, который моментально лишил бы значимости построения ученых. Так, предложенная Мангеймом альтернатива классическим теориям также не избавляет мышление от стереотипов об исторической необходимости. Мертон придерживался аналогичной позиции, проблематизируя внешний нормативный и институциональный аспект, детерминирующий внимание к определенным объектам, но само содержание мысли по их поводу оставлял нетронутым. Таким образом, мы можем прийти к тому, что старая социология идей полагала беспроblemным различие между внутренним и внешним. Истинная субстанция мысли не поддается социологизации и объясняется законами

правильного мышления, в силу чего социологам остается лишь отслеживать экзогенные факторы, которые обуславливают искажение правильной точки зрения.

С описанной выше позицией, связано множество проблем. Во-первых, на чем основано убеждение, что логика должна представлять наиболее важную, содержательную часть объяснения? Может показаться, что логические принципы умозаключения, подобно рельсам, сами укажут направление, а социальные причины целесообразно привлекать для объяснения негативных элементов в цепочке рассуждения: ошибок, ограничений, отклонений. Однако почему генезис истинных утверждений не требует специального комментария? Апелляция к естественной способности человека «прокладывать путь к истине» в таком случае является аксиоматическим допущением, а не ответом на вопрос. Во-вторых, старая социология знания исходила из того, что степень ложности идеи пропорциональна степени ее социальной детерминации. Каузальность в данном случае приравнивается заблуждению. Это было бы убедительным возражением против любой теории, в том числе и социологической, если бы отождествление ложного и социально обусловленного, истинного и свободного от детерминации не было бы таким же, как и в первом случае, произвольным допущением и нереалистическим требованием автоматически превращать в ложь все то, чему потенциально можно найти социальное обоснование.

Особенно актуальной для разрешения обозначенных проблем и поворота к новой методологической программе была «Сильная программа в социологии знания» Дэвида Блура. Магистральная идея, которая объединяет предложенный им сплав наиболее оптимистических и сциентистских тенденций ранних социологов, заключается в том, что сам «рациональный» научный процесс, включающий в себя формирование и проверку гипотез, обмен экспериментальными результатами между коллегами и принятие результатов научным сообществом, пронизан социальными взаимодействиями и предполагает использование риторических тактик и лексики, которые имеют значение только в определенных исторических и научных контекстах. Таким образом, релевантное для старой школы различие «внутреннего» и «внешнего» теряет значение, поскольку социальное можно обнаружить в самой лаборатории. В новом симметричном стиле ложные и истинные убеждения должны объясняться одним и тем же видом причин. Дэвид Блур следующим образом сетует на мангеймовскую измену дисциплинарной точке зрения: «Несмотря на его [Мангейма] решимость установить каузальные и симметричные принципы объяснения, мужество изменило ему, когда он подошел к таким, по-видимому, автономным предметам, как математика и естественные науки» [Bloor 1991, p. 10]. Так начинается вторая волна в исследованиях науки – SSK (Sociology of Scientific Knowledge), представители которой через социологически прочитанного Витгенштейна обращают внимание на саму практику производства научного знания. А это значит, что исследователь больше не может останавливаться за дверьми лаборатории. Принцип «арациональности» [Laudan 1977], который какое-то время защищал естественные науки от социального объяснения, рушится.

Показательными для «сильной программы» являются исследования математики Майкла Бира ("Mathematics as a Cultural System"), Кевина Кноппа и Карла Родригеса ("Alternative Mathematics: A Sociological Analysis of Emerging Mathematical Fields"), Стефена Шапиро ("The Social Construction of Mathematical Objects: A Study of Alternative Mathematical Structures") и др. Дэвид Блур в работе "Wittgenstein and Mannheim on the sociology of mathematics" выстраивает аргументацию против реалистического видения математики как царства истины, поскольку признание суверенитета математического региона препятствует применению программы strong. Вера в то, что математика лежит вне математических практик, предполагает, что задача ученых в этой области кончается на фиксации и открытии уже существующего и предзаданного. Предположим, спрашивается, почему некто пришел к выводу «дважды два равно четырем». Реалистический ответ, статус которого находится в работе Блура под вопросом, имел бы тогда вид: «вывод был сделан потому, что дважды два действительно равно четырем». Объяснение вывода в таком случае тавтологично и заканчивается

постулированием его истинности. Этот сомнительный способ причинного объяснения математического вывода исходит из наличия у человека естественной способности с необходимостью воспринимать истину. Математика требует телеологической концепции знания, потому что только телеология обладает необходимой структурой. В целях выдвижения априорных возражений против математического реализма Дэвид Блур предлагает импортное идею Витгенштейна [Blour 1976]. Аналитический философ апеллирует к одному из наиболее характерных примеров математического вычисления: получению последовательности чисел, подобной 2, 4, 6, 8... Производство и продолжение ряда служит для Витгенштейна репрезентативным примером математического или логического вывода вообще. Несмотря на то, что эта процедура чрезвычайно проста, реализм проваливается в ее объяснении, поскольку это управляемый правилами, но открытый процесс, место встречи ограничений и творческого производства, а не манифестация предзаданной логики. Как мы можем делать одни и те же шаги снова и снова, чтобы проследить то, что уже якобы смутно присутствует, если ничего не гарантирует идентичный характер шагов на различных этапах применения правила? И если конкретные шаги не диктуются абсолютными потребностями, разве не делает это их предметом выбора? Таким образом, Витгенштейн берет базовый арифметический процесс использования формулы и показывает необходимость внедрения его в стандартизированную социальную практику. Так, ноль является не просто цифрой, но институтом, который имеет определенное значение в нашей социальной практике и иное в математической практике другой культуры. Аналогичную природу имеют и другие цифры, конкретное оперирование которыми объясняется не логической необходимостью, а соглашением и консенсусом. Но что особенно важно – математика, будучи очень локальной формой знания, тесно связанной с культурой, конкретными практиками решения и постановки задач, не просто проявляет изменчивость по регионам мира, но в какой-то момент создает свою собственную универсалистскую культуру. Отделившись от локальных паттернов, которые дали ей начало, математика утверждается в качестве универсальной формы знания.

Любопытно то, что радикальная линия «сильной программы» оказалась отнюдь не защищенной от критики и уже через несколько лет после своего появления сменяется новой защитной риторикой. Бруно Латур, изначальный союзник Дэвида Блура, поддерживающий устранение оппозиции внутреннего/внешнего, впоследствии нанес удар по другому комфортному для Блура различию социального/несоциального. В восходящем к философии Дильтея онтологическом разрыве между «природой» и «духом» в объектно-ориентированной философии Латура больше нет необходимости. Как отмечает социолог и философ в «Политике объяснения» [Латур 2012, с. 139], основная проблема с сильным социальным объяснением состоит в том, что оно всегда содержит подтасовку: уникальные и сшитые на заказ причины подменяются заранее заготовленными универсальными. Вместо того чтобы добавляться к феномену и образовывать с ним сеть, расхожие социальные «причины», будь то «солидарность» или «капитализм», замещают его. По Латуру, правдивое объяснение заключается в прослеживании сети, связывающей сущности, тогда как традиционные для социологии сильные объяснения представляет собой бесплодные повторяющиеся ссылки на работу Общества, таящегося за спиной.

«Лабораторная жизнь» издания 1979 г., именно та работа, с которой начинается громкое заявление Латура о себе, на тот момент еще содержит формулировку «Социальное конструирование научных фактов» в своем названии [Latur 1979]. Само название «Акторно-сетевой теории» еще не появляется в этот период и в качестве названия основного метода используется «антропология науки». Эта метафора дает новый взгляд: исследователь в предлагаемой Латуром парадигме должен отправиться в этнографическое исследование жизни в стенах естественно-научной лаборатории, будто ученые – незнакомое им племя. Целью пошаговой слежки за специалистами является поиск объяснения, отличного от того, которое дают происходящему сами «туземцы», поскольку последние опираются на ряд самоочевидных допущений своего сообщества и многое неосознанно умалчивается.

В ранний период основным инструментом конструирования научных фактов для Латура является текст. Так, даже обсуждение биологической активности крысы – это попытка провести связи между цифрами на графике. Поэтому большую роль играет записывающее устройство – аппарат, который способен преобразовывать материальную субстанцию в графическое или вербальное описание. Исследуемый объект не существует вне лабораторной среды, поскольку становится стабильным и объективным только в рамках определенной сети, в которую входят не только ученые, но и инструменты, технологии. Тем не менее, как замечает Латур, этим материальным посредникам уделяется чрезвычайно мало внимания. Революция, которую совершил Латур в SSK – разрушение границы между текстом и миром. Ученые, взаимодействуя с объектом своего изучения, создают его описания, которые, в свою очередь, делегируют объекту новую работу. Появляется новая картина действия, в которой ученые, объекты и тексты взаимодействуют и конструируют друг друга на равных правах. Это «симметричное» видение Латур иллюстрирует в работе «Пастер. Война и мир микробов», обращаясь к одному из самых ярких эпизодов в истории науки и политики – «пастеризации Франции». В ходе рассуждения социолог приходит к тому, что микробы в определенном смысле сконструировали себя вместе с их «открывателем» Луи Пастером. Последний не открывает микробов, а вступает в альянс с этими еще не определенными сущностями, которые позднее будут названы микроорганизмами, а также многими другими акторами, стремящимися универсализировать свою перспективу.

Однако новая картина мира совершенно не устраивает представителей SSK. Уравнивать в правах материальное вещество, оборудование и людей, которые им пользуются, а также тексты, в которых все описано все происходящее, нельзя, иначе стирается грань между социальным и подчиненным ему несоциальным. Так начинается период «научных войн» между SSK и вызревавшей в ее лоне АСТ.

Завершая краткий экскурс в оформление «сильной программы», зарождение на ее основе АСТ и последующую диверсию, попробуем резюмировать третье предположение, объединяющее в лице этих направлений «новую социологию знания», как *приоритет микро над макро*. Еще Флориан Знанецкий отстаивал продуктивность микрофокусирования, однако этот уровень оставался подчиненным в социологии идей вплоть до 1970-х гг. Старые социологи знания были склонны придавать объяснительный вес «общему историческому движению идей», что включало апелляцию к экономическим, политическим и культурным факторам макроуровня, приводимым по-отдельности или в сочетании. Для практиков новой социологии идей факторы макроуровня сами нуждаются в объяснении, а частая отсылка к ним в ходе изучений концепций, убеждений и аргументов интеллектуалов, скорее, маскирует отсутствие интеллектуальной работы. Вместо этого делается акцент на реконструкции контекста, которая должна иметь сильную локальную направленность, что отчасти проистекает из работ в области антропологии. С этой точки зрения, понимание социальных контуров местных институциональных условий является необходимым условием для понимания генерируемых в них идей.

Вытекающей из прошлого рассуждения еще одной отличительной особенностью новой социологии знания является *десакрализация или контекстуализация фигуры интеллектуала*. Старые социологи идей склонялись к рассмотрению интеллектуалов как особых хранителей абстрактных идей, в то время как новые видят в них участников исторически специфической борьбы друг с другом за внимание различных аудиторий, где целью является подтверждение своей легитимности и респектабельности как фигур, пользующихся спросом, заслуживающих доверия и эфирного времени. Это предположение помогут прояснить три примера. Так, в работе Баерта и Бэр-Аля анализируется феномен Жижека как медиатизированного интеллектуала, выдерживающего дистанцию от традиционных правил академии [Bar-EI, Baert 2020]. Радикально прямолинейное самопозиционирование Жижека делает ему «уличный кредит», но подвергает сомнению положение в интеллектуальном истеблишменте. Репертуар Жижека – репертуар «дурака» (fool), а именно внутреннего аутсайдера, роль которого в академическом поле – не играть

свою роль. Его разговорное, заинтересованное письмо отличается от формального, объективного и отстраненного стиля, ожидаемого от профессиональных интеллектуалов. В своих выступлениях Жижек отвергает псевдо-утонченную работу кабинетных ученых, тем самым входя в резонанс с соответствующим типом анти-интеллектуалистски настроенной публики, желающей «принимать вещи такими, какие они есть». Таким образом, “celebrity capital” Жижека аккумулируется за счет того, что он является частью профессионального академического сообщества, но его положение в ней включает внеположенность и противоположность ему. Эта мерцающая позиция позволяет заручиться поддержкой «профанов» и конвертировать успех из одного поля в другое. Аналогичные подходы использовались в анализе кейса Деррида [Ламонт 2006], который умело позиционировал себя, упаковывая свои работы как “утонченное культурное благо”, привлекательное как для представителей высшего среднего класса, так и для ученых, вовлеченных в структуралистскую полемику. Богатый материал для тематического исследования в области интеллектуалов также дает «взлет и падение» Эриха Фромма [McLaughlin 2017]. Представленный в работе McLaughlin'a своеобразный социологический отчет о динамике ортодоксии и ревизионизма, анализе стиля письма Фромма, его личности и межличностных отношений помогают прояснить, как крупный психоаналитический мыслитель и социолог-теоретик, поднявшись на волне моды в 40-е, оказался политически и интеллектуально изолирован к 1970-м гг.

Заключение

Несмотря на то, что новая социология идей явно не является внутренне сплоченной областью науки в настоящее время, существует достаточно широкий консенсус относительно принципов, контуры которых мы попытались обозначить. Разобщенность этой относительно молодой области не стоит рассматривать как проблему. Как говорилось в начале статьи, высокий уровень консенсуса является атрибутом дисциплины, при чем не каждой, тогда как SSSH по своей природе междисциплинарная область. Кроме того, общим итогом существования внутридисциплинарного гегемона, навязывающего самоочевидное методологическое ядро (пр., теория рационального выбора у экономистов), эпистемологическая продуктивность которого не ставится под сомнение, а также жесткого вертикального регулирования, является, скорее, согласованная репрезентация дисциплины для внешних игроков, а не продуктивное развитие области знания. Плюрализм – признак не дисциплинарной слабости, а здоровой демократической дисциплины [Moody, Light 2006].

Литература

Бурдые 2007 – *Бурдые П.* Homo academicus / Пер. с фр. М. Августовского. М.: Ин-т экспериментальной социологии. СПб.: Алетейя, 2007. 415 с.

Ламонт 2006 – *Ламонт М.* Как стать самым важным французским философом: случай Деррида // *Логос.* 2009. № 4-5 (72). С. 3–42.

Латур 2012 – *Латур Б.* Политика объяснения: альтернатива / Пер. с англ. Кузнецова А. // *Социология власти.* 2012. № 8. С. 113–143

Фуркад и др. 2015 – *Фуркад М., Ольон Э., Альган Я.* Превосходство экономистов. *Вопросы экономики.* 2015. № 7. С. 45–72.

Bar-El E., Baert P. 2020 – *Bar-El E., Baert P.* The Fool Revisited: The Making of Žižek as Sacrificial Public Intellectual // *Social Theory and Practice.* 2020. № 46 (3). P. 463–485.

Bloor 1991 – *Bloor D.* The Strong Program in Cultural Theory: A Critical Introduction // *Cultural Sociology / Ed. by V.E. Taylor.* Wiley-Blackwell, 1991.

Bloor 1976 – *Bloor D.* Wittgenstein and Mannheim on the sociology of mathematics // *Studies in the History and Philosophy of Science.* 1976. № 7 (4). P. 309–326.

Hemberger et al. 2018 – *Hemberger R.H., Munoz-Najar Galvez S., McFarland D.A.* Facets of Specialization and Its Relation to Career Success: An Analysis of U.S. Sociology, 1980 to 2015 // *Sociological Science*. 2018. № 5. P. 729–762.

Lamont 1957 – *Lamont M.* How Professors Think: Inside the Curious World of Academic Judgment. Princeton, NJ: Princeton University Press. 1957.

Larry 1977 – *Larry L.* Progress and its problems: Toward a theory of scientific growth. Berkeley: University of California Press, 1977.

Latur 1979 – *Latur B.* Laboratory Life: The Social Construction of Scientific Facts / B. Latour, S. Woolgar. Beverly Hills, Calif.: Sage Publications, 1979. 283 p.

LeBaron 2002 – *LeBaron F.* The Economic Beliefs of America's Top Business Economists: A Study of Ideology and Power. Armonk: Sharpe, 2002. 221 p.

McLaughlin 2017 – *McLaughlin N.* How to become a forgotten intellectual: Intellectual movements and the rise and fall of Erich Fromm // *International Journal of Politics, Culture, and Society*. 2017. № 30 (1). P. 41–58

Moody, Light 2006 – *Moody J., Light R.* A View from Above: The Evolving Sociological Landscape // *The American Sociologist*. 2006. № 37 (2). P. 9–26

Изучение проблем цифровизации в социологии управления

В.А. Веденин

*аспирант, Государственный академический университет
гуманитарных наук, Москва*

Научный руководитель: В.А. Шилова

канд. социол. наук

Государственный академический университет гуманитарных наук, Москва

Аннотация. В статье рассматриваются социологический аспект изучения цифровизационных процессов в социологии управления, их особенности и проблемы.

Ключевые слова: Социология управления, цифровизация, цифровое общество

Прежде чем дать определение цифровизации, считаю нужным упомянуть, что цифровизация является актуальным и проблемным процессом в современном обществе. Ж.Т. Тощенко определяет этот процесс так называемой «кентавр-проблемой», когда определенные социальные феномены нашей жизни включают в себя наиболее противоречивые формы совмещений объектов, которые не могут быть совмещены по ряду объективных признаков [Тощенко 2011].

Существует множество трактовок термина «цифровизация». В работе К.Е. Васильевой были систематизированы основные подходы к определению этого понятия. Из этой работы нам более всего подходит определение Т.А. Герасимовой и Н.В. Москвитиной, которое, по нашему мнению, является наиболее полным и релевантным нашей теме работы. Цифровизация – это, прежде всего, процесс, включающий в себя разработку, внедрение и использование инновационных технологий, а также принципы цифровой экономики в контексте социальной и экономической жизни общества, которое сопровождается внедрением искусственного интеллекта, роботизацией и полной автоматизацией рабочего процесса [Васильева 2022, с. 50].

В статье мы планируем рассмотреть два типа проблем цифровизации: методологические проблемы и прикладные.

Как пишет Н.Н. Мещерякова, цифровая социология вбирает в себя применение не только классических социологических методов, но и методов цифровых технологий для познания нового типа общества. Однако в исследованиях цифрового общества существует раскол между исследователями, пользующимися классическими методами социологии, и аналитиками, которые предпочитают программы для обработки больших данных (big data). Социологи упрекают своих оппонентов в недостаточной верифицированности методов сбора и анализа данных, а также в их нерепрезентативности, опираясь на фундаментальные теоретические разработки социологии, а также умение предвидеть слабые стороны новейших методов. В свою очередь, аналитики, не имеющие должной теоретико-методологической подготовки, зачастую, страдают от избыточности использования машинных алгоритмов анализа данных, используя сложные методы там, где достаточной будет простая статистическая корреляция данных. Основной причиной отказа от сотрудничества двух сторон является принципиальная позиция каждой из них, которая затрудняет налаживание контактов с целью поиска компромиссов в разрешении критической проблемы методологии и изучении цифрового общества [Мещерякова 2020].

Второй тип проблем, про которые мы поговорим подробнее, носят в большей степени прикладной характер и связаны с темой управления. Цифровизация привнесла новые типы коммуникации и регулирования взаимоотношений между органами государственной власти и населением, где следствием являются новые типы «инфотехнических подсистем», которые

включают в себя и технические и социальные компоненты. Взаимодействие органов власти и населения приобрели новые черты и формы обратной связи на трех уровнях: менеджериальном (взаимная зависимость информационных технологий и взаимоотношений внутри групп); отраслевом и институциональном (новые информационные ресурсы позволяют выйти на новый уровень коммуникации между обществом и властью); социетальном (разработка стратегий взаимодействия государств и народов при помощи новейших информационных платформ) [Тихонов, Богданов 2020, с. 74-75].

В этой связи В.С. Богданов отмечает двойственность процесса цифровизации в России. С одной стороны, автор констатирует, что кроме изменений в повседневности граждан также изменилась и система управления. Информационные технологии срослись с системой управления, что привело к появлению новых типов организации индивидов, а также новые типы коммуникации, что может позволить [Богданов 2016]. С другой же стороны, наблюдается и обратный процесс. Органы государственного управления не видят разницы между оказанием онлайн-услуг и полноценным электронным управлением, которое смогло бы помочь наладить диалог между властью и гражданами [Богданов 2018]. Это является, безусловно, негативным фактором, который не способствует положительному взаимодействию между гражданами и властью.

Существует также и более широкий взгляд на проблемы цифровизации в обществе. Так, Л.А. Василенко отмечает становление «цифрового общества», которое изучается с различных научных позиций:

- 1) появление цифровой реальности, которая обеспечивает новую инфраструктуру, увеличение жизненной среды человека при помощи возникновения нового цифрового пространства;
- 2) цифровизация как новая форма контроля над индивидами;
- 3) разработка новых инфо-коммуникативных инструментов для изучения процессов сетевых пространств;
- 4) развитие «умного управления» для принятия более детально проработанных управленческих решений;
- 5) появление новых форм субъектов, гибридных пространств;
- 6) возникновение новых спонтанных каналов коммуникации между индивидами;
- 7) образование нового социологического направления, названного «цифровой социологией» [Василенко 2021, с. 48-51].

О.Н. Яницкий предлагает взглянуть на проблему нового общества с позиции безопасности, как государственной, так и личной. В данном случае источником дестабилизации системы может выступать как отдельный индивид, так и специально созданная группа, которая может нанести колоссальный ущерб обществу, что приведет к социальной катастрофе [Яницкий 2019].

Еще одной немаловажной проблемой цифрового общества является цифровое неравенство, которое выражается в нескольких пунктах:

- 1) наличие необходимой и достаточной инфраструктуры регионов Российской Федерации, которая подразумевает равный доступ к широкополосному интернет соединению;
- 2) наличие доступа к провайдерам, которые могут обеспечить телефонную/интернет-связь для данного региона как таковую;
- 3) технические возможности или их отсутствие отдельно взятого индивида/домохозяйства (планшеты, персональные компьютеры, устройства связи и т. д.), возможность покупки средств связи, оплаты самой связи;
- 4) разные уровни умений, а также необходимых навыков работы, требуемых для взаимодействия с информационно-коммуникационными технологиями;
- 5) информационная грамотность, которая определяется, как умение работать с информацией, необходимой для решения задач, или ее отсутствие [Сухарев 2019].

В свою очередь, цифровое неравенство вызывает ряд последствий для общества. Во-первых, автоматизация и внедрение искусственного интеллекта на предприятиях способствуют снижению дохода домохозяйств, профессиональному неравенству, снижению конкурентного потенциала среди предприятий и даже полной заменой персонала. Во-вторых, возникает расслоение между гражданами по признаку способности использовать информационные технологии для приращения своего собственного капитала. В-третьих, речь идет о коммуникативных барьерах, которые возникают из-за недостаточной технической проработанности сайтов государственных учреждений при попытке граждан получить онлайн-услугу [Василенко 2021, с. 130]. В-четвертых, качество жизни индивида напрямую зависит от поддержания социальных связей, контакта с родственниками, поиска медицинских услуг, способов поиска «активного образа жизни», стимулирующими необходимые функции человеческого организма. В-пятых, коммуникативное неравенство обеспечивается коммуникативными барьерами, которые возникают в процессе принятия управленческих решений, поскольку отсутствуют механизмы взаимодействия власти и общества, а также, так называемая «культура участия» [Мерзляков 2016, С. 172].

В.А. Шилова указала на корень проблем в изучении цифровизации и цифрового общества, предложив развести понятия «социология цифрового общества», которая направлена на изучение процессов цифровизации и цифрового общества и «цифровая социология», которая подразумевает, прежде всего, процесс цифровизации социологической науки. В процессе расширения технологической базы методов социологии неизбежно приводит к тому, что от ученых требуются решение методологических и методических проблем. Для этого необходимо выработать единый терминологический аппарат и общие понятийные конструкты, чтобы избежать путаницы. Необходимо также уделять больше внимания классическим социологическим понятиям, таким как: неравенство, стратификация и мобильность, потому что цифровизация привнесла новые трансформационные факторы, влияющие на облик современного социума. Важно уделять внимание не только коммуникации с машинными алгоритмами, но и привлекать социологов для участия в разработке этих методов [Шилова, Богданов 2022, с. 160].

Подводя итоги, необходимо заметить, что цифровизация сама по себе является положительным изменением в человеческой жизни, однако ее реализация, а также те проблемы, которые образуются в процессе перехода от «аналогового» общества к «цифровому» должны тщательно изучаться и, желательно, быть решены еще на стадии зародыша, иначе в будущем наше общество может столкнуться с тяжелейшим расколом, который не позволит дальнейшему развитию быть интенсивным и гармоничным.

Литература

Богданов 2018 – *Богданов В.С.* Информатизация регионального управления: проблемы и перспективы // Вестник Института социологии. 2018. № 25. С. 27–47.

Богданов 2016 – *Богданов В.С.* Электронизация общества как социолого-управленческая проблема: социальные и познавательные аспекты // Коммуникация в социально-гуманитарном знании, экономике, образовании. Организационная коммуникация – 2016: Материалы IV Междунар. научн.-практ. конф. Минск, 7–9 апр. 2016 г. / Отв. ред. О.В. Терещенко. Минск: Изд. центр БГУ, 2016. С. 34–37.

Василенко 2021 – *Василенко Л.А.* Социология цифрового общества: монография / Л.А. Василенко, Н.Н. Мещерякова; Томский политехнический университет. Томск: Изд-во Томск. политехн. ун-та, 2021. 226 с.

Васильевна 2022 – *Васильевна К.Е.* «Цифровизация»: научные подходы к определению термина // Вестник ЗабГУ. 2022. № 5. С. 49–54.

Мерзляков 2016 – *Мерзляков А.А.* Коммуникативное неравенство как предпосылка социального отчуждения от участия в управлении // Коммуникация в социально-гуманитарном знании, экономике, образовании. Организационная коммуникация – 2016:

Материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. Минск, 7–9 апр. 2016 г. / Отв. ред. О.В. Терещенко. Минск: Изд. центр БГУ, 2016. С. 171–174.

Мещерякова 2020 – *Мещерякова Н.Н.* Методология познания цифрового общества // Цифровая социология. 2020. Т. 3. № 2. С. 17–26.

Сухарев 2019 – *Сухарев М.В.* Типы цифрового неравенства // Креативная экономика. 2019. Т. 13. № 12. С. 2361–2370.

Тихонов, Богданов 2020 – *Тихонов А.В., Богданов В.С.* От «умного регулирования» к «умному управлению»: социальная проблема цифровизации обратных связей // Социологические исследования. 2020. № 1. С. 74–81.

Тощенко 2011 – *Тощенко Ж.Т.* Кентавр-проблема (опыт философского и социологического анализа). М.: Новый хронограф, 2011.

Шилова, Богданов 2022 – *Шилова В.А., Богданов В.С.* Управление в цифровом обществе (по материалам круглого стола) // Социологические исследования. 2022. № 11. С. 158–160.

Яницкий 2019 – *Яницкий О.Н.* Методология анализа динамики социальных систем /// Научный результат. Сер. Социология и управление. 2019. Т. 5. №1. С. 82–95.

Динамика изменений мирового политического пространства
(макросоциологический подход)

С.А. Батищев

магистрант, Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, batistchev@mail.ru

Научный руководитель: Л.Н. Вдовиченко

д-р социол. наук, Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье исследуется текущее геополитическое положение и динамика изменений для Соединенных Штатов и Китая. Макросоциологический подход позволил в качестве критерия оценки мирового доминирования выбрать способность государства обеспечивать собственную безопасность. Результаты, полученные с использованием данных статистической информации и социологических исследований, свидетельствуют о том, что на момент исследования ни Соединенные Штаты, ни Китай не занимают доминирующего положения в мире, динамика геополитических изменений для этих стран отрицательная. Основная мысль, сформулированная автором, состоит в том, что новый миропорядок может строиться вокруг иного центра силы государственной или негосударственной природы.

Ключевые слова: макросоциологический подход, геополитическое доминирование, макродинамика политического изменения, иерархическая система

Введение

Актуальность статьи обусловлена необходимостью поиска новых образцов миропорядка, находящегося в транзитной стадии после начала Россией СВО на Украине. Американские и китайские эксперты считают, что в мире есть два центра – это Соединенные Штаты и Китай, и именно отношения между ними будут определять судьбу мира. Цель исследования: проанализировать текущее геополитическое положение, а также динамику внутренних и геополитических изменений для Соединенных Штатов и Китая. Гипотеза: доминирование в современном мире может носить скрытый характер. Научная новизна исследования заключается в предложении критерия макросоциологического анализа динамики изменений мирового политического пространства: в качестве критерия оценки мирового доминирования выбрана способность государства обеспечивать собственную безопасность (экономическую, военную, информационную и др.). Значимость проведенного исследования заключается в новом ракурсе политической динамики, позволяющем уточнить характер и географическое распределение внешних угроз безопасности страны. Для эмпирического подтверждения используются данные Pew Research Center, Gallup Global Research, РОССТАТа, публикации Национального совета по разведке США и оценки экспертов.

Анализ современной литературы позволил выделить ряд работ по профилю исследования. Г. Киссинджер рассматривает исторические традиции международного порядка и анализирует современное состояние мировой политики. Американский аналитик приходит к выводу о провале единой системы баланса сил и необходимости реконструкции международной системы. Киссинджер отмечает структурные проблемы миропорядка, в том числе противоречие, в котором находятся политическая организация мира, основывающаяся на концепции национального государства, и экономическое устройство мира, носящее глобальный характер [Киссинджер 2015, с. 208]. М.В. Братерский рассматривает российский и американский взгляды на гегемонию в современном мире, акцентируя внимание на принципах, которые могут лежать в основе нового миропорядка. Автор анализирует идеологические и теоретические основы американского гегемонизма, вобравшего в себя идеи мессианства, академическое обоснование гегемонизма в американской политике, а также российскую точку зрения на то, каким должен быть гегемон [Братерский 2018, с. 52]. Братерский отмечает, что с точки зрения России, США – сверхдержава с огромным

влиянием, но не более. Россия не признает американоцентрическую картину мира, хотя осознает реальность доминирования США в валютной, финансовой, информационной, пропагандистской, технологической и интеллектуальной сферах [Братерский М.В., 2018, с. 54]. В.Ф. Артюшкин на базе анализа связанных понятий «гегемония» и «сила» вычленяет восемь критериев глобального лидерства и приходит к выводу о том, что по многим количественным показателям США все труднее осуществлять гегемонию, Китай претендует на абсолютное лидерство, глобальное лидерство зависит от соотношения сил между КНР и США [Артюшкин и др. 2021, с. 126].

Анализ литературы показал, что все авторы отмечают влияние совокупности многочисленных факторов на возможность государства реализовывать свои интересы и осуществлять контроль над земным пространством. Среди таких факторов: торговля, инвестиции, правила, технологии. Однако быстро меняющаяся реальность не позволяет экстраполировать выводы авторов о динамике политических изменений. В условиях неопределенности особое значение имеют объяснительные теории. Сегодня многие изменения в мире, особенно вокруг СВО России на Украине, выглядят случайными с точки зрения экономической теории. Как следствие – востребовано обращение к наследию мировой геополитической мысли, прежде всего социологической, и его переосмысление с целью поиска новых, неэкономических подходов геополитического анализа.

Критерий макросоциологического анализа

Одним из предметов исследовательского интереса в социологии является макродинамика политического изменения. Г. Киссинджер указывает на структурные проблемы мирового сообщества, поэтому сфокусируем внимание на отношениях государств в контексте иерархической природы структуры мирового сообщества. Макросоциологический подход позволяет проводить анализ больших социальных систем на высоком уровне абстракции.

Геополитическая теория американского социолога Р. Коллинза (1978) объясняет условия, которые определяют геополитические взлеты и падения власти над территорией, а также последствия, вытекающие из этих изменений власти. Итоговая модель Коллинза формулирует пять принципов в терминах расширения и сжатия территориального могущества государств [Коллинз 1998, с. 237].

Пятый принцип – чрезмерная экспансия приводит к истощению ресурсов и распаду государства – применялся социологом для предсказания распада СССР. По мнению Коллинза, отрицательные последствия чрезмерной экспансии сказываются быстрее, чем происходит кумулятивный рост ресурсов, являющихся топливом для экспансии [Коллинз 1998, с. 241]. Принцип чрезмерной экспансии не применялся в те годы к США, но может быть успешно применен в настоящее время: рассредоточенная экономика США с важными элементами далеко за пределами государства, многочисленные логистические цепочки, около 800 военных баз по всему миру в условиях ограниченности ресурсов и, как следствие, Америка теряет лидерство [Шевцова, Батищев 2020, с. 29]. Китай с концепцией «Один пояс – один путь» повторяет экспансионистский проект глобализации США и, согласно пятому принципу Коллинза, обречен в перспективе на утрату экономической мощи. Ранее принцип чрезмерной экспансии к Китаю не применялся.

Модель Коллинза жестко привязана к территории государства и не учитывает разнообразие форм внешнего контроля над территорией. В частности, принцип чрезмерной экспансии не применим в случае с ТНК, являющимися самостоятельными акторами глобального политического пространства. ТНК именно за счет экспансии наращивают свою экономическую мощь без рисков, характерных для национальных государств. Необходим подход к геополитическому анализу, позволяющий учитывать негосударственных игроков.

Американский социолог И. Валлерстайн отмечает, что социальную реальность нельзя анализировать в рамках отдельной страны, и только в контексте отношений государств друг

с другом можно понять, почему некоторые из них стали лидерами в эффективности производства и в накоплении богатства [Валлерстайн 2015]. Валлерстайн учел, что государство может быть объектом отношений, а не субъектом. И в качестве единицы анализа выбрал историческую систему, вобравшую в себя государства-объекты. При этом сами отношения доминирования-подчинения и их действие на отдельные государства оказались скрытыми внутри укрупненной единицы.

Геополитически сильные государства навязывают более слабым государствам неравноценные союзы. Доминирование обеспечивает контроль над территорией другого государства, реализуемый различными способами. Чтобы вскрыть суть реальных отношений государств, их влияние друг на друга или влияние на них негосударственных акторов, необходимо рассматривать мировое сообщество как сложную иерархическую структуру, в основе которой находится иерархическая, а не привычная нам обычная система и отношения доминирования-подчинения.

Иерархическая система обладает собственной внутренней динамикой и уникальными свойствами, которые необходимо учитывать в геополитическом анализе. Природная модель иерархической системы наглядно показывает, что связанные друг с другом доминирующий и подчиненный акторы имеют несимметричную динамику внутренних свойств. Внутренние свойства напрямую зависят от макрорасположения. Доминирующий актор способен сохранять свои характеристики неизменными, отрицательная динамика его свойств исключена. Для стороннего наблюдателя его состояние можно охарактеризовать как безопасное [Батищев, Шевцова 2022, с. 224]. Предложенный взгляд на доминирование согласуется с концепцией власти немецкого социолога Н. Лумана. В отличие от концепции власти как принуждения концепция власти Лумана утверждает, что власть выполняет каталитическую функцию, ускоряя или замедляя изменения, сама, при этом не изменяясь [Матушанская 2012, с. 9]. В свою очередь, подчиненный актор имеет устойчивую отрицательную динамику своих внутренних свойств, и эти изменения могут выглядеть случайными.

Интерпретация модели иерархической системы показывает связь геополитического положения государства с его внутренними и геополитическими изменениями: если вы не доминируете, то ваше положение будет только ухудшаться как внутри государства, так и на мировой арене. «Поправить дела» в сложной иерархической структуре, какой является мировое сообщество, можно только временно и за счет третьих стран, получив локальное доминирование, а вместе с ним «доноров роста». Мировое доминирование уникально, оно может быть скрыто, но его можно выявить. Можно фиксировать отсутствие отрицательной динамики внутренних изменений государства (экономических и др.) и тем самым определять, доминирует государство или нет. Однако двусторонние отношения государств в контексте доминирования – подчинения (локальное доминирование) могут исказить общую картину макродинамики политических изменений. Поэтому в качестве критерия оценки мирового доминирования выберем основной признак гегемонии – способность государства обеспечивать собственную безопасность (экономическую, военную, информационную и др.): нет безопасности – нет доминирования.

Предложенный критерий не позволяет детально определить структуру мирового сообщества. Он предназначен для выявления единственного актора, реально доминирующего на мировой арене и определяющего направление развития человечества. Определение такого актора может помочь понять природу и сущность явлений, пролить свет на исторические события последнего столетия, оценить будущность и принять правильные политические решения. Используя критерий макросоциологического анализа, исследуем США и Китай с точки зрения их текущего геополитического положения, а также динамики внутренних и геополитических изменений.

США

Историческая динамика

Самой мощной и могущественной державой Соединённые Штаты стали в итоге Второй мировой войны. На США тогда приходилось 50% объёма товаров и услуг, две трети мирового запаса золота, три четверти инвестиций. Население США в то время составляло 6,3% мирового населения. Страна обладала монополией на ядерное оружие, а также неограниченный доступ своей продукции на рынки других стран [Шалак 2019].

Однако американские ТНК, оставаясь в юрисдикции США, начали выводить из страны свои производства в государства с дешевой рабочей силой, льготным налогообложением и слабым трудовым законодательством. Экономика США оказалась «рассредоточенной» по всему земному шару, а национальная безопасность попала в зависимость от стабильности и устойчивости рынков сбыта и многочисленных логистических цепочек. Своя рабочая сила начала деградировать, квалификация рабочей силы стран, принимающих ТНК, расти. Потребовалась оперативная силовая поддержка в различных регионах мира. По данным министерства обороны США приходится содержать около 800 своих военных баз⁹.

После окончания Холодной войны США получили гигантское материальное и идейное превосходство и смогли воплотить свою гегемонию и гегемонный порядок на практике [Сафранчук, Лукьянов 2021, с. 60]. Тем не менее доля США в глобальном производстве уже упала с 50% мирового производства в 1945 г. до 16% в 2020 г. (ВВП по ППС, у Китая соответственно 18%) [Иорданова, Черенкова 2022, с. 41]. Динамика внутренних изменений отрицательная.

В настоящее время, согласно статистической информации и данным вторичного анализа, статус самой крупной экономики мира Америкой потерян, в США ежегодный прирост ВВП около 2% [Россия... 2022], отрицательная динамика дефицита бюджета, наметился рост безработицы, существует зависимость внутреннего рынка от китайских товаров. Растут риски для критически важного свободного и своевременного перемещения товаров, доступа к нефти и газу, а также соответствующей критической инфраструктуре. Значителен государственный долг США, растут риски для доллара как резервной валюты. Растут издержки на поддержание гегемонной стабильности, особенно в условиях российской СВО на Украине. Российская армия ставит под сомнение лидерство США в военной сфере: в России создан целый набор нового стратегического оружия, в том числе гиперзвукового. В США растут риски информационной безопасности для экономики и государственного управления.

По опросам общественного мнения (“Pew Research Center” (США)), 61% американцев заявляет, что необходимы «значительные изменения» в фундаментальной структуре американского правительства. В США усиливаются процессы децентрализации государства. Такой дифференциации политического фона общественных дискуссий в США ранее не наблюдалось [Большаков 2021, с. 252]. По данным СМИ США, IT-корпорации используют свои колоссальные ресурсы для управления электоральным поведением граждан, поляризации и радикализации общества в США. В США происходит монетизация внутриполитической напряженности. IT-корпорации являются заинтересованными субъектами политики [Фельдман и др. 2021, с. 199]. Согласно опросам (NBC News Exit Poll, 2022), 70% проголосовавших заявили, что демократия в США находится под угрозой, 73% избирателей недовольны или возмущены тем, как идут дела в Америке¹⁰. Проблемы во внутренней политике США нарастают.

⁹ Слободян Е. В каких странах находятся американские военные. Инфографика // Аргументы и Факты. 2019. 25 дек. URL: https://aif.ru/society/army/v_kakih_stranah_nahodyatsya_amerikanskie_voennye_infografika (дата обращения 04.04.2023).

¹⁰ Экзит-полы крупнейших телеканалов предсказывают мрачное будущее Байдену // Российская газета. 09.11.2022. URL: <https://rg.ru/2022/11/09/ekzit-poly-krupnejshih-telekanalov-ssha-predskazyvaiut-mrachnoe-budushchee-bajdenu.html?ysclid=lcnmw52syf35835013> (дата обращения 06.01.2023).

Видение американцами своей гегемонии имеет глубокую идеологическую и религиозную основу. Косвенные исследования могут показать бессознательное американцев. Исследование World Happiness Report по данным всемирного опроса Gallup показало, что американский английский имеет самую низкую встречаемость слова «счастье» среди других языков. Динамика изменений положительная с малой скоростью роста после 2000 г. Термин «экономический рост» имеет среднюю встречаемость среди других языков. Динамика отрицательная с активным снижением после середины 1990-х гг.¹¹. Результаты свидетельствуют о росте неуверенности общества в своем будущем.

Таким образом, у США наблюдается отрицательная динамика внутренних изменений как в настоящее время, так и в предыдущий период. Риски безопасности во всех сферах жизни государства растут. Текущее состояние США нельзя назвать безопасным.

Китай

Историческая динамика

Страна воспринимает себя доминирующей в регионе в течение двух тысяч лет. Первое министерство иностранных дел Китая в XIX в. называлось «Министерство управления делами всех народов» [Цыпляев 2022, с. 58].

Современные лидерские позиции Китая имеют недавнюю историю. Существенную роль в успехах Китая сыграли американские ТНК. В 2018 г. вице-президент США М. Пенс заявил, что США предоставили Пекину полный доступ в свою экономику, в результате чего за 17 лет китайский ВВП увеличился в 9 раз. При этом наибольшую часть достижений Китая обеспечили американские инвестиции. Пенс заметил, что за последние 25 лет США восстановили Китай [Круглый стол... 2019]. В 2004 г. США еще были бесспорным мировым лидером. В 2009 ситуация меняется: происходит постепенный перехват лидерства у США со стороны Китая. С 2013 позиции Китая выглядят предпочтительнее [Артюшкин и др. 2021, с. 132]. При этом успехи Китая коррелируются с долговыми обязательствами США перед Китаем: в 2008 г. Китай стал самым крупным держателем государственных ценных бумаг США. Сунь-цзы использовал слово «ши», не имеющее западного эквивалента, чтобы обозначить особую стратегическую позицию, предполагающую психологическое доминирование, приносящее практическую пользу [Киссинджер 2017, с. 46]. Нельзя исключать, что Китай смог использовать «роль» кредитора США для собственного развития. З. Бжезинский считал, что, разрушая Советский Союз, США проглядели Китай [Круглый стол... 2019].

Динамика внутренних изменений положительная (возможно, временная, вызванная локальным, а не мировым доминированием).

В настоящее время, согласно статистической информации и данным вторичного анализа, ежегодный прирост ВВП Китая около 7% с общей тенденцией к снижению¹², дефицит бюджета сохраняется на одном уровне, самый высокий уровень безработицы с 2010 года. По оценке разведки США, государственный долг Китая растет: в 2007 г. – до 50% ВВП, в 2020 г. – до 75% ВВП¹³. Китай утратил позиции одного из лидеров притока прямых иностранных инвестиций [Артюшкин и др. 2021, с. 133]. Основные экспортно-импортные партнеры – Европа и США, что увеличивает риски для Китая в условиях российской СВО на Украине. Растут риски цепочкам поставок китайских товаров по всему миру, в том числе в рамках инициативы «Пояса и пути». Китай вынужден наращивать военный бюджет. В условиях высокой доли цифровой экономики растут риски информационной и национальной безопасности. Активизируется деятельность западных специальных служб, экстремизм,

¹¹ World Happiness Report 2022. New York: Sustainable Development Solutions Network. URL: <https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2022/WHR+22.pdf> (дата обращения 06.01.2023).

¹² Россия и страны мира 2022 // Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. 30.12.2022. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13241> (дата обращения 05.01.2023).

¹³ National Intelligence Council. Global Trends 2040. P. 45. URL: https://www.globalsecurity.org/intell/library/reports/2021/global-trends-2040_nic_202103.pdf (дата обращения 05.01.2023).

терроризм, противоправная деятельность в сети Интернет. Вызовами для Китая являются: борьба за Арктику, создание альянса AUKUS и диалога QUAD, ослабление ЕС как изначальной цели проекта «Пояса и пути». Экспансионистские проекты Китая увеличивают риски для экономики страны.

Исследование китайского общества методами психографического анализа показывает, что респонденты изображают Китай больше и мощнее других стран. Образ США имеет отрицательный оттенок: от соперничества до вражды [Токарев и др. 2021, с. 71]. Современное китайское общество ориентировано на доминирование Китая, высоки антиамериканские настроения.

Исследование World Happiness Report показало, что китайский язык имеет экспоненциальный рост встречаемости слова «счастье» с 2008 по 2018 г. После 2018 г. это единственный язык, в котором происходит резкое обрушение встречаемости слова «счастье». Динамика отрицательная с очень высокой скоростью падения, что демонстрирует появление значительной неуверенности китайского общества в своем будущем. Это может быть связано с изменениями в американо-китайских отношениях (новая ядерная доктрина США (2018) называет Китай ядерной угрозой, Меморандум «О борьбе с экономической агрессией Китая» (2018) – торговая война) и свидетельствовать об особом значении для развития Китая отношений с США.

Таким образом, у Китая наблюдается положительная динамика внутренних изменений с тенденцией к замедлению. Для Китая важны американо-китайские отношения. Риски безопасности во всех сферах жизни государства растут. Текущее состояние Китая нельзя назвать безопасным.

Анализ результатов позволяет предположить: существующую взаимозависимость и высокие взаимные риски США и Китая; локальный (относительно США), а не глобальный характер подъема Китая; аналогию экспансий США и Китая; догоняющий характер экспансии Китая; догоняющий характер экспансии США (вслед за Великобританией); связь экспансии и дефицита доминирования; актуальность поиска новых «доноров роста» для США и Китая; скрытый характер гегемонии в современном мире.

Выводы

США и Китай не обладают мировым доминированием на момент исследования. США не имели мирового доминирования в предшествующий период. Особенности отношений США и Китая могут быть фактором роста Китая. С учетом несимметричной динамики внутренних свойств акторов в иерархической системе, можно ожидать усиления естественной отрицательной динамики как внутренних, так и геополитических изменений у США, а также развития отрицательной динамики соответствующих изменений у Китая. Новый миропорядок может строиться вокруг иного центра силы государственной или негосударственной природы.

Полученные результаты согласуются с геополитической теорией Коллинза в части действия принципа чрезмерной экспансии.

Интерпретация динамики геополитических изменений

Рассмотрим возможную динамику геополитических изменений при различных начальных условиях.

Начальные условия: Мир не меняется. Мировой гегемон – США

В неменяющемся мире логика развития процессов сохраняется, стратегии работают, событиями можно управлять. Игроки – США, Великобритания (играет на стороне США) – видят в Китае геополитический фактор. Главная цель игроков – поражение поднимающегося Китая. Стратегия – поэтапное ослабление Китая, в том числе военным путем. Тактика – локальные военные конфликты.

Предположительно, сегодняшний конфликт на Украине задумывался игроками как псевдоконфликт, заключающийся в непрямых действиях против Европы с дальним прицелом

на Китай, прежде всего его инициативу «Пояса и пути» (Европа – конечная цель проекта Китая, рынок). В конфликте на Украине тактическая цель – Европа, стратегическая цель – Китай, Россия не цель, а средство. Китай присутствует в конфликте на Украине в скрытом виде для ослабления США и затягивания времени. Для игроков российская СВО – локальная ситуация с непрямой политической целью и экономическим эффектом (заработать на войне, раскрутить свой ВПК за счет Европы, контролируемо ослабить Европу и сделать ее своим «донором роста», ослабить Россию и др.). Предположительно, СВО близится к завершению, так как высоки риски прямого конфликта ядерных держав.

Ситуация вокруг Тайваня для игроков является локальной ситуацией с еще более выраженным риском прямого столкновения ядерных держав. Ее военное развитие не перспективно. Ситуация удобна для давления на Китай и манипуляций с мировым общественным мнением.

Ситуацию с Тайванем можно рассматривать как возможный прямой удар игроков по Китаю (1:1), ситуацию с Украиной – как скрытый косвенный удар по Китаю через два объекта: Украину и Европу (1:3). Можно ожидать развития сценария открытого косвенного удара по Китаю через один объект (1:2) как более чувствительного и развивающего разрушение китайского проекта «Пояса и пути». Перспективным для эскалации давления на Китай выглядит регион Ближнего Востока с его противоречиями между Израилем и Ираном, а также палестино-израильским конфликтом как фитилем, который легко зажечь. Китай уже зашел в регион Ближнего Востока: работает с Саудовской Аравией (нефтеюань, желание изменить энергетический порядок), Ираном и другими государствами региона. Стороны палестино-израильского конфликта в разной степени строят отношения с Китаем. В последнее время регион оставался без внимания, оружие из зоны СВО на Украине могло поступать на Ближний Восток. Оружие, оставленное США при уходе из Афганистана, тоже может использоваться для некоего регионального сценария. Внутривосточные проблемы Израиля и возможность организации извне протестов в Израиле через социальные сети увеличивают напряженность в регионе. Растут риски превращения Израиля в «Украину».

Начальные условия: Мир не меняется. Мировой гегемон не США

В неменяющемся мире игрок – сохраняющий свое доминирование скрытый гегемон (предположительно, Великобритания), который дает играть США, но держит эту игру под контролем, направляет ее в нужное для себя русло с тем, чтобы выигрыш забрать себе.

Великобритания – первый мировой гегемон, не побежденный следующим «гегемоном» (США) силой оружия и до сих пор сохраняющий шанс не отдать ему эту гегемонию: Америки приходят и уходят... Главная цель Великобритании – мировая гегемония. Основная стратегия Великобритании сохраняется с «времен очаковских и покоренья Крыма» и состоит в ослаблении России, в том числе военным путем (до военного поражения России утверждения о чьей-либо мировой гегемонии, слабости и вторичности русских, обеспечивающих контроль над колоссальными территориями и ресурсами, являются преувеличением). Основная тактика – глобальные военные конфликты. Ситуативная стратегия – двуединая: недопущение своего военного поражения от США, ослабление США до полной их нейтрализации как геополитического фактора. Ситуативная тактика – военные конфликты с участием США (в том числе Холодная война) для отведения возможного военного удара США в сторону от Великобритании.

Великобритания встраивает стратегию США в свою повестку. Локальные военные конфликты, организуемые США при «поддержке» Великобритании и взвинчивающие давление на Китай, увеличивают риски глобального военного конфликта и ставят Китай перед выбором: или мировая война идет против Китая, или Китай присоединяется к повестке Запада, и мировая война идет против России. Великобритания, вероятно, рассчитывает при любом развитии событий обеспечить вторичность Китая в отношении себя. Жесткость давления на Китай, концентрация России на противоборстве с Западом подталкивают Китай пытаться перехватить гегемонную повестку Великобритании, как ранее Китай пытался

перехватить глобалистскую повестку США. Уязвимость Китая – прочная взаимосвязанность и взаимозависимость с США, превращающая их пару в геополитического «тяни-толкая». Уязвимость Великобритании – ее вынужденная связь с США, снижающая геополитическую мобильность Великобритании.

Начальные условия: Мир меняется. Мировой гегемон не США

В меняющемся мире преобладает нелинейная динамика изменений, логика развития процессов не сохраняется, стратегии не работают, события становятся неуправляемыми. В настоящее время мировым гегемоном, предположительно, является единый сетевой игрок – транснациональные корпорации и транснациональные элиты, использующие повестку Великобритании в своих интересах. Однако в меняющемся мире гегемоном вчера, сегодня и завтра могут быть три разных актора.

Становление нового миропорядка напрямую связано с маскируемым всеми сторонами сценарием развития событий вокруг российской СВО на Украине. Этот сценарий можно назвать «Пестрая лента», отсылая к одноименному рассказу А. Конан Дойля. 24 февраля 2022 года российские вооруженные силы нанесли удар по «болотной гадюке», которая ужалила своего «хозяина». Одним из внешних признаков «разворота гадюки» является падение украинской ракеты на территории Польши в районе села Пшеводув. Ядом для Запада являются и украинские беженцы, и политика украинского режима, в которой переплетены интересы Великобритании, США, украинских групп влияния. Однако разрушительные процессы могут носить более глубокий характер.

Ход СВО позволяет предположить реализацию российского сценария «На ловца и зверь бежит». ВС РФ на своей территории. Десятки тысяч погибших украинских боевиков не стреляли в спину россиянам, как бандеровцы 40-х и 50-х годов XX века, что было бы при полном захвате России на Украину. Именно к такой тактике их готовили. Сейчас за оставшимися боевиками не нужно «гоняться» по территории Украины: их собирают и доставляют за счет Запада к месту «демилитаризации и денацификации». Российская повестка доминирует.

Заключение

Макросоциологический подход позволил перейти от рассмотрения множества факторов геополитической реальности к использованию одного критерия макросоциологического анализа. Особенность макросоциологического подхода в исследовании состоит в иерархической трактовке структуры мирового сообщества. Новизна исследования заключается в том, что был предложен критерий оценки мирового доминирования: способность обеспечения актором собственной безопасности. Проведенное исследование свидетельствует о том, что США и Китай не имеют мирового доминирования, динамика их изменений отрицательная. Была предложена в первом приближении интерпретация динамики геополитических изменений с учетом результатов исследования. Гипотеза о скрытом характере доминирования в современном мире нашла подтверждение. Цель исследования была достигнута, но анализ не позволил определить, вокруг какого центра силы может строиться новый миропорядок. Исследования с использованием предложенного критерия предполагается продолжить. Мировое доминирование уникально, поэтому в качестве объектов макросоциологического анализа с применением критерия оценки безопасности целесообразно рассматривать только ограниченное число акторов. Среди таких акторов негосударственные акторы (ТНК) и государственные, уже прошедшие путь чрезмерной экспансии: Великобритания и Россия (СССР). Исследование Великобритании и России представляет особый интерес, так как эти государства (соответственно первый мировой гегемон и один из претендентов на гегемонию) не были побеждены силой оружия, и их истинная геополитическая роль может быть скрыта в настоящее время.

Предложенный критерий не позволяет детально исследовать иерархическую структуру мирового сообщества. Требуется дальнейшее изучение свойств иерархической системы для создания более тонкого инструмента геополитического анализа.

Теоретическая значимость исследования состоит в развитии геополитического анализа и геополитической теории Коллинза.

Практическая значимость исследования заключается в уточнении геополитической обстановки для принятия политических решений.

Литература

Артюшкин и др. 2021 – *Артюшкин В.Ф., Казанцев А.А., Сергеев В.М.* Соотношение сил между великими державами в «Группе 20»: анализ при помощи метода многомерного шкалирования // *Полис. Политические исследования.* 2021. № 2. С. 125–138. DOI: 10.17976/jpps/2021.02.09.

Батищев, Шевцова 2022 – *Батищев С.А., Шевцова Г.А.* Специфика иерархической связи. Введение в иерархические технологии // *Взаимодействие вузов, научных организаций и учреждений культуры в сфере защиты информации и технологий безопасности: Сб. ст. по материалам междунар. конф., посв. памяти доктора технических наук, профессора А.А. Тарасова и доктора технических наук О.В. Казарина.* Москва, 19–20 апреля 2022 г. М.: РГГУ, 2022. С. 220–232.

Большаков 2021 – *Большаков С.Н.* Политический механизм управления США в оценках общественного мнения // *Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология.* 2021. Т. 27. № 1. С. 251–262. DOI: 10.24290/1029-3736-2021-27-1-251-262

Братерский 2018 – *Братерский М.В.* Россия, США и концепция гегемонии: Дискурсивный анализ. Актуальные проблемы Европы. 2018. № 1. С. 38–57.

Валлерстайн 2015 – *Валлерстайн И.* Мир-система Модерна. Т. I. Капиталистическое сельское хозяйство и истоки европейского мира-экономики в XVI веке / Предисл. Г. М. Дерлугьяна, пер. с англ., литер, редак. комм. Н. Проценко, А. Черняева. М.: Русский фонд содействия образованию и науке, 2015. 552 с.

Иорданова, Черенкова 2022 – *Иорданова В.Г., Черенкова С.А.* Влияние цифровизации мировой экономики на экономический рост в странах мира (на примере КНР и США) // *Российский внешнеэкономический вестник. Политология.* 2022. № 8. С. 36–53. DOI: 10.24412/2072-8042-2022-8-36-53.

Киссинджер 2015 – *Киссинджер Г.* Мировой порядок [Пер. с англ. В. Желнинова, А. Милюкова]. М.: АСТ, 2015. 512 с.

Киссинджер 2017 – *Киссинджер Г.* О Китае. [Пер. с англ. В.Н. Верченко]. М.: АСТ, 2017. 635 с.

Коллинз 1998 – *Коллинз Р.* Предсказание в макросоциологии: случай советского коллапса // *Время мира.* Вып. 1. 1998. С. 234–278.

Круглый стол... 2019 – *Перспективы китайских реформ в изменившемся мире: Круглый стол. Ч. I: Внешний контекст реформ, китайско-американские отношения, дискуссии об экономической либерализации и оценка процесса углубления реформ в Китае // Сравнительная политика.* 2019. № 2. С. 99–117. DOI: 10.24411/2221-3279-2019-10019.

Матушанская 2012 – *Матушанская Ю.Г.* Социально-философский анализ теории систем Никласа Лумана // *Вестник Казанского государственного энергетического университета.* 2012. № 3 (14). С. 86–97.

Сафранчук, Лукьянов 2021 – *Сафранчук И. А., Лукьянов Ф. А.* Современный мировой порядок: структурные реалии и соперничество великих держав // *Полис. Политические исследования.* 2021. № 3. С. 57–76. DOI: 10.17976/jpps/2021.03.05.

Токарев и др. 2021 – *Токарев А.А., Приходченко А.Ю., Маргоев А.Р., Целещев А.А.* Отражение внешней политики КНР в образах настоящего и будущего в массовом сознании китайцев: психографический метод // *Полис. Политические исследования.* 2021. № 1. С. 58–77. DOI: 10.17976/jpps/2021.01.05.

Фельдман, Данюк, Сенокос 2021 – *Фельдман П.Я., Данюк Н.С., Сенокос Я.С.* Современные технологии социального управления в политическом процессе США (на примере президентской избирательной кампании 2020 г.) // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. 2021. Т. 27. № 2. С. 184–201. DOI: 10.24290/1029-3736-2021-27-2-184-201.

Цыпляев 2022 – *Цыпляев С.А.* Поворот России на Восток. Ожидания и разочарования // Россия и Китай в условиях кризиса международной безопасности: Сб. ст. / Отв. ред. М.Ю. Головин, А.К. Никитин. М.: ИЭ РАН: Ключ-С, 2022. 120 с.

Шалак 2019 – *Шалак А.В.* США после Второй мировой войны: упущенные возможности или пределы демократии? // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Политология. Религиоведение. 2019. Т. 27. С. 37–47. URL: <https://doi.org/10.26516/2073-3380.2019.27.37> (дата обращения 01.04.2023).

Шевцова, Батищев 2020 – *Шевцова Г.А., Батищев С.А.* Специфика современной информационной войны. Ключевая уязвимость системы информационной безопасности Российской Федерации // Фундаментальные проблемы информационной безопасности в условиях цифровой трансформации: Сб. докладов II Всерос. науч. конф. (с приглашением зарубежных ученых), Ставрополь, 30 ноября 2020 г. Ставрополь: Северокавказ. фед. ун-т, 2020. С. 27–34.

Цифровая повседневность личности:
новые горизонты жизненного пути

Д.Д. Иванова

*аспирант, Саратовский национальный исследовательский государственный университет
имени Н.Г. Чернышевского, Саратов, dinaivanova.97@mail.ru*

Научный руководитель: В.Б. Устьянцев

*д-р филос. наук, Саратовский национальный исследовательский государственный университет
имени Н.Г. Чернышевского, Саратов*

Аннотация. В рамках данной статьи рассматривается проблема повседневности и ее связь с цифровым. Цель исследования определить специфику конструирования цифровой повседневности, выявить особенности адаптации и векторы развития жизненного пути личности.

Ключевые слова: повседневность, цифровизация, цифровая повседневность, личность, адаптация, жизненный путь

Жизненный путь личности выстраивается в условиях повседневности, в ходе которой осуществляется постоянное взаимодействие с социальным миром и его изменениями. Человек каждодневно сталкивается с различными его проявлениями, приобретая или применяя уже полученные ранее знания и опыт. Взаимодействие личности с повседневностью позволяет совершать движение и развитие своего жизненного пути, обогащает или обедняет его, задавая определенный вектор. Знаки, символы, смыслы, отношения социального мира, проявляясь в различных формах и обладая определенными свойствами, составляют повседневность. Данное пространство не является статичным и подвержено изменениям, которые могут быть как явными или скрытыми, ощутимыми или менее ощутимыми. При этом включенность личности в процессы также может отличаться.

Можно встретить много определений повседневности как чего-то обыденного, однообразного, с отсутствием динамики, не требующего адаптации, как того, с чем только остается мириться. Безусловно, это знакомое пространство с привычным ритмом и набором алгоритмов. При этом «повседневное» состоит из различных миров, которые вовсе не означают «понятное». Человек сталкивается лишь с «кажущимся привычным», но стоит немного взглянуть, как все вокруг становится чуждым и вызывает множество вопросов. В то же время цифровая повседневность требует особого внимания в современную эпоху, так как именно в ее условиях протекает жизненный путь современной личности. Наличие бесконечной рефлексии о данном явлении не создает даже ощущения понимания происходящего с человеком, а скорее констатирует очевидные факты. Для человека, вплетенного в сложившуюся структуру социального мира, оказывается крайне важным определить себя в нем и выработать собственное отношение и механизмы адаптации для устойчивости собственного жизненного пути. В рамках данного исследования рассмотрим специфику цифровой повседневности личности и особенности ее адаптации.

А. Шюц определяет повседневный мир как «сцену и объект наших действий и взаимодействий» [Шюц 2004, с. 403]. С одной стороны, человек выступает как совершающий действие, с другой стороны, – меняющий окружающую социальную реальность, воздействуя на нее. Такого рода включенность личности превращает ее в активный субъект, способный организовывать данное ему пространство совместно с другими людьми. Подобное «овладение» миром позволяет существовать человеку в пространстве смыслов. Повседневность – это то, что не просто окружает человека, а то, что дает ему возможность «действовать и преобразовывать», реализовывая свой жизненный путь.

«Цифровое», выступая одним из проявлений современного мира, наполняет повседневность новыми свойствами. Можно перечислять много различных изменений, среди которых электронное голосование, бесконтактная оплата, дистанционное обучение и т.д. При

этом было бы заблуждением сводить данный феномен только к перечислению конкретных фактов. В.М. Розин обращает внимание на то, что «цифровизация представляет собой не локальный феномен с понятными границами, его невозможно представить как объект, пусть и сверхсложный, это скорее аспект и срез многих процессов и областей жизнедеятельности» [Розин 2021, с. 3]. Фиксирования изменений существуют не для них самих, они позволяют считывать условия бытия личности и особенности повседневности.

В современном мире цифровизация становится привычным явлением. Можно сказать, что ее отдельные элементы активно внедряются в жизнь, но на уровне более сложных цифровых проектов о массовости говорить сложно. Акт проговаривания феномена формирует привычку, но не понимание или отношение. В данном случае адаптация личности будет иллюзорна. Человек примиряется с цифровизацией, но только до тех пор, пока она кардинально не нарушает привычный ход вещей, а ее отголоски резко не вторгаются в его пространство и не начинают диктовать свои условия. Так, например, вынужденное обращение к цифровым инструментам во время пандемии показало неготовность человека к тотальному переустройству своего мира.

В контексте понимания повседневности и цифрового можно выделить два уровня реализации: физический и виртуальный. Данное деление не является единственным, однако его граница позволяет увидеть наиболее осязаемый переход, который совершает личность. В данном случае можно обратиться к употреблению понятия «шока» у П. Бергера и Т. Лукмана: «По мере перемещения из одной реальности в другую я воспринимаю этот переход как своего рода шок, который вызван переключением внимания в связи с этим переходом» [Бергер, Лукман 1995, с. 40]. Таким образом, под «шоком» будет пониматься не психологическое состояние, а фиксация пространственного перехода на уровне сознания. Стоит отметить, что в цифровую эпоху оно сводится к минимальному улавливанию. И если проводить сравнение между «просыпанием» и «заглядыванием в новостную ленту в телефоне», то можно сказать что, как на уровне телесного, так и сознательного, прикладывается меньше усилий для осуществления данного действия. Так, например, человек, находящийся на занятиях, может слушать лектора и участвовать в виртуальном чате, при этом одинаково присутствуя или не присутствуя в двух пространствах, в то время как «просыпание» будет более привязано к месту, и оно будет затрачивать больше времени человека.

Говоря о повседневности, нужно понимать, что как место действия, оно не лишено рутинных свойств. Существует ориентированность не только на достижение цели, но и на механическое повторение. Цифровое же не есть повседневное, оно есть в повседневном. Оно может реализовываться как на уровне обыденного, так и в рамках достижения цели.

При этом меняется отношение цифровому, так как оно само наделяется чертами повседневности. Скука проникает в виртуальное и уверенно обосновывается там. Человек, совершая рутинные действия, среди которых – проверка сообщений в мессенджерах, обновление ленты в социальных сетях, не ставит перед собой какой-либо цели. В то же время цифровое перенимает на себя свойства места совершения действия и влияния на него. Тот же человек, стремясь проверить реакцию другого, выкладывает набор историй, выбирая фото, запись к нему, то есть конструирует некий проект, состоящий из действий для того, чтобы достичь поставленной цели.

«Цифровое» адаптируется быстрее человека. Человек не успевает его изучить и принять: у него складываются определенные установки, которые стремительно устаревают и сменяются новыми. Личность вынуждена все время приспосабливаться, чтобы сделать повседневность более доступной. Г. Смолл и Г. Ворган, анализируя влияние цифровых технологий на человека, рассматривают такие понятия как «цифровые с рождения» и «цифровые эмигранты» [Смолл, Ворган 2011, с. 5]. В рамках данного деления одним из ключевых признаков выступает возраст. Человек, который рожден в эпоху цифрового, будет более приспособлен и готов быстро реагировать на происходящие процессы или непредвиденные ситуации. «Эмигрант» же, наоборот, выступает представителем

транзитивного состояния, которому требуется больше усилий для адаптации. Однако данное разделение можно представить относительно действия. Можно заметить, что возраст не является определяющим критерием. Существует достаточно примеров осваивания цифрового пространства людьми в более зрелом возрасте, относящихся к «цифровым эмигрантам». Это относится и к молодым людям, которые являясь «цифровыми с рождения», в силу каких-либо обстоятельств выступают менее адаптированными. Именно «действие» будет выступать определяющим фактором вовлеченности в цифровую повседневность. Отсутствие делания, участия в преобразовании будет увеличивать разрыв и отрывать личность от повседневного цифрового бытия. При этом все же стоит признать, что чаще это относится к зрелому поколению, которое не исключено из повседневности, но так как по большей части совершает рутинные акты, то остается ее участником, но не выступает им в контексте цифрового.

Коммуникация является важным элементом повседневности. Она выступает как само по себе действие, так и как способ для его совершения. Учитывая особенности понимания коммуникации, личность способна выработать соответствующие навыки для адаптации в условиях повседневности. Иванов Д.В. в своей работе «Виртуализация общества» делает следующее замечание: «Коммуникации, осуществляемые через Internet, не ориентированы на институциональные и групповые нормы, направляющие деятельность людей в их не-сетевой жизни. Internet – среда развития виртуальных сообществ, альтернативных реальному обществу» [Иванов 2000, с. 63]. С одной стороны, данное пространство все так же сохраняет за собой возможности для анонимной реализации, конструирования самостоятельного образа-двойника и другие схожие свойства, но в то же время можно заметить, что современный этап осваивания виртуального пространства приводит к его большей организованности и ответственности у человека.

Это можно проследить на примере формирования цифрового этикета в рамках российского общества. Создание правил поведения и коммуникации в цифровом пространстве есть осмысление и попытка организации среды. С одной стороны, это уменьшает свободу, а с другой – выступает результатом рефлексии и выстраивания смысловых ориентиров. По большей части такой этикет относится к уровню виртуального, где обозначаются правила составления электронного письма, отправки, ответа на него и т. д. Многие схожие черты переносятся из физически привычного мира, среди них приветствие, частичное употребление схожей системы знаков, обращение и т.д. При этом от человека требуется больше на то, чтобы подумать о том, как составить письмо, чтобы донести более точно желаемую информацию и быть правильно понятым. К этому относится, например, верное применение стилей и символов, которые придают эмоциональную окраску сообщению. «Обилие восклицательных или вопросительных знаков может быть также воспринято как агрессия» [Лукинова 2020, с. 117],

Уже общим местом стала постанова скобочки в конце сообщения. Скобочку даже называют «вежливая точка». Мы показываем собеседнику, что сообщение закончено, но не точкой, которая может быть расценена как признак агрессии, а вежливой скобочкой. <...> Мы уже привыкли к этим символам и легко угадываем за скобочкой быстрый смайлик. А иностранцам кажется, что это опечатка [Лукинова 2020, с. 118].

В рамках физического уровня также есть некоторые указания, которые ориентируются зачастую на использование гаджета при Другом. Так, во время беседы рекомендуется не доставать телефон, а также не вести переписку, чтобы показать уважительное отношение к человеку.

Если не доставать телефон вы не можете, то положите его на стол экраном вниз, чтобы мелькание экрана от уведомлений не отвлекало ни вас, ни собеседника [Лукинова 2020, с. 18].

Еще одним вектором определяющим коммуникацию в цифровой повседневности будет соотношение публичного и частного. В одном из правил цифрового этикета можно увидеть следующее замечание: «Не оставляйте сообщения на его стене (собеседника) в социальных сетях» [Лукинова 2020, с. 91]. Безусловно, оно ориентировано на сохранение

конфиденциальности беседы, так как не каждая информация может быть публично размещена. Однако в начале 2000-х года данное правило действовало иначе. Считалось, вполне естественным написать поздравление с Днем Рождения на стене пользователя. И это не было раскрытием личной информации или нарушением границ собеседника, а, наоборот, принятой нормой общения. На этом примере мы можем наблюдать расширение границ частного и сужение публичного. Возникает рост механизмов гарантирования приватного – скрытые копии адресов писем, возможность читать письма, но сохранять статус непрочитанного, множество функций скрытия информации о профиле пользователя в социальных сетях.

Таким образом, цифровую повседневность можно рассматривать как набор элементов рутинного поведения, а также как место действия личности и преобразования совместно с другими. В результате взаимодействия цифрового как феномена с повседневным, первое, представленное двумя уровнями, перенимает качества «рутинного» и «действия». К новым горизонтам жизненного пути будет относиться переосмысление роли действия личности и коммуникативных особенностей. Человек оказывается в ситуации, где цифровое требует его активного участия и большей погруженности. Формирование жизненного пути и адаптация личности для сохранения ее устойчивости в мире будет зависеть от готовности совершать действия в цифровой повседневности, воплощая поставленные цели. Рассмотрение специфических свойств повседневности через призму цифрового на примере коммуникации позволяет выявить некоторые особенности, среди которых: повышение степени организованности пространства, возникновение новых требований к человеку, преобладание частного над публичным.

Литература

Бергер, Лукман 1995 – *Бергер П., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания. М.: Academia-центр: Медиум, 1995. 334 с.

Иванов 2000 – *Иванов Д.В.* Виртуализация общества. СПб.: Петербургское Востоковедение, 2000. 96 с.

Лукинова 2020 – *Лукинова О.В.* Цифровой этикет. Как не бесить друг друга в интернете. М.: Эксмо, 2020. 240 с.

Розин 2021 – *Розин В.М.* Цифровизация как один из аспектов становления постноевропейской культуры и предмет социального проектирования // Культура и искусство. 2021. № 3. С. 1–9.

Смолл, Ворган 2011 – *Смолл Г., Ворган Г.* Мозг онлайн. Человек в эпоху Интернета / Пер. с англ. Б. Козловского. М.: Колибри: Азбука-Аттикус, 2011. 352 с.

Шюц 2004 – *Шюц А.* Избранное: Мир святящийся смыслом: Пер. с нем. и англ. М.: РОССПЭН, 2004. 1056 с.

Раздел II

Цифровизация и информатизация
как факторы изменений на рынке труда

Модели вторичной занятости студентов в условиях цифровой экономики

А.В. Завражина

студент, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва,
zavrazhinaalina@mail.ru

Научный руководитель: В.А. Прохода

канд. социол. наук, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва

Аннотация. В статье рассматриваются особенности вторичной занятости студентов под влиянием цифровизации. Отмечается появление новых форм и видов занятости. Публикация базируется на материалах авторского исследования, проведенного с использованием количественных и качественных методов сбора первичной социологической информации. Исследована мотивационная структура, выделены и описаны основные модели вторичной занятости студентов. Выявлены представления студентов об «идеальной» работе.

Ключевые слова. Рынок труда, вторичная занятость, студенты, цифровизация, модели, фриланс, социологическое исследование

Введение

С каждым годом можно наблюдать увеличение числа студентов, которые стараются совмещать учебу и работу [Каплан, Ерицян 2020]. Так, доля студентов, совмещающих работу и учебу, в 2017 г. составила 52%¹⁶. В 2020 г. данный показатель составил 55% среди бакалавриата и специалитета, а у магистрантов и вовсе достиг 84%¹⁷. К 2021 г. 70% студентов подрабатывали во время обучения в университете¹⁸. Увеличивается также количество часов, которые студенты уделяют трудовой деятельности [Янбарисова 2014; Сипанов 2016]. Более того, 84% студентов убеждены, что параллельно с учебой они должны работать¹⁹.

При этом, с одной стороны, работа во время обучения призвана помочь студентам лучше освоить получаемую специальность на практике, сформировать необходимые трудовые навыки, с другой стороны, зачастую вторичная занятость студентов характеризуется выполнением малоквалифицированного труда, негативным влиянием на академическую успеваемость и в должной мере не способствует профессиональной социализации.

Данный феномен принято определять как вторичную занятость, которая является источником личных доходов студентов, а также элементом профессиональной социализации. Вторичная занятость студентов как массовое явление до 1990-х гг. практически не изучалась. Начиная с 1990-х гг., стали исследоваться вопросы мотивации студенческой занятости, характера трудовой деятельности, влияния работы на учебу [Вознесенская и др. 2001].

В настоящее время фокус исследований сместился на разработку моделей вторичной занятости, ее влияния на академическую успеваемость и профессиональную социализацию, а также анализ мотивационной структуры занятости [Тихомирова, Мылгасова 2018; Филоненко 2018]. Н.К. Михайлова разработала мотивационные модели вторичной занятости студентов [Михайлова 2020].

© Завражина А.В., 2023

¹⁶ Мониторинг экономики образования. Индикаторы МЭО – 15 волна (2017 год). Доля студентов, совмещающих учебу и работу. 2017 // НИУ ВШЭ. URL:

https://memo.hse.ru/data/2018/03/27/1164887577/2017_ind_stud_VO_4_.pdf (дата обращения 31.03.2023).

¹⁷ Карьерные планы студентов вузов: информационный бюллетень / К.В. Рожкова, П.В. Травкин. М.: НИУ ВШЭ, 2022. URL: [https://www.hse.ru/data/2022/02/09/1746624237/ib_1\(18\)_2022.pdf](https://www.hse.ru/data/2022/02/09/1746624237/ib_1(18)_2022.pdf) (дата обращения 31.03.2023).

¹⁸ Исследование Delivery Club: Каждый третий российский студент подрабатывает не по специальности: сайт. – Москва, 2021. URL: https://new-retail.ru/novosti/retail/issledovanie_delivery_club_kazhdyy_tretiy_rossiyskiy_student_podrabatyvaet_ne_po_spetsialno_sti1134/ (дата обращения 30.03.2023).

¹⁹ Опрос показал, что думают студенты и родители о работе во время учебы: сайт. Москва, 2022. URL: <https://na.ria.ru/20221128/studenty-1834671109.html> (дата обращения 25.03.2023).

Тенденции и события, происходящие в современном мире, изменяют привычные всем сферы жизнедеятельности, в частности и сферу труда. Цифровые технологии сделали возможность появления новых форм и видов занятости. Например, распространяются дистанционные форматы работы, меняются и привычные графики работы, распространяется фриланс, в частности и среди студентов. Также меняется сама структура рынка труда, появляются новые профессии, новые требования к подготовке специалистов. Все это влечёт за собой и изменения в трудоустройстве молодых специалистов.

Материалы опросов показывают распространённость следующих характеристик трудовой занятости молодых людей: повышенная включённость в мультимедийные технологии, виртуальное общение; в приоритете работа по гибкому графику, а также удаленное выполнение задач и проектов; стремление к предпринимательской деятельности и наличие намерений по созданию собственного бизнеса²⁰. Это отчасти подтверждается результатами российских исследований: большинство российских фрилансеров (68%) – находятся в возрасте от 18 до 34 лет [Дроздова, Капускина 2022, с. 229]. Исходя из этого, молодежь – одна из наиболее включённых социальных групп в мультимедийное пространство, наиболее «гибкая» и «прогрессивная» категория населения.

Можно констатировать, что под влиянием цифровизации и информационных технологий студенческая занятость претерпевает изменения. В связи с этим актуализируется необходимость рассмотреть основные модели вторичной занятости студентов в условиях цифровой экономики.

Материалы и методы

Публикация базируется на материалах инициативного исследования, проведенного автором в период с февраля по март 2023 г. Сбор первичной социологической информации был осуществлен в два этапа.

На первом этапе использован метод глубинного интервью. В общей сложности проведено 20 глубинных интервью со студентами Финансового университета, имеющими опыт совмещения учебы и работы. На втором этапе исследования применен метод интернет-опроса. В опросе приняли участие студенты Финансового университета при Правительстве РФ, 1–4 курса очного обучения, имеющие опыт совмещения учебы и работы. Опрос проводился по случайной кластерной выборке, позволившей обеспечить соответствие структуры существенных характеристик между выборочной и генеральной совокупностями. В качестве кластеров выступали учебные группы. Объем выборки составил 400 человек: 61% женщин и 39% мужчин.

Результаты и обсуждение

В ходе исследования было выявлено, что 65% опрошенных студентов работают на данный момент; 21% – подрабатывают время от времени и 14% имеют опыт работы, однако на данный момент не работают. Таким образом, большинство опрошенных работает регулярно, на постоянной основе. Однако для части студентов также характерна и эпизодическая занятость.

Сравнение полученных результатов с материалами ранее проведенных исследований свидетельствует об увеличении доли студентов, работающих постоянно. Например, в исследовании В.Р. Волкова было получено, что в 2013 г. среди работающих студентов только 25% работали постоянно, 44% – подрабатывали время от времени. Однако уже к 2017 году процент постоянно работающих составил 41% [Волков 2018].

При этом, из числа тех, кто работает на данный момент, большинство работают с официально оформленным трудовым договором (75%), их работа не связана с осваиваемой специальностью (58%); имеют гибкий график работы (43%). Из числа тех, кто

²⁰ Millennials at work: the workspace takes on a new shape // PwC. URL: <https://www.pwc.com/co/es/publicaciones/assets/millennials-at-work.pdf> (дата обращения 30.03.2023).

подрабатывает, большинство подрабатывает 2-3 раза в неделю (48%). Лишь 38% опрошенных находятся в данный момент в поисках нового трудового места. Основными причинами поиска новой работы являются: желание иметь собственные деньги (90%), стремление к самореализации (40%) и возможность установить новые контакты и связи (20%).

Для студентов также характерно наличие горизонтальной профессиональной мобильности – 44% опрошенных имели опыт работы на других рабочих местах. Чаще всего студенты имели 2 рабочих места в период обучения в университете (среднее значение количества рабочих мест – 2,51). Основными причинами смены рабочих мест являются: поиск лучшего заработка (57%), поиск лучших условий труда (47%) и поиск подходящей профессии (38%).

Материалы проведенного исследования показывают, что количество работающих студентов возрастает с курсом обучения. Так, из всех работающих студентов на данный момент лишь 4% это первокурсники; 23% – второкурсники; 32% – третьекурсники и 41% – четверокурсники. При этом обратная тенденция характерна для подработок – из числа тех, кто подрабатывает, 50% – это 1-й курс, и лишь 11% составляет 4-й курс.

В ходе анкетного опроса были выявлены преобладающие мотивы вторичной занятости: желание иметь свои личные деньги (68%), желание приобрести трудовой опыт и профессиональные навыки (39%) и необходимость обеспечивать свое существование (35%). Можно констатировать, что в мотивационной структуре у студентов в равной мере преобладают как материальные, так и нематериальные мотивы. Студенты видят в работе как возможность накопить денежные средства, так и возможность приобрести трудовой опыт и связи.

Анализ полученных результатов показал, что на мотивационную структуру вторичной занятости студентов влияют следующие факторы:

1) место проживания до поступления в Финансовый университет. Студенты, проживающие в регионах до поступления в университет, в основном работают, чтобы иметь средства для существования, в то время как студенты, проживающие в Москве и МО, зачастую живут с родителями и связывают свою трудовую деятельность с получением нового опыта, формированием социальных связей и т. д. Такие результаты подтверждаются материалами других исследований [Филоненко 2018]. Из тех, кто проживает с родителями и все-таки выходит на рынок труда, распространен нематериальный мотив и работа по специальности. А среди тех, кто приехал из регионов и проживает в общежитии или съемной квартире, наиболее распространена работа не по специальности и преобладает материальный мотив;

2) гендерные различия. Для мужчин более характерно преобладание финансовых мотивов (необходимость оплачивать обучение, жилье и собственное существование). В то время как среди женщин наблюдается преобладание нематериальных мотивов – желание приобрести трудовой опыт, полезные знакомства и занять свободное время чем-то полезным;

3) курс обучения. Среди работающих студентов 1-го курса преобладает мотив необходимости обеспечения своего существования. Для 2-го курса характерно желание иметь свои личные деньги. Для 3-го курса – возможность самореализации и для 4-го курса – желание приобрести трудовой опыт и профессиональные навыки. Можно сделать вывод, что студентов младших курсов больше интересует финансовый аспект работы, тогда как для студентов старших курсов на первый план выходит стремление получить опыт работы. Это отражает тот факт, что трудовая занятость во время обучения может способствовать профессиональной социализации студента и овладению профессиональных навыков и знаний. Данный вывод также подтверждается результатами других опросов [Красова 2017; Старцева, Брюхова 2016].

Студенческая занятость может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на академическую успеваемость. Это зависит от модели совмещения учебы с работой [Янбарисова 2014].

В ходе авторского исследования было выявлено, что 56% опрошенных пропускали занятия в университете из-за работы. Средний процент пропущенных занятий составляет 23%. Таким образом, студенты из-за работы вынуждены пропускать занятия. При этом 49% респондентов отметили, что работа не влияет на их успеваемость, однако 45% опрошенных считают, что влияет. Среди тех, у кого работа оказывает влияние на успеваемость, большинство тех, кто отмечает скорее отрицательное влияние (63%) и отрицательное (23%). Лишь 14% отмечают положительное и скорее положительное влияние.

Проведенное исследование показало, что наличие влияния на успеваемость зависит от связи работы с получаемой специальностью и графика работы:

1) студенты, у которых работа связана или частично связана с получаемой ими специальностью реже отмечают влияние на успеваемость (28% и 31% соответственно). В то время студенты, работающие не по специальности, чаще отмечают влияние работы на учебу (51%);

2) большинство студентов, работающих полный рабочий день, отмечают влияние на успеваемость (69%). Те, кто имеет график работы «неполный рабочий день» и «гибкий график» намного реже отмечают данное влияние. Такие студенты, как правило, меньше пропускают учебные занятия и имеют больше свободного времени.

С учетом результатов глубинных интервью были выявлены четыре основные модели вторичной занятости студентов Финансового университета: модель «работа-деньги»; модель «работа-опыт»; модель «работа-деньги+опыт»; модель «работа-фриланс».

В качестве критериев для выделения данных моделей послужили следующие характеристики: вид и сфера трудовой деятельности, график работы, мотивы вторичной занятости, влияние трудовой занятости на академическую успеваемость, влияние трудовой занятости на профессиональную социализацию и желание развиваться на данной работе в дальнейшем. Рассмотрим данные модели по отдельности.

Первая модель вторичной занятости, именуемая «работа-деньги», является преобладающей моделью среди студентов Финансового университета (31%). Для данной модели характерно преобладание материальных мотивов (73%). Студенты, для которых характерна данная модель поведения, ищут работу, никак не связанную с получаемой специальностью (44%), так как для них не играет роли получение профессиональных навыков и опыта работы по профессии. Для таких студентов важно найти такое место, где они смогут получить как можно больше денег, при этом не имеют значения условия работы. Это может быть, например, неофициальная работа (41%), полный рабочий день (46%), плохие условия труда и т. д. Чаще всего это малоквалифицированный обслуживающий труд (работа в магазинах и кафе) – (62%), где рабочие места характеризуются низким качеством и нерегулярностью. Как правило, данная занятость негативно влияет на академическую успеваемость (69%), так как студенты много работают и заняты физическим трудом.

Вторая модель вторичной занятости, названная «работа-опыт», характерна для 23% опрошенных студентов. В основе этой модели поведения лежат нематериальные мотивы (68%): желание обрести полезные знакомства (29%); желание приобрести трудовой опыт и профессиональные навыки (42%) и желание самореализоваться (25%). Для такой модели характерно официальное трудоустройство (31%) с возможностью карьерного роста в дальнейшем. Студенты стремятся найти работу, близкую к получаемой ими специальности (89%). Зачастую это стажировки, которые не предполагают высокую заработную плату; для таких рабочих мест характерен гибкий график (24%) и неполный рабочий день (38%). Поэтому такая трудовая деятельность в большей степени положительно влияет на академическую успеваемость (67%), так как студенты дополнительно развивают полученные в вузе компетенции.

Третья модель вторичной занятости с условным названием «работа-деньги+опыт» распространена на 25% и занимает промежуточное положение между моделью «работа-деньги» и «работа-опыт», так как предполагает наличие в равной степени как материальных, так и нематериальных мотивов занятости (54% и 46% соответственно). Для таких студентов

важно иметь свой собственный заработок (29%), но при этом они также стремятся иметь именно официальную работу (32%), чтобы обрести необходимый профессиональный опыт и стаж (31%) в совершенно разнообразных сферах деятельности (маркетинг, реклама – 24%; информационные технологии – 68%). Для модели характерна полная занятость (38%), поэтому такая работа негативно влияет на академическую успеваемость (33%).

Четвертая модель вторичной занятости «работа-фриланс» составляет 21%. Для модели характерно также наличие в равной степени как материальных, так и нематериальных мотивов (52% и 48% соответственно). Занятость характеризуется гибким графиком работы (32%), в разнообразных сферах (торговля – 20%; дизайн – 97%; образование (28%). Такая работа никак не влияет на академическую успеваемость (32%), так как студент сам распоряжается своим временем и делает все возможное, чтобы свести к минимуму возможные риски влияния на учебу (лишь 11% пропускали занятия). То есть, самым большим достоинством, связанным с фрилансом, является свободный выбор места и времени выполнения работы.

Выявив основные модели вторичной занятости студентов, можно отметить, что далеко не все студенты рассматривают свою нынешнюю трудовую деятельность как «работу мечты» и далеко не все планируют продолжать там работать. Поэтому одной из задач было выявление представлений студентов об идеальной работе, а также о желаемом профессиональном пути. Как показали результаты анализа, «идеальная» работа, по мнению студентов, в первую очередь должна характеризоваться высокой оплатой труда, гибким удобным графиком, хорошим коллективом, а также возможностью для самовыражения.

Примечательно, что ряд интервьюируемых не планирует искать работу. Они намерены создать свое собственное рабочее место, которое бы удовлетворяло всем необходимым для них критериям:

Работа-мечты: я работаю на себя и не завишу от графика, создаю что-то свое. Я не привязана к месту и времени (студентка 4-го курса).

Моя работа мечты — это точно свой бизнес, и работа на себя. Для меня важны: высокая зарплата, возможность развития и финансовый рост (студентка 3-го курса).

Сейчас немножко помечтаю: я себя представляю владельцем и управляющим в салоне красоты. Салон достаточно известный, с высоким уровнем качества, с хорошими квалифицированными сотрудниками. Ну и свободный график само собой (студентка 2-го курса).

Заключение

Проведенное исследование позволило сформулировать следующие выводы:

- среди студентов распространена регулярная занятость (на постоянной основе) с официально оформленным трудовым договором и гибким графиком;
- большинство студентов имеют работу, не связанную с получаемой ими специальностью;
- для студентов характерно наличие профессиональной мобильности;
- количество работающих студентов возрастает с курсом обучения;
- преобладающими мотивами студенческой занятости являются: желание иметь свои личные деньги, желание приобрести трудовой опыт и профессиональные навыки и необходимость обеспечивать свое существование;
- на мотивационную структуру вторичной занятости студентов влияют следующие факторы: место проживания до поступления в университет, гендерные различия, курс обучения;
- трудовая деятельность в период обучения оказывает влияние на академическую успеваемость, чаще всего негативное. При этом наличие влияния зависит от связи работы с получаемой специальностью и графика работы;

– среди студентов Финансового университета распространены следующие модели вторичной занятости: модель «работа-деньги»; модель «работа-опыт»; модель «работа-деньги+опыт»; модель «работа-фриланс»;

– «идеальная» работа, по мнению студентов, в первую очередь должна характеризоваться высокой оплатой труда, гибким удобным графиком, хорошим коллективом, а также возможностью для самовыражения.

В заключении отметим, что в настоящей публикации рассматриваются лишь некоторые аспекты затрагиваемой проблематики на примере конкретной образовательной организации – Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. Детальное изучение проблемы требует проведения масштабных опросов на межвузовском уровне.

Литература

Вознесенская и др. 2001 – *Вознесенская Е. Д., Константиновский Д. Л., Чередниченко Г. А.* «Кончить курс и место достать»: исследование вторичной занятости студентов // Социологический журнал. 2001. № 3. С. 101–121.

Волков 2018 – *Волков В.Р.* Вторичная занятость студентов: проблемы и тенденции развития // ВЭПС. 2018. № 1. С. 181–185.

Дроздова, Капускина 2022 – *Дроздова А.А., Капускина Ю.Е.* Фриланс: новый этап развития организации трудовой деятельности или неэффективная её форма // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития. 2022. Т. 1. № 12. С. 229–236.

Каплан, Ерицян 2020 – *Каплан Е.А., Ерицян К.Ю.* Работа и учеба у студентов вузов: конфликт или фасилитация? // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 4. С. 395–423.

Константиновский 2002 – *Константиновский Д.Л.* Российский студент сегодня: учеба плюс работа. М.: Изд-во ЦСП, 2002. 128 с.

Краева 1983 – *Краева Н.М.* Резервы повышения трудовой активности населения. 2-е изд. Томск: Экономика, 1983. 103 с.

Красова 2017 – *Красова Е.В.* Основные черты студенческой занятости в регионах России (на примере Владивостока и других городов) // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2017. Т. 3. № 1. С. 266–285.

Михайлова 2020 – *Михайлова Н.К.* Мотивационные модели занятости студентов и профессиональная социализация // КЭ. 2020. № 3. С. 333–346.

Роцин 2002 – *Роцин С.Ю., Разумова Т.О.* Вторичная занятость: моделирование предложения труда: Финальный отчет по проекту. ЕЕРС. М., 2002.

Старцева 2016 – *Старцева Н.Н., Брюхова О.Ю.* Трудовая занятость студентов как объект социологического исследования // Russian Journal of Education and Psychology. 2016. № 8 (64). С. 48–68.

Тихомирова, Мылтасова 2018 – *Тихомирова А.М., Мылтасова О.В.* Роль вторичной занятости студентов в формировании трудовых компетенций // Московский экономический журнал. 2018. № 4. С. 467–476.

Филоненко 2018 – *Филоненко Ю.В.* Занятость студентов во время обучения в вузе / Ю.В. Филоненко, Л.С. Скачкова, В.И. Филоненко // Социологические исследования. 2018. № 9 (413). С. 135–140.

Янбарисова 2014 – *Янбарисова Д.М.* Работа во время учебы в вузах Татарстана: влияет ли она на успеваемость? // Вопросы образования. 2014. № 1. С. 217–237.

Cinamon 2016 – Cinamon R.G. Integrating Work and Study among Young Adults: Testing an Empirical Model // Journal of Career Assessment. Vol. 24. №. 3. 2016. P. 527–542.

Мотивы оформления статуса самозанятого в оценках фрилансеров

Е.Д. Шibaева

студентка, Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, shibaeva.e@rggu.ru

Научный руководитель: Е.В. Фадеева

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

Аннотация. Данная статья основана на анализе результатов авторского исследования, проведенного методом интервью с целью выявления мотивов официального оформления самозанятости и оценки преимуществ и недостатков получения официального статуса самозанятого лица. В рамках исследования были опрошены самозанятые граждане, работающие в различных сферах деятельности.

Ключевые слова. Самозанятые, фрилансеры, нестандартная занятость, прекариат, трудовая занятость, рынок труда

Актуальность

Актуальность данной статьи обусловлена значительным ростом числа самозанятых граждан в России за последние годы. В январе 2022 г. число официально зарегистрированных самозанятых превысило 4 млн человек, а к июню 2022 г. достигло уже 5 млн²². Этот тренд продолжает усиливаться: ежедневный прирост числа самозанятых составляет около 8,5 тысяч человек. Такое значительное увеличение числа самозанятых граждан указывает на важность исследования мотивов, преимуществ и недостатков данной формы труда, ключевых мотивов официального оформления самозанятости.

Зарегистрироваться как самозанятый стало возможным в конце 2018 г.: в качестве эксперимента было предложено апробировать специальный режим «профессионального подоходного налога», согласно которому физические лица имеют возможность вести хозяйственную деятельность без регистрации в роли индивидуального предпринимателя и уплачивать минимальный налог [О проведении эксперимента... 2018]²³. С 1 января 2019 г. эксперимент стартовал в Москве, в Московской и Калужской областях, в Республике Татарстан. С 1 июля 2020 г. решение об участии в эксперименте может принять любой регион РФ.

Социальный статус самозанятых в России неоднозначен. Официально они не являются работниками, но и не признаются безработными. У них нет социальных гарантий, таких как пенсии, пособия, оплачиваемые отпуска и больничные. В то же время самозанятые обладают некоторой свободой и гибкостью в выборе работы и планировании рабочего графика.

Методология и методика

Методологической основой данной статьи является авторское исследование, проведенное в период с декабря 2022 по февраль 2023 г. методом глубинного интервью с десятью самозанятыми лицами. Критерием отбора респондентов являлось наличие зарегистрированного статуса самозанятого.

Результаты исследования

Согласно результатам проведенного исследования, для информантов основной причиной регистрации самозанятости стала просьба работодателя-или клиента:

© Шibaева Е.Д., 2023

²² Федеральная налоговая служба. В России зарегистрировалось 5 млн самозанятых. URL: https://www.nalog.gov.ru/rn77/news/activities_fts/12258990/ (дата обращения 20.06.2022)

²³ Федеральный закон «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» от 27.11.2018 № 422-ФЗ (посл. ред.) // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_311977 (дата обращения 24.04.2022).

Для меня это была формальность – меня попросил работодатель (Архив автора № 2. И. № 3, с. 1); Компания просто перешла: раньше оплачивали на карту, но, видимо, решили быть более законопослушными (Архив автора № 2, № 4, с. 1).

Трое из десяти опрошенных оформились, чтобы избежать проблем с налоговой, один респондент принял такое решение ввиду необходимости взять кредит:

Мне понадобилось взять кредит, соответственно, мне не могли его дать, так как я была не трудоустроена, а самозанятым можно получить справку из налоговой, и уже с ней банки одобряют займы (Архив автора № 2. И. № 6, с. 1).

По результатам исследования НАФИ²⁴, самая распространенная причина, по которой люди регистрируются в качестве самозанятых, – нежелание иметь проблемы с законом. В исследовании также отмечено, что зачастую официальное оформление является обязательным условием заключения контракта с заказчиком. Таким образом, можно сделать вывод о том, что официальное оформление самозанятости во многих случаях не является сознательным выбором гражданина, скорее необходимостью, вызванной внешними факторами.

В то же время респонденты замечают, что данное обстоятельство может быть конкурентным преимуществом на рынке труда:

Это повышает, скажем так, мою конкурентоспособность среди других модераторов, есть выбор: платить кому-то наличными или платить модератору, который официально оформлен (Архив автора № 2. И. № 1, с. 2).

При этом одна из информанток уточнила, что это – единственная привилегия, на ее взгляд:

Когда я договариваюсь с разными проектами, работодателями, я им говорю, что у меня есть самозанятость, и я могу им документы выдавать, если они нужны. Других преференций я для себя не вижу (Архив автора № 2. И. № 3, с. 1).

Среди достоинств официального оформления респонденты также называют эмоциональное спокойствие, связанное с тем, что трудовая деятельность становится легальной:

Я не беспокоюсь за налоговую – это основное преимущество (Архив автора № 2. И. № 8, с. 1).

Среди преимуществ официального оформления в качестве самозанятого лица информантами были также названы возможность получения кредита и меньшая налоговая ставка по сравнению с ИП. Интересно, что некоторые из опрошенных не ощутили никаких достоинств и практической пользы от зарегистрированного статуса, один из них заметил:

Плюс только юрилицу, который меня нанимает. Вообще, по сути, мне – никакой мотивации регистрироваться, кроме этого (Архив автора №2. И. № 10, с. 2).

Вероятно, это связано с тем, что имеющиеся преимущества все же не перевешивают недостатки зарегистрированного статуса самозанятого для этих людей.

Для всех десяти респондентов самостоятельное планирование своего времени является одним из основных преимуществ самозанятости. Кроме того, трое опрошенных отметили, что такой вид занятости дает возможность выбирать проекты, которые им интересны или выгодны. Три респондента говорят о том, что самозанятость позволяет зарабатывать больше,

²⁴ Почему россияне становятся самозанятыми? Исследование Яндекс.Такси и НАФИ. Официальный сайт аналитического центра НАФИ. URL: <https://nafi.ru/analytics/pochemu-rossiyane-stanovyatsya-samozanyatymi-issledovanie-yandeks-taksi-i-nafi/> (дата обращения 12.05.2022).

чем работа в офисе. Это связано с тем, что самозанятые могут работать на нескольких проектах одновременно, устанавливать собственные цены и выбирать клиентов.

Сам процесс регистрации в качестве самозанятого лица был оценен информантами как очень простой, лишь у 1 из 10 опрошенных возникли сложности. Несмотря на это, самозанятые все еще сталкиваются с некоторыми трудностями, например, они должны платить налоги самостоятельно и выписывать чеки, что может быть непросто для тех, кто не имеет опыта в бухгалтерском учете.

Говоря о недостатках официального статуса самозанятого, 7 из 10 респондентов выделили необходимость оформления чеков в приложении и некоторую сложность этого процесса, а также сам факт уплаты налогов:

Заполнение чеков – довольно рутинный процесс, иногда утомляет, но в целом привыкаешь (Архив автора № 2. И. № 6, с. 2);

Никакой пользы от этого режима самозанятому, добавляются какие-то дополнительные обязанности, – а так, я и без них хорошо жил (Архив автора № 2. И. № 10, с. 2).

Два информанта считают упущением отсутствие автоматических взносов в ПФР, один респондент недостатков не видит вовсе. Респонденты отмечают, что заполнение чеков является рутинным процессом, который может утомлять, но при этом большинство из них привыкают к этому.

Анализ ответов опрошенных позволяет сделать вывод о том, что социальная незащищенность является значимым для самозанятых риском. Согласно Федеральному закону № 422-ФЗ, налог на профессиональный доход является единственным налогом, который уплачивает самозанятый. При этом учет трудового стажа не ведется, и самозанятые не имеют права на пенсию, так как не являются работниками организации и не уплачивают страховые взносы на обязательное пенсионное страхование, что является одной из главных проблем. В ходе интервьюирования респонденты также указывали на это:

Самое главное, что не идет трудовой стаж. Это, конечно, большая проблема. У меня сейчас дочке 34, и у нее стажа лет 15, а у меня, получается, 20 лет выпали из жизни, если думать в сторону пенсии. Главный риск, что человек не защищен социально (Архив автора № 2. И. № 4, с. 3).

Информанты отмечают, что самозанятый работник не имеет таких социальных гарантий, как оплачиваемые больничный, отпуск, декретные, а также отсутствуют отчисления в пенсионный фонд. Такой риск, как нестабильность заработка отметили трое из десяти опрошенных, указав на то, что, будучи самозанятым, можно в любой момент остаться без работы и дохода. Тем не менее некоторые участники исследования не видят в самозанятости никаких рисков. Это может свидетельствовать о том, что для таких респондентов первостепенными являются возможности самостоятельного планирования своего времени, выбора интересных проектов и получения более высокого заработка. Также это может говорить о наличии у данных информантов каких-либо механизмов защиты от указанных неблагоприятных последствий получения официального статуса самозанятого лица.

Заключение

Исходя из результатов авторского исследования, можно сделать вывод о том, что основными мотивами оформления самозанятости для опрошенных стали: возможность самостоятельного планирования времени, выбора проектов и влияния на размер собственного заработка. Необходимо учитывать, что ключевыми рисками самозанятости, по мнению респондентов, являются неустойчивость заработка и социальная незащищенность, что может быть особенно актуально в периоды экономических кризисов и нестабильности на рынке труда. Основными причинами, по которым респонденты были готовы получить официальный статус самозанятого лица, можно считать пожелание работодателя и

необходимость предотвращения проблем с Федеральной налоговой службой, что говорит об отсутствии у информантов как такового личного стремления легализовать свою трудовую деятельность – это скорее формальность, которая позволяет сохранить или получить работу, минимизировать риски преследования за незаконную предпринимательскую деятельность. В свете этого, государству важно разработать механизмы, которые могут сделать регистрацию самозанятости более привлекательной и практически полезной для работников. Это может включать в себя льготы для самозанятых работников и улучшение доступа к социальным гарантиям.

Опыт вторичной занятости студентов в сфере розничной торговли

М.Е. Крейндель

*студентка, Российский государственный
гуманитарный университет, Москва, таууак14@mail.ru*

Научный руководитель: А.В. Кученкова

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

Аннотация. В статье рассматривается опыт вторичной занятости в торговой сфере российских студентов, обучающихся на очном и очно-заочном отделениях высших учебных заведений. Анализируются основные мотивы студентов к поиску трудоустройства в студенческие годы, а также преимущества, недостатки и проблемы занятости в организациях розничной торговли.

Ключевые слова. Вторичная занятость, сфера розничной торговли, студенческая молодежь

Феномен вторичной занятости в последние годы среди студентов российских высших учебных заведений набирает всё большую популярность. По данным исследований, трудоустроены около половины (46%) студентов бакалавриата и специалитета [Самсонова 2014, с. 64]. Многие абитуриенты трудоустраиваются еще до поступления в университет, заканчивая последние классы учреждений общего среднего образования. Основная проблема заключается в том, что чаще всего у соискателей без окончанного высшего образования возникает множество трудностей, связанных с их недостаточной квалификацией без наличия профессионального образования в глазах работодателя. Именно поэтому студенты вынуждены трудоустраиваться на низкооплачиваемые должности и выполнять малоквалифицированные обязанности, чаще всего связанные с физическим трудом. В таком случае одним из наиболее популярных мест для трудоустройства молодых людей, а особенно студентов, является сфера обслуживания.

Вторичной занятостью можно назвать «дополнительное трудоустройство работающего населения и занятость категорий населения, которые определяют свое основное занятие как «пенсионер, безработный, учащийся, занятый в домашнем хозяйстве» [Моисеенко 2011, с. 18]. Рассмотрим основные функции вторичной занятости с точки зрения интересующей нас группы – студенческой молодежи. Функция повышения конкурентоспособности работника заключается в том, что более раннее помещение человека в профессиональную среду способствует его росту и успешной карьере. Он становится более востребованным в глазах работодателя, имея опыт работы во время получения образования. Этому способствует и адаптирующая функция, согласно которой студент также приспосабливается к рабочему ритму и атмосфере гораздо раньше. Активизирующая функция формирует у студента активную жизненную позицию. Еще одной немаловажной функцией является функция психологического и социального компенсатора. Во время всесторонней занятости индивид чувствует себя более реализованным и защищенным [Афоничева 2009, с. 12].

Сфера розничной торговли, как и сфера обслуживания в целом, является популярной для трудоустройства не только студенческой молодежи, но и всего населения в целом. Для начала опишем специфику этой отрасли. Под данной сферой ученые подразумевают некоторую совокупность достаточно однородных сегментов рынка, «продукция которых носит невещественную форму и выступает как полезный эффект, неотделимый от производственной или хозяйственной деятельности по обслуживанию процесса общественного производства» [Безденежных 2012, с. 95]. Также необходимо привести и определение понятия «сфера торговли». В Федеральном законе «Об основах

государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»²⁶ приводится следующее определение: «вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в личных, семейных, домашних и иных целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности». В 2021 году в сфере торговли трудоустроено более 10 млн. человек, из которых 2,2 млн – сотрудники в возрасте от 20 до 29 лет, что составляет более 20% от общего числа трудоустроенных в торговой сфере²⁷. Сервис по поиску работы «HeadHunter» провел исследование, результаты которого свидетельствуют, что работа продавца-консультанта в розничном магазине входит в топ-10 самых популярных профессий для студенческой подработки²⁸.

Говоря о мотивах студентов к трудоустройству, выделяется три мотивационные модели [Михайлова 2020, с. 339]. Первая мотивационная модель «Работа – деньги» объясняет стремление студентов к поиску работы с материальной точки зрения. Студенты в возрасте 18–21 года особенно нуждаются в финансовой самостоятельности и независимости от родителей, именно поэтому выбирают подработку еще в процессе обучения. Также, как заявляет некоторая доля самих респондентов – часто они сами оплачивают свое обучение. Вторая мотивационная модель «Работа – опыт». Согласно данной модели, обучающиеся стремятся как можно раньше начать трудовой путь, чтобы построить успешную карьеру. Такие студенты в большинстве случаев работают по специальности, на которую обучаются. Ранний выход на работу в рамках данной модели способствует профессиональной социализации и повышает шансы студента на получение рабочего места в престижной организации. Третья мотивационная модель «Работа – самозанятость» объединяет студентов, которые являются самозанятыми. «Такие студенты активны, коммуникабельны, уверены в своих силах, готовы рисковать, обладают специфическими ресурсами» [Михайлова 2020, с. 339]. Чаще всего самозанятые студенты работают в сфере получаемой специальности, поэтому такие студенты также могут получать ранний профессиональный опыт.

Для уточнения мотивов вторичной занятости студентов именно в сфере розничной торговли, а также проблем, с которыми они сталкиваются, было проведено авторское исследование методом интервью. Для проведения качественного исследования было отобрано 10 человек, являющихся студентами московских высших учебных заведений очных и очно-заочных отделений и официально трудоустроенных в московских магазинах, занимающихся реализацией женской, мужской и детской одежды и аксессуаров, а именно в торговых сетях «Uniqlo», «Reserved», «Cropp», «Lime», «Offprice». В исследовании приняли участие 7 девушек и 3 юношей в возрасте от 19 до 22 лет, из которых 7 студентов обучались на коммерческой основе, 3 – на бюджетной. Трудовой стаж опрошенных составил от полугода до трех лет.

Информанты, отвечая на вопросы о мотивах выбора сферы розничной торговли для совмещения с процессом обучения, приводят некоторые похожие группы ответов. Большая часть опрошенных студентов (7 из 10 человек) признались, что выбрали данную отрасль, потому что их привлек гибкий график работы, который сотрудник может устанавливать себе самостоятельно, исходя из расписания своего обучения. Большая часть информантов учится на очной форме обучения и не имеет возможности работать по сменному графику при полных рабочих сменах, поэтому именно этот аспект стал для некоторых решающим при

²⁶ Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28.12.2009 № 381-ФЗ // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/

²⁷ Рынок труда, занятость и заработная плата. Ситуация на рынке труда в таблицах, графиках, диаграммах, 2018. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/situaz.pdf> (дата обращения 24.03.2023).

²⁸ Skillbox: Эксперты выяснили, кем работают российские студенты. URL: <https://skillbox.ru/media/education/eksperty-vyyasnili-kem-rabotayut-rossiyskie-studenty/> (дата обращения 23.03.2023).

выборе сферы трудоустройства. Стоит отметить, что удобство гибкого графика отмечали студенты как очного, так и очно-заочного отделений.

Оказалось, что они предлагают очень удобный график, даже сказали, что готовы подстраиваться под мое учебное расписание, то есть я могу приезжать на работу поздно вечером или рано утром, до открытия, на несколько часов» (Архив автора, респондент № 10, с. 5).

Второй по популярности ответ – отсутствие особых профессиональных требований к соискателю – об этом сказала практически треть опрошенных (3 из 10 человек):

Ну вообще по большей части, наверное, потому, что ты приходишь и тебе не надо ничего уметь. Тебя научат...» (Архив автора, респондент № 3, с. 3).

Также информанты говорили о лояльном отношении управленческих структур к обучающимся работникам, помогая подстроить расписание под учебный график или же заменить сотрудника другим при необходимости:

...гибкий график, о котором можно договориться с работодателем» (Архив автора, респондент № 1, с. 4).

К преимуществам информанты также относят отсутствие неприятных запахов и необходимости взаимодействовать с пищей и уборкой грязных помещений – данные аспекты можно отнести к условиям труда. Такое преимущество сферы торговли выделяют информанты чаще всего в сравнении со сферой общественного питания, которая также является популярной для трудоустройства учащихся молодых людей.

Перейдем к анализу проблем и трудностей, с которыми сталкиваются вторично занятые в сфере торговли студенты. Ответы всех информантов схожие, их можно разделить на три группы наиболее часто встречающихся проблем. Первая группа – сложность взаимодействия с людьми в течение рабочего дня. Такую проблему упомянули 8 из 10 опрошенных сотрудников. Респонденты говорят о том, что покупатели магазинов часто проявляют некорректное отношение к консультантам и принуждают сотрудников выполнять поручения, не связанные с кругом их должностных обязанностей, тем самым отвлекая от работы:

...это негативные покупатели, с которыми не всегда можно найти общий язык, потому что все люди разные, у всех разный темперамент, и бывают достаточно агрессивные люди, которые приходят и в грубой форме требуют что-либо (Архив автора, респондент № 5, с. 4).

Одновременно стоит также обратить внимание на то, что некоторые информанты (3 из 10 человек) заявили о работе с людьми как о преимуществе трудоустройства в сфере торговли, аргументируя это тем, что взаимодействие с людьми помогает развитию коммуникативных навыков:

...в перспективе это работа с людьми, то есть, развитие социальных навыков... (Архив автора, респондент № 1, с. 3).

Вторая по частоте высказывания группа ответов – высокая загруженность, связанная с совмещением образовательных и рабочих процессов. Респонденты говорят об отсутствии свободного времени и постоянной занятости:

...недостаток то, что, на самом деле, очень устаешь от такого ритма... (Архив автора, респондент № 2, с. 4).

Важно отметить, что чаще всего о большой нагрузке говорили студенты очных отделений, в то время как среди учащихся на вечернем отделении таких ответов практически не было. Последняя группа ответов – о физической и эмоциональной усталости, о которой сказали 5 из 10 человек. В данной категории ответов информанты чаще всего говорили про

внутреннее опустошение после рабочей смены и нежелание общаться с окружающими людьми. Стоит обратить внимание на то, что о физической усталости говорили исключительно информанты из числа девушек, а об эмоциональной заявил только один молодой человек из участвовавших в исследовании.

Информантам также был задан вопрос о перспективах их карьеры в предприятиях розничной торговли. Так было выяснено, что практически половина опрошенных, а именно 4 из 10 человек заявили о своем намерении уволиться в ближайшее время. В качестве главного аргумента таким перспективам все информанты назвали сильную эмоциональную и физическую усталость от совмещения учебы и работы:

Это очень серьезное эмоциональное напряжение. Из-за того, что практически нет свободного времени, ты мало спишь, постоянно чем-то занят... Я уже иногда не хочу видеться с кем-то, общаться, часто могу расплакаться от усталости (Архив автора, респондент № 10, с. 7).

Подавляющее большинство опрошенных сказали о нежелании продолжать работать из-за существующего риска навредить учебному процессу.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что сферу розничной торговли для работы информанты оценивают в большей степени положительно, нежели отрицательно. Студенты называют множество плюсов такой работы, в том числе гибкий график, возможность подстраивать его под учебное расписание, отсутствие жестких требований к умениям соискателя. Вместе с тем, если говорить о совмещении учебы и такой работы, все респонденты единогласно заявляют о чрезмерной сложности занятости в торговле для учащегося студента. Проведенное исследование свидетельствует, что для студентов работа в розничной торговле является временной и они не рассматривают ее как основную сферу трудовой занятости в будущем. Однако во время обучения посредством трудоустройства в этой отрасли они решают ряд задач, таких как дополнительный доход, получение опыта работы, улучшение коммуникативных навыков.

Литература

Афоничева 2009 – *Афоничева Ж.А.* Вторичная занятость населения: социологоуправленческий аспект: Автореф. дис. ... канд. социол. наук. *Н.*: 2009. 24 с.

Безденежных, Шарафанова 2012 – *Безденежных Т.И., Шарафанова Е.Е.* Особенности развития занятости населения в сфере услуг // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2012. № 1 (11). С. 95–101.

Михайлова 2020 – *Михайлова Н.К.* Мотивационные модели занятости студентов и профессиональная социализация // Креативная экономика. 2020. Т. 14. № 3. С. 333–345.

Мосиенко 2011 – *Мосиенко О.С.* Анализ вторичной занятости студентов Южного федерального университета // Общество: социология, психология, педагогика. 2011. № 3-4.

Самсонова 2014 – *Самсонова Т.И.* Студенческая занятость в сфере услуг // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2014. № 4 (54). С. 64–71.

Цифровизация как фактор изменения на рынке труда

Т.И. Романова

*студентка, Российский государственный гуманитарный университет, Москва
vip.taniaivanovna2004@yandex.ru*

Научный руководитель: Г.В. Тартыгашева

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

Аннотация. Статья посвящена анализу влияния цифровизации на социальное познание в обществе, в результате чего возникает переосмысление формата занятости на рынке труда. В статье представлены подходы к изучению процесса цифровизации как фактора влияющего на развитие бизнес процессов. Проанализированы социологические исследования, раскрывающие последствия внедрения технологий и оптимизации работы производства на рынке труда.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая среда, фактор изменения рынка труда, гибридный формат работы

Современный мир перешел на новую фазу развития – в эпоху, сопровождающуюся цифровизацией не только в профессиональной сфере деятельности, но и в повседневной жизни. Информация стала распространяться быстрее, чем это было прежде, цифровая среда начала менять сознания людей. Трансформация экономики в процесс цифровизации заинтересовал ученых. Их интерес к массовому распространению технологий привел к проведению ряда социологических исследований, в которых рассматривались проблемы адаптации людей в новом цифровом мире, риски виртуализации, последствия появления цифровой культуры и т. д.

Понятие «цифровизация» появилось в 1995-ом году благодаря Николасу Негропonte из Массачусетского университета. Негропonte применил термин в словосочетании «цифровая экономика», что означало процесс перехода к обработке массивных данных в цифровом формате. В широком смысле цифровизация (англ. digitalization) означает внедрение технологий, предназначенных для работы информации в цифровом формате во всех сферах деятельности человека. Компания Gartner дает объяснение с точки зрения применения цифровых технологий для трансформации бизнес-моделей компании. Вследствие использования инноваций увеличиваются финансовые показатели и показатели эффективности [Aghimien 2020]. Исследователи Бруклинского университета также дают определение с позиции бизнеса. Описывают цифровизацию как «процесс использования цифровых технологий и информации для трансформации бизнес операций» [Gobble 2018]. Профессоры Университета Северной Каролины рассматривают понятие цифровизация как инструмент изменения взаимодействия между людьми (например, живое общение перешло в социальные сети). В глобальном понимании это стало точкой бифуркации на пути к социально-экономическим изменениям по всему миру [Irniger 2017, С. 29.].

Рассмотрим основные теории цифровизации. В данных подходах раскрыты основные технологические переходы, которые формируют повседневность сознания цифрового общества и описывают плюсы и минусы цифровой среды [Лёвина 2019]. «Цифровизация – это изменение технологического уровня или изменение уровня организационной культуры». По данной теории технология – это не первостепенная цель, а инструмент для улучшения цифровой среды. Инновации создаются благодаря запросам компаний и стартапов, венчурного капитала, который находится сейчас на зачаточном уровне в России. Также цифровизация рассматривается как преобразование информации в цифровом формате (в узком смысле) и как переход к цифровой информации всех сторон экономической и социальной жизни (в широком смысле). Процесс создания цифровой культуры возник за счет промышленной и социальной революции со стороны граждан. Прослеживается тенденция взаимосвязи искусственного интеллекта (информационных технологий) и социально-

экономическим благосостоянием населения. Происходит конвергенция рыночной, политической, социальной сфер. Кроме этого, цифровизация рассматривается как источник возможностей и как источник проблем. С одной стороны, появляются новые возможности для социальной мобильности за счет использования различных источников получения информации в Интернете для саморазвития. Информатизация дает возможность рационально анализировать потребности на рынке. Это способствует построению более выгодных бизнес-моделей. С другой стороны, это становится новым критерием социальной стратификации. Также возникает проблема с цифровой безопасностью. Такая точка зрения, помогает более детально рассмотреть последствия процесса цифровизации. Рассматривая этот процесс с точки зрения рынка труда, получается, что «цифровизация как переход на дата-центричные технологии и как новая форма ведения бизнеса». Внедрение цифровых технологий требует от рынка труда следовать новым требованиям цифровой экономики. Компании создают стратегии бизнес-планирования в гибком формате, так как долгосрочные перспективы достаточно сложно прогнозировать. Появляются системы мотивации для специалистов по адаптации в цифровой среде компании.

Важными также являются вопросы цифровизации различных сфер общества. Проблемы влияния цифровизации на экономику анализируются в исследованиях Н.Ю. Гурьянова, Е.А. Истомина, М.Л. Калужского, Т.Н. Юдина и других. Авторы данных работ рассматривают цифровизацию в экономическом процессе как «коммуникационную среду экономической деятельности в сети интернет, а также формы, методы, инструменты и результаты ее деятельности» [Калужский 2014, с. 151]. Фокус внимания был направлен на развитие экономической деятельности путем внедрения новых технологических инструментов, способствовало скачку в развитии и организации бизнеса и управления. В следствие чего, исследователи отмечают, что «цифровизация оказывает глубокое воздействие на глобальную торговлю и инвестиции, преобразует экономические отрасли и сектора по всему миру» [Гурьянов 2020, с. 65].

Аспекты цифровизации в политических процессах представлены в работах С.В. Володенкова, А.А. Карцхия, А.А. Косорукова, Л.В. Сморгунова и других [Карцхия 2019; Сморгунов 2018]. Благодаря применению в системе государственного управления цифровых технологий документооборот стал более прозрачен и доступен для публичного пользования, коммуникационные связи между властью и обществом упростились. Однако появилось цифровое мошенничество, кибератаки на большие объемы данных. Вследствие чего «возникают и новые риски, которые могут привести к принципиально новым формам зависимости – от больших данных и их операторов, а точнее – интересов, стоящих за ними» [Володенков 2018. с. 44]. Идет активный процесс цифровизации правотворческой деятельности – формирование нормативно-правовой основы функционирования виртуальной реальности.

Благодаря цифровым технологиям, увеличились возможности и вариативность взаимодействий в социальных сетях. Предоставляется право выражать свое мнение в публикациях о решениях государственных органов, что способствует созданию нового инструмента взаимодействия с властью. Со стороны населения появляется доверие к органам государственного и местного управления.

Появились социальные сети: Telegram, Вконтакте, Одноклассники и др., где представлены три варианта отправки сообщения: голосовое, текстовое и в формате одноминутного видео. Это дает возможность коммуницировать с людьми в любое время в любом месте без ограничений. В образовательной сфере упростилась система поиска информации. Стало доступным чтение книг в аудио формате или в электронном виде, запись лекций, просмотр коротких познавательных видео на различных платформах: Лекториум, Arzamas и другие. В связи с этим каждому члену общества открывается возможность саморазвития и самосовершенствования в процессе life-long learning. Однако, с появлением информатизации в цифровом формате сложно отследить достоверность получаемой

информации и лицензирование источника. Возникает потребность контроля распространяемой информации во всемирной сети.

Особенности модернизации социальных процессов в обществе, оптимизация экономики, увеличение объемов информации и внедрение цифровых технологий в жизнедеятельность человека требуют инновационных решений проблем. Умение выполнять операционную работу недостаточно в период цифровизации. Человек должен обладать soft-навыками: критического мышления, креативного подхода, умения быстро ориентироваться в больших данных и т. д. Формируется гибкий рынок, где классическая занятость переходит на второй план. Во время пандемии коронавируса в 2020 г. начали тестироваться новые цифровые инструменты: онлайн-платформы для переговоров, например, в июле 2022 г. 89% респондентов самозанятых базировались на онлайн-платформах³⁰, онлайн-приложения для планирования и постановки целей и т. д. Рынок труда перестроился из офлайн формата в виртуальный. Работа по найму теперь определяется низкими издержками по найму исполнителя и его квалификацией в данной области.

Исследователи пришли к мнению о том, что создание эффективного пространства для сбалансированного развития социально-экономической жизни населения возможно в случае принятия и понимания тенденции развития. При этом рационально использовать необходимые ресурсы как со стороны государства, так и со стороны общества [Гужина, Ежкова 2019]. При переходе к цифровой экономике выигрывает тот, кто способен адаптироваться на трудовом рынке и умеет работать с новыми технологиями. Процесс формирования новых кадров для рынка труда стал критическим моментом. Квалифицированных специалистов под новоориентированный рынок труда стало сложнее готовить. Возникает нехватка специализированных сотрудников. Это способствовало росту безработицы в категории специалистов с фундаментальными знаниями, не принимающих нововведения и не стремящихся переквалифицироваться. Согласно некоторым экономическим исследованиям в первой четверти XXI в. риски потери рабочего места в результате цифровизации встала перед 7-ми млн человек во всем мире. В основном эта проблема коснулась среднедоходные профессии, связанные с монотонной работой или низкооплачиваемым ручным трудом. Если обратиться к социальным последствиям, то цифровизация на рынке труда увеличила производительность труда.

Необходимо понять ценностное содержание экономической политики в области занятости в условиях цифровизации экономики. Такой подход дает возможность целесообразно использовать современные технологии и адаптировать трудовые навыки под требования цифровой среды. Например, принятие программы «Цифровая экономика» способствовало созданию благодатную почву для дальнейшего развития цифровизации с меньшими негативными последствиями для населения». Таким образом, основное влияние цифровая экономика оказала на кадровую составляющую на рынке труда. Перед государством стоит задача создать законодательное пространство для быстрой адаптации будущих специалистов под требования цифровой культуры.

В рамках более оптимистичных последствий, представленных в работах Э.М. Абдулхаирова, названо снижение рисков безработицы с появлением роботизации. Начинает расти уровень экономически-активного населения [Абдулхаирова 2020]. «Люди могут заниматься экономической деятельностью, не выходя на традиционные предприятия, и, соответственно, форма занятости становится более гибкой». Гибридный формат работы даёт возможность получить работу вне зависимости от географического положения. Таким образом, появляется возможность зарабатывать из разных уголков страны, не ориентируясь на МРОТ региона. Благодаря этому, растет производительность труда, что в дальнейшем

³⁰ Исследование Strategy Partners. Самозанятость. Предпринимательство и стабильное партнерство с платформами в 2022 году. URL: https://strategy.ru/media/news/Самозанятость_предпринимательство_и_стабильное_партнерство_с_платформами.pdf (дата обращения 05.04.23)

способствует созданию выгодного предложения на рынке. Однако, для начала необходимо создание правильной бизнес-модели с применением цифровых технологий. Постоянное тестирование гипотез с использованием ИИ (искусственного интеллекта) откроет новые пути для большего увеличения занятости населения. В итоге «положительным результатом данного процесса становится повышение качества услуг, предлагаемых на рынке, и появление у работников мотивации к повышению эффективности труда и саморазвития»

Подводя итоги всему вышесказанному, стоит отметить, что развитие рынка труда в период цифровизации возможно в случае понимания ценностного содержания экономической политики. Необходимо создавать новые системы и подходы в организации работы и в адаптации сотрудников. Тенденция гибридного формата занятости и применения искусственного интеллекта дают возможность эффективного развития рынка. Однако для начала нужно создать пространство для реализации: организовать переобучение или переквалификацию персонала, продумать гибкий график работы, создать новую систему мотивации и т. д. В итоге, люди получают возможность совершенствовать свои навыки, расширять кругозор, быть автономными при принятии решения. В связи с этим, можно предположить, что вырастет и благосостояние населения.

Литература

Абдулхаирова 2020 – *Абдулхаирова Э.М.* Последствия цифровизации экономики для занятости населения // *Наука Красноярья*, 2020. Т. 9. № 4. С. 10–26.

Володенков 2018 – *Володенков С.В.* Digital-технологии в системе традиционных институтов власти: политический потенциал и современные вызовы // *Вестник Московского государственного областного ун-та*. 2018. № 2. С. 39–48.

Гужина 2019 – *Гужина Г.Н.* Трансформация рынка труда под влиянием цифровой экономики / Г.Н. Гужина, В.Г. Ежкова // *Инновации и инвестиции*, 2019. № 9. С. 56–59.

Гурьянов 2020 – *Гурьянов Н.Ю.* Цифровая глобализация в контексте развития цифровой экономики и цифровых технологий / Н.Ю. Гурьянов, А.В. Гурьянова // *Вестник Московского государственного областного ун-та. Философские науки*. 2020. № 3. С. 63–69.

Калужский 2014 – *Калужский М.Л.* Маркетинговые сети в электронной коммерции: институциональный подход. М.; Берлин: ДиректМедиа, 2014. 402 с.

Карцхия 2019 – *Карцхия А.А.* Цифровая трансформация права // *Мониторинг правоприменения*. 2019. № 1 (3 0). С. 25–29.

Лёвина, Калязина, Багаева 2019 – *Лёвина А.И., Калязина С.Е., Багаева И.В.* Сравнительный анализ конкурирующих теорий цифровизации // *Цифровые технологии в логистике и инфраструктуре: Доклады конференции, Санкт-Петербург, 10-11 октября 2019*.

Сморгунов 2018 – *Сморгунов Л.В.* Блокчейн как институт процедурной справедливости // *Полис. Политические исследования*. 2018. № 5. С. 88–99.

Aghimien D. et al. 2020 – *Aghimien D. et al.* Digitalization of construction organisations—a case for digital partnering // *International Journal of Construction Management*. 2020. С. 1–10.

Gobble 2018 – *Gobble M.A.M.* Digital strategy and digital transformation // *Research-Technology Management*. 2018. Т. 61. №. 5. С. 66–71.

Irniger 2017 – *Irniger A.* Difference between Digitization, Digitalization and Digital Transformation // *Core systems*. 2017. С. 29.

Трансформация трудовых функций преподавателя высшей школы в условиях цифровизации

Е.И. Ефименко

*студентка, Высшая школа современных социальных наук
Московского государственного университета им. Ломоносова, Москва, Efimenko_katyrina@mail.ru*

*Научный руководитель: А.А. Гребенюк
д-р экон. наук, Высшая школа современных социальных наук
Московского государственного университета им. Ломоносова, Москва*

Аннотация. В статье рассматривается трансформация трудовых функций преподавателя высшей школы в условиях цифровизации. С одной стороны, глобальный переход в онлайн-формат, с которым преподаватели столкнулись в период пандемии способствовал самоорганизации научно-педагогического сообщества, с другой стороны, произошло значительное увеличение нагрузки и контроля в связи с цифровизацией образовательного процесса.

Ключевые слова. Преподаватель высшей школы, трудовые функции, цифровизация, профессиональная автономия

В последние годы все больше внимания уделяется образованию как одному из ключевых инструментов, который позволяет странам конкурировать на международной арене. Важной составляющей образовательной системы являются университеты, в том числе и профессорско-преподавательский состав, от которого в значительной степени зависит развитие данной отрасли в целом. Государственная политика в сфере высшего образования в России последние десятилетия была направлена на реорганизацию вузов с целью повышения эффективности их деятельности, наращивания международной конкурентоспособности, стимулирования исследовательской активности (появление вузов с особым статусом: федеральных и национальных исследовательских; реализация проектов 5-100, приоритет 2030). На уровне вузов произошло реформирование трудовых отношений с преподавателями, был введен эффективный контракт. В вузах стали активно внедряться рейтинговые системы оценки деятельности научно-педагогических работников, с помощью которых можно влиять на предпочтения преподавателей в отношении характера своей занятости.

Несмотря на то, что в рейтинговых системах оценки деятельности преподавателей основной упор делается на исследовательские результаты работы (публикационная активность (индексы цитируемости); участие в НИР; привлечение грантовых средств и т. д.), в нагрузке российских преподавателей по-прежнему превалирует преподавание – проведение аудиторных и практических занятий. Согласно результатам Мониторинга экономики образования, научно-педагогические работники в России в среднем около половины (46%) своего рабочего времени посвящают преподаванию, остальная часть распределяется между научно-исследовательской, учебно-методической, организационно-методической и воспитательной видами работ [Кирюшина, Рудаков 2021]. В итоге преподаватели высшей школы оказываются в сложной ситуации, когда, с одной стороны, требования к публикационной активности и административной нагрузке существенно возрастают, а, с другой, аудиторная нагрузка по объемам чтения лекций и ведению семинаров не становится меньше, более того, также имеет тенденцию к росту.

Российские исследователи М.В. Курбатова, Е.С. Каган на основе эмпирического изучения академического оппортунизма, включающего 27 глубинных интервью и опрос 367 научно-педагогических работников российских университетов, пришли к выводу, что добросовестное выполнение всех контрактных обязательств является скорее исключением, нежели правилом [Курбатова, Каган 2016]. Преподаватели высшей школы выделяют несколько причин сложившейся ситуации: чрезмерная преподавательская нагрузка; отсутствие свободного времени на подготовку публикаций; непрерывный характер научного

труда; несправедливое распределение административной нагрузки и др.

Согласно Трудовому кодексу Российской Федерации и действующим нормативно-правовым актам, профессорско-преподавательский состав выполняет несколько видов работ: учебная, научная, воспитательная, методическая, организационная и др. в рамках 36-часовой рабочей недели³². На протяжении развития всей системы высшего образования требования к профессорско-преподавательскому составу, так же как и условия работы преподавателей претерпевали кардинальные изменения.

Изменилась как количественная составляющая труда академических профессионалов (увеличение продолжительности рабочей недели, перечня выполняемых работ и т. д.), так и качественная составляющая (внедрение цифровых технологий в образовательный процесс, необходимость инновационного подхода к проведению лекций и семинаров и т. д.). Согласно результатам исследований и мониторингов последних лет: нагрузка преподавателей возрастает, большую часть времени университетского преподавателя в России занимает непосредственно преподавание – проведение лекционных и практических занятий.

В 1990-х гг. в США исследователи выделяли одной из системных проблем академической профессии избыточную преподавательскую нагрузку [Кларк 2011]. С тех пор как российские университеты включились в борьбу за высокие позиции в международных рейтингах, получили массовое распространение рейтинговые системы оценки результативности академической работы (государственные проекты «5-100», «приоритет 2030»), это замечание американских исследователей можно с полным основанием отнести и к России. А.В. Гозалова, В.С. Рыжова, Л.С. Скачкова на основе исследования диагностики профессиональных ролей научно-педагогических работников, включающего опрос 207 преподавателей ЮФУ, отмечают, что одной из ключевых причин неудовлетворенности структурой своего бюджета рабочего времени преподаватели выделяют чрезмерную преподавательскую нагрузку [Гозалова и др. 2022, с. 85-101]. При высокой учебной нагрузке у преподавателя остается крайне мало времени на выполнение внеучебной работы (нагрузка 2-й половины рабочего дня), в связи с чем преподаватели российских вузов вынуждены систематически перерабатывать.

Согласно данным Мониторинга экономики образования, за последние 15 лет существенно возросло количество дисциплин, которые преподаются одним сотрудником: если в 2005 г. пятая часть преподавателей была задействована в реализации только одной дисциплины, то в 2019 г. их количество уменьшилось до 7,4%, в то же время возросла доля тех, кто преподает пять и более дисциплин. Количество сотрудников, задействованных в преподавании десяти и более дисциплин, возросло с 1,9% в 2005 г. до 12,3% в 2019 г. В среднем в 2019 г. на одного преподавателя приходилось 4,6 дисциплин. Цифровизация образовательного процесса во многом способствовала увеличению учебной (преподавательской) нагрузки ППС.

Функционал учебной деятельности преподавателя высшей школы изменяется и существенно расширяется под воздействием глобальных тенденций, среди которых можно выделить ключевые: цифровизация образовательного процесса, переход от знаниевой парадигмы к компетентностной, персонализация образования, инклюзивность, внедрение новых форм учебных занятий и т. д. Перед преподавателем высшей школы стоит задача регулярного и своевременного обновления программ дисциплин, составления новых, включения в них актуальных данных, использования интерактивных форматов работы.

Высокий темп происходящих в сфере высшего образования изменений позволяет говорить о том, что профессия преподавателя становится одной из самых быстроизменяющихся, что требует от профессорско-преподавательского состава непрерывного повышения квалификации, самостоятельного обновления своих знаний,

³² Об утверждении Особенности режима рабочего времени и времени отдыха педагогических и иных работников организаций, осуществляющих образовательную деятельность: приказ Минобрнауки России от 11.05.2016 № 536. // Консультант Плюс.

постоянного отслеживания появляющихся новых данных в своей предметной области, изучения новейшей литературы.

Сфера образования является ключевым инструментом, который используется странами для борьбы на международной арене. В последние десятилетия новации в сфере российского высшего образования преимущественно были направлены на стимулирование исследовательской активности вузов и усиление международной конкурентоспособности, что существенно повлияло на изменение специфики внеучебной работы (нагрузка 2-й половины рабочего дня) академических профессионалов. Все большее значение при оценке эффективности работы преподавателя приобретает публикационная активность (индексы цитирования) и выполнение широкого спектра нормативных нагрузок (участие в НИР, привлечение грантовых средств и т. д.).

Академическая профессия является уникальной с той точки зрения, что включает в себя, как минимум, 4 профессиональных профиля: педагогический (передача знаний), научный (создание нового знания, инноваций), экспертный (более высокая сравнительная компетентность по сравнению с другими научно-педагогическими работниками) и административный (выполнение организационно-управленческих функций) [Рудаков 2021]. В академической среде все большее значение приобретает дискурс относительно универсальности преподавателя высшей школы. Со все большим расширением трудовых функций педагогических работников и увеличением нагрузки такая постановка вопроса становится актуальной.

Но мы опираемся на работы тех исследователей, которые настаивают на единстве преподавательской и научно-исследовательской деятельности академического профессионала. Впервые данная идея была сформулирована Вильгельмом фон Гумбольдтом [Аавиксоо 2018, с. 4]. Той же точки зрения придерживаются и российские исследователи А. Смоленцева, В.Т. Рудаков, Е.В. Романов, Е.Г. Шаблова и др. утверждая, что научно-исследовательская деятельность является необходимым условием эффективного преподавания. По мнению этих авторов, связь науки и практики является основным объектом деятельности преподавателей вуза. В попытке сбалансировать нагрузку преподавателей высшей школы нельзя взаимоисключать выполнение основополагающих трудовых функций преподавателя: преподавание не исключает исследование, равно как и выполнение административной работы.

Отличительной особенностью профессии преподавателя высшей школы является то, что значительную часть обязанностей профессорско-преподавательского состава невозможно квантифицировать. Исследовательская деятельность, внеаудиторная преподавательская работа, которая включает в себя подготовку учебных материалов и презентаций, складываются в «непрерывное время». Российские исследователи Р.Н. Абрамов, И.А. Груздев, Е.А. Терентьев на основе опроса 756 преподавателей высшей школы, выяснили, что академические профессионалы одной из ключевых особенностей своей профессиональной деятельности выделяют отсутствие явных границ между рабочим и личным временем [Абрамов и др. 2018, с. 136-152]. Мы можем предположить, что это связано с тем, что нагрузка 2-й половины рабочего дня преподавателя высшей школы (преимущественно научно-исследовательская работа) является проявлением творческой компоненты труда преподавателей.

Тем не менее, деятельность преподавателя высшей школы сегодня строго регламентируется требованиями федерального законодательства и локальными нормативно-правовыми актами университета. Трансформируются требования к академическим профессионалам со стороны руководства, исследователи констатируют тот факт, что преподаватели высшей школы, на сегодняшний день, не обладают высокой степенью свободы в использовании своего рабочего времени. Одним из ключевых общемировых трендов в развитии университетов, характерным и для России, выступает менеджериализм – использование в государственных и общественных институтах принципов управления, которые являются классическими для частных корпораций. Внутри вузов укрепляются

экспертные позиции менеджеров, которые разрабатывают для преподавателей системы оценки эффективности их труда, происходит прекарнизация труда, что в свою очередь, приводит к «потере академических свобод», которой преподаватели обладали в «гумбольтовской модели университета».

В условиях все возрастающих требований к профессиональной деятельности ППС в академической среде приобретает актуальность обсуждение проблемы мониторинга эффективности труда (Г Андрущак, М. Юдкевич, Р.Н. Абрамов, И. Назарова, Т.Л. Маркова и др.). Большинство преподавателей относятся к своей профессии как к призванию, характеризуя преподавательскую деятельность как отличную от простого наемного труда. Также не стоит забывать, что деятельность преподавателей имеет творческий характер и обусловлена высокой важностью внутренней мотивации.

Подводя итог отметим, что профессиональная деятельность ППС обладает рядом отличительных особенностей: наличие нескольких профессиональных профилей и разноплановость связанных с ними профессиональных задач; высокий темп изменений в профессии, потребность в постоянном обновлении знаний и повышении квалификации; творческий характер труда, невозможность квантифицирования части обязанностей профессорско-преподавательского состава и др. Современное общество предъявляет высокие требования к качеству преподавания и продуктивности научно-исследовательской работы. В этой связи, разработка систем оценки деятельности научно-педагогических кадров, которые бы включали индикаторы учебной и внеучебной деятельности преподавателей становится наиболее актуальной, именно на их основе важно создавать способы стимулирования и мотивации профессиональной деятельности вузовских педагогов.

Литература

Аавиксоо 2018 – *Аавиксоо Я.* Обеспечение качества: неортодоксальный взгляд на проблему / Я. Аавиксоо // Вестник высшей школы Alma Mater. 2018. № 6. С. 3-8.

Абрамов и др. 2018 – *Абрамов Р.Н., Груздев И.А., Терентьев Е.А.* Академический профессионализм в эпоху перемен: ролевые субидентичности и трансформация бюджетов времени // Мониторинг общественного мнения. 2018. № 6. С. 136–152.

Гозалова и др. 2022 – *Гозалова А.В., Рыжова В.С., Скачкова Л.С.* «И швец, и жнец, и на дуде игрец...»: универсальны ли научно-педагогические работники? // Управленец. Т. 13. № 5. 2022. С. 85–101.

Кирюшина, Рудаков 2021 – *Кирюшина М.А., Рудаков В.Н.* Анализ преподавательской деятельности в российских вузах: практика, принципы, тенденции // Мониторинг экономики образования: информационно-аналитические материалы по результатам статистических и социологических обследований. М.: НИУ ВШЭ, 2021. 44 с.

Кларк 2011 – *Кларк Б.* Система высшего образования: академическая организация в кросс-национальной перспективе. Пер. с англ. под науч. ред. Д.А. Александрова. М.: Изд. дом ВШЭ, 2011. 360 с.

Курбатова, Каган 2016 – *Курбатова М.В., Каган Е.С.* Оппортунизм преподавателей вузов как способ приспособления к усилению внешнего контроля деятельности // Journal of Institutional Studies (Журнал институциональных исследований). 2016. Т. 8. № 3. С. 116–136.

Рудаков 2021 – *Рудаков В.Н.* Удовлетворенность работой, карьерные стратегии и планы преподавателей российских вузов: информационный бюллетень. М.: НИУ ВШЭ, 2021. 36 с.

Дополнительные образовательные услуги
в контексте социального неравенства: постановка проблемы

Р.И. Зеленина

студентка, Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, reginazelenina@mail.ru

Научный руководитель: А.В. Кученкова

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

Аннотация. В статье рассматривается проблема социального неравенства, связанная с коммерциализацией образования и распространением услуг дополнительного образования. На основе анализа вторичных данных, автором раскрываются факторы, влияющие на укрепление социального и образовательного неравенства, связанные с рынком услуг дополнительного образования школьников.

Ключевые слова. Образовательное неравенство, теневое образование, дополнительные образовательные услуги, репетиторство

На рынке дополнительного образования для школьников наблюдается значительный рост организаций, предоставляющих услуги в этой сфере. Особенно заметно увеличение числа школ и дошкольных учреждений, которые предлагают платные образовательные услуги. Такие изменения в структуре рынка обладают явным негативным эффектом, сказывающимся на доступности дополнительного образования для детей из малообеспеченных семей [Косарецкий и др. 2020], которые становятся полностью или частично исключены из этой системы. Платность дополнительного образования не позволяет получить дополнительных образовательных возможностей слоям населения, не имеющих средств для оплаты занятий.

Одно из препятствий к получению дополнительных образовательных услуг – это отсутствие доступа к высокоскоростному Интернету. Сегодня, с увеличением доли онлайн-сегмента на рынке дополнительного образования, этот вопрос становится все более актуальным. Для рассмотрения степени охвата домохозяйств технической возможностью использования Интернета, обратимся к данным Росстата. В 2019 г. у 4,1% домохозяйств в городской местности отсутствовала техническая возможность к использованию Интернета, в то время как в сельской местности этот показатель еще выше – 13,4%. Кроме того, в городской местности 20,5% домохозяйств не могут использовать Интернет из-за высоких затрат на подключение, а в сельской местности этот показатель составляет 21,6%³⁴. Это означает, что многие люди не могут получить доступ к онлайн-курсам из дома и другим видам образовательных ресурсов, что еще больше усугубляет проблему доступности дополнительного образования.

Количество российских интернет-пользователей стремительно растет каждый год, что свидетельствует о все большей вовлеченности населения в цифровую сферу. Например, по данным международного исследовательского центра Керіос, в 2021 г. количество россиян, пользующихся интернетом, увеличилось на 4,7%, что является значительным показателем³⁵. Несмотря на этот рост, он все еще недостаточен для того, чтобы существенно сократить разрыв в доступе к Интернету между населенными пунктами. Только доступа к Интернету может быть недостаточно: для онлайн-занятий, просмотра видеороликов и выполнения заданий на интерактивных платформах необходимо высокоскоростное подключение и современные, зачастую дорогостоящие технические устройства. Дети, проживающие в регионах с менее развитой инфраструктурой, меньше вовлечены в занятия с использованием компьютерных технологий, прикладного и технического творчества. Это объясняется тем,

© Зеленина Р.И., 2023

³⁴ Информационное общество в Российской Федерации 2020: Стат. сб / Росстат. М.: НИУ ВШЭ. 2020.

³⁵ Digital 2022: The Russian Federation. Datareportal. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-russian-federation> (дата обращения 10.02.2023).

что в таких населенных пунктах у жителей, как правило, более низкие доходы, а организация занятий с дорогостоящими гаджетами вызывает больше проблем [Полякова и др. 2021].

Исследуя проблему неравного доступа к институциональным образовательным возможностям в зависимости от региона, А.Б. Захаров и К.А. Адамович [Захаров, Адамович 2020] выявили, что выбор образовательных траекторий учащихся напрямую зависит от показателей человеческого капитала, уровня дохода, урбанизации и количества образовательных учреждений в регионе. Исследование показало, что, несмотря на «формальную доступность» среднего общего образования, большие образовательные возможности доступны только учащимся, проживающим в регионах с высоким уровнем человеческого капитала. Это лишь подтверждает существующее социальное неравенство. Важно отметить, что данное исследование не рассматривает сегмент услуг дополнительного образования, но на основе имеющихся данных можно предположить, что взаимосвязь между человеческим капиталом и образовательными возможностями остается актуальной.

Распространение дополнительных образовательных услуг, согласно М. Буковски и М. Ли, создает «неравное распределение образовательных возможностей» [Bukowski, Lee 2017]. Усугубляя существующее неравенство, распространение репетиторства и других услуг дополнительного образования может быть связано с другими, более глобальными социально-экономическими тенденциями, в частности, *неолиберализмом*. Неолиберализм в образовании проявляется в применении рыночного подхода к этой сфере [Осипов 2017]. Иными словами, неолиберализм проявляется в рыночно-ориентированном подходе к образованию, переноса ответственность за качество образования с государства на индивида. Это означает, что индивиды должны самостоятельно выбирать и покупать образовательные услуги на рынке, а государство лишь обеспечивает правила игры на нём. Услуги дополнительного образования преподносятся как способ улучшить успеваемость, и, как следствие, получить преимущество на рынке труда. Как показывает исследование С.Л. Холлоуэй и П. Кирби, неолиберальная политика – не просто вопрос, контролирующийся со стороны государств; напротив, поворот к «бизнес-логике» усилил рыночные силы, которые, с точки зрения как спроса, так и предложения, теперь формируют образовательную практику способами, выходящими далеко за рамки государственного контроля [Holloway, Kirby 2019]. У рынка дополнительного образования есть и положительные стороны, и его распространение даже может сократить какие-то аспекты неравенства (по словам авторов, это относится к этническим меньшинствам), но ничего не делает для снижения общего уровня неравенства.

Стоит отметить, что значительная часть рынка дополнительного образования для школьников остается в тени, что наиболее характерно для репетиторства как сегмента дополнительных образовательных услуг. Говоря о специфике теневого образования, Д. Цвир, С. Гевен и Г. ван де Верфхорст отмечают: учащиеся с более высоким социально-экономическим статусом более вовлечены в рынок теневого образования, т.е. чаще пользуются услугами репетиторов [Zwier and etc. 2021]. Спрос на теневое образование порождает *high-stakes testing* (экзамен с важными последствиями для испытуемого), где наиболее ярким примером выступает Единый государственный экзамен, результаты которого используются при поступлении в высшие учебные заведения. Кроме того, глобализация лишь усилила конкуренцию, что, в свою очередь, привело к нарастанию тревоги среди родителей школьников, заставляя их искать способы улучшить успеваемость детей [Brau, Kobakhidze 2014]. Обращение к дополнительному образованию как способу добиться высоких результатов – глобальная тенденция, и, по словам Брэя, находит отклик во всём мире. Аналогичным образом, почти во всех странах сельские районы менее охвачены услугами теневого образования, чем городские районы. Так, репетиторство как сегмент теневого образования выполняет две основные функции: компенсацию в случае неполного усвоения школьной программы и получение дополнительных знаний для обретения образовательного преимущества во все более конкурентном мире.

Таким образом, доступность дополнительного образования для школьников связана с проблемой социального неравенства: домохозяйства, у которых отсутствует финансовая или

техническая возможность обращения к таким услугам, оказываются в неравном положении с точки зрения образовательных возможностей. Следует также учитывать социальные и экономические условия, которые определяют доступность дополнительного образования. При этом неравный доступ к образовательным возможностям остаётся актуальной проблемой как в России, так и за рубежом. Тем не менее, в перечисленных российских исследованиях изучается вопрос институциональных образовательных возможностей, когда теневой сегмент и услуги дополнительного образования в целом остаются незатронутыми, что требует более подробного изучения проблемы со стороны социологического сообщества.

Литература

Захаров, Адамович 2020 – *Захаров А.Б., Адамович К.А.* Региональные различия в доступе к образовательным ресурсам, в академических результатах и в траекториях российских учащихся // *Экономическая социология*. 2020. № 1. С. 60-80.

Косарецкий и др. 2020 – *Косарецкий С.Г., Павлов А.В., Мерцалова Т.А., Анчиков К.М.* Дополнительное образование: изменения в контексте реализуемых приоритетов государственной политики // *Мониторинг экономики образования*. 2020. № 17. С. 1-15

Полякова и др. 2021 – *Полякова В.В., Юдин И.Б., Кузина Л.С.* Вовлеченность школьников от 6 до 13 лет в практики дополнительного образования // *Мониторинг экономики образования*. 2021. № 8. С. 1-5

Bray, Kobakhidze 2014 – *Bray M., Kobakhidze M.N.* Qualities of education in a globalised world. The Global Spread of Shadow Education: Supporting or Undermining Qualities of Education. // *The World Council of Comparative Education Societies*. 2014. №11.

Bukowski, Lee 2017 – *Bukowski P., Lee M.J.* Social inequality in shadow education: The role of high-stakes testing // *American Educational Research Journal*. 2017. № 54 (2).

Holloway, Kirby 2019 – *Holloway S.L., Kirby P.* Neoliberalising Education: New Geographies of Private Tuition, Class Privilege, and Minority Ethnic Advancement // *Antipode*. 2019. № 52 (1).

Zwier and etc. 2021 – *Zwier D., Geven S., Van De Werfhorst Herman G.* Social inequality in shadow education: The role of high-stakes testing // *International Journal of Comparative Sociology*. 2021. № 61 (6).

Использование второго демографического дивиденда в эру цифровизации

Т.С. Хроленко

младший научный сотрудник, Институт демографических исследований Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН, Москва, tatkhrolenko96@yandex.ru

Г.В. Ниорадзе

младший научный сотрудник, Институт демографических исследований Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН, аспирант, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, nioradzersuh@gmail.com

Аннотация. В данной работе рассматривается понятие второго демографического дивиденда, представляющего собой совокупность социально-экономических выгод от протекающих демографических изменений в виде изменения показателей его естественного движения (сокращение смертности и рождаемости) и изменения возрастной структуры населения. Авторы работы подчёркивают роль старшего поколения, чья социальная и экономическая активность постоянно возрастает ввиду демографического старения «сверху», то есть – за счет увеличения продолжительности жизни. Привлечение работников старшего возраста к труду становится целью государственной политики, однако инициатива продолжать трудовую деятельность исходит и от самих пожилых работников.

Ключевые слова. Второй демографический дивиденд, старение населения, пенсионеры, труд, занятость, работающие пенсионеры, национальные проекты

Рост доли населения старше трудоспособного возраста является, по оценкам ООН³⁷, главной тенденцией текущего столетия, которая ставит на повестку перед мировым сообществом множество вопросов, в числе которых особое место занимает вопрос занятости пожилого населения [Harasty, Ostermeier 2020].

Одной из причин, обуславливающей важность вопроса занятости лиц пенсионного возраста, является экономическое благополучие государства. От участия пожилого населения в рабочей силе зависит показатель демографической нагрузки населения и, кроме того, пожилые люди, способные и готовые к труду, представляют собой так называемый «второй демографический дивиденд», наличие которого позитивно сказывается на налоговой системе и ВВП страны [Калабихина и др. 2018]. В этой связи возникают следующие вопросы: насколько пожилое население готово участвовать в рабочей силе? Какие инструменты могут использовать государственные и частные компании для повышения этого участия? Как повысить эффективность таких сотрудников?

Как показывают данные всемирного опроса Gallup, готовность 74% работающих пожилых работать после достижения пенсионного возраста связана не только с наличием финансовых нужд³⁸. О мотивации работать после достижения пенсионного возраста, отличной от финансовой, свидетельствуют и другие исследования. Пожилые люди не хотят бросать работу, поскольку ощущают в себе силы и возможности продолжать трудовую деятельность, испытывают потребность в занятости, стремление в сохранении активности разума, желание достигать целей³⁹. Таким образом, ответом на первый вопрос является признание факта готовности значительной части пожилых сотрудников к продолжению трудовой активности.

© Хроленко Т.С., Ниорадзе Г.В., 2023

³⁷ World Population Ageing 2019 Highlights. United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. 2019. URL: <https://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WorldPopulationAgeing2019-Highlights.pdf> (дата обращения 06.04.2023).

³⁸ Most U.S. Employed Adults Plan to Work Past Retirement Age. Gallup International, 2017. URL: <https://news.gallup.com/poll/210044/employed-adults-plan-work-past-retirement-age.aspx> (дата обращения 05.04.2023).

³⁹ Employment Extenders: A (labor) force to be reckoned with. Voya, 2023. URL: <https://www.easterseals.com/shared-components/document-library/media-room/employment-extenders-full-study.pdf> (дата обращения 06.04.2023).

Для ответа на вопрос об инструментах профессионального развития для повышения участия пожилых людей в рабочей силе и управления их эффективностью следует обратиться к современным тенденциям на рынке труда, в частности – к цифровизации навыков. Примером реализации указанного инструмента является серия обучающих мероприятий, проводимых в университетах и социальных центрах. Возможности для обучения и получения новых профессий предпенсионерами и пенсионерами для повышения их квалификации уже реализуются в США, Европе⁴⁰. В Российской Федерации идея нашла свое отражение и реализацию в рамках Национальных проектов «Демография», «Цифровая экономика», «Содействие занятости населения»⁴¹. Обучающие программы по цифровым навыкам реализуются и на базе частных компаний как на коммерческой, так и безвозмездной основе, и поступить на такое обучение могут желающие независимо от возраста (в качестве примера можно привести проект «Школа-21» от Сбербанка)⁴². Это говорит о том, что в настоящий момент для реализации трудового потенциала пожилого населения создается ряд условий, использование которых зависит от инициативы самих работников.

В заключение стоит сказать, что, по оценкам Глобальной коалиции по проблемам старения, ценность пожилых сотрудников для компаний заключается в повышенной лояльности к своим работодателям, а также в наличии богатого опыта и багажа знаний для передачи молодым работникам. Если работодатель участвует в изменении, которые происходят в жизни сотрудников, например, за счет обучения, компания получает конкурентное преимущество среди работодателей в виде повышенной лояльности соискателей⁴³ [Pai 2018].

Статья подготовлена при поддержке гранта РФФИ №22-28-01549 «Тренды и перспективы демографического старения и миграции населения в мире и России» (руководитель — доктор экономических наук, профессор О.Д. Воробьева).

Литература

- Калабихина и др. 2018 – *Калабихина И.Е., Красовская Н.И., Калмыкова Н.М.* Демографическое старение в Республике Беларусь: вызовы и новые возможности: Аналитический обзор // Поддержка реализации Национальной программы демографической безопасности Республики Беларусь: Проект. Минск: Белсэнс, 2018. 47 с.
- Narasty, Ostermeier 2020 – *Narasty C., Ostermeier M.* Population ageing: Alternative measures of dependency and implications for the future of work. ILO Working Paper 5 (Geneva, ILO). 2020. 50 p. URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/documents/publication/wcms_747257.pdf (дата обращения 06.04.2023).

⁴⁰ Policy brief. Active Ageing. UNECE. 2012. URL: https://www.unece.org/fileadmin/DAM/pau/age/Policy_briefs/ECE-WG.1.17.pdf (дата обращения 05.04.2023).

⁴¹ Проекты // Информационный ресурс «Национальные проекты». URL: <https://национальныепроекты.рф/projects> (дата обращения: 05.04.2023)

⁴² Школа 21 // Официальный сайт проекта «Школа 21». URL: <https://21-school.ru> (дата обращения 05.04.2023).

⁴³ *Pai S.* The Rise of the Silver Economy. Georgetown Business Magazine. 2018. URL: <https://msb.georgetown.edu/news-story/rise-of-silver-economy/> (дата обращения 05.04.2023).

Раздел III

Трансформация качества жизни:
культура и досуг в online обществе

Перспективы развития сетевой литературы как нового вида литературы

А.А. Амгаланова

*аспирант, Восточно-Сибирский государственный институт культуры,
Улан-Удэ, gabrieldesantaren@gmail.com*

Научный руководитель: А.В. Чебунин

*д-р филос. наук, Восточно-Сибирский государственный институт культуры,
Улан-Удэ*

Аннотация. В современном социально-гуманитарном дискурсе актуализируется проблема осмысления места и значимости сетевой литературы. В статье автор обращает внимание на проблемы определения понятий «сетевая литература» и «сетература», вопросы жанровой специфики, обращается внимание на перспективы ее развития в информационном пространстве.

Ключевые слова: информационное пространство, сетевая литература, сетература, литература будущего, художественное произведение

Современная эпоха характеризуется стремительным процессом информатизации общества, которое возникло вследствие появления глобальных телекоммуникационных компьютерных сетей, что в свою очередь привело к стремительному распространению информации, созданию новых информационных и телекоммуникационных технологий и их интеграции с технологиями мультимедиа и виртуальной реальностью. Данный процесс оказал влияние на все сферы человеческой жизнедеятельности, в том числе, и на современную культуру. В работе «Проблемы технизации культуры XXI в.» С. Иванова отметила, что:

Достижения современной техники воздействуют на искусство не только косвенно – в аспекте репродуктивности, влияющей на художественный потенциал социальной среды, – но и прямо. Они предоставляют в распоряжение художников новые материалы и инструменты, изменяют технологию, творческий процесс и самые его цели в сфере «старых» видов искусства и порождают новые [Иванова 2020].

Например, к новым видам искусства мы можем отнести направления цифрового искусства, основанные на использовании информационных технологий, результатом которого будет являться любое художественное произведение в цифровом формате. Это может быть Pixel Art, Digital Illustration, Digital Photography, Immersive Art, Digital Painting, 3D Art, Digital Music и т.д. Процесс технизации также затронул и современную литературу, вследствие чего появились следующие её виды: гипертекст в литературе, некоторые формы net.art (например, Story telling), дигитальная и сетевая литература.

Помимо этого, динамичное развитие цифровых технологий и Всемирной сети Интернет повлияло на материальную форму репрезентации большинства видов художественной культуры, в том числе, и на литературу. Например, стали появляться электронные библиотеки и архивы, расширился диапазон изобразительных и поисковых средств, помимо этого, у пользователей интернет-пространства появилась возможность опубликовать собственное художественное произведение на специализированных сайтах онлайн-журналов, форумах или изданий, в личном блоге или на странице в социальных сетях. А. Кимры в статье «Современный герой нашего времени: концепция и опыт создания сетературного романа» охарактеризовал данный процесс следующим образом:

Книжные страницы приобрели вид веб-страниц, где текст сочетается с видеорядом. Благодаря гиперссылкам текст становится многослойным, объёмным, с неограниченной глубиной рекурсии, располагается уже в многомерном пространстве координат, а его супертекстуальность умножается на порядок [Кимры 2010].

Таким образом, мы подходим к выводу, что становление и развитие интернет-пространства привело к появлению новых технических материалов и инструментов, а также к изменению технологий создания художественных произведений, что, в конечном итоге, привело к зарождению нового вида литературы, а именно – сетевой литературы или сетературы.

Задачи нашего исследования состоят в следующем: выделить и обособить жанровую специфику, особенности и компоненты сетевой литературы, как нового явления в литературе, а также рассмотреть перспективы развития литературы в цифровом формате и как в дальнейшем может измениться ее форма, и возможно ли в таком аспекте рассматривать сетевую литературу как литературу будущего.

Стоит отметить, что в литературоведческой среде до сих пор нет определенного и узаконенного понятия «сетевой литературы». В учебном пособии под редакцией С. Тиминой введено понятие «сетевая словесность». Согласно ее определению, сетевая словесность – это «экспериментальные тексты, использующие новые технические возможности, прежде всего – возможность нелинейного чтения текста с использованием гиперссылок и визуальных средств представления информации»⁴⁵ [Современная... 2011, с. 260].

В работе «Сетература: новое литературное движение?» В. Схелтйенс дает следующее описание сетературы:

...в узком смысле этого слова, под термином "Сетература" понимаются те произведения, которые возникли в Интернете, благодаря его специфическим и характерным возможностям. Именно поэтому эти произведения невозможно переместить на традиционный носитель литературы, т.е. на бумагу, потому что при этом и особенный характер, и образ произведения сильно разрушаются, и произведение вообще обесценивается [Схелтйенс, 2000].

В книге «Сетература: история, типология и поэтика русской сетевой литературы» А. Гаджиев дает следующее определение:

Сетература – основанный на использовании письменности вид творчества, конечный продукт которого может размещаться на разнесенных в пространстве узлах компьютерной сети, видоизменяться (редактироваться) во времени и быть доступным многим потребителям одновременно, также принимающим участие в этом творчестве [Гаджиев, 2012, с. 5].

Конечно, определений «сетературы» намного больше, но все они заключают в себе следующие, отличительные именно для данного термина характеристики:

- машинный метод создания и репрезентации текста;
- возможность коллективного и интерактивного творчества текстов;
- размещение литературного текста непосредственно в сети Интернет;
- наличие литературного текста.

Таким образом, мы можем прийти к выводу, что сетература – это всякий литературный текст, созданный при помощи машинного метода, часто имеющий внутренние гиперссылки, а также размещенный на специальных интернет-сайтах. Воспроизведение на бумаге текста сетературы отчасти возможно, но не представляется целесообразным.

Первым образцом сетевой литературы принято считать проект Д. Манина «Буриме» (1995 г.), прототипом которого послужила литературная игра середины XVIII в. Суть её заключалась в сочинении стихотворений на заданные рифмы. Отличие сетевой игры «Буриме» от оригинала заключается в том, что случайные рифмы выдаются посетителю интернет-сайтом. Они же (рифмы) хранятся в сетевом словаре, который могут пополнять сами участники игры. Помимо этого, посетители обмениваются между собой критикой

⁴⁵ Современная русская литература конца XX – начала XXI века: Учеб. пособие / Под ред. С.И. Тиминой. М.: Академия, 2011.

опубликованных стихотворений, дают собственную субъективную оценку, нередко разжигают конфликты и посвящают друг другу написанные стихотворения.

После успешной реализации «Буриме» Д. Манин запустил другой проект – «Сонетник» (1995 г.), который по замыслу был схож с первым. Суть его заключалась в коллективном (преимущественно анонимном) написании интернет-пользователями сонетов. При этом коллектив должен был состоять не менее чем из трех авторов. Как и в «Буриме», пользователи имели возможность ознакомиться с сонетами других авторов и дать им оценку.

Другим знаковым «произведением» сетевой литературы стал совместный проект Р. Лейбова и Д. Манина «РОМАН» (1995 г.). В отличие от «Буриме» и «Сонетников», «РОМАН» был написан в прозаическом стиле: участникам проекта (читателям и писателям) предлагалось продолжить данный авторами фрагмент текста. При этом каждая новая глава «РОМАНА» являлась продолжением любой из предыдущих, либо сюжетные линии могли быть представлены с разных точек зрения посредством динамических страниц или расширены при помощи статистических страниц. Одним из основных условий «РОМАНА» было требование не убивать его героев.

Сюжет «РОМАНА» достаточно прост: молодой человек пишет своей возлюбленной письмо, в котором он признается в своих чувствах. Оставив письмо в почтовом ящике, герой замечает на лестничной площадке девушку – свою возлюбленную, – и другого мужчину. Они целовались перед расставанием.

По словам создателей, проект «РОМАН» был создан не для того, чтобы его читать, а для того, чтобы его писать. Таким образом, авторы призывали к объединению читательского и писательского потенциалов. Примечательно, что данные проекты имеют популярность и на сегодняшний день, хотя с момента их появления прошло более 25 лет.

Дальнейшее развитие сетевой литературы получила с появлением первого (впоследствии ставшего ежегодным) сетевого литературного конкурса «Тенёта» (1996 г.). Создателем его был Д. Делицын. Одним из основных требований конкурса к работам стала их исключительная публикация в интернет-пространстве, в частности, на электронных литературных сайтах (проектах или журналах) или в личном блоге автора. Работы, ранее опубликованные на бумажном носителе к участию в конкурсе не принимались. Данный конкурс имел большую ценность в истории развития сетевой литературы: помимо объединения большинства интернет-ресурсов, посвященных литературе, к работе конкурса была привлечена реальная литература.

Следующий этап развития сетевой литературы приходится на 1996–1999 гг. С точки зрения самобытности, данный период ознаменован небывалым расцветом сетевой литературы: создаются и продвигаются персональные сайты и форумы; авторы объединяются в литературные группы, каждая из которых впоследствии будет иметь собственную культурную повестку; благодаря поддержке подобных объединений будут создаваться новые проекты, проводиться литературные конкурсы и виртуальные выставки.

Помимо проведения названного ранее сетевого конкурса «Тенёта», в 1996 г. начинает свою деятельность электронный портал «Журнальный зал», выходит первый выпуск вестника сетевой культуры – zhurnal.ru. После, в 1997 г., создается литературный сайт – «Вавилон», основной задачей которого было изучение и освещение происходящих в современной литературе процессов и изменений. Антипод «Вавилона» возник в этом же году – в качестве основных задач авторы проекта «Словесность» (на данный момент более известный как «Сетевая словесность») видели поиск новых литературных форм и создание сетевой литературы как уникального, совершенно нового явления в литературном пространстве. В опубликованных на тот момент критических и «сетеведческих» статьях авторы и участники проекта (среди них были Р. Лейбов и Д. Манин) предпринимали попытки осмыслить сетевую литературу, как новое и самостоятельное явление в литературной сфере. Поскольку большинством авторов и читателей сетевая литература воспринималась как вторичная по отношению к печатной литературе, участники «Словесности» старались

определить особенности сетературы и провести ее границы, придать данному явлению самостоятельный характер.

В 1999 г. происходит открытие первого сайта со свободной публикацией «Стихия» и блог-платформа «Живой журнал». С появлением данных проектов наступает третий этап в развитии сетевой литературы. Он характерен утратой уникальных черт сетевой литературы и «сетевым эксгибиционизмом».

Так, например, сайт «Стихия» упростил процесс публикации сетевых произведений на своей платформе: раньше, до создания данного сайта, для публикации произведения автору необходимо было создать личный сайт, либо присоединиться к одному из существующих на тот момент сетевому литературному объединению (например, к «Сетевой словесности» или «Вавилону»). Успешная реализация и популярность «Стихии» способствовали возникновению таких сайтов, как «Стихи.ру» и «Проза.ру», где к публикации допускались любые тексты без предварительной редактуры и экспертного отбора, из-за чего качественная сторона сетевых произведений заметно ухудшилась: интернет-пространство быстро наполнилось текстами самого разного, но в большей степени низкого качества.

С появлением данных проектов ценность, ориентиры и сама суть сетевой литературы были смещены, поскольку размещенный в интернет-пространстве текст перестал быть чем-то особенным и не вызывал былого теоретического интереса.

«Сетевой эксгибиционизм» достигает своего апогея с появлением первых социальных сетей (Facebook был открыт 4 февраля 2004): сетевая литература становится более массовой, доступной и публичной. Характерной особенностью стала склонность к дроблению на тесные группы по жанровым и идейным предпочтениям, внутри которых устанавливалась достаточно тесная связь между автором и читателями. Таким образом, сетевая литература при всей своей доступности обуславливала непроницаемость границ для выхода на более широкую аудиторию.

Сетевая литература была достаточно новым и перспективным направлением, однако на сегодняшний момент прорывом в области искусства она не стала, поскольку реализация первых и наиболее значимых и известных произведений («РОМАН» Р. Лейбова и Д. Манина, «Разломай станок Гутенберга» А. Ромаданова, «Драма в лесу» Г. Жердяева) с технической точки зрения имела успех, однако для традиционной литературы их исполнение осталось бесперспективным. Это объясняется тем, что данные проекты не стали жанровой моделью для развития своего направления и, что самое главное, не имели своего логического завершения (так например, главы «РОМАНА» Р. Лейбова до сих пор пишутся). Именно поэтому большинство литературоведов и литературных критиков относятся к сетевой литературе достаточно холодно – ведь данное направление может стать ключевым фактором в размытии границ между литературой как элитарным искусством и литературой как массовым искусством. Помимо этого, данные произведения известны лишь в узких литературоведческих кругах, из-за чего теоретически они практически не освещены.

В своем исследовании мы же, напротив, хотели рассмотреть перспективы сетевой литературы на сегодняшний момент, поскольку, как уже было отмечено, текст и, в принципе, образцы других современных художественных видов искусства в цифровую эпоху утрачивают свою привязку к тому или иному конкретному воплощению. На данный момент мы можем наблюдать, как текст имеет тенденцию существовать во многих медийных средах и форматах и свободно перетекать из одной среды и формата в другие. Из этого можно сделать вывод, что сетевая литература может быть воплощена не только в формате традиционного текста и создаваться и транслироваться не только при помощи машинного метода ввода. Таковы, например, произведения интерактивной литературы, т.е. литературы, в которой читатель становится непосредственным участником развития сюжета и имеет влияние на его финал. Иначе говоря, интерактивная литература является своего рода текстовым квестом – одним из жанров компьютерных игр, но в отличие от игры, где важным составляющим и ключевым элементом являются мультимедийные технологии, в интерактивной литературе главенствует художественный текст, а иллюстрации и

музыкальное сопровождение являются второстепенными и не всегда важными элементами. Помимо этого, существуют печатные произведения интерактивной литературы: «Сулажин» Б. Акунина, «Игра в классики» Х. Кортасара, роман М. Павича «Хазарский словарь» и роман Г. Гариссона «Стань стальной крысой!».

У нас есть основания относить произведения интерактивной литературы к сетевой литературе: во-первых, они создаются в интернет-пространстве; во-вторых, метод их создания – машинный; в-третьих, авторство зачастую может принадлежать группе лиц. На сегодняшний момент также создано несколько проектов, относящихся к сетевой литературе, где в качестве творца выступает компьютер: из базы данных нейросеть случайным образом подбирает рифмы, сочиняет четверостишия и небольшие стихотворения.

Таким образом, возвращаясь к вопросу о будущем сетевой литературы, необходимо сказать, что «оживить» и разнообразить жанр, возможно, помогут некоторые приемы и методы создания художественного текста интерактивной литературы. При этом еще раз отметим, что для сетевой литературы характерно использовать мультимедийные инструменты, т. е. видео- или аудио-ряд, иллюстрации и гиперссылки. Данные приемы в таком случае больше сближают сетевую литературу с другим жанром компьютерных игр, а именно с визуальными новеллами.

Впервые визуальные новеллы были разработаны в Японии в 80-90-х гг. XX в., как электронно-развлекательные издания, и являлись подвидом текстового квеста: сюжет в визуальных новеллах демонстрируется зрителю при помощи статичных или анимированных изображений, которые сопровождаются озвучиванием реплик и эмоций персонажей, а также музыкальными и звуковыми вставками. Одним из главных элементов визуальных новелл является текст, который выводится на экран поверх изображения – это могут быть как реплики персонажей, так и художественное повествование и описание игрового процесса. Таким образом, в графических новеллах гармонично соединяются литературный текст и мультимедийные техники, т. е. присутствуют два обязательных элемента – литературный и визуальный. Помимо этого, визуальные новеллы подразделяются на два типа: кинетические новеллы с линейным повествованием и игровые с нелинейным повествованием.

В визуальных новеллах кинетического типа игрок не имеет возможности повлиять на повествование сюжета. Если предоставляется выбор, то он, как правило, не влияет на финал игры – такие новеллы можно рассматривать как вариант электронных книг с визуальным и музыкальным сопровождением. Новеллы линейного типа по своей структуре схожи с интерактивной литературой, так как игрок-читатель может непосредственно повлиять на развитие сюжета и финал игры.

В статье «Визуальные новеллы как современные электронные издания в Японии, США и России» Н.А. Карсканова, И.В. Родина приведены отличительные особенности визуальной новеллы от других компьютерных жанров:

- бэкграунды – фоновые изображения, поверх которых располагаются текстовые фреймы и изображения персонажей. Анимация в бэкграунде отсутствует, изображение меняется только при смене персонажем локации;

- спрайты – картинки, изображающие персонажей, часто не анимированы, незначительно меняются только выражения лиц персонажей в зависимости от контекста и повествования;

- текстовые фреймы – прямоугольные полупрозрачные иконки с текстом, занимающие нижнюю или большую часть экрана [Карсканова, 2018].

В классических визуальных новеллах художественный текст является одним из ключевых элементов, т. е. суть таких игр заключается в чтении, а не в игровом компоненте.

Визуальные новеллы – это многочасовые текстовые истории, глубокое изучение характеров персонажей, разнообразие жанровой механики и даже наличие игровой составляющей. Покорение сердец в новеллах не главная цель, а скорее способ, метод познакомиться с выдуманном миром...

При всей важности художественного текста как одного из компонентов визуальных новелл, их нельзя отнести к жанру современной литературы или причислить к виду интерактивной литературы, поскольку повествование в рассматриваемом жанре все же остается визуальным с объединением текста внутри игрового процесса. Поэтому визуальные новеллы все-таки остаются жанром компьютерных игр, а не современной литературы.

Таким образом, мы полагаем, что возродить интерес к сетевой литературе и обогатить его в художественном и техническом планах возможно, если опираться на современные мультимедийные возможности, перенять опыт и, возможно, некоторые элементы из смежных жанров искусства.

На данный момент визуальные новеллы достаточно популярны среди подростков и молодежи, при этом, являясь продуктом массового искусства, многие произведения данного жанра имеют глубокий философско-этический подтекст, в них заложена авторская позиция о тех или иных культурных и исторических аспектах; посредством игровой составляющей пользователям прививаются моральные нормы и общечеловеческие ценности, при этом текст повествования с художественной точки зрения не является примитивным: он достаточно богат на метафоры и эпитеты, описательные вставки определенной местности помогают дополнить визуальное изображение; в прологе многих игр читателю рассказывают об устройстве мира, в котором находится его персонаж. Визуальные новеллы также могут подразделяться на традиционные литературные жанры: детектив, фантастика, сказка и т. д.

С появлением и развитием интернет-пространства, его ресурсов, освоения новых технологий и инструментов претерпевают существенное изменение формы традиционных видов искусства и зарождаются их новые направления. Всемирная виртуализация непосредственно затронула и литературное искусство, породив целое направление, которое было рассмотрено нами в данной работе.

Сетевая литература – это специфическая форма традиционной литературы, которая возникла в условиях стремительно нарастающей технологизации художественной жизни и практически неограниченной информационной свободы. Её отличительными чертами являются динамичность развития, использование мультимедийных технологий, гипертекстуальность, интерактивность и непосредственное размещение текста в интернет-пространстве. Благодаря этому процесс публикации, поиск автором своей аудитории, продвижение собственного произведения значительно упрощается. Ценность и качество сетевой литературы на сегодняшний день оценить хоть и представляется возможным, но не целесообразно, так как это относительно новое направление современной литературы, которое только начинает крепнуть и формировать свои художественно-эстетические нормы; художественные приемы и идеи находятся в процессе становления, находясь в прямой зависимости от дальнейшего развития возможностей сети-интернет. Ключевую роль в данном вопросе играет тот факт, что сетевая литература теоретически малоизученный феномен. Поэтому мнение, что сетевая литература бесперспективное направление довольно распространено: из-за открывшейся возможности любому желающему опубликовать свое произведение (лирическое или прозаическое) сетевая литература изобилует дилетантскими примерами. Однако существует достаточное количество проектов, авторитетных и крупных сайтов, которые объединяют талантливых авторов.

Сетевая литература на сегодняшний момент имеет множество новаторских проектов, также существуют авторитетные сайты, электронные библиотеки с произведениями сетевых авторов; сетевая литература продолжает развиваться, еще находится в поисках новых, устойчивых форм и произведений, которые могли бы стать шаблоном для оформления ее «классического образца». В конечном итоге, сетевая литература непосредственно связана с интернет-пространством и цифровыми технологиями, которые хоть и постепенно, но все же начинают вытеснять традиционные приемы и формы искусства.

Конечно, говорить о конце «Гутенберговской эпохи» рано, ведь существует множество примеров того, как произведения сетевой литературы оказывались в печатном виде на книжных полках («50 оттенков серого», «Мятная сказка», «Воскреснуть за 40 дней»,

«Гарри Поттер и методы рационального мышления» и т. д.) и расходились большим количеством тиража (исключение составляет книга «...методы рационального мышления», так как книга (русскоязычный вариант) была напечатана в некоммерческих целях). Также в русскоязычных фандомах иногда собирают предзаказы на печатную версию популярных фанфиков. Данные примеры свидетельствуют о том, что закат печатной эпохи еще не наступил. Интерес читателя к традиционной форме литературы еще не угас, спрос на печатный формат произведений остается и продолжает расти.

Литература

Гаджиев – *Гаджиев А.А.* Сетература: история, типология и поэтика русской сетевой литературы. Баку: Мутарджим, 2012. 76 с.

Иванов 2020 – *Иванова С.* Проблемы технизации культуры XXI века // *Historicus* – общественно-политический журнал. 2020. URL: https://historicus.ru/problema_tehnizatsii_kulturi_XXI_veka (дата обращения 04.10.2022).

Карсканова, Родина 2018 – *Карсканова Н.А., Родина И.В.* Визуальные новеллы как современные электронные издания в Японии, США и России // *Язык. Текст. Книга.* Екатеринбург: УрФУ, 2018. URL: <https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/64325/1/ltb-2018-10.pdf>. (дата обращения 05.12.2022).

Кимры 2010 – *Кимры А.* Современный герой нашего времени: концепция и опыт создания сетературного романа // *Сетевая словесность*, 24 октября 2010. URL: <https://www.netslova.ru/kimry/netroman.html#2>. (дата обращения 04.12.2022).

Схелтйенс 2000 – *Схелтйенс В.* Сетература: новое литературное движение? // *Сетевая словесность*, 18 июля 2000. URL: <https://www.netslova.ru/teoriya/werner.html> (дата обращения 05.12.2022).

Художественные музеи в культурном пространстве Москвы: вызовы современности

К.И. Тарасова

*студентка, Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, karina.tarasova.02@bk.ru*

Аннотация. В статье рассматривается положение московских художественных музеев в современном культурном пространстве. Акцентируется внимание на том, как они реагируют на внешние требования среды к изменениям, какие используют способы для привлечения посетителей и удержания их интереса и внимания. А также анализу подвергается специфика маркетинговых стратегий, используемых художественными музеями сегодня.

Ключевые слова: культура, художественные музеи, музейная деятельность, маркетинговые стратегии продвижения

Индустрия музеев сегодня стремительно развивается. Так, за последние 10 лет посещаемость музеев и выставок в Москве увеличилась практически в 1,5 раза⁴⁷. Особый интерес у посетителей вызывают художественные музеи. В рейтинге из 10 самых посещаемых культурных пространств России 6 позиций были представлены именно ими⁴⁸. Также, возрастает количество частных художественных музеев и галерей⁴⁹. Все эти показатели свидетельствуют об общем повышении интереса к искусству, а также о переоценке художественного музея как социокультурного феномена. Сегодня он является не просто местом собрания и хранения экспонатов, имеющих ценность, но и научным, образовательным и даже развлекательным центром.

Художественные музеи и галереи, встраиваясь в культурное пространство города, становятся его ценным элементом. В современном мире они не могут игнорировать трансформации в политическом, экономическом и социальном устройстве общества. «Успешный музей – музей, который является частью современности», – отметил директор Государственного Эрмитажа М.Б. Пиотровский⁵⁰. И для того, чтобы оставаться актуальными в новых реалиях, художественным музеям необходимо эффективно взаимодействовать с собственной аудиторией и привлекать новую, быть интересными для посещения и предлагать инновационные форматы взаимодействия с искусством, т. е. реагировать на вызовы современности, подстраиваться под требования среды. Эта необходимость усиливается и тем фактом, что, претерпев модернизацию, музей стал рассматриваться как более интересный и желанный способ проведения досуга⁵¹. Так, сегодня художественные музеи вошли в конкурентную среду. Их основными конкурентами являются кинотеатры, парки развлечений, музыкальные концерты, Интернет. А ещё конкуренция усиливается и в самой музейной среде.

С одной стороны, приведенные выше данные свидетельствуют о положительных тенденциях: художественный музей постепенно перестает восприниматься, как застывшее

© Тарасова К.И., 2023

⁴⁷ Музеи. Сводные данные. Статистическая информация. Портал открытых данных Министерства культуры Российской Федерации. 2022. URL: https://opendata.mkrf.ru/opendata/7705851331-stat_museum_svod#a:eyJ0YWl0iOiJidWlsZF90YWJsZS9 (дата обращения: 01.04.2023).

⁴⁸ Рейтинг посещаемости российских музеев и художественных выставок за 2021 год. Официальный сайт The Art Newspaper Russia. 2022. URL: <https://www.theartnewspaper.ru/posts/20220603-rtsk/> (дата обращения: 01.04.2023).

⁴⁹ Союз частных музеев и коллекционеров – частные музеи России. 2022. URL: <https://souzmuzeev.ru/> (дата обращения: 01.04.2023).

⁵⁰ Михаил Пиотровский: о современном музее, об актуальном искусстве. Лекции о современном искусстве. 2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Dujz5mdEWUk> (дата обращения: 01.04.2023).

⁵¹ Тренды культурного досуга: 1992-2022. Официальный сайт Всероссийского центра исследования общественного мнения (ВЦИОМ). 2022. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/trendy-kulturnogo-dosuga-1992-2022> (дата обращения 01.04.2023).

пространство, в котором скучно и неинтересно проводить свободное время. Но, с другой стороны, актуализируется проблема, связанная с необходимостью соответствовать современным представлениям и запросам аудитории. Остаются важными задачи по привлечению новых посетителей и удержанию фокуса их внимания. Соответственно, у художественных музеев появляется потребность во внедрении новых технологий по привлечению посетителей и взаимодействием с ними, в том числе и технологий, связанных с цифровой средой.

Для того, чтобы понять, какие способы привлечения посетителей и взаимодействия с ними используют художественные музеи сегодня и как они подстраиваются под изменения среды, было проведено авторское качественное исследование методом интервью. Всего было собрано и проанализировано 10 глубинных интервью. Информантами выступили маркетологи и специалисты pr-отделов, работающие в московских художественных музеях таких, как «Третьяковская галерея», «ГМИИ им. Пушкина», «МАММ», «Garage», «Музей русского импрессионизма», «Наковальня», «U Contemporary», «Artlife Fest 2022», «ГЭС-2», «Cube.Moscow». Среди перечисленных музеев 5 являются государственными, а остальные 5 – частными. Это отличие далее окажется принципиально важным.

Опираясь на суждения информантов о музейной деятельности, можно выделить несколько основных способов привлечения аудитории и взаимодействия с ней. Один из таких способов – *работа с пространством*. Речь идет не только о современном концептуальном дизайне музея, хотя это тоже не мало важный фактор, но и о том, что он, в целом, предлагает посетителям. Сегодня художественный музей – это многофункциональное культурное пространство, в котором можно удовлетворить разные потребности: выпить кофе, купить сувениры, послушать лекцию, посетить концерт, сходить на мастер-класс и даже посмотреть кино. Если раньше поход в художественный музей был связан исключительно с просмотром выставки или постоянной экспозиции, то сегодня музей может предложить посетителям гораздо более широкий спектр возможностей. Большинство московских художественных музеев работают со своим пространством и успешно используют данный способ для того, чтобы выгодно отличаться на фоне своих конкурентов. Так, музей современного искусства «Garage» славится своей библиотекой и книжным магазином. У «Cube.Moscow» отличительная особенность – магазин с сувенирной продукцией от их художницы, куда приходят, как в отдельное выставочное пространство. «Новая Третьяковская галерея» относительно недавно открыла свое кафе. Эти примеры иллюстрируют тот факт, что наличие собственной инфраструктуры внутри музея (библиотеки, кафетерия и т. д.) становится принципиально важным преимуществом. Оно, во-первых, позволяет привлечь посетителей, а, во-вторых, заинтересовать и удержать их в музейном пространстве:

Кому-то нравится кофе в музейном кафе – отлично. Придет 10 раз за кофе, а на 11-й может заглянет на выставку или купит что-то в музейном магазине (Архив автора. И. № 7, с. 11).

Второй способ привлечения аудитории и взаимодействия с ней – *либерализация музейного пространства*. Художественные музеи становятся более открытыми. Жесткие нормы и правила поведения постепенно меняются и уходят в прошлое. Становится возможным проведение экскурсий для детей в формате квестов в стенах художественного музея, проведение концертов, поэтических вечеров. Художественный музей постепенно начинает выступать площадкой для коммуникации и свободного обмена мнений. Создание такой атмосферы значительно снижает напряжение от похода в музей:

Важно снять вот это табу <...> Ну т. е. нормально чего-то не знать, ты можешь прийти, посмотреть, потрогать... Важны элементы, которые позволяют тебе снять стереотип, что в музее страшно скучно, нельзя что-то спросить и еще смотрительницы на тебя страшно смотрят. Мы стараемся сделать так, чтобы они выглядели не угрожающе, не смотрели так пристально, чтобы не смущать и не нервировать посетителей (Архив автора, и. № 2, с. 7).

Безусловно, либерализация тесно связана с работой с сотрудниками музея, с тем, какие ценности транслирует музей, и как он это делает. Однако такой подход позволяет выстроить более комфортную и доверительную коммуникацию (музей – друг) с посетителями музея.

И третий способ, который представляется наиболее актуальным и значимым в современных условиях для привлечения аудитории, – *маркетинговая деятельность* по продвижению музея. Она становится важной формой взаимодействия с посетителями. Уже не работают старые способы привлечения внимания к выставкам и музейному пространству в целом. Наличие официального сайта музея, на котором можно приобрести электронные билеты, представляется уже недостаточной мерой. Требуется новый комплексный подход, в том числе с более полным включением музея в цифровую среду, его постоянным присутствием в информационном поле. Московские художественные музеи реагируют на такие вызовы современности и используют разные маркетинговые инструменты и технологии для продвижения. Анализируя ответы маркетологов и pr-специалистов, работающих в этой сфере, было важно понять, какие стратегии продвижения они сегодня используют.

Так, можно говорить о трех основных стратегиях продвижения, используемых современными московскими художественными музеями. Они отличаются не столько по способам коммуникации с аудиторией, сколько по основным целям и специфике их реализации. Первая стратегия характерна для государственных музеев (например, «Третьяковская галерея», «ГМИИ им. Пушкина», «МАММ», «Музей русского импрессионизма»). Она предполагает комплексный, продуманный подход. Сразу задействуются разные способы продвижения: от наружной рекламы до рекламы в крупных СМИ. Важно отметить, что художественным музеям (в том числе государственным) не выделяется материальная поддержка на продвижение и рекламу со стороны государства:

Мы не можем вообще тратить деньги на рекламу. Это не входит в нашу, как бы, уставную деятельность. По идее, мы должны просто хранить объекты искусства, экспонировать их и так далее. А рекламировать мы ничего не можем (Архив автора, и. № 7, с. 7).

А значит музеи вынуждены искать средства на продвижение самостоятельно. У государственных музеев для этого больше возможностей и, зачастую, им проще найти спонсоров, поэтому они реализуют более сложные маркетинговые стратегии, охватывая разные каналы продвижения. Более того, в *государственных музеях* маркетинговая деятельность тесно переплетается с просвещением. Этот тезис хорошо иллюстрирует маркетинговая кампания для выставки «Брат Иван» в Пушкинском музее. Она совмещала в себе знакомство с картинами, путеводитель по знаковым местам в Москве, связанным с братьями Морозовыми, и непосредственно рекламу.

Я считаю, что это пример идеальной, успешной музейной рекламной кампании: она не только рекламирует, но и немножко образовывает (Архив автора, и. № 7, с. 8).

В частных музеях и галереях (Наковальня», «U Contemporary», «ГЭС-2», «Garage», «Cube.Moscow») ситуация обстоит иначе. Они, в отличие от государственных музеев, во-первых, изначально более нишевые и не имеют такую большую лояльную аудиторию. А, во-вторых, они часто выставляют современное искусство малоизвестных художников, на которое не так охотно идут:

Это просто по дефолту так. Нам с детства вбивают, каким искусство должно быть. Да, реализм проще и понятнее. А современное искусство оно больше для людей, которые не выключают свой рычаг любопытства (Архив автора, и. 1, с. 14).

Соответственно, их маркетинговая деятельность имеет другую цель – рассказать о своем существовании, проинформировать. Некоторые художественные музеи используют стратегию широкого информирования:

Мы стараемся, условно, бить по всем каналам коммуникации, максимально ярко и громко рассказывать о выставках, привлекать медийный личностей, звезд. Нам важно, чтобы люди о нас узнавали. Но, понятное дело, не в негативном ключе. Без пошлостей
(Архив автора, и. № 4, с. 6).

Для них важной площадкой становятся именно социальные сети, где они могут поддерживать постоянный контакт со своей аудиторией.

Другая стратегия частных музеев связана с формированием бренда, образа музея через обособленность и отстраненность. Такой стратегии придерживаются такие художественные музеи/галереи, как «Наковальня» и «U Contemporary». Они изначально ориентируются на узкую аудиторию молодых людей с «прогрессивными» взглядами». Основными инструментами маркетинговой деятельности для них являются социальные сети и рассылка. Ещё работает «сарафанное радио», т. е. их лояльная аудитория приглашает своих друзей, и, тем самым, формируется схожий контингент посетителей:

Мы не вкладываемся масштабно в рекламу, а работаем с нашей постоянной аудиторией. Да у нас просто не то, чтобы на это есть большие бюджеты. Но и желания особо нет. По-моему, даже здорово, когда в место притягивается «твоя» аудитория. Такая уютная, атмосферная галерея, пропитанная творчеством... С ними мы понимаем, как правильно взаимодействовать. Они, буквально, наши друзья. А небольшое комьюнити позволяет экспериментировать и выдавать более смелые, креативные и творческие решения
(Архив автора, и. № 6, с. 5).

Данная стратегия при ее достаточно позитивном описании информантом, кажется все же не столько осознанным, сколько вынужденным решением, связанным с нехваткой бюджета. Но, несмотря на это, можно отметить, что маркетинговая деятельность, реализованная в том или ином формате в зависимости от задач и имеющихся ресурсов, все же активно используется сегодня всеми рассмотренными художественными музеями.

Однако возникает вполне очевидное противоречие. С одной стороны, художественные музеи активно трансформируются в культурные пространства, которые не просто хранят предметы искусства, но и предлагают посетителям разные возможности для взаимодействия. С другой, государство до сих пор рассматривает музей как культурное учреждение старого образца, игнорируя вопрос финансирования маркетинговой деятельности. Кажется, что это противоречие, возможно, тормозит развитие художественных музеев в культурном пространстве города.

Поводя итог вышесказанному, хочется отметить, что московские художественные музеи сегодня открыты и готовы реагировать на требования внешней среды и меняться. Так, грамотное финансирование и решение некоторых других сложностей, возникающих в процессе продвижения, позволило бы музеям стать еще более интересными для посетителей, грамотно встроиться в их жизнь. А ведь рост популярности посещения музеев тесно связан с общим уровнем культуры населения.

Отношение современной молодёжи к шоплифтингу как к форме экстремального досуга

А.А. Молчанов

студент, Социально-психологический институт
Кемеровского государственного университета, Кемерово, artem_molchanov_2015@bk.ru

Научный руководитель: Н.В. Нятина
канд. социол. наук, Социально-психологический институт
Кемеровского государственного университета, Кемерово

Аннотация. Данная статья посвящена изучению отношения современной российской молодежи к шоплифтингу как к форме экстремального досуга среди онлайн-сообществ шоплифтеров. Рассматривается современный отечественный и зарубежный исследовательский опыт в изучении шоплифтинга. Поднимается вопрос о недостаточной научной разработанности данной темы в отечественной литературе.

Ключевые слова. Молодёжь, шоплифтинг, шоплифтер, экстремальный досуг, онлайн-сообщества, асоциальное поведение, магазинная кража

В современной действительности розничная торговля как место совершения магазинных краж в России занимает лидирующие позиции в мировых рейтингах преступлений и правонарушений, совершаемых в современных типах магазинов, таких как гипермаркет, Cash&Carry, мегамаркет, супермаркет, дискаунтер, минимаркет [Лебедь 2017, с. 43-45]. Современные исследователи связывают увеличение магазинных краж с деятельностью неформальных молодёжных групп, рост числа которых позволяет говорить о формировании молодёжного неформального объединения, получившего название «shoplifting» (англ. shop – магазин, lift – вынос) (далее – шоплифтинг). Основой функционирования данного объединения выступает антисоциальная практика магазинных краж, которая превращается молодыми людьми в одну из форм экстремальной активности, результатами и процессом которой можно делиться, а также получать обратную связь в тематических сообществах в социальных сетях. В связи с этим шоплифтинг начинает интересовать исследователей из различных областей знания: социологов, криминологов, психологов и т. д. [Савицкий 2015, с. 9].

Исследовательский опыт зарубежных учёных позволяет разработать разные трактовки шоплифтинга. Например, Джон Кэрролл и Фрэнсис М. Уивер трактуют его как систематически происходящее, ненасильственное деяние, подразумевающее спланированный вынос товара за пределы магазина. Однако данное определение и сам термин подверглись критике по причине игнорирования существования объединений шоплифтеров: их общественной опасности, преступной природы и глобальности. В представлении критиков шоплифтеры должны считаться опасными правонарушителями, а шоплифтинг должен выступать особой категорией организованного воровства, нуждающейся в теоретическом и эмпирическом осмыслении [Лебедь 2016, с. 199].

Так, например, в работе «The Sociology of Shoplifting: Boosters and Snitches Today» исследователь Л. Клемке выделяет ряд вопросов, с помощью ответа на которые можно наиболее эффективно выстраивать исследование шоплифтинга молодёжи, а именно:

- Кто совершает магазинные кражи?
- Какие методы используются в процессе совершения краж?
- Какими мотивами руководствуются шоплифтеры при совершении кражи?

Согласно данной точке зрения, основным моментом в практике исследований активности шоплифтеров выступает анализ социально-психологических характеристик личности шоплифтеров, на основании которых происходит формирование их объединений [Klemke 1992, p. 4-7].

Накопленный опыт зарубежных исследователей показывает, что сложно выделить типичного представителя объединения шоплифтеров. Попытка создания его социального

портрета не увенчалась исследовательским успехом. Однако имеет место классификация шоплифтеров по мотивам и опыту магазинных краж. Так, например, основным мотивом профессиональных шоплифтеров (booster) выступает доход с перепродажи краденного товара. Профессионалы чаще всего воруют премиальные товары (одежду, технику, алкогольную продукцию элитных брендов). Шоплифтеры, воруящие ради собственного пользования товаром, относятся зарубежными исследователями к любителям (snitch). Молодые шоплифтеры объединяются в группы с целью демонстрации своих способностей, а также по причине несогласия с необходимостью нормативного поведения. Еще одной значимой целью шоплифтинга выступает желание молодого человека привлечь к своим проблемам и переживаниям внимание родителей и других значимых взрослых (психологов, соцработников). Также исследователи отмечают, что некоторые подростки включаются в активность групп шоплифтеров, находясь под групповым давлением как сверстников, так и взрослых преступников, которые пользуются возможным снисхождением охраны и полиции к молодому человеку [Sennewald, Christman 1992, p. 7-12]. Американская исследовательница Р. Штейр в работе “The steal: a cultural history of shoplifting” отмечает то, что в США активность молодежных групп шоплифтеров увеличивается во время рождественского сезона, а уровень арестов во время весенних каникул. Также отмечается существование перечня «товаров риска», которые наиболее часто привлекают внимание шоплифтеров, например, алкогольная и табачная продукция, средства гигиены, канцелярские товары, шоколад, газированные напитки, чай, кофе, книги, технические средства небольшого размера [Shteir 2011, p. 93-94].

Термин «шоплифтинг» почти не представлен в отечественной криминологической, социологической и юридической литературе. Как отмечает А.Л. Лебедев, в российском уголовном праве нет ни толкования, ни квалифицирующего признака магазинной кражи. В свою очередь, специалисты в сфере торговой безопасности активно используют этот термин, под которым понимают особый вид правонарушения/преступления (в зависимости от цены украденного товара) против собственности, характеризующейся хищением товаров посетителями в местах розничной торговли. По мнению А.Л. Лебедева, особенностью шоплифтинга молодежи выступает убежденность молодых людей в том, что магазинные кражи не являются чем-то опасным, общественно вредным, поскольку они совершают хищение не у конкретного человека, а у безликой системы, которая и не заметит пропажи [Лебедев, 2020, с. 304–307].

Согласно позиции С.В. Росляковой и Е.Г. Черниковой, в нынешних условиях развития интернет-коммуникации, молодежный шоплифтинг начинает рассматриваться как масштабная не только экономическая, но и социально-культурная проблема. Относительная безнаказанность и возможность быстрого нахождения единомышленников в тематических онлайн-сообществах выступают факторами формирования и развития у молодых людей деформированного отношения к собственности. Современные шоплифтеры объединяются не столько с целью воровства, сколько на основании необходимости демонстрации украденного товара в чатах, сообществах и на форумах. Поэтому шоплифтинг как вид экстремального досуга наиболее интересен подросткам-авантюристам, которые готовы перейти черту закона ради собственного веселья и популярности среди сверстников и других шоплифтеров. В некоторых онлайн-сообществах шоплифтеров проводятся соревнования (главным критерием определения победителя выступает наибольшая сумма украденного товара). Современная молодежь, включенная в шоплифтинг, трактует его как особую “философию”, основное положение которой заключается в том, что шоплифтер является не правонарушителем, а «освободителем» товара от наценки со стороны ритейла (философия Робина Гуда) [Рослякова, Черникова 2021, с. 210-211].

Н.А. Кора и М.О. Казанцева, при изучении онлайн-сообществ шоплифтеров, указывают на существование практики, при которой опытные шоплифтеры предоставляют платные уроки магазинных краж. В процессе онлайн-коммуникации шоплифтеры обсуждают следующие темы: какие полезные инструменты взять с собой, какие товары проще пронести

через антикражное оборудование, как следует себя вести, если охрана вызвала полицию и др. Шоплифтинг становится экстремальным досугом, который ещё и приносит выгоду молодым шоплифтерам (экономия денег, заработок на перепродажи товара). Надежда на незначительное наказание или даже возможное снисхождение способствует тому, что молодые люди вступают в онлайн сообщества шоплифтеров для того, чтобы набраться опыта магазинных краж [Кора, Казанцева 2019, с. 229]. Современные исследователи отмечают, что шоплифтинг приобретает угрожающий масштаб, так как существует множество подобных онлайн-сообществ (после блокировки одного появляются несколько новых), при этом общее число участников самых популярных сообществ превышает сотню тысяч человек [Коповая 2016, с. 154].

Автором работы зимой 2023 г. было проведено пробное социологическое исследование с применением метода анкетного опроса с целью изучения отношения современной молодёжи к шоплифтингу как к неформальному объединению, активность которого сосредоточена на экстремальной досуговой практике магазинных краж. В данном опросе приняли участие 120 респондентов. В том числе 15 молодых людей, которые относятся/ранее относили себя к участникам онлайн-сообществ шоплифтеров. Для поиска представителей онлайн-сообществ шоплифтеров ссылка на опрос была размещена в таких тематических чатах шоплифтеров в мессенджере «Телеграм», как: «СПБ ШОПЛИФТ» (2373 участника), «Блог шоплифтера» (5822 участника), «Шоплифтинг по-сибирски» (1680 участников).

Участники данных онлайн-сообществ с осторожностью подходили к прохождению опроса (задавали дополнительные вопросы, которые касались как гарантии анонимности, так и последующего применения полученной информации). Отмечается высокий уровень недоверия к пришедшему извне объединению исследователю, а также высокая частота коммуникации самих участников.

Первый вопрос анкеты, исходя из гипотезы исследования, касался досуговых предпочтений молодых людей. Вопрос предполагал несколько вариантов ответа. К наиболее предпочитаемым формам досуга респонденты отнесли следующие: сидеть в интернете (71,7%), гулять с друзьями (56,7%), заниматься творчеством (38,3%), заниматься самообразованием (33,3%), заниматься спортом (19,2%). Были отмечены и другие формы: волонтерскую деятельность считают для себя досугом 11,7% респондентов, посещение вечеринок – 10%, посещение учреждений дополнительного образования – 9,2%, шоплифтинг – 7,5% (как реализуемую форму досуга отмечали только представители объединения шоплифтеров (9 из 15 человек)), сталкерство (4,2%), рисование граффити (4,2%), ружинг и паркур (1,7%). Распределение показывает, что в структуре досуговых предпочтений респондентов экстремальные формы, такие как шоплифтинг, сталкерство, рисование граффити, паркур, ружинг, не пользуются популярностью.

При ответе на вопрос «Слышали ли Вы когда-то слово “шоплифтинг”?» (предполагалось несколько вариантов ответа) данные распределились следующим образом: нет, познакомился с ним из опроса (в описании опроса было дано пояснение термина) (60,8%), прочитал в Интернете (24,2%), слышал по телевизору (11,7%), рассказали друзья/знакомые (10,8%), говорили родители (4,4%), рассказали учителя/преподаватели (4,4%). Это говорит о том, что опрошенная молодёжь практически не сталкивалась с термином “шоплифтинг”. Анкетный опрос также показал, что только 25% респондентов знают о существовании объединений шоплифтеров (чатов, каналов, форумов, групп в социальных сетях). Источники, из которых респонденты узнали об объединении шоплифтеров выглядят следующим образом (на данный вопрос отвечали только те респонденты, которые знают о существовании объединений шоплифтеров – 30 человек из 120 опрошенных): Интернет (22 человека), телевидение (4 человека), узнали от друзей/знакомых (4 человека). 11 шоплифтеров из 15 опрошенных узнали о существовании объединения шоплифтеров в Интернете.

В рамках данного опроса нам было интересно узнать о том, как респонденты относятся к шоплифтингу: отрицательное мнение о шоплифтинге имеет почти половина опрошенной молодёжи – 46,7%, скорее отрицательно относятся 24,2%, нейтральное отношение обозначили 20,8%, скорее положительное отношение выразили 5%, положительно относятся к шоплифтингу 3,3% респондентов. Из результатов ответа на вопрос следует то, что респонденты имеют в основном негативное отношение к шоплифтерам, их объединениям и экстремальной досуговой практике магазинных краж (см. рис. 1).

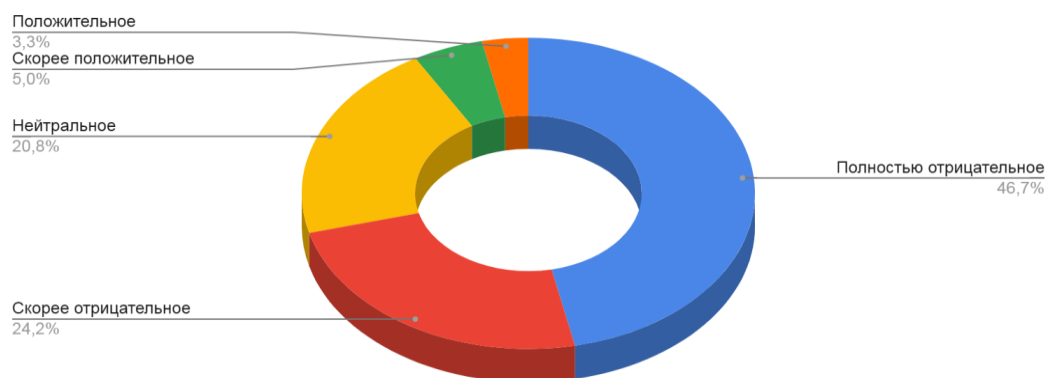


Рис. 1. Отношение респондентов к шоплифтингу (n=120, чел.)

Источник: Анкетный опрос «Отношение современной молодёжи к шоплифтингу как к форме экстремального досуга» (февраль 2023 г), n = 120–100%

Респондентами были выделены основные опасности (предлагался выбор нескольких вариантов ответа), которые, по их мнению, представляют объединения шоплифтеров для социализации молодёжи. В топ-3 вошли такие опасности, как:

1. *Создание видимости безнаказанности шоплифтеров*, которая заключается в том, что молодёжь, обращая внимание на большое количество участников онлайн-сообществ шоплифтеров, может сделать вывод, что все субъекты контроля и профилактики закрывают глаза на их активность. Данную опасность отметили 57,7% респондентов.

2. *Пропаганда асоциального поведения*, заключающаяся в том, что молодёжь может воспринять активность шоплифтеров за образец нужного для экстремального досуга поведения. Этот вариант отметили 50,8% респондентов.

3. *Игнорирование правовых норм*. Данная опасность связана с первыми двумя, так как, вследствие видимости безнаказанности и открытой трансляции активности правовые нормы, регулирующие отношения собственности, предстают перед молодыми шоплифтерами как что-то необязательное к исполнению. Опасность была отмечена 48,3% респондентов.

Респондентами были выделены и другие опасности, например, включение молодёжи в экстремальный досуг (36,7%), формирование в молодёжной среде потребительского отношения к миру (30,8%), замещение одобряемых ценностей и социальных практик (25,8%), создание иллюзии группой принадлежности к объединению шоплифтеров (13,3%). По мнению 8,3% респондентов, объединения шоплифтеров не представляют никакой опасности для молодёжи (см. рисунок 2). Из 10 человек, выбравших данный вариант ответа, 8 являются представителями сообществ шоплифтеров. Однако и сами опрошенные шоплифтеры выделили следующие опасности: создание видимости безнаказанности (4

ответа), пропаганда асоциального поведения (3 ответа), игнорирование правовых норм (3 ответа). В данном вопросе мы наблюдаем совпадение основных выделенных опасностей как у респондентов, которые не включены в шоплифтинг, так и у опрошенных шоплифтеров (см. рисунок 2).

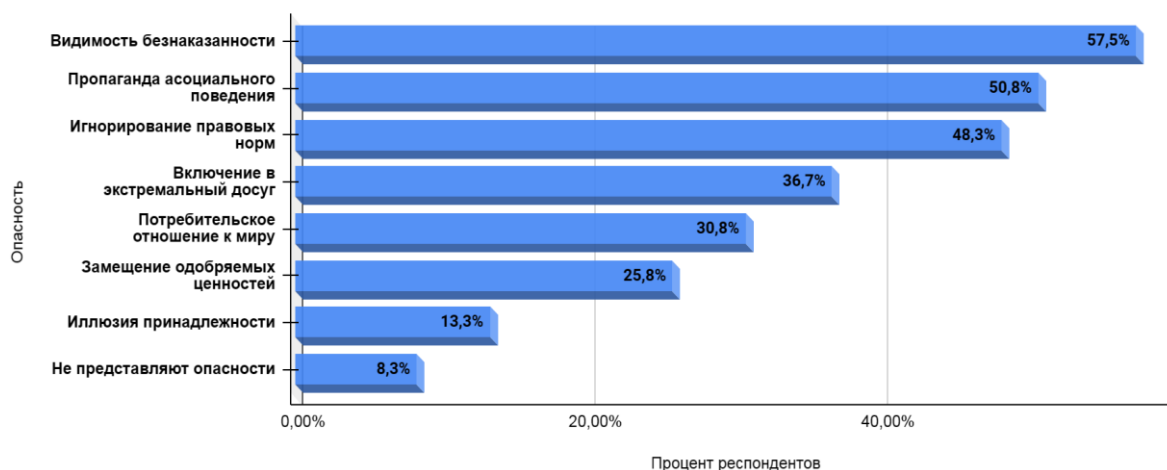


Рис. 2. Опасность объединений шоплифтеров для социализации молодёжи (не более 3 вариантов ответа) (n=120, чел.)

Источник: Анкетный опрос «Отношение современной молодёжи к шоплифтингу как к форме экстремального досуга» (февраль 2023 г), n = 120–100%

Далее респондентам был задан проективный вопрос, который предполагал несколько вариантов ответа: «Что бы Вы сделали, если бы узнали, что кто-то из друзей занимается шоплифтингом?» Распределение ответов показывает, что наиболее предпочтительными действиями будут являться:

- информирование друга-шоплифтера о возможных наказаниях (51,7%);
- предложение альтернативной формы совместного досуга (49,2%);
- информирование о негативных последствиях магазинных краж в дальнейшей жизни (45,8%).

Также отмечались и другие варианты взаимодействия: попросили бы друга не заниматься шоплифтингом в своём присутствии (32,5%), не стали бы предпринимать никаких действий (20,8%), сообщили бы родителям друга (7,5%), прекратили бы общение с шоплифтером (7,5%), начали бы заниматься шоплифтингом вместе с другом (5%), сообщили бы в полицию (1,7%). Данные показывают, что в ответах респондентов, не включенных в сообщества шоплифтеров, доминируют активные формы позитивного воздействия. Опрошенные видят необходимость информирования шоплифтеров и предложения им альтернативных форм досуговой активности. Среди позиций опрошенных шоплифтеров, наоборот, доминирующими выступают варианты ответа, предполагающие либо полное невмешательство: «ничего бы не сделал» (9 ответов), либо поощрение подобного досуга: «начал бы заниматься шоплифтингом вместе с другом» (6 ответов).

Важным пунктом исследования выступило рассмотрение спектра потребностей, которые, по мнению респондентов, реализуют молодые люди при включении в объединения шоплифтеров. В топ-3 вошли следующие потребности:

1. Потребность в демонстрации себя группе (65,8%). В среде шоплифтеров данная потребность реализуется путем выкладывания фотографий украденного товара в группы и чаты шоплифтеров, при этом основными показателями статуса

способностей шоплифтера и его положения в иерархии будут выступать общая сумма украденного товара и те способы и инструменты, которые он использовал в процессе кражи.

2. *Потребность в экстремальном досуге (60%).* Данная потребность основывается на предыдущей, так как в онлайн-сообществах шоплифтеров востребованы не только фотографии товара, но и истории о “захватывающих приключениях” шоплифтеров. В этом отношении важен не столько сам товар, сколько сам процесс шоплифтинга.

3. *Потребность в повышении самооценки (44,2%).* Самооценка шоплифтеров зависит от цены и количества украденного товара, а также от сложности применяемых инструментов.

К тому же респондентами отмечались и другие потребности, важные для шоплифтеров: принадлежность к группе (32,5%), витальные потребности (31,7%), потребность неформального общения (19,2%), потребность в самореализации (15%). 1,7% респондентов считают, что шоплифтеры не удовлетворяют никаких потребностей путем включения в объединения (см. рисунок 3). Сами шоплифтеры акцентируют внимание на том, что основной их потребностью выступает необходимость экстремального досуга (отметили 12 шоплифтеров из 15). Что подтверждает позицию респондентов о том, что данная потребность - одна из основополагающих в среде шоплифтеров.

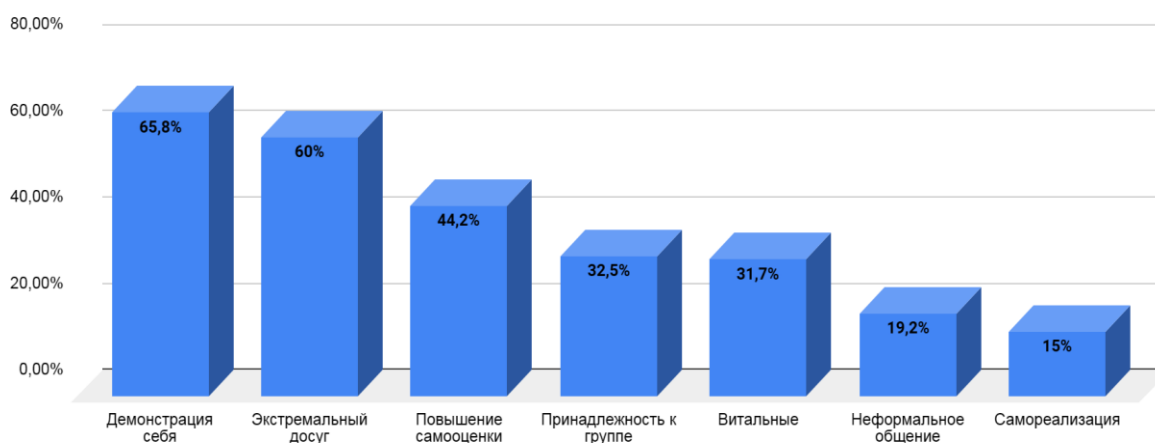


Рис. 3. Потребности, удовлетворяемые шоплифтерами, в процессе включения в объединения (не более 3 вариантов ответа) (n=120, чел.)

Источник: Анкетный опрос «Отношение современной молодежи к шоплифтингу как к форме экстремального досуга» (февраль 2023 г), n = 120–100%

Респонденты осознают существование разнообразных потребностей, которые как в отдельности, так и в своей совокупности определяют необходимость для молодых шоплифтеров включаться в активность онлайн-сообществ.

По-мнению респондентов, доминирующими причинами игнорирования молодыми шоплифтерами существующих правовых последствий являются: отсутствие осознания серьезности правовых последствий в среде шоплифтеров (64,2%), уверенность шоплифтеров в том, что их не поймают (54,2%); уверенность шоплифтеров в том, что их просто отпустят (42,5%).

Существуют и другие причины, отмеченные респондентами: шоплифтеры надеются на минимальное наказание (39,2%), мало информированы о возможных наказаниях (34,2%), считают, что накажут родителей, а не их (13,3%). В свою очередь, 12,5% респондентов отметили, что шоплифтерам не страшны наказания.

Респондентами также были отмечены субъекты противодействия развитию шоплифтинга молодежи. Результаты ответа на вопрос “Кто, на Ваш взгляд, должен

осуществлять контроль и профилактику шоплифтинга?» показали то, что семья, по мнению опрошенных, должна выступать доминирующим источником контроля и профилактики шоплифтинга молодёжи (47,5% респондентов выделили данный субъект). Также для респондентов важен и формальный контроль со стороны специализированных органов государства (комиссий по делам несовершеннолетних (28,3%), подразделений по делам несовершеннолетних (24,2%)). Другие источники, которые отмечались респондентами: ритейл (23,3%), образовательные учреждения (15,8%), СМИ (10 %) (см. рисунок 4).

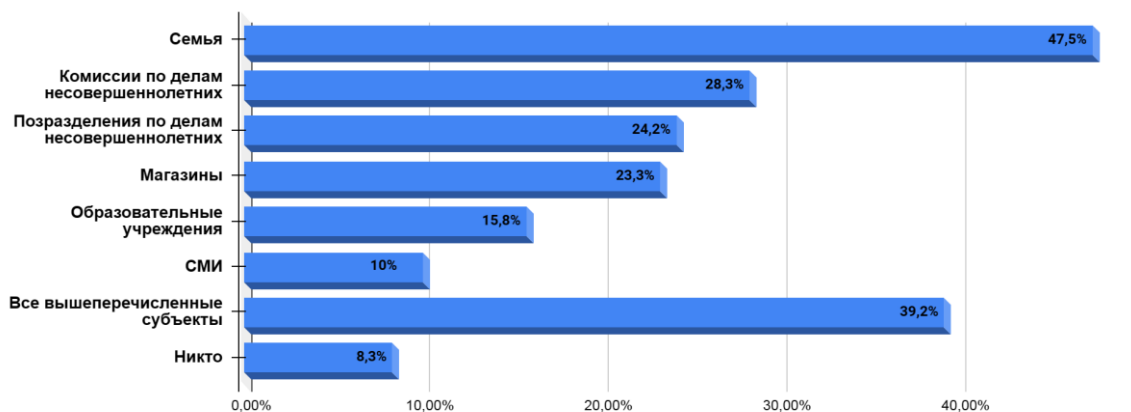


Рис. 4. Субъекты контроля и профилактики шоплифтинга молодёжи (не более 3 вариантов ответа) (n=120, чел.)

Источник: Анкетный опрос «Отношение современной молодёжи к шоплифтингу как к форме экстремального досуга» (февраль 2023 г), n = 120–100%

Наиболее интересным оказалось то, что 39,2% респондентов отметили важность комплексного подхода, при котором необходима стабильная и взаимосвязанная деятельность всех возможных субъектов социального контроля и профилактики шоплифтинга молодёжи. Вариант ответа “никто” отметили только 8,3% (при этом данный вариант ответа оказался доминирующим у участников онлайн-сообществ шоплифтеров, в которых была размещена ссылка на опрос - 10 шоплифтеров из 15).

Далее респондентам был задан вопрос о том, какие, по их мнению, меры окажутся наиболее эффективными в профилактике молодёжного шоплифтинга. Согласно результатам ответов на данный вопрос в топ-5 вошли:

- 1) ужесточение наказания за магазинные кражи (увеличить штрафы, время общественных работ, сроки ограничения свободы и т.п.) (50% респондентов);
- 2) усиление охраны и увеличение количества камер наблюдения в торговых точках (45% респондентов);
- 3) беседы родителей с ребенком о недопустимости подобного поведения (40% респондентов);
- 4) проведение в образовательных учреждениях разъяснительных бесед о последствиях наказаний в дальнейшей жизни молодого человека (33,3% респондентов);
- 5) блокировка онлайн-сообществ шоплифтеров (31,7% респондентов).

К числу мер, которые респонденты посчитали наиболее эффективными, включены как формальные, так и неформальные меры контроля и профилактики, что также связано с понимаем опрошенной молодёжью необходимости комплексного подхода к минимизации молодёжного шоплифтинга. Были отмечены и другие меры: установка на территории магазина информационных стендов о правовых последствиях шоплифтинга (27,5%), популяризация позитивных молодёжных объединений (20%), организация досуговых мероприятий на базе торговых центров (16,7%). Отметили, что никакие меры не помогут в усилении контроля и организации профилактических мероприятий 9,2% респондентов. Этот

вариант ответа отметили только представители онлайн-сообществ шоплифтеров (11 из 15 человек).

На основании результатов анкетного опроса можно сделать выводы о том, что в структуре досуговых предпочтений респондентов экстремальные формы не пользуются особой популярностью. Шоплифтинг как реализуемая досуговая практика выделяется в ответах только представителями онлайн-сообществ шоплифтеров. Это подтверждается тем, что подавляющее большинство респондентов впервые познакомились со словом “шоплифтинг” из опроса. Большинство респондентов отмечает необходимость предложения альтернативных форм досуга и информирования о них шоплифтеров, так как практически все респонденты осознают существование совокупности правовых, досуговых, культурных, ценностных и других опасностей, которые представляют онлайн-сообщества шоплифтеров для процесса социализации молодёжи. В свою очередь, среди опрошенных шоплифтеров доминирует позиция игнорирования активности подобных онлайн-сообществ. Опрошенная молодёжь, не включенная в объединения шоплифтеров, отмечает важность комплексного подхода, при котором необходима стабильная и взаимосвязанная деятельность всех возможных субъектов социального контроля шоплифтинга молодёжи. В структуру мер, которые респонденты посчитали наиболее эффективными, включены как формальные, так и неформальные меры контроля и профилактики, что также связано с пониманием необходимости комплексной работы в минимизации молодежного шоплифтинга. Респонденты осознают существование разнообразных потребностей, которые диктуют молодым шоплифтерам необходимость включаться в объединения. При этом шоплифтеры акцентируют внимание на том, что одной из основных их потребностей выступает экстремальный досуг. Понимание спектра потребностей важно для разработки мероприятий, проектов и программ, направленных на удовлетворение потребностей молодых людей нормативными и позитивными способами, чтобы отвлечь молодёжь от включения в многообразие форм экстремального и деструктивного досуга (в том числе и от шоплифтинга).

Литература

Коповая 2016 – *Коповая О.В.* Новые формы девиантного поведения подростков в современном информационном обществе // Пензенский психологический вестник. 2016. № 1. С. 148–156.

Кора, Казанцева 2019 – *Кора Н.А., Казанцева М.О.* Философия молодёжного шоплифтинга // Сборник научных трудов по материалам Всероссийской научно-практической конференции. Хабаровск: Тихоокеанский гос. университет, 2019. С. 228–232.

Лебедь 2017 – *Лебедь А.Л.* Магазинные кражи в России: направления исследования // Закон и жизнь. 2017. № 2. С. 38–46.

Лебедь 2020 – *Лебедь А.Л.* Магазинные кражи как вид экономических потерь в розничной сетевой торговле // Russian Journal of Economics and Law. 2020. № 2. С. 301–313.

Лебедь 2016 – *Лебедь А.Л.* Шоплифтинг в розничных сетях США // Сборник научных трудов по материалам Ежегодной междунар. научно-практической конф. Гатчина: Изд-во ГИЭФПТ, 2016. С. 198–204.

Рослякова, Черникова 2021 – *Рослякова С.В., Черникова Е.Г.* Современные формы девиантного поведения подростков и их социальная профилактика // АНИ: педагогика и психология. 2021. № 1. С. 209–212.

Савицкий 2015 – *Савицкий А.А.* Шоплифтинг: новые аспекты старого воровства // История и Археология. 2015. № 12. С. 3–10.

Klemke 1992 – *Klemke L.* The Sociology of Shoplifting: Boosters and Snitches Today. Westport: Praeger Publishers, 1992. 159 p.

Sennewald, Christman 2011 – *Sennewald C., Christman J.* Shoplifting. Stoneham: Butterworth-Heinemann, 1992. 180 p.

Shteir 2011 – *Shteir R.* The steal: a cultural history of shoplifting. N.Y.: Penguin Press, 2011.
256 p.

Трансформация культуры и досуга в цифровом обществе:
опыт создания виртуальных концертных залов

И.А. Михеева

*студентка, Волгоградский государственный университет,
Волгоград, miheeva.inna0660@gmail.com*

Е.Р. Речкунова

*студентка, Волгоградский государственный университет,
Волгоград, rechkunova180603@mail.ru*

А.Д. Голодова

*студентка, Волгоградский государственный университет,
Волгоград, golodova03@mail.ru*

Научный руководитель: Е.Г. Лактюхина

канд. социол. наук,

Волгоградский государственный университет

Аннотация. В статье рассматривается процесс цифровизации культуры, развитие новых услуг учреждений культуры на основе цифровых технологий. Проведен анализ содержания федерального проекта «Цифровая среда» в рамках Национального проекта «Культура», выделены преимущества и недостатки создания виртуальных концертных залов, направленных на расширение доступности культурных благ.

Ключевые слова. Национальный проект, проектная деятельность, культура, виртуальный концертный зал

В современном онлайн обществе культура и досуг переживают трансформацию. Технологический прогресс и появление новых средств связи способствуют новым формам и возможностям получения знаний, общения и развлечений. В связи с этим мы определили своей целью рассмотрение цифровизации культуры на примере внедрения виртуальных концертных залов.

Объектом нашего исследования стала цифровизация культуры. Предмет исследования – создание виртуальных концертных залов. В рамках исследования нами были использованы методы наблюдения и анализа документов.

Американский социолог Мануэль Кастельс в своей книге «Информационное общество: история, экономика, культура» повествует о информационном обществе – развитие в котором происходит совсем не так, как предыдущих типах общества. Знание теперь воздействует само на себя как главный источник производительности, знания – только источник технологии. В то же время технология позволяет совершенствовать процессы генерирования новых знаний и обработки информации.

По мнению Кастельса с возникновением нового общества преобразовываются общественные формы пространства и времени, новая культура охватывает все сферы жизни. С информационным обществом Мануэль Кастельс связывает появление идентичности, которая определяется как – способ конструирования смыслов, участвующих в процессе восприятия субъектом внешнего и внутреннего мира. Кастельс делал акцент на последствиях исключения огромной массы людей из процессов глобализации [Кастельс с. 49-53]. Национальный проект «Культура» нацелен на привлечение людей самых разных возрастов и социальных групп к культурным событиям, которые не только расширяют кругозор, но и позволяют встречать единомышленников.

В информационном обществе стало возможным посещать концерты, выставки, театры и кино онлайн. Благодаря трансляциям в режиме реального времени, можно ощутить атмосферу мероприятий, даже находясь дома за компьютером. Это удобно для тех, кто не может попасть на интересующее мероприятие, либо имеет ограничения физического характера. С возможностью удаленного общения с людьми со всего мира онлайн-общество стало мощной платформой для культурного обмена, создания новых проектов и

экспериментов в области искусства. Однако, несмотря на все преимущества, онлайн-культура не полностью может заменить реальные мероприятия и личный контакт. Важно уметь находить баланс между новыми возможностями и традиционными формами получения культурных впечатлений, обогащая свой опыт.

Национальный проект «Культура»⁵⁴ был запущен в России в 2019 г. с целью модернизации и развития сферы культуры. Основные задачи проекта включают:

- 1) содействие воссозданию и развитию культурных центров и учреждений;
- 2) развитие театральной и киноиндустрии для повышения качества культурных продуктов;
- 3) создание условий для развития библиотечного дела и книгоиздательства;
- 4) обучение и поддержка талантливых молодых людей в сфере культуры.

Ожидаемый результат проекта – улучшение качества культурных услуг, сохранение историко-культурного наследия, развитие туризма и развитие карьеры молодых талантов в сфере культуры.

Национальный проект «Культура» включает в себя направление «Цифровая среда», целью которого является создание современной и эффективной информационно-технологической инфраструктуры для сферы культуры. Это позволит улучшить доступность культурных объектов и мероприятий для граждан, повысить качество их организации и проведения, а также создать новые возможности для развития культурных индустрий.

Основные задачи направления «Цифровая среда» в рамках национального проекта «Культура»:

- 1) создание единой цифровой платформы для обмена информацией и координации деятельности учреждений культуры;
- 2) развитие цифровых музейных и библиотечных коллекций, а также digital-арт-проектов;
- 3) масштабирование цифровых технологий в комплексных проектах с использованием VR- и AR- технологий;
- 4) обеспечение доступности ресурсов культурно-массовых мероприятий через онлайн-трансляции;
- 5) обучение сотрудников учреждений культуры цифровой грамотности и использованию новых технологий в своей работе.

Цифровизация культуры в России имеет большой потенциал и помогает приобщать к культуре все больше людей. Таким примером является создание виртуальных концертных залов, которые можно рассматривать как современные культурные пространства. Виртуальный концертный зал – это онлайн-платформа, которая позволяет людям со всего мира присоединиться к концертам, выступлениям, музыкальным и культурным мероприятиям в режиме реального времени. Такие залы обычно используются для онлайн-концертов, трансляций, вебинаров, конференций и мероприятий, которые требуют организации онлайн-масштабирования.

Согласно В.Ю. Музычук [Музычук 2020, с. 50] виртуальный концертный зал можно отнести к такому направлению цифровизации сферы культуры, как «Распространение и потребление культурных ценностей и культурных благ». Цифровизация данного направления позволяет изучить: культурные ценности; виртуальное приобщение к культурным ценностям (включая онлайн-формат); технологии дополненной реальности и новые формы приобретения культурного опыта; онлайн-обучение различным видам искусства.

В виртуальном концертном зале можно смотреть живые выступления в высоком качестве, задавать вопросы и общаться с другими зрителями, чтобы создать полное

⁵⁴ Национальные проекты России: сайт. URL: <https://национальныепроекты.рф/projects/kultura/sozdanie-virtualnykh-kontsertnykh-zalov> (дата обращения 02.04.2023).

впечатление от участия в настоящем мероприятии. По мере того, как многие музыканты и артисты переходят к онлайн-концертам и трансляциям, виртуальные концертные залы становятся более популярными и удобными. Таким образом, они позволяют преодолевать географические и финансовые барьеры, виртуально «посещать» любые страны, чтобы наслаждаться музыкой и изобразительным искусством в реальном времени. В рамках реализации проекта «Цифровая среда», до конца 2024 г. будет открыто 500 виртуальных концертных залов в 500 городах Российской Федерации (по 80 залов ежегодно в 2019–2023 гг., 100 – в 2024 г.). Виртуальные концертные залы создаются для повышения доступа жителей Российской Федерации к произведениям филармонической музыки. Исследуя эту тему, мы выдвинули некоторые преимущества создания концертных залов:

1) простота доступа: виртуальный концертный зал позволяет прослушивать концерты из любой точки мира, обеспечивая публике неограниченный доступ к широкому спектру музыкальных жанров;

2) удобство: организация виртуальных концертов предполагает возможность смотреть и слушать концерты в удобное время;

3) экономическая выгода: часто билеты на живой концерт являются дорогими, в то время как виртуальный концертный зал может предоставить доступ к музыке по низкой цене или совсем бесплатно;

4) возможность участия в концертах разных музыкантов: в виртуальном концертном зале можно прослушивать выступления любимых музыкантов из разных стран, что дает возможность разнообразить музыкальный опыт;

5) возможность коммуникации: система виртуального концертного зала позволяет общаться с другими зрителями и даже исполнителями, что добавляет большой интерактивности и новых идей для взаимодействия

Смотря на этот феномен с другой стороны, можно выделить и недостатки:

1) необходимость хорошего интернет-соединения для просмотра концерта в высоком качестве;

2) ограниченность взаимодействия с другими зрителями и с артистами;

3) отсутствие атмосферы. Несмотря на попытки создать атмосферу на виртуальных концертах, они не могут передать ту энергетику и эмоции, которые ощущаются на живых концертах.

Виртуальные концертные залы уже давно существуют, но в связи с пандемией COVID-19 и запретом на массовые мероприятия они стали более популярными. Например, на Урале Свердловская филармония запустила проект виртуального концертного зала в 2009 г. [Сартаков 2011, с. 57-62].

В Волгограде первый виртуальный концертный зал появился в апреле 2019 г. на базе Волгоградской филармонии, затем в Царицынской опере, в 2020 г. – в областной библиотеке им. А.М. Горького. К началу 2023 г. в Волгоградской области работали пять виртуальных концертных залов. Виртуальные концертные залы работают круглогодично, могут предлагать различные форматы мероприятий.

Мы предполагаем, что в ближайшее время количество онлайн-концертов и фестивалей будет только расти. Виртуальные концертные залы позволяют музыкантам и артистам проводить выступления для зрителей в любой точке мира, при этом не имея ограничений на количество мест в зале. Ожидается, что такой формат в скором времени станет обычной практикой в индустрии развлечений.

У виртуальных концертных залов два основных направления деятельности – работа с «коллективным» и с «индивидуальным» пользователем. Цель работы с «коллективным» пользователем – инициирование и создание сообществ ценителей культуры. Таким образом, онлайн-трансляции и просмотры в записи объединяют людей и дарят возможность прикоснуться к искусству. Так воспитывается чувство сопричастности. Люди из отдаленных районов могут прикоснуться к тому, что так интересно, но было недоступно. Это важно и необходимо для развития культуры России в целом.

Литература

Кастельс 2000 – *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М.: ГУ ВШЭ, 2000. 609 с.

Музычук 2020 – *Музычук В.Ю.* Основные направления цифровизации в сфере культуры: зарубежный опыт и российские реалии // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2020. № 5. С. 49–63.

Сартаков 2011 – *Сартаков Я.А.* Виртуальный концертный зал Свердловской филармонии // Справочник руководителя учреждения культуры. 2011. № 11. С. 57–62.

Изучение «цифрового поведения» младших школьников
в обществе коммуникационного изобилия

Ю.С. Васильева

аспирант, Кемеровский государственный университет,
Кемерово, vasilyeva.yul@gmail.com

Научный руководитель: Е.В. Головацкий
канд. социол., наук, Кемеровский государственный университет, Кемерово

Аннотация. Публикация посвящена проблемам изучения цифрового поведения школьников младшего возраста в контексте стремительных трансформаций общества коммуникационного изобилия. Исследование выявляет значимое влияние транзитивного фактора, а также потребность в содействии профессионалов, которые должны ориентировать данную аудиторию в новой медиареальности и повысить уровень «цифровой грамотности».

Ключевые слова. Информационное общество, коммуникационное изобилие, транзитивность, младший школьный возраст, цифровизация, ценности

Для эффективного функционирования системы социально-общественных отношений требуется множество участников и элементов сопровождения. Системе необходимо разнообразие. Это и становится ключевым понятием современной коммуникативной картины мира. Исследователям социальных наук приходится формировать рефлексивное отношение новых социальных реалий, их усложняющейся динамики и наполненности.

В условиях современной коммуникативной трансформации, перманентных рисков и угроз развития, использование смартфонов становится новым опытом для обширной категории пользователей, включая младших школьников и, безусловно, их родителей. Целью статьи является исследование особенностей изучения цифрового поведения младших школьников в условиях общества коммуникационного изобилия. Также побочный эффект изучения данной проблемы может заключаться в понимании, представлении, объяснении и предсказании определенного цифрового поведения современных детей в обозримом будущем.

В исследовании предполагалась следующая гипотеза H1: на интенсивность и «качество» использования гаджетов младшими школьниками влияет транзитивный фактор. Необходимо отметить, что при проведении исследования поведения детей младшего школьного возраста следует учитывать их возрастные особенности, которые оказывают значительное влияние на получаемые и интерпретируемые данные, а также, что чаще дети находятся в системе родительских отношений и ценностей.

Вследствие структурных изменений, характеризующих наблюдаемый исследователями переход от общества коммуникационного дефицита к обществу коммуникационного изобилия, изучение «цифрового поведения» детей представляется значимым, если не решающим, поэтому должно быть пристально изучено. С изменением информационного общества и конструированием современного медиаландшафта неразрывно связаны такие обозначения как «сетевое общество» [Кастельс 2000], «общество знаний» [Drucker 1992], «общество коммуникационного изобилия» [Кин 2015], где о последнем понятии впервые упомянул профессор Сиднейского университета Джон Кин, когда описывал произошедшую в нашем веке коммуникационную революцию, продукты которой стали доступны всем.

В условиях множественности и разнообразия источников информации, ее получение и отбор вызывает необходимость в помощи профессионалов и/или родителей, которые должны ориентировать аудиторию в новой медиареальности и повысить уровень доверия к применяемым информационным ресурсам.

Благодаря недорогим и простым методам цифрового воспроизведения мы теперь живем во времена новых информационных банков и, как говорили раньше: распространения информации, внезапного и довольно заметного расширения доступа к опубликованным материалам, которые ранее были не доступны публике, либо доступны только ограниченному кругу пользователей [Кин 2015].

Множественность и динамичность развития цифровых носителей, на наш взгляд, соседствует с таким общественным феноменом, как транзитивность – переходность в переходном состоянии.

В настоящее время в исследованиях проблема влияния транзитивного фактора на поведение детей рассматривается главным образом в таких областях, как педагогика [Андреева 2018], психология [Марцинковская 2015] и др. В то же время, по нашему мнению, транзитивность проникает во все сферы социальной и культурной жизни общества, в том числе те, которые традиционно были и считаются консервативными, устойчивыми к массовым тенденциям и условиям трансформации.

В данной статье транзитивность является именно качественной характеристикой, затрагивающая проблему многомерности и стремительного развития и трансформации сознания и поведения людей (в нашем случае детей младшего возраста и их родителей по вопросу предоставляемой самостоятельности в отношении использования первыми гаджетами).

Одним из первых социологов в России, кто подробно рассмотрел и исследовал феномен транзитивности, Е.А. Тюгашев, который отметил не только «историко-временные, но и территориально-пространственные измерения переходности социального организма» [Тюгашев 2001, с. 15].

Транзитивность может определяться самыми разнообразными факторами: от численно-демографического состава населения и изменения приоритетов материального потребления до уровня образования и скорости трансформации культур.

Транзитивность формирует особую предрасположенность участников к освоению разного рода нововведений. Чем насыщеннее и динамичнее течение социально-экономических и политических процессов в обществе, тем интенсивнее люди «пропускают нововведения через себя», свою жизнь и повседневные социальные практики [Головацкий 2014, с. 133]

Взаимодействия индивидов сегодня сводятся к общению в социальных сетях, вся социальная реальность наполнена цифровыми коммуникациями, современные средства массовой коммуникации (СМК) не просто трансформируют человеческие отношения, но практически разрушает их, переводя в виртуальность. Вследствие этого под вопросом оказывается сама личностная идентичность и механизмы ее формирования. Подчеркивая двойственность процесса индивидуализации, Зигмунт Бауман в его работе «Индивидуализированное общество» пишет:

...мы являемся индивидами *de jure*, независимо от того, являемся ли мы ими *de facto*: решение задач самоопределения, самоуправления и самоутверждения становится нашей обязанностью, и все это требует от нас самодостаточности независимо от того, имеем ли мы в своем распоряжении ресурсы, соответствующие этой обязанности. Многие из нас индивидуализированы, не будучи на деле личностями, и еще больше таких, кто страдает от ощущения, что пока не доросли до статуса личности, позволяющего отвечать за последствия индивидуализации [Бауман 2005].

Возникающая в результате социальная неопределенность и возрастающие риски подрывают ментальную безопасность личности. З. Бауман, понимал индивидуализацию как потерю определяющего влияния прежних форм социальной жизни, и связывает ее, как это ни парадоксально, именно с деперсонификацией. Современное общество характеризуется стремительным усложнением общественно-политических процессов, и в то же время становится все более фрагментированным и человек неизбежно попадает под влияние всех этих процессов. З. Бауман массовому обществу противопоставляет индивидуализированное, отмечая, что в этом обществе происходят:

...утрата человеком контроля над большинством значимых социальных процессов; возрастающая в связи с этим неопределенность и прогрессирующая незащищенность личности перед лицом неконтролируемых ею перемен; наконец, возникающее в таких условиях стремление человека отказаться от достижения перспективных целей ради получения немедленных результатов, что в конечном счете приводит к дезинтеграции как социальной, так и индивидуальной жизни [Бауман 2005].

Особенно отчетливо определяется возросшее значение развлекательного контента, и современные исследователи описывают все больше новых компонентов в медиасистеме, так как, например, компьютерные игры или шоу-бизнес. В современной литературе мы можем встретить разные названия этой системы: «индустрия содержания» [Picard 2002], «креативная индустрия» [Hesmondhalgh 2012], «индустрия СМИ и развлечений» [Vogel 1999], «культурная индустрия» [Хоркхаймер, Адорно 1997].

Коммуникационные технологии – это платформа, которая не только позволяет активизировать социальные взаимодействия и выводить их в новое направление, но и ведет к радикальной перестройке самой реальности, которая начинает быстро меняться (по сравнению с предыдущими типами общества), впитывая новейшие цифровые технологии. Интернет-технологии являются основой формирования специальной виртуальной реальности. Процесс виртуализации породил построение и восприятие феномена «цифровое пространство», что раскололо социальное пространство на объективную реальность и виртуальную, которая не ограничена фактически ничем, кроме несовершенства технологии.

Мировая компьютерная сеть – надежный помощник современного человека, выполняет множество функций, которые способствуют свободе обмена информацией, доступности, открытости глобальной сети. С одной стороны, новые информационно-коммуникационные технологии расширяют человеческие возможности, с другой стороны – новые медиа, благодаря их влиянию на общество в целом, влияют на каждого человека индивидуально, формируя определенные стандартные эмоции или одно и то же мнение разных социальных лиц о проблемах и событиях.

Е.М. Николаева и С.С. Федченко описывают в контексте информационного общества человека, в первую очередь, как избирательного пользователя [Николаева, Федченко 2016]. Однако нужно уточнить, что его избирательность и рациональность ограничены механизмами массового сознания.

Сегодня пользователям младшего возраста в основном не нужно искать источники информации и анализировать их самостоятельно. Обычно они ограничиваются интернет-ресурсами, фокусируются на способе представления информации, тем самым сводят к минимуму собственные интеллектуальные и критические способности. Главная опасность заключается в том, что они не осознают свою несостоятельность в вопросах оценки качества потребляемой информации.

Если рассматривать интернет-коммуникацию, то этот вид массовой коммуникации имеет ряд преимуществ. Например, здесь каждый независимо от возраста имеет равные права и инструменты для самовыражения. В то же время личные качества и навыки общения (автор подразумевает навыки письменной и компьютерной грамотности) становятся основными факторами социальной эффективности в виртуальной среде. Однако как показывает включённое наблюдение на протяжении 6 месяцев, младшие школьники не обладают необходимыми знаниями в силу возрастных особенностей и недостаточным уровнем образования.

Автор исследования отмечает снижение тревожности, связанной с рядом коммуникационных барьеров, влияющие на характеристику коммуникационных партнеров, выраженными во внешнем виде, такими как их стиль одежды или степень внешней привлекательности. Помимо этого, анонимность виртуальной коммуникации обеспечивает большую свободу взаимодействия, расширяет диапазон развития потенциальных форм личности.

С приходом новых цифровых технологий человек, несомненно, значительно расширил границы своей свободы, но вместо того, чтобы освободиться от влияния внешних факторов и выразить себя, он впадает в еще большую зависимость от технологий. Именно эта другая сторона свободы самовыражения и анонимности заключается в том, что дети еще больше «теряются», их личность строится в соответствии с шаблонами, принятыми в интернет-среде. Ребёнок, пытаясь подражать, приобретает маргинальные черты: он теряет свою прежнюю идентичность, и есть обоснованный риск застыть в этом состоянии, не приобрести новую.

Коммуникативное пространство в массовом обществе растет и уплотняется, информации становится все больше, но при этом общение с другими людьми уменьшается. В основном коммуникация формируется посредством социальных сетей, существенно уменьшая значение межличностного общения.

Большинство опрошенных родителей выказывают опасение, что с помощью виртуальной коммуникации их подростки дети могут в будущем таким образом заполнять дефицит прямой эмоциональной межличностной коммуникации.

Авторы теории «общества риска» Ульрих Бек и Энтони Гидденс убеждены в том, что сегодня люди подвержены различными социальными и технологическими опасностями, указывают на невозможность взять под контроль вероятные риски. Бек пишет:

Наше общество остаточного риска стало обществом без гарантий, оно не застраховано, и парадокс в том, что защищенность убывает по мере роста опасностей [Бек 1994, с. 165].

Гидденс так же подтверждает, что

...в условиях современности как для обывателей, так и для экспертов-специалистов в какой-либо области мыслить в понятиях риска и оценки риска стало более или менее постоянным занятием, отчасти даже незаметным [Гидденс 1991, с. 119].

Несмотря на различные прогнозы предстоящих трансформаций, благодаря социальной солидарности, активному участию родителей, проявлению творческого потенциала педагогов, научение детей младшего школьного возраста грамотному и безопасному поведению в цифровой среде может проходить плавно и безконфликтно, хотя мы наблюдаем множество противоречий.

Несомненно, каждый человек переживает свою собственную, индивидуальную уникальность глубоко внутри себя, но формирование личности и реализация своего потенциала возможны только в процессе общения и сотрудничества с окружающими людьми. В подобной ситуации ребёнок вполне может действовать сознательно, целенаправленно выбирать определенные манеры поведения, но в то же время он полагается не только на свой уникальный личный опыт, но и на систему ценностей родителей. Современный ребёнок, чтобы сохранить свою индивидуальность, должен приложить гораздо больше усилий. В нынешней культурной ситуации у него фактически нет ограничений, напротив: современный мир постоянно подталкивает ребенка формировать (спорно утверждение насколько самостоятельно) свои желания и потребности.

Именно разнообразие источников информации и ответственный подход к донесению адекватной информации способствуют развитию свободных и независимых личностей и делает социальные ассоциации сильнее. Многообразие индивидуальности не только защищает от влияния извне и навязывания потребительских шаблонов, но и предполагает возможность конструирования тесных социальных связей между людьми.

Цитируя Джона Кина, напомним, что «нужно проявить определенную осторожность, поскольку, повторим еще раз, изменения, вызванные сетевыми трансформациями, не являются плодом одного лишь технического развития. Часто забывают то, что должно быть самоочевидным: происходящие изменения были запущены комплексом технических и человеческих причин, включая радикальные трансформации общественно- социальных

структур. Когда произошла «цифровая» революция, ознаменовавшая коммуникационное изобилие, вся медийная инфраструктура, посредством которой производятся и распространяются смыслы, стала еще более сложной и запутанной» [Кин 2015], автор может утверждать, что теперь она выглядит более хаотичной и фрагментированной, поэтому профессиональный подход к научению детей ориентироваться в цифровом пространстве сегодня – это, помимо всего прочего, один из основных направлений образовательной деятельности, поддерживающих определенную стабильность системы.

Определенно существенное влияние на поведение младших школьников в цифровой среде осуществляют новая система ценностей и новейшие познавательные и практические приоритеты, обусловленные трансформацией медиакультуры, возникновением новых информационных практик, изменением информационного пространства современного социума, но в первую очередь, исследователям стоит отметить ту существенную роль, которую играет авторитет родителей, а также их позиция в отношении использования гаджетов.

Рассмотренная проблема изучения поведения младших школьников и стоящий за ней феномен транзитивности, находясь, по сути, на начальной стадии своего последовательного социологического рассмотрения и анализа, что рождает наличие довольно свободных трактовок и интерпретаций исследователями. Данное исследование представляется хотя и закономерным, обусловленным «постановочным» статусом проблемы «грамотного» цифрового поведения, требующим последовательными корректировками и дополнениями, поскольку сегодня младшие школьники стремительно осваивают гаджеты и сопутствующее программное обеспечение, с легкостью ориентируются не только игровом пространстве, но и в развивающих и обучающих платформах, а так же потребляют невероятное количество разнообразных видов информации и используют различные виртуальные способы общения.

Литература

Андреева 2018 – *Андреева А.Д.* Транзитивность образовательной среды современной российской школы как психолого-педагогическая проблема // Научный диалог. 2018. № 4. С. 295-305.

Бауман 2005 – *Бауман З.* Индивидуализированное общество / Пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Логос, 2005. 390 с.

Бек 1994 – *Бек У.* От индустриального общества к обществу риска // THESIS. 1994. Вып. 5. С. 161-168.

Гидденс 1994 – *Гидденс Э.* Судьба, риск и безопасность // THESIS. 1994. Вып. 5. С. 107-134.

Головацкий 2014 – *Головацкий Е.В.* Транзитивный фактор ресурсообеспечения политических нововведений // Вестник КемГУ. 2014. № 2 (58). С. 133-136.

Кастельс 2000 – *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. М.: Высш. шк. экономики, 2000. 608 с.

Кин 2015 – *Кин Дж.* Демократия и декаданс медиа / Пер. с англ. Д. Кралечкина; Под науч. ред. А. Смирнова. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. 312 с.

Марцинковская 2015 – *Марцинковская Т.Д.* Современная психология – вызовы транзитивности // Психологические исследования. 2015. Т. 8. № 42. С. 77–96.

Николаева 2016 – *Николаева Е.М.* Избирательный пользователь в Интернет пространстве как носитель производной субъектности / Е.М. Николаева, С.С. Федченко // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2016. № 1 (46). С.128-134.

Тюгашев 2001 – *Тюгашев Е.А.* Философия и право в транзитивном обществе: гендерная перспектива // Социальные взаимодействия в транзитивном обществе. Новосибирск, 2001.

Хоркхаймер, Адорно 1997 – *Хоркхаймер М., Адорно Т.* Диалектика Просвещения: Философские фрагменты / Пер. с нем. М. Кузнецова. СПб.: Медиум: Ювента, 1997. 312 с.

Drucker 1992 – *Drucker P.* The Age of Discontinuity. New-York: Routledge. 1992. 420 p.

Hesmondhalgh 2012 – *Hesmondhalgh D.* The Cultural Industries. L.: Sage, 2002. 290 p.

Flew 2012 – *Flew T.* The Creative Industries. Culture and Policies. L.: Sage, 2012. 232 p.

Picard 2002 – *Picard R.* The Economics and Financing of Media Companies. N.Y.: Fordham University Press, 2002. 270 p.

Vogel 1999 – *Vogel H.* Entertainment Industry Economics: A Guide for Financial Analysis. N.Y.: Cambridge University Press, 1999. 723 p.

Цифровой человек: опыт идентификации студентов РГГУ

А.С. Чичурина

студентка, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, anna.chichurina@yandex.ru

Е.С. Шишулина

студентка, Российский государственный гуманитарный университет,

Ю.К. Мардашкина

выпускница Российского государственного гуманитарного университета, Москва, yulia.mdhn@gmail.com

Научный руководитель: Г.К. Уразалиева

к. философ.н., Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье рассматривается понятие «цифровой человек» в условиях цифровизации общества. Выявляются мнения студентов относительно определения «цифрового человека», произведен анализ его положительных и отрицательных характеристик, а также характеристики самоидентификации студентов себя как таковых

Ключевые слова. Цифровизация, Интернет, цифровой человек, “native speakers”

Введение. Обзор литературы.

Современный мир уже нельзя представить без информационных технологий и интернет-коммуникаций. В постоянно развивающемся мире неудивительно, что люди приспособляются под новые реалии. В 21 веке, в веке высоких технологий и коммуникаций, на первый план выходят цифровые технологии, а человек превращается в цифрового. По мнению Е.Е. Елькиной: «Цифровая реальность формируется в процессе широкого использования цифровых технологий в различных сферах жизни общества, в результате цифровых революций. Источники ее генезиса – мобильный интернет и цифровая культура» [Елькина 2020, с. 59]. Таким образом, в цифровой реальности большое внимание уделяется гаджетам и тому, какое влияние они оказывают на современного человека. Отправной точкой всей значимости цифровой реальности является цифровизация. По мнению Т.А. Герасимовой, определение цифровизации лежит в рамках «процесса, включающего внедрение и использование инновационных технологий, а также принципы цифровой экономики в контексте социально-экономической жизни общества, сопровождающейся абсолютной автоматизацией, роботизацией и внедрением искусственного интеллекта» и как «создание и применение современных систем, технологий и инструментов в целях повышения эффективности управленческих решений и предлагаемых услуг» [Герасимова 2019, с. 310]. Хомякова С.С. определяет цифровизацию как процесс внедрения цифровых технологий во все сферы жизнедеятельности, который меняет подход к использованию, хранению и передаче информации [Хомякова 2019, с. 9].

Таким образом, именно процесс цифровизации оказывает прямое влияние на все общество, переводя его на новый цифровой уровень, где на первый план выходят люди и их цифровые возможности и навыки. Можно говорить о том, что Интернет и цифровая культура формируют цифрового человека. В данном отношении, молодежь является той уникальной социально-демографической группой, которая больше всего взаимодействует с интернет-технологиями и использует их на постоянной основе. По данным ВЦИОМ, большинство (72%) молодых людей в возрасте 18-24 лет тратят на общение в социальных сетях и мессенджерах более трех часов в день⁵⁷. Именно поэтому основной исследовательский вопрос данной работы выяснить, как сама молодежь определяет для себя «цифрового человека» и соотносит ли себя с его определением.

© Чичурина А.С., Шишулина Е.С., Мардашкина Ю.К., 2023

⁵⁷ Медиапотребление и активность в интернете. Официальный сайт ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotrebienie-i-aktivnost-v-internete> (дата обращения 26.03.2023).

Впервые термин «цифровой человек» (или схожая терминология Digital Natives) употребил писатель и популяризатор технологий обучения и просвещения Марк Пренски. В своей статье “Digital Natives, Digital Immigrants” 2001 г. данным термином он определил студентов 2000-х гг. обучения. По его мнению, цифровой человек – некий коренной житель («native speakers»), обитатель цифрового общества, века цифровых технологий [Prensky 2001, p. 1]. В его понимании студенты 2000-х гг. представляли собой новое поколение людей выросших в век высоких технологий, которые оказывали непосредственное влияние на их социальную жизнь. По словам Пренкси, в результате непрекращающегося информационного потока и постоянного нахождения в интернете современные студенты думают и обрабатывают информацию фундаментально иначе, чем их предшественники. И именно по этим причинам их следует идентифицировать как цифровых людей (цифровых аборигенов) или «native speakers» (носители языка, коренные жители), которые говорят на цифровом языке технологий (компьютеров, видеоигр и интернета). Тех людей, которые не обладают данными навыками и являются не приспособленными к сложившимся цифровым реалиями, по каким-то причинам, он обозначил как «digital immigrants» (цифровые иммигранты) [Prensky 2001, p. 2]. Соответственно, «native speakers» обладают существенными преимуществами в отличии от «цифровых иммигрантов». Как пишет Пренкси, во-первых, цифровые аборигены привыкли получать информацию очень быстро, для них нет никакой сложности в использовании цифровых технологий. Во-вторых, они привыкли к многозадачности и могут параллельно выполнять несколько задач. В-третьих, они воспринимают визуальную информацию, такую как графики, лучше. В-четвертых, они легче взаимодействуют в сетевом пространстве. В-пятых, они успевают больше, за счет частных вознаграждений и поощрений. В-шестых, они предпочитают игры «серьезной» работе. Все перечисленные преимущества выводят «цифровых людей» на ступеньку выше, чем «цифровых иммигрантов», которым приходится подстраиваться под те технологии, которые они еще не до конца понимают. Таким образом, по мнению Марка Пренски цифровой человек – человек, родившийся в цифровую эпоху, который от рождения приспособлен ко всем изменениям в цифровой среде и обладает неоспоримыми преимуществами над теми людьми, которые родились до эпохи цифровизации.

В настоящее время цифровой человек все также доминирует в цифровом и социальном плане. По мнению С.С. Тихоновой, «Цифровой человек (Homo digital) – актер сетевого общества, способный слабо предсказуемо влиять на общее направление технологического развития» [Тихонова 2019, с. 287]. Философ Л.Н. Соловьева считает, что «Цифровой человек – некий набор признаков сетевого субъекта, который зафиксирован в электронном виде» [Соловьева 2018, с. 41]. В рамках данной статьи, при определении термина цифрового человека хотелось бы остановиться на определении Марка Пренски, однако с некоторыми дополнениями. По мнению авторов статьи, цифровой человек – человек, родившийся в цифровую эпоху, который от рождения приспособлен ко всем изменениям в цифровой среде, который погружен в цифровой мир с головой и знает каждое его направление. Цифровой человек обладает рядом цифровых преимуществ, которые упрощают его цифровую и социальную жизнь.

Методология исследования

Эмпирическую базу данной статьи составляют результаты авторского социологического исследования с применением методики контент-анализ по эссе «Цифровой человек». Эссе «Цифровой человек» дается в качестве домашнего задания Г.К. Уразалиевой, доцентом кафедры ТИС СФ РГГУ для студентов всех форм обучения, где она читает курсы «Социология» для несоциологов, «Этносоциология» и «Методика преподавания социологии». Оценивается работа в 10 баллов за факт сдачи работы, не оценивается содержание, тут студенты имеют полную свободу самовыражения. Написанные эссе размещаются в публичном пространстве на блоге «Сетевой человек», который, как

виртуальная учебная лаборатория открыт автором в 2011 году⁵⁸. База эссе собрана с 22 сентября по 23 ноября 2022 года. В ходе анализа было прочитано 120 эссе на предложенную тему. Эссе написали студенты, обучающиеся по следующим направлениям: социология маркетинга, политика связей с общественностью (полит пиар), клиническая психология Институт психологии РГГУ. Данные студенты учатся на очной и заочной форме обучения, с 1 по 5-й курс.

Основные полученные результаты

При написании эссе все студенты излагали свои мысли по трем вопросам: «Цифровой человек – это...»; «Какие характеристики присущи цифровому человеку?» и «Являетесь ли вы таковым?».

Отвечая на первый вопрос, выделились шесть групп наиболее часто встречающихся ответов. 28,7% упоминаний приходится на ответ о том, что цифровой человек – это тот, кто использует цифровые технологии и платформы; 23,8% - человек поколения цифровизации (родившийся после информационной революции); 14,7% - человек, который обладает навыками пользования Интернетом; 8,2% - все те, кто используют технологии ради удобства (не обязательно принадлежащие к определенному поколению); 5,7% - человек, который проводит больше времени в виртуальном мире, чем в реальном; 4,9% - человек, на которого оказывает влияние Интернет. Таким образом, суммируя ответы студентов, можно сказать, что цифровой человек – это тот, кто использует цифровые технологии и платформы с самого рождения или тот, кто уже во взрослом возрасте приспособился к современным тенденциям развития общества, такой человек проводит большое количество времени в Интернет-пространстве, оказывающим непосредственное влияние на него.

Отвечая на второй вопрос, было выделено большое количество характеристик, все они были разделены на положительные и отрицательные. Положительных характеристик как таковых было выделено больше, чем отрицательных, однако, количество и частота повторений отрицательных характеристик в ответах студентов больше. Так, всего было выделено 12 положительных и 9 отрицательных характеристик, при этом, процент повторений положительных характеристик составляет 45,1%, а отрицательных – 54,9%.

К положительным относятся 12 основных характеристик цифрового человека:

15,3% упоминаний приходятся на ответ о том, что цифровой человек обладает быстрым мышлением и способностью к быстрой обучаемости: «Его мозг крайне адаптивен, и я считаю это одно из главных преимуществ нашего поколения» [А.Х., социологический факультет, 5 курс]; «Это человек, легко воспринимающий любые изменения, происходящие в мире и способный органично вводить в свою жизнь современные новшества» [Ева Б., клиническая психология, 1 курс]; «Быструю обучаемость (цифровой человек умеет быстро и легко находить необходимую информацию, просматривать большое количество источников, но важно отметить, что качество обучаемости в таком формате часто страдает)» [Евгения Ш., социологический факультет, 4 курс]; «У цифрового человека гораздо быстрее работает мозг и мыслительный процесс из-за постоянной обработки большого объема различной информации, его действия и реакции тоже происходят быстрее» [Мария Ш., клиническая психология, 1 курс].

Цифровой человек познает большое количество знаний и обменивается этой информацией (7,6%): «Человек способен заниматься саморазвитием бесконечно глубоко. Образование, информация, ответы на большинство вопросов совершенно бесплатно лежат и ждут вас в интернете» [Дарья В., клиническая психология, 1 курс]; «Благодаря, в первую очередь, интернету, человечество достигло такого уровня обработки информации,

⁵⁸ Сетевой человек – Homonetworks. Авторский блог Г.К. Уразалиевой. Официальный сайт Blogger.ru. URL: <https://gulshaturazalieva.blogspot.com/2022/09/digital-human-h-omo-digital.html#comment-form> (дата обращения: 26.03.2023)

что её колоссальный объём ужасает и впечатляет, а поиск и распространение происходят просто с невероятной скоростью» [А. Л., социологический факультет, 5 курс]; «Люди каждый день общаются в социальных сетях, мессенджерах, перекидываются смайликами или просматривают короткие видеоролики в Тик-Токе» [Анна Ч., социологический факультет, 4 курс].

Цифровой человек знает и умеет больше, чем другие (5,3%): «Владение информационными технологиями становится неотъемлемой частью жизни современного человека. Информационные технологии упрощают нашу жизнь и делают ее более быстрой и удобной, благодаря электронному прогрессу, люди, живущие в нынешнем мире, научились удовлетворять практически все свои желания и потребности» [Юлия К., социологический факультет, 4 курс]; «В профессиональной сфере и в современной жизни, в целом, цифровой человек имеет некоторые преимущества перед теми, кто не причисляет себя к таковым, ведь именно к такому человеку другие люди станут обращаться за помощью, ведь он будет тем, кто все узнает одним из первых» [Ева Б., клиническая психология, 1 курс].

Цифровой человек легко владеет навыками поиска и обработки информации и работы с электронными ресурсами (5,3%): «Это новый вид человека, способный найти любую информацию за кратчайшее время, исчисляющееся секундами» [Аделина К., социологический факультет, 5 курс]; «Такому человеку легко даётся взаимодействовать с разным родом техники, она не вызывает у него дискомфорта» [Мария П., клиническая психология, 1 курс]; «Цифровой человек, по моему мнению, это тот, кто умеет рационально использовать ресурсы, предлагаемые сетями интернета, и не теряется в пространстве, с головой заполненном информацией, умеет пользоваться современными технологиями и свободно использует их средства» [Валерия С., клиническая психология, 1 курс].

Цифровой человек всегда находится на связи, оставляет «цифровые следы» в Интернет-пространстве (5,3%): «Данный термин подразумевает человека, который постоянно проводит свое время в социальных сетях и мессенджерах и который находит свой досуг на просторах интернета» [Ксения Б., клиническая психология, 1 курс]; «Помимо работы одной из весомых частей жизни любого человека является общение и поддержание контакта с друзьями, родными, близкими. В нынешнее время различные мессенджеры помогают это успешно обеспечить, поскольку социальные сети значительно экономят время и помогают всегда оставаться на связи» [Вероника К., социологический факультет, 4 курс]; «Можно выделить то, что мы можем общаться с людьми, которые живут далеко, через социальные сети, смотреть фотографии друг друга, общаться по видеосвязи» [Анна Ц., клиническая психология, 1 курс].

Цифровой человек открыт новым технологиям и идеям (1,7%): «Сделать наше население цифровым помогли такие великие люди как Марк Цукерберг (Главный исполнительный директор Facebook), Стив Джобс (Один из основателей и СЕО киностудии Pixar Apple), Билл Гейтс (Один из создателей и бывший крупнейший акционер компании Microsoft). Они создали крупнейшие «корпорации», выполняющие различные задачи в сетях, интернете и т.д. Благодаря им, были созданы первые продвинутое компьютеры, соцсети, программные обеспечения» [Аксинья К., клиническая психология, 1 курс]; «“Информационная революция” принесла людям возможность новых открытий. Позволила человечеству выйти на новый уровень» [Эрика К., клиническая психология, 1 курс]; «Уже существует множество новых открытий человека, например, очки виртуальной реальности, Wi-fi, многофункциональные протезы, которыми можно управлять силой мысли и так далее» [Анастасия Л., клиническая психология, 1 курс].

Цифровому человеку присуща высокая степень мобильности (1,3%): «Многие работают удаленно и связываются со своими коллегами или с клиентами исключительно через специальные приложения или по номеру телефона» [Анастасия Д., клиническая психология, 1 курс]; «В телефоне появились камеры, будильники, карты и навигаторы, книги, возможность видеть человека даже в том случае, если вы находитесь на разных континентах. Совершить покупку, оплатить счета или записаться к врачу, можно также не

выходя из дома» [Юлия Т., клиническая психология, 1 курс]; «В основном же, «цифровой человек» использует свои гаджеты (смартфон, ноутбук, планшет, компьютер и другие электронные устройства) для упрощения своей жизни, ведь современные электронные средства связи, передачи информации помогают человеку везде: при построении маршрута, при записи к врачу, при покупке билета на концерт, при заказе продуктов или одежды на дом - все эти и другие действия цифровой человек может выполнить буквально за несколько минут, благодаря своему электронному устройству» [Глеб М., социологический факультет, 4 курс].

Цифровой человек умеет работать в условиях многозадачности (1,3%): «Цифровой человек обладает различными качествами. Например, многозадачность, он может получить любую информацию за короткий промежуток времени и также быстро анализировать эту информацию» [Мария Ф., клиническая психология, 1 курс].

Цифровой человек креативен (0,7%): «Социальные сети выступают способом самовыражения, самореализации, общения и творчества» [Милена Н., социологический факультет, 4 курс]; «Например, при игре в компьютерные игры у человека развиваются визуально-пространственные навыки, стратегическое мышление, навык решения проблем. Повышаются креативность и способность к сотрудничеству...» [Станислав А., социологический факультет, 4 курс].

Цифровой человек обладает критическим мышлением (0,7%): «Бесконечные потоки информации могут сбивать с толку и путать человека, не готового разбираться, что есть достоверно, а что – нет. На какой контент действительно стоит обратить внимание, а на какой нет, потому что он не несет в себе достойного содержания и лишь съедает драгоценное время. С кем стоит вступать в контакт в социальных сетях, а от кого лучше держаться подальше. Список может быть бесконечным... Все, вышеупомянутое, связано со способностью критически мыслить и, к сожалению, если не развивать эту способность, то любые достижения прогресса, в данном случае цифровые технологии, могут обернуться против человека» [Александра Р., клиническая психология, 1 курс]; «Интернет, который открывает огромное количество возможностей для получения информации, удовлетворения собственных потребностей, будь то развлечения или просто заказ товаров, так и в духовном развитии, ведь в интернете существует множество тематических вебинаров, например, на тему искусства, философии, различных научных направлений. Так человек учится выбирать из множества вариантов необходимое конкретно ему» [Анастасия Д., клиническая психология, 1 курс]; «Цифровой человек не пойдёт в организацию, контакты которой он увидел в газете или на физической доске объявлений. Он сначала изучит отзывы, посмотрит расположение, узнает о стоимости услуг, а также посмотрит похожие организации и только потом выберет лучший вариант для посещения» [Мария А., клиническая психология, 1 курс].

Цифровой человек любит разнообразный отдых (0,3%): «Самое главное, социальные сети не мешают современному цифровому человеку быть активным в реальной жизни, а наоборот дополняет её и делает еще проще и насыщенней» [Ксения Т., социологический факультет, 4 курс]; «"Цифровой человек" упростил свою жизнь по максимуму: заказ еды, переход в рабочую или учебную зону, встречи с друзьями, путешествия - все это может решаться одной кнопкой. На мой взгляд, это замечательно, так как у "цифровых людей" настоящего появляется возможность сэкономить очень много времени на рутинных делах и строить свою жизнь максимально комфортно и разнообразно» [Валентина К., социологический факультет, 4 курс].

Цифровой человек умеет себя самопрезентовать (0,3%): «Сейчас цифровой мир требует от нас все больше, мало иметь взгляды и моральные ценности, обязательно нужно уметь их грамотно преподнести. Одно неверное слово в онлайн пространстве может значительно изменить жизнь в офлайн» [Мария О., социологический факультет, 4 курс].

Что касается отрицательных характеристик цифрового человека, то лидирующую позицию занял ответ «Зависимость от технологий и цифровых площадок» - эту характеристику выделили 20,3% респондентов. Данный результат подтверждает и

исследование Mediascope, согласно которому уже больше 80% россиян не представляют свою жизнь без социальных сетей, а также приложений, предлагающих геолокационные и финансовые услуги. Следующими по популярности идут развлечения (63%), затем транспорт, шоппинг и путешествия (>40%)⁵⁹. Данные ежегодного отчета о состоянии цифровой отрасли в мире Global Digital 2022 показывают, что среднестатистический россиянин проводит в интернете 7 часов 50 минут в день, при этом 46,7% времени на мобильных устройствах⁶⁰. Получается, что треть суток человек проводит в онлайн-пространстве. Зависимость, в данном контексте, мы можем определить, как неспособность контролировать использование технологий из-за социальных, психологических, эмоциональных или биологических факторов. Стоит сказать, что зависимость от технологий (или от цифровых площадок) не является клиническим заболеванием, в науке нет четко определенной классификации признаков или критериев для постановки этого диагноза. Тем не менее, учеными по всему миру из различных сфер академического пространства было проведено множество исследований, на основе которых можно сделать вывод о его существовании. Большую роль в формировании зависимости является выброс дофамина при использовании социальных сетей. Бывший президент и сооснователь Facebook Шон Паркер даже называет его “секретным соусом” данной платформы. Дело в том, что каждый раз, когда мы получаем лайк, подписку или комментарий в социальной сети, наш мозг вырабатывает определенные нейромедиаторы, в том числе дофамин, который отвечает за чувство удовольствия и награды. Дофамин играет ключевую роль в формировании зависимостей любого рода (включая наркоманию). Чем больше дофамина вырабатывается в мозгу, тем быстрее и прочнее формируется зависимость у человека. В долгосрочной перспективе это приводит к дисбалансу нейромедиаторов в головном мозге, он перестает вырабатывать гормон естественным образом и ему требуется все больше и больше лайков и комментариев для подкрепления того экстатического состояния, к которому мозг уже привык. Следовательно, можно сказать, что цифровой человек на самом деле зависим не от технологий, а от дофамина, но технологии, определенно, способствуют формированию данной зависимости.

Одним из признаков зависимости от технологий и цифровых площадок может являться замкнутость, проблемы на работе, в школе или университете и общая трудность в установлении персональных связей. Данная характеристика была установлена и в ходе нашего исследования - вариант “Деформация межличностных связей (кибербуллинг, асоциальность, уменьшение плотности связей)” выделяют порядка 7,3% респондентов. Как показывают исследования, зависимость от интернета и технологий коррелирует с уменьшением способности человека контролировать импульсивные реакции и агрессивное поведение. Это приводит к различным формам девиантного и делинквентного поведения, которое в сети принимает различные формы кибербуллинга (включая троллинг, кибермоббинг, астротурфинг и т.д.). Проблема кибербуллинга в РФ, безусловно, находится на повестке дня. Согласно данным исследования VK, 24% пользователей становились жертвами пассивной агрессии в Интернете, а 41% видели проявление пассивной агрессии к другим⁶¹. В 2019 г. инициативной группой VK был запущен проект kiberbulling.net, где ежегодно публикуются исследования, касающиеся пассивной агрессии в Интернете, а также предоставляется помощь жертвам онлайн-агрессии. Кроме того, 11 ноября был установлен Всероссийский День борьбы с кибербуллингом. Проблема асоциальности также является неоспоримым следствием зависимости от технологий. Как пишет один респондент: ““Цифровой человек” может быть очень общительным в интернете, но не уметь поддержать

⁵⁹ Как россияне воспринимают технологии и будущее. Официальный сайт Mediascope. URL: <https://mediascope.net/news/1042150/> (дата обращения: 03.04.2023)

⁶⁰ Digital 2022: Global Overview Report. Официальный сайт Datareportal. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report> (дата обращения: 03.04.2023)

⁶¹ Пассивная агрессия в Интернете. Официальный сайт Kiberbulling.net. URL: <https://kiberbulling.net/cyberbullying.pdf> (дата обращения: 03.04.2023)

разговор с коллегами по работе или одноклассниками. А словарный запас становится все меньше и меньше, потому что для "онлайн" общения достаточно примитивных и односложных фраз" [Екатерина Р., клиническая психология, 1 курс]. Что касается уменьшения плотности связей, то можно сказать, что социальные сети кардинально изменили способ коммуникации между людьми. Если раньше у человека было меньше друзей и знакомых, но связи между ними были качественные и плотные и их можно было ранжировать, то с появлением Интернета количество этих связей, конечно, увеличилось, но привело к тому, что они теперь все идут потоком и не закрепляются. То есть из количества друзей в социальных сетях тех, на которых человек может положиться - считанные единицы.

Следующей характеристикой, которую нам удалось выделить в ходе исследования, является присущность цифровому человеку "проблем с памятью, мозговой активностью, клиповое мышление" - об этом заявили порядка 6,7% респондентов. Данный ответ неразрывно связан с концепцией цифрового слабоумия (или цифровой деменции). В качестве примера можно привести эксперимент по измерению умственной активности и когнитивной способности мозга, который был проведен в США в 2017 году. В нем приняло участие 548 студентов, которых разделили на три группы: первым разрешалось положить свой мобильный телефон на стол, но запрещалось использовать; второй группе полагалось держать смартфон у себя в сумке или в кармане; третьей группе надлежало оставить свои телефоны в другой аудитории. Затем все группы проходили тест по измерению когнитивной и умственной активности мозга OSpan (the Automated Operation Span task). Согласно результатам исследования, даже наличие телефона в поле зрения человека существенно снижало его умственную активность [Ward, Duke, Gneezy, Bos 2017, p. 140 - 154]. В какой-то степени, данные результаты нельзя назвать чем-то удивительным. Мы живем во времена, когда приложения в смартфоне помогут решить сложные логарифмы, а нейросети по типу ChatGPT спокойно напишут за тебя диплом. Как говорит один из респондентов: "Дата крещения Руси? Зачем её помнить, если можно воспользоваться интернетом..." [Дарья Р., клиническая психология, 1 курс].

"Поверхностность знания, потребление некачественной/недостоверной информации" как одну из характеристик цифрового человека выделило 6% респондентов. Как пишет одна из студенток: "Мышление такого человека становится похоже на работу компьютерной программы и характеризуется узкой направленностью, поверхностностью. Например, если перед человеком стоит задача вырастить укроп, он изучит ту информацию, которая необходима для этого, не углубляясь в лишние подробности, не изучая вопрос с разных сторон. Это обусловлено, во-первых, большим количеством полезной и бесполезной информации вокруг нас, из-за чего ее ценность теряется и людям становится не интересно изучать ее; во-вторых, сами источники информации стали упрощать содержимое для того, чтобы захватить большую аудиторию" [Евгения Ш., социология, 4 курс]. Что касается потребления некачественной информации, то шведский нейробиолог Т. Клингберг в книге "Перегруженный мозг" предлагает ввести такое название для этой характеристики как "цифровое ожирение" [Клингберг 2010]. На просторах Интернета в открытом доступе можно найти множество информации на различные темы, что делает процесс фильтрации информации гораздо более сложным. Ролики про плоскую землю на YouTube набирают миллионы просмотров, а технологии deep-fake стерли грань между вымыслом и реальностью. Некачественная информация, в данном контексте, подобна фастфуду: один раз можно развлечься, однако постоянное потребление не приведет ни к чему хорошему.

В качестве еще одной характеристики цифрового человека было выделено "Узкомыслие, неспособность мыслить самостоятельно" - 4% респондентов. Этот признак неразрывно связан с феноменом цифрового слабоумия, о котором мы писали выше. Один из респондентов предлагает наиболее точное описание данной характеристики: "Мы всё сильнее стали зависимы от того, что скажут люди «выше нас» по опыту и популярности, каждое их слово мы воспринимаем как истинно верное и морально правильное, этим мы вгоняем себя в интеллектуальные рамки и не позволяем себе развить свою личность и

мнение, так как мы боимся стать «уродом» в глазах других людей. Грубо говоря, по моему мнению, мы стали рабами общественного мнения, технологий и соцсетей» [Анастасия М., клиническая психология, 1 курс].

Характеристику “Испытывает дискомфорт и фрустрацию в отрыве от технологий” можно смело отнести к одному из признаков зависимости от технологий и цифровых платформ, ее выделили 4% респондентов. Одна из них пишет: “Большой процент моего времени, будь то работа или учёба, завязан на использовании цифровых технологий. Поэтому в ситуациях, когда что-то ломается или перестаёт работать интернет, я банально теряю фокус на несколько минут и не представляю, что же делать дальше. Все книги у меня - в цифровом формате, большинство телефонных номеров я на память не знаю, сходить куда-либо с отсутствием GPS, учитывая мой топографический кретинизм, тоже проблема. Поэтому я являюсь самым настоящим примером сетевого человека, так как потеря цифровой связи для меня - все равно что потеря части собственного мозга” [Юлия М., социология, 5 курс].

Такую характеристику цифрового человека как “Отрыв от реальности” выделили 3,3% респондентов. Здесь мы можем выделить два варианта развития событий. Первый - человек настолько погружается в виртуальную реальность, что забывает о существовании мира в действительности. Чаще всего данный аспект относится к комьюнити геймеров, которые во время игры забывают даже про такие базовые человеческие потребности, как еда, вода и т.д. Второй - человек, находясь в социальной сети, погружает себя в эхо-камеру или, как еще говорится, мыльный пузырь какой-либо группы, придерживающейся определенного мнения и ценностей, и абсолютно забывает про существование людей с другими мнениями или ценностями. Стоит сказать, что алгоритмы социальных сетей, безусловно, способствуют формированию эхо-камер. В качестве примера можно использовать запрещенную в РФ платформу Twitter, где алгоритмы собирают данные о политических предпочтениях человека и на основе их анализа выдают ему консервативный/либеральный/либертарианский контент. Соответственно, наткнуться на контент противоположный твоему собственному мнению можно лишь при сознательном поиске, а не на основе того, что тебе выдаёт социальная сеть.

“Плохое физическое здоровье” также было выделено в качестве одной из характеристик цифрового человека - 2% респондентов. В большинстве своем они писали об ухудшении зрения в связи с постоянным использованием цифровых технологий: “Из-за большого количества часов проведенных в разных гаджетах портится зрение и начинаются проблемы со здоровьем” [София Н., клиническая психология, 1 курс]. Помимо зрения, были обозначены и проблемы с осанкой человека: “Никто не следит за своей осанкой, когда сидит за компьютером или смотрит в телефон. Лишь малая часть людей включает специально ночной режим экрана с более-менее приемлемым светом для глаз” [Екатерина С., клиническая психология, 1 курс].

Последней характеристикой цифрового человека в нашем исследовании была выделена “внушаемость, манипулируемость” - 1,3% респондентов. Как мы уже отмечали ранее, одной из особенностей цифрового человека является то, что он оставляет цифровые следы на ежедневной основе. Эти следы могут быть преобразованы в метаданные и в дальнейшем использоваться различными политическими или экономическими акторами с целью манипуляции. Наиболее популярным примером манипуляций в политической сфере можно считать кейс компании Cambridge Analytica, которая использовала метаданные пользователей соцсетей для продвижения Дональда Трампа на президентских выборах в США в 2016 г. В России, в свою очередь, наиболее популярным примером могут быть фабрики троллей, которые посредством написания комментариев в социальных сетях продвигают определенную политическую повестку и создают ложное впечатление о том, что большинство граждан РФ придерживаются определенной точки зрения. Что касается манипуляции в экономическом плане, то можно сказать, что с ней пользователи сталкиваются каждый день, натываясь на контекстную и таргетированную рекламу в Интернете.

Анализируя ответы на третий вопрос “Являетесь ли вы цифровым человеком?”, можно отметить, что большинство студентов РГГУ всё-таки идентифицируют себя как такового (“однозначно да” ответили 31,9% респондентов, “скорее да, чем нет” ответили 18,7% респондентов). Только 2,2% ответов приходится на тех, кто не относит себя к цифровому человеку и скорее не считает себя таковым (по 1,1% на каждый вариант) и 47,2% затрудняются ответить на данный вопрос.

Выводы

Подводя итоги можно сказать, что цифровизация сегодня затронула все сферы общественной жизни. Увеличение и ускорение доступа к ресурсам и услугам, которые стали возможны с появлением Интернета, оказало влияние не только на способ ведения бизнеса, но и на стиль и форму общения. Информационное общество становится цифровым, где технологии меняют стиль работы, формы обучения и развития, наши социальные коммуникации и модели потребления. Поколение молодых людей, которые выходят сегодня на рынок труда, - это поколение, выросшее на непосредственном контакте с технологиями и Интернетом, для которого грань между реальной жизнью и виртуальной является достаточно размытой. Что уж говорить о новом поколении, для которых технологии уже стали своеобразными бейбиситтерами. Цифровизация уже давно стала реальностью, от нее не спрятаться и не убежать. Все это приводит к формированию нового типа человека в социальном плане - Цифрового человека. И, несмотря на то, что он обладает определенными преимуществами по отношению к большинству людей, которые родились до седьмой информационной революции, не стоит забывать, что у любой монеты есть две стороны. И хотя цифровая среда и может служить эффективной формой эскапизма от проблем действительности, про реальный мир тоже забывать не стоит. Нужно с ответственностью подходить к использованию технологий и стараться минимизировать их негативные последствия.

Литература

- Герасимова, Москвитина 2019 – *Герасимова Т. А., Москвитина Н. В.* Содержание понятий «цифровая экономика» и «цифровизация в сфере государственного управления» // Социальная реальность виртуального пространства: материалы I Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск: ИГУ, 2019. С. 310–315.
- Елькина 2020 – *Елькина Е.Е.* Автотрофный проект – ответ на вызовы и глобальные риски цифровой эпохи // Мысль: журнал Петербургского философского общества. 2020. №22. С. 57-70.
- Клинберг 2010 – *Клинберг Т.* Перегруженный мозг. Информационный поток и пределы рабочей памяти. М.: Ломоносовъ., 2010. 208 с.
- Соловьева 2018 – *Соловьева Л.Н.* Цифровая идентичность как новый вид идентичности человека информационной эпохи // Общество: философия, история, культура. 2018. №12 (56). С. 40-43.
- Тихонова, Фролова 2019 – *Тихонова С.В., Фролова С.М.* Цифровое общество и цифровая антропология: трансдисциплинарные основания социально-эпистемологических исследований // Известия Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2019. Т. 19, вып. 3. С. 287-290.
- Хомякова 2019 – *Хомякова С.С.* Трансформация и закрепление термина «цифровизация» на законодательном уровне // Молодой ученый. 2019. № 41 (279). С. 9-12.
- Prensky 2001 – *Prensky M.* Digital Natives, Digital Immigrants // MCB University Press, Vol. 9. No. 5, 2001. P. 1-6.
- Ward etc. 2017 – *Ward A., Duke K., Gneezy A., Bos M.* Brain Drain: The Mere Presence of One’s Own Smartphone Reduces Available Cognitive Capacity, Journal of the Association for Consumer Research 2:2, 2017. P. 140-154.

Раздел IV

**Роль интернета в межличностных коммуникациях:
социальные объединения и общение в цифровом обществе**

Корейская диаспора Москвы: опыт репрезентации

А.И. Казанкова

выпускница Российского государственного гуманитарного университета,
Москва, kazankovaadelina@gmail.com

Научный руководитель: Г.К. Уразалиева
канд. филос. наук, Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье рассматривается, за счет каких социальных механизмов существует этническая группа корейцев Москвы. Рассматривается, какой образ корейцев складывается у жителей Москвы и Московской области. Выявляется, как репрезентированы корейцы в медиапространстве.

Ключевые слова: Этническая группа, диаспора, этническая идентичность, национальное меньшинство

В 2010 г. Федеральная служба государственной статистики провела перепись населения России. По её данным на территории Российской Федерации проживает 153 156 корейцев. По данным статистики за 2002 г., их численность составляла 148 556 человек, за восемь лет произошел прирост⁶³.

История русскоязычных корейцев берет своё начало с 1864 г., когда 14 корейских семей в составе 65 человек подали официальное прошение остаться в Российской Империи. Прошло уже 158 лет с тех пор, как корейцы или, как они называли себя, Корё-сарам, добровольно переселились на Дальний Восток из-за нехватки земель, голода и стихийных бедствий на Родине. За такой значительный период времени этим людям пришлось пережить множество драматических событий, в том числе депортацию в 1937 г. на территории Казахской и Узбекской ССР, сопровождавшуюся арестами и казнями [Ким 2014, с. 14]

В последние годы корейцы часто попадают в поле зрения российской общественности. Модным становятся продукты корейского кинематографа и музыкальной индустрии. Так, по данным отчёта одной из крупнейших площадок онлайн-торговли «AliExpress» в России, в 2021 г. россияне чаще всего покупали костюмы по нашумевшему южнокорейскому сериалу «Игра в кальмара». В преддверии Хэллоуина более 7 тыс. человек ежедневно искали товары, связанные с этим сериалом⁶⁴. Музыка южнокорейских исполнителей пользуется огромной популярностью в России и мире. Так, по данным Яндексa, в месяц в России производится 790 426 поисковых запросов с названием южнокорейской группы «BTS». По Москве их больше всего – 83 016 запроса⁶⁵.

На 2010 г. 9783 корейцев обосновались в столице страны, Москве. Таким образом, по своей численности корейцы заняли 16 место среди других национальностей, проживающих в столице России.

На просторах интернета и в социальных сетях можно найти сообщества людей, в которых состоят московские корейцы, заинтересованные в сохранении и своей культуры и поддержки народа. Одним из таких сообществ, например, является паблик во «ВКонтакте» «Молодежное движение корейцев Москвы | МДКМ», в котором состоят 2051 человек. В число целей и задач, которые обозначают организаторы сообщества, входят сохранение и развитие корейских национально-культурных ценностей среди молодежи, приобщение молодежи, проживающей в Московском регионе к корейской национальной атмосфере и создание условий для социальной адаптации корейской молодежи, прибывающей в Московский регион. Члены корейской диаспоры Москвы ведут активную общественную

© Казанкова А.И., 2023

⁶³ Федеральная служба государственной статистики. Итоги всероссийской переписи населения 2010. URL: https://gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/Documents/Vol4/pub-04-01.pdf (дата обращения 12.05.2022).

⁶⁴ Россияне переоденутся в костюмы из «Игры в кальмара» на Хэллоуин. URL: <https://style.rbc.ru/items/617bf6059a7947fae194a764?ysclid=ldldvqpmad356356737> (дата обращения 12.09.2022).

⁶⁵ Статистика поисковых запросов «Яндекс». URL: <https://wordstat.yandex.ru/#!/regions?filter=regions&words=bts> (дата обращения 12.09.2022).

жизнь, направленную на сохранение и поддержание своей уникальной культуры.

Диаспора корейцев на постсоветском пространстве неоднородна, внутри нее существуют группы, отличающиеся происхождением, историческим причинам миграции, периоду времени появления и этнокультурному аспекту. Так, можно выделить «Корё-сарам», сахалинских корейцев, а также бывших граждан КНДР. [Дин 2013, с. 42] На протяжении всего времени, а особенно после депортации в 1937 году, корейцам был присущ феномен «model minority», подразумевающий восприятие их этнодоминирующим этносом, как более социально-экономически успешных в различных сферах жизни общества. Это связано с достижениями корейцев в сельском хозяйстве, получение правительственных наград, даже несмотря на неблагоприятный статус депортированных [Хан, Сим 2019, с. 132].

Раскрывая опыт формирования корейских диаспор за рубежом, можно говорить об уникальности Корё-сарам как части огромной корейской диаспоры, рассеянной по всему миру. Взяв за основу работу российского социолога В. И. Ильина, удалось проанализировать, через какие наиболее важные социальные механизмы корейская диаспора Москвы сохраняет свои этнические границы [Ильин, 2000, с. 35]

Самоидентификация. В основе самоидентификация лежит самоназвание, отделяющее «мы» от «них». Оно является символом этноса. Американский социолог Г. Ганс отмечает:

В третьем-четвертом поколении иммигрантов потребности в этнической самоидентификации не являются сильными и возникают не часто, поэтому этничность не нуждается в этнической культуре или организации и ограничивается этническими символами – «последним прибежищем этничности [Нан 2010, р. 35].

Так, представители корейской диаспоры России и Москвы, в частности, имеют самоназвание «Корё-сарам», которое переводится, как «Человек страны Корё». Оно возникло в момент переселения корейцев на Дальний Восток. Опрошенные корейцы упоминают это название в интервью: «Вот особенно Корё-сарам, русские корейцы...» (Архив автора, и. № 2, с. 1)

Идея общей судьбы, связанной с депортацией в Среднюю Азию в 1937 г. и репрессиями:

Бабушку моей бабушки депортировали в Центральную Азию, когда депортировали корейцев [Архив автора, и. № 6, с. 2];

Вот именно конкретно, откуда я знаю уже, это тридцать седьмой год, репрессии. Из Приморского края вывезли всех корейцев, потому что русская-японская война, и Сталин не был уверен до конца в том, что мы не японцы. Вот и выслал, значит, всех вагонами в болото Узбекистан. Осушать и возделывать поля, работать на тыл российской армии. Там, собственно, уже родились мои бабушка, дедушка и вот оттуда я примерно помню, с Узбекистана (Архив автора, и. № 2, с. 2).

Эта идея выходит на первый план перед коллективной памятью о исторической Родине Корейском полуострове, является более важной для корейцев Москвы.

Уникальные обычаи и традиции. Все опрошенные корейцы Москвы поделились, что для их семей важно праздновать такие события, как Асянди или Толь (1 год ребенка), Хангаби (60 лет корейца), 60 лет свадьбы:

Годик соблюдается по традициям: накрывается столик. На стол кладутся предметы, которые возможно будут связаны с его профессией. И то, что возьмет в первую очередь, считается, будет определять дальнейшую судьбу. В последнее время это стало очень модным. Обычно все украшается в корейских традициях. Сзади баннер с корейской надписью, что исполнился годик. Родители, как правило, в традиционной одежде - «Хангуках». Ну, и ребенок тоже в хангуке (Архив автора, и. № 5, с. 5);

Есть ещё понятие «Хангаби», то есть юбилей. Юбилей по идее делают дети родителям. Но здесь я не настаиваю. В целом я думаю, что я и сам смогу себе сделать (Архив автора, и. № 1, с. 3).

Также для корейцев важно соблюдать ритуалы, связанные с почтением умерших родственников.

Этнические организации. Существование специальных этнических организаций в Москве, в которых корейцы объединяются также формирует этническую идентичность корейцев здесь. Все опрошенные корейцы Москвы знают о существовании специальных сообществ, в которых состоят корейцы Москвы: клубы по интересам, церковные приходы, сообщества, организующие на регулярной основе мероприятия для русскоязычных корейцев:

Я сам являюсь основателем и директором Молодежного движения корейцев Москвы с 2017 года. Мы организовываем различные мероприятия с целью популяризации и сохранения корейской культуры, традиций и обычаев в молодое поколение. И в целом развития российской молодежи. Мероприятия разные, почти каждый месяц что-то мы организовываем (Архив автора, и. № 3, с. 4).

Внешняя идентификация. Этническое поле формируется не только за счет самоидентификации членов этнической группы. То, как группу идентифицируют во внешней среде, приводит к образованию и сохранению этнических границ. Основополагающую роль внешняя идентификация играет, если у этноса присутствуют отличия физического характера. Эти отличительные характеристики выступают маркерами, с помощью которых окружающие выделяют этническую принадлежность. Респондентка делится:

Про узкие глаза шутили... Учитывая то, что для людей, которые не разбираются в национальностях, корейцы – это те же самые китайцы, японцы, казахи, узбеки и таджики (Архив автора, и. № 2, с. 6).

Стереотипы. Стереотипы. Ещё одним механизмом формирования границ между этнической группой и большинством выступают стереотипы, то есть поверхностный взгляд на отличительные черты своей или чужой национальности. Стереотипы образуют этническое поле как внутри группы с помощью автостереотипов, так и снаружи. Извне окружающие складывают такое упрощенное, схематическое мнение о культуре этноса, которое, при наличии тесных, частых контактах выливаются в социальные ожидания. Иногда ожидания от большинства становятся культурными нормами внутри группы. Московские корейцы сталкиваются с различными стереотипами. Самые часто упоминаемые информантами стереотипы связаны с тем, что корейцы едят собак. Также это ассоциации с Северной и Южной Кореей, с «одинаковостью» азиат:

Ну, помимо собак или «Ты из Северной Кореи или из Южной? (Архив автора, и. № 5, с. 5); Конечно, сталкивался. Начиная с вопросов: «А ты с какой Кореи, Северной или Южной?», «А вы едите собак/насекомых?», «А скажи чего-нибудь по-корейски?», заканчивая шутками на тему того, что мы все одинаковые и как я вообще всех различаю» (Архив автора, и. № 7, с. 4);

Что корейцы едят собак. Самые банальные. Любая политическая обстановка, новости про Корею, кто-то может поинтересоваться у меня, в курсе ли я. Ждут от меня какие-то комментарии. Типо, если представитель этой национальности, значит, должен разбираться глубже. (Архив автора, и. № 4, с. 6);

Куча шуток про собак. Если другой кореец «А вы родственники»? Несмешно уже становится (Архив автора, и. № 6, с. 5).

Существование некоторых стереотипов про корейцев подтверждает феномен «model minority», подразумевающий восприятие представителей этноса, как более успешных в определенной области, что накладывает определенные социальные ожидания. Корейскому этносу часто приписываются такие качества, как трудолюбие, хорошее воспитание и дружелюбие. Так, по результатам опроса 126 жителей Москвы и Московской области, отвечая на вопрос «Как вам кажется, какие качества свойственны корейцам, проживающим в России?», чаще всего респонденты выбирали такие качества, как «Трудолюбие» (81 человек), «Воспитанность» (52 человека) и «Дружелюбие» (51 человек). Это подтвердили и сами

корейцы Москвы:

...многие из них часто говорили: «О, а у меня друзья корейцы», «О, я к ним очень хорошо отношусь», «О, корейцы очень работоспособные, напористые» и так далее» (Архив автора, и. № 8, с. 7).

Восприятие своего народа через противопоставление «мы-они» как по отношению к русским, так и с корейцами Корейского полуострова также формирует этническую границу для московских корейцев:

Я бы там жить не хотел (в Южной Корее). Возможно, если я побываю, мнение изменится. Но маловероятно. Потому что СНГшные корейцы все равно в Корее будут чужие. Они никогда там не будут своими. Мы никогда не будем своими в России и никогда не будем своими в Корее (Архив автора, и. № 4, с. 8).

Язык и религия больше не являются ведущими механизмами формирования этнической идентичности корейцев. Хотя в древности на исторической Родине корейцев были распространены буддизм, конфуцианство и шаманизм, российские корейцы чаще всего исповедуют христианство. По данным исследования Х.Ч. Кима, 54% опрошенных корейца назвали себя верующими, и 70% из них указали «христианское» вероисповедание. Все опрошенные корейцы Москвы и Московской области на вопрос «Какую религию для себя выбирают корейцы Москвы? России?» ответили, что корейцы здесь выбирают христианство. Большинство из них отметило, что это именно православная конфессия. Один из информантов поделился, что его племянники и племянницы, дети, «жаждут» принять православие. Он обосновал это желание быть «своими» среди сверстников:

А племянники (хотят креститься в православие) скорее из-за того, что это модно. Не модно, а скорее из-за того, что им так комфортнее. Комфортно, потому что их сверстники крещённые или еще что-то (Архив автора, и. № 1, с. 7).

На данный момент в корейской диаспоре России и Москвы можно говорить о тенденции утрачивания национального языка, а родным для большинства корейцев здесь является русский. Так, по результатам исследования среди корейской молодежи (15–35 лет) Москвы, Ростовской и Волгоградской областей, только 4% опрошенных молодых корейцев владели корейским языком на высоком уровне. Большинство знали только немногочисленные слова и фразы на корейском языке или не знали их вовсе. Причём автор исследования отмечает, что многие опрошенные являлись учащимися корейских школ, или уже изучали корейский язык, поэтому реальная доля владеющих корейским языком молодых людей может оказаться еще ниже. Опрошенные корейцы Москвы демонстрируют ту же тенденцию. В основном респонденты не говорят на корейском или говорят, но на низком уровне. Те, кто изучали, знают язык на уровне письма и чтения. [Ким 2008, с. 10]

Анализируя опыт репрезентации корейцев в русскоязычном медиапространстве в одной из самой популярной в России социальной сети Инстаграм (запрещенной на территории РФ), можно сказать, что корейцы здесь в основном репрезентированы через темы, связанные с Южной Корее. Это темы корейской косметики, южнокорейской группой BTS и корейской кухни. Опыт жизни людей в Южной Корее вызывает у русскоязычных пользователей наибольший интерес. Раскрывая образ корейцев, который складывается у жителей Москвы и Московской области, его можно охарактеризовать, как достаточно позитивный. Корейцы в основном воспринимаются ими, как трудолюбивый, воспитанный, дружелюбный и образованный народ, ценящий семью, достижение успеха и образование. Однако знание истории и традиций корейцев России и СНГ у жителей Москвы и Московской области довольно слабое. Тем не менее, можно говорить о наличии потенциала улучшить это знание, т.к. многие респонденты выражали заинтересованность культурой и хотели бы

посетить тематические мероприятия, связанные с ней.

Литература

Дин 2013 – *Дин Ю.И.* Миграция корейского этнического населения на Южный Сахалин в период японского правления (1905–1945 гг.) // Гуманитарные исследования. 2013. № 4. С. 34-42

Ильин 2000 – Ильин *В. И.* Социальное неравенство. Курс лекций и хрестоматия. М.: Изд-во Института социологии РАН, 2000. 280 с.

Ким 2014 – *Ким Г.Н.* Хронология Коре сарам: К 150-летию переселения корейцев в Россию. М.: Айван Лайн. 2014. С 14-93.

Ким 2008 – *Ким Х.Ч.* Особенности идентификации корейской молодежи в современной России: Автореф. ... дис. канд. ист. наук. Пенза. 2008. 183 с.

Хан, Сим Хон Ёнг 2019 – *Хан В.С., Сим Хон Ёнг.* Корейцы Центральной Азии: прошлое и настоящее. М.: МБА, 2019. 256 с.

Joy 2010 – *Joy J. Han.* The Koreans in Sydney // Cross-Culture Journal of Theology & Ministerial. 2010. P. 25-35.

Общественные объединения экологической направленности: гендерные аспекты социологического анализа

В.Б. Шоёнова

студентка, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, viktoriashoynova@yandex.ru

Научный руководитель: М.Ю. Милованова

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

Аннотация. Проведён анализ значительных вторичных данных всероссийских исследований, статистических данных, усиленных авторским качественным исследованием методом глубинного интервью с участниками российских экологических объединений. Составлен социальный портрет современных эоактивистов, показана специфика мотивации социальной активности женщин и мужчин в общественных объединениях экологической направленности, для качественной характеристики современной публичной политики выделены формы взаимодействия государственных органов власти с волонтерскими объединениями, подтверждена гипотеза о феминизации некоммерческого «третьего сектора», его репрезентация в общественном мнении как женского. Работа выполнена в рамках проекта РГГУ «Национальная модель гендерного равноправия: междисциплинарный и экспертный подход» (конкурс «Проектные научные коллективы РГГУ, 2023).

Ключевые слова. Гражданское общество, экология, общественные объединения, третий сектор, социальное волонтерство, добровольчество, гендер

Актуальность темы исследования и постановка проблемы

Гражданское общество является одним из неотъемлемых институтов демократических стран и призвано обеспечивать условия для самореализации граждан, решения социальных проблем, удовлетворение частных или общественных потребностей и интересов. На данный момент в России существует достаточное количество объединений, отстаивающих те или иные интересы общества [Катаганова 2012] определённых социальных групп. Хотя представляя динамику, можно видеть количественное сокращение: по данным реестра Министерства юстиции РФ зарегистрировано в 2016 г. – 223 тыс., в 2019 более 218 тыс. НКО, в 2023 – 211 тыс. некоммерческих организаций⁶⁷. Экологическое направление в деятельности общественных объединений на сегодняшний день чрезвычайно популярно. Объясняется это, на наш взгляд, устойчиво высокой оценкой в иерархии ценностей наших граждан значимости среды обитания, экологии в месте проживания. По данным мониторингового исследования ВЦИОМ 93 п.п. в 2017 г., 95 п.п. в 2020 г. Социальная активность при этом принимает такую форму как социальное волонтерство (добровольчество). Отметим и то, что государственные структуры заинтересованы в добровольческих объединениях. Правительство декларирует их важность, например, в 2017 г. был учрежден «День добровольца», 2018 год стал Годом добровольца и волонтера [Жилина 2019], предпринимается целый ряд мер по экологическому просвещению обучающихся общеобразовательных организаций, привлечению к этой работе новых целевых групп – студентов, аспирантов, представителей научных и общественных организаций и т. д. Стоит отметить, что волонтерство среди российского населения становится все более актуальным занятием. По данным ВЦИОМа за период 2014–2017 гг. доля россиян, участвовавших в деятельности НКО возросла с 16% до 25%⁶⁸. Для социологического анализа, таким образом, важна агентность необходимых общественных и экономических изменений, проявление конструктивной социальной активности, взаимодействие людей друг с другом, их кооперация, обучение друг у друга, создание новых

© Шоёнова В.Б., 2023

⁶⁷ О деятельности некоммерческих организаций. Информационный портал Министерства юстиции РФ. URL: <http://unro.minjust.ru/NKOs.aspx> (дата обращения 28.03.2023).

⁶⁸ Работа общественных организаций в России: вовлеченность населения растет! сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ). 2017. URL: https://wciom.ru/fileadmin/file/reports_conferences/2017/2017_11_28_volonterstvo_i_blagotvoritelnost.pdf (дата обращения 20.03.2023).

навыков и практик, сообществ. Именно такие процессы, по нашему мнению, формируют новый социальный дизайн современной России [Милованова 2020].

Социальное волонтерство в данной работе рассматривается в оценках участников российских экологических объединений, которое направлено на решение экологических проблем, защиту окружающей среды, для него характерны такая деятельность как: посадка деревьев, раздельный сбор отходов, экопросвещение, лечение животных, проведение мероприятий для популяризации направления, известные всем мероприятия – субботники, направленные на поддержание чистоты окружающей среды [Катаганова 2012].

Методика исследования

Автором использован метод анализа значительных вторичных данных всероссийских исследований, статистических данных, усиленных проведением авторского качественного исследования методом глубинного интервью с участниками российских экологических объединений. Затем полученные данные обработаны в контексте гендерного анализа деятельности некоммерческого сектора. Авторская программа исследования подготовлена совместно с научным руководителем. Объектом нашего исследования стало мнение активистов следующих российских экологических объединений: «РСО Пушкино» (Московская область), «Земляне» (Россия), «Ecowiki.ru» (Тула), Экоцентр «Заповедники» (Москва), «Зелёный РГГУ» (Москва), Экоцентр «Сборка» (Москва), «ReGreen» СПбПУ (Санкт-Петербург), ЭкоГильдия МГУ (Москва), Центр чистой природы (Москва), российское отделение «GreenPeace» (Россия). Для исследования были взяты интервью как у членов НКО, организаций, специализирующихся на волонтерской деятельности, так и у представителей студенческих объединений. Выбор информантов сделан, чтобы рассмотреть ситуацию в сфере экологии с разных точек зрения, в том числе, возрастных и половых, ведь в их число вошли люди от 22 лет до 51 года, 9 из них – женщины, 2 – мужчины. Кроме того, следует отметить, что информанты занимают разные должности, среди них есть как руководители объединений, основатели организаций, так и рядовые активные волонтеры. Таким образом, были проведены 11 интервью, соответственно опрошено 9 женщин и 2 мужчин в различных локациях с применением записи разговора, о которой информанты были предупреждены.

В задачи данной работы входило рассмотрение форм взаимодействия государственных структур с экологическими объединениями, выявление мнений активистов относительно гендерного распределения в некоммерческом секторе, определение социального портрета целевой аудитории экологически направленных объединений.

Полученные результаты

Исходной позицией для проведения качественного авторского исследования являлось то, что по данным ВЦИОМ женщины придают охране окружающей среды большее значение, нежели мужчины. Одной из важнейших задач государства ее считают 51% женщин, а мужчин 43%⁶⁹. Нам были интересны данные мониторингового исследования «Как живешь, Россия?», проводившегося в 1993, 2001, 2008, 2014, 2022 гг. Согласно полученным результатам, ухудшение экологической обстановки беспокоит женскую долю российского населения больше, чем мужчин; в целом, рассматривая динамику обеспокоенности россиян относительно защиты окружающей среды, можно отметить, что данная тенденция сохраняется на протяжении почти 30 лет – гендерный диспаритет в пользу женщин в ответах варьируется от 4% до 13% [Как живешь... 2022].

Центр исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ 2020 года также обратил внимание, что большинство, а именно 66% работающих в

⁶⁹ Экологическая повестка: за десять месяцев до выборов в Госдуму. Официальный сайт ВЦИОМа. 2020. URL: <https://wciom.ru/analytical-reports/analiticheskii-doklad/ehkologicheskaja-povestka-za-desjat-mesjacev-do-vyborov-v-gosdumu> (дата обращения 20.03.2023).

некоммерческом секторе – женщины; что женщины в России чаще мужчин работают бесплатно, выше ценят усилия добровольцев и чаще готовы обращаться к ним за помощью⁷⁰. Все наши информанты (женщины и мужчины) ответили, что в волонтерской сфере преимущественно работают женщины:

...больше девушек, чем мужчин, они вообще в таком недостатке [Архив автора, респондент №1, с. 5]. (руководительница объединения «РСО Пушкино»);

Есть официальная статистика, в которой указано, что экологической деятельностью занимаются женщины...

...мы опираемся в основном на женщин, в своих проектах в том числе, если хотим захватить свою аудиторию.» [Архив автора, респондент №2, с. 9] (30-летняя координатор активистской части платформы «EcoWiki»);

...у нашей волонтерской деятельности, экологической - женское лицо [Архив автора, респондент № 3, с. 11] (руководительница (51 год) Экоцентра «Заповедники», стаж работы – 25 лет); Больше женщин... [Архив автора, респондент № 4, с. 7];

Это очень большая проблема... это все делает женщина [Архив автора, респондент № 5, с. 11]; ...процент женщин превышает [Архив автора, респондент № 6, с. 10];

Ну, я могу так сказать, процентов 70 – женщин, процентов 30 – мужчин [Архив автора, респондент №11, с. 9];

100% больше женщин, с большим-большим превосходством над мужчинами... [Архив автора, респондент №10, с. 10].

Важно привести некоторые обоснования, почему доля женщин превалирует над частью мужчин в некоммерческом волонтерском секторе. Информанты, пытаясь назвать причины данного неравного полового распределения, предполагали следующее:

...потому что девушки за это все переживают, душой болеют за природу, в приютах «волонтерят». Но, конечно, мужчины увлекаются этим, но меньше. Мне кажется, мужчинам нужно за свою деятельность получать какую-то оплату, а просто так работать мужчины редко соглашаются [Архив автора, респондент №1, с. 5] (руководительница объединения «РСО Пушкино»);

...чаще всего они занимаются более масштабными вещами – не просто эколонтерство, а создание пунктов-приёма или запускают эко такси, то есть, какие-то такие фундаментальные экопроекты [Архив автора, респондент № 2, с. 9] (30-летняя координатор активистской части платформы «EcoWiki»);

...это связано просто с тем, что мужчина должен зарабатывать и не всегда у него получается совмещать волонтерскую деятельность [Архив автора, респондент № 3, с. 11] (руководительница Экоцентра «Заповедники»);

...у мужской половины населения нет особого контакта с покупками. Здесь, наверное, пойдет речь о разделении домашних обязанностей, если человек в это вовлечен, то он и это больше замечает, тогда он более открыт к экологическим изменениям... есть стереотип, что экология для девочек... [Архив автора, респондент № 5, с. 13];

...биологией, в широком смысле... мое мнение, что женщины заботятся об очаге, о планете в целом, им больше свойственна эмпатия, чувственность... [Архив автора, респондент № 10, с. 10] (мужчина, основатель «ЭкоГильдии МГУ»);

...я думаю, это природное какое-то, природное качество, наверное, мужчины больше сконцентрированы на зарабатывании средств... [Архив автора, респондент №11, с. 9] (мужчина, 35-летний руководитель «Центра чистой природы»).

Характерно, что женщины указывали на то, что мужчины направлены в большей степени, нежели женщины, на заработок и создание более масштабных проектов в экосфере, отмечали переживание женщин о состоянии окружающей среды, связывали неравное гендерное распределение со стереотипами. Мужчины, в свою очередь, отмечали

⁷⁰ Российские женщины оказались активнее мужчин в волонтерстве. РБК. 2021. URL: <https://www.rbc.ru/society/08/03/2021/60447d719a7947a2a404cd9f> (дата обращения 21.03.2023).

чувственность и эмпатию женщин, связывали с этим природный характер, биологически обусловленные черты женщины.

Мы рассмотрели гендерное распределение в экологически направленных организациях, а именно преобладающую долю женщин в волонтерских объединениях, составили социальный портрет аудитории, на которую направлена экологическая деятельность разных масштабов. Отдельную категорию «мамочек с детьми 25–35 лет» отмечают руководительница объединения «PCO Пушкино» 33 лет, стаж деятельности которой полгода:

...в основном мамы с детьми. Я тоже пришла через материнство, после кормления ребёнка, со всеми этими баночками нужно что-то делать; через питание приходят ко всему этому, через бытовую химию, заменяя на натуральную. И у нас большинство – девушки, мамы с детьми, 25-35 лет, есть и девушки постарше. Это основной контингент [Архив автора, респондент №1, с. 6];

22-летняя руководительница студенческого объединения «ReGreen»:

...по моему опыту, когда мамы занимаются раздельным сбором, это очень часто не мысль, что мои дети через 20 лет будут есть пластик, потому что ничего другого не будет, это больше такая часть, как образ жизни... [Архив автора, респондент № 5, с. 12];

30-летняя координатор активистской части платформы «EcoWiki» отмечает, что ...Мамы в возрасте от 25 до 35 лет – это основной контингент экоактивистов... Поэтому мы опираемся в основном на женщин, в своих проектах в том числе, если хотим захватить свою аудиторию. [Архив автора, респондент № 2, с. 9].

В свою очередь, члены студенческих экологических объединений отмечают такие категории людей, как «преподаватели» и «студенты»:

Мы работаем в основном со студентами, поэтому, я могу отметить тенденцию, если раньше к нам приходили, например, студенты 3-4 курсов, то сейчас у нас есть большой приток первокурсников. Сейчас первокурсники к нам приходят с очень классным бэкграундом, как будто бы это связано в целом с теорией поколений, для подрастающего поколения это уже новая ценность... [Архив автора, респондент № 5, с. 12] (22-летняя руководительница студенческого объединения «ReGreen», стаж деятельности которой 3,5 года);

...когда о нас тоже узнают кафедры, профессора, преподаватели, которым тоже интересна тема, они копят там у себя, например, в кабинетах кипы бумаг, обязательно ждут наши акции и приносят нам...» [Архив автора, респондент №6, с. 9] (девушка-волонтер «Зеленого РГГУ» 22-х лет, стаж экологической деятельности которой составляет 4 года)..

Таким образом, члены зеленых студенческих объединений г. Москвы и г. Санкт-Петербурга называют студентов ВУЗов основной аудиторией, на которую направлена деятельность «ReGreen» и «Зеленого РГГУ». Руководительница Санкт-Петербургской студенческой ассоциации отмечает следующую тенденцию: «...если раньше к ним обращались студенты старших курсов, то в настоящее время изъявляют желание стать волонтером в рамках студенческой инициативы первокурсники, объясняя тем, что студенты младших курсов обладают необходимой базой знаний в сфере экологии при вступлении в ряды волонтеров «ReGreen»». В свою очередь, волонтер «Зеленого РГГУ» отмечает, что преподаватели являются активными участниками экологических акций, приводя пример с макулатурой.

Следующая категория людей, обращающаяся в экологические организации для оказания помощи и внесения вклада в окружающую среду, – это пожилые люди. Так, например, отмечает девушка-волонтер «PCO Пушкино»:

...пожилых у нас много... [Архив автора, респондент № 9, с. 8], координатор активистской части платформы «EcoWiki» указывает на неоднородность аудитории: «...на мероприятия приходят совершенно разные люди. Это могут быть пожилые...» [Архив автора, респондент № 2, с. 9], кроме того, руководительница студенческого объединения «ReGreen», отмечает категорию пожилых людей как значимую часть контингента: «Еще нужно отметить, что очень много пенсионеров очень открыты к экологической деятельности, самые частые участники раздельного сбора – это бабушки, для них это естественно. Условно, в советском союзе мыли банку, ресурсы не должны пропадать.» [Архив автора, респондент № 5, с. 12].

Следовательно, типология такова:

- 1) мамы 25–35 лет с детьми;
- 2) преподаватели;
- 3) студенты;
- 4) пожилые люди.

Согласно опросу ВЦИОМ «Современный руководитель НКО: знания, навыки, компетенции», проводимому с 2021 по 2022 г. среди 420 руководителей НКО, большинство из них имеет высшее гуманитарное образование, что примечательно, среди респондентов 67% – женщины, 33% – мужчины. Рассматривая возрастной аспект, важно указать, что по словам 38% опрошенных, им 45–59 лет, 33% указали, что им от 35 до 44 лет, 16% заявили, что им 60 и более лет, а 9% – 22–34 года. Следовательно, социальный портрет современного руководителя некоммерческих организаций имеет следующие характеристики: женский пол, возрастной признак – от 45 до 49 лет, наличие высшего гуманитарного образования⁷¹.

В рамках проведенного исследования мы рассмотрели официальные данные ВЦИОМ и провели сравнение с ответами информантов. Все респонденты, как женского, так и мужского пола отметили неравное распределение по гендерному признаку – в некоммерческом секторе преобладает женская доля российского населения. Таким образом, данные опросов подтверждаются ответами опрошенных нами экологов. Среди причин вышеописанного явления информанты выделяли: ориентированность мужчины в большей степени на заработок средств и создание более масштабных проектов в экологической сфере, соперничество женщин за окружающую среду, стереотипы по половым признакам, биологически обусловленные черты женщины. Определяя социальный портрет аудитории, на которую направлена деятельность экологических организаций, мы выявили несколько социальных групп: мамы 25–35 лет с детьми, пожилые люди, преподаватели, студенты. «Женское лицо» некоммерческих организаций выявлено не только на руководящих должностях, но и на уровне рядовых добровольцев, равнодушных к защите природной среды.

Одной из задач нашего исследования являлось определение форм взаимодействия государственных органов власти с волонтерскими объединениями. Именно это даёт лучшее понимание современной «публичной политики». Это, прежде всего, механизмы легитимизации решений органов государственной и муниципальной власти совместно с обществом и легитимными процедурами и оформлением сопутствующих правовых документов. В отличие от публичной политики, политика как таковая подразумевает борьбу за власть и соответствующие действия и решения со стороны политических акторов – политических лидеров, партий, государственной власти, для политики и публичной политики в зарубежной литературе соответственно применяются такие термины, как «politics» и «policy», т. е. публичная политика отличается от политики как борьбы за власть именно стремлением к согласованию действий с социумом, своим электоратом, а не характеризуется приоритетом решений над мнением общества и конкуренцией с другими политиками. Женское участие в публичной политике, при всей своей периферийности в политике, даёт возможность артикуляции собственных интересов женщин, их возведения в статус общественного запроса, происходит выход новой повестки в публичное пространство [Милованова 2021]. Следовательно, в рамках данной работы информантам был задан вопрос: «В последнее время наше правительство декларирует важность волонтерской деятельности. А взаимодействует ли ваша организация с государством?» мы получили неоднородные ответы, которые мы представим в виде следующей классификации:

- 1) отсутствие взаимодействия с государством;
- 2) участие в государственных грантах и эко проектах;

⁷¹ Эксперты ВЦИОМ представили результаты исследования профессиональных компетенций руководителя НКО. Официальный сайт ВЦИОМа. 2022. URL: <https://wciom.ru/sobytie/ehksperty-vciom-predstavili-rezultaty-issledovaniya-professionalnykh-kompetencii-rukovoditelja-nko> (дата обращения 23.03.2023).

- 3) привлечение частных и государственных партнеров;
- 4) работа с государственными структурами.

Руководительница объединения «РСО Пушкино» (33 лет, стаж деятельности которой полгода) ответила на вопрос о взаимодействии с государством: «Никаких взаимодействий не было. Я думаю, что и не будет, потому что эковолонтерство в маленьком масштабе не интересно правительству» [Архив автора, респондент №1, с. 5]. Последовал уточняющий вопрос: «Хотели бы вы такого взаимодействия? Возможно, вы сейчас нуждаетесь в помощи со стороны местных или федеральных властей?». На что был получен ответ: «Было бы здорово, если бы об этом больше говорилось, другой составляющей помощи я не вижу. Очень важно экопросвещение, люди не знают, что можно перерабатывать, что нельзя, они не интересуются этим.» [Архив автора, респондент №1, с. 5]. Стоит отметить, что руководительница «РСО Пушкино» отметила важность экопросвещения, повышение уровня экологической культуры, не упоминая финансовую составляющую, т.к. некоммерческий сектор вынужден прикладывать собственные усилия, в том числе в финансировании.

Участие в государственных грантах и эко проектах как форму взаимодействия с государственными структурами выделяют студенческие объединения:

Мы принимаем участие в эко проектах федеральных, например, у Росмолодежи есть отдельное направление, с прошлого года проводится экологический форум «Экосистема» [Архив автора, респондент №5, с. 10] (22-летняя руководительница студенческого объединения «ReGreen»); «...есть мероприятия у Росмолодежи, они приглашают всех участников, в том числе нас, и мы там иногда участвуем, и в грантовых конкурсах, в первую очередь, иногда в конкурсах...» [Архив автора, респондент № 10, с. 9] (мужчина, основатель «ЭкоГильдии МГУ», 24 года).

Руководители студенческих экологических объединений г. Москвы и г. Санкт-Петербурга отводят важную роль проектам Росмолодежи, активно принимают участие в их грантах, проектах.

Привлечение частных и государственных партнеров. 30-летняя координатор активистской части платформы «EcoWiki» со стажем в 9 лет приводит следующее сравнение государственной и коммерческой поддержки:

Коммерческая история хороша тем, что носит системный характер... эта история стабильная, если ты партнёру понравишься, то Вы будете работать на постоянной основе. А государственная же поддержка нестабильна, потому что всё зависит от того, выиграем ли мы президентские гранты, то есть, – это грантовая поддержка или премиальная поддержка некоммерческим общественным организациям... Эта история нестабильная, потому что год пройдет, ты снова подашь заявку, но можешь не выиграть, даже если ты хорошо реализовал свой проект, то гарантии не будет. Поэтому, государственная поддержка как была, так есть, так и будет, но на неё мы в меньшей степени опираемся, чем на коммерческих партнёров [Архив автора, респондент № 2, с. 8].

Непосредственно работали с государственными органами: 35-летний руководитель «Центра чистой природы» –

...мы взаимодействуем с государством в части помощи в вывозе отходов, которые мы собираем, через администрацию договариваемся... один раз нам помогли с транспортом... в принципе, мы взаимодействуем с государственными органами, с лесничеством...» [Архив автора, респондент № 11, с. 7]

и 51-летняя руководительница организации «Заповедники» –

...наша организация работает с госучреждениями, госзаповедниками, национальными парками, структурами, которые подчиняются Министерству природных ресурсов, и в любом случае, результаты нашей работы связаны с принятием решений на государственном уровне... [Архив автора, респондент № 3, с. 8].

Данная форма взаимодействия выражается в непосредственной работе с государственными структурами, например, в организации вывоза отходов, тесный контакт с государством.

Проведение авторского качественного исследования подтвердило нашу позицию о том, что изменения в структурах занятости, разгосударствление социальных услуг закономерно

привели в гражданский сектор образованных, предприимчивых и харизматичных лидеров, для которых «третий сектор» стал основой самосохранения и человеческого достоинства, самореализации и выработки альтернативных, инновационных подходов в решении актуальных социальных задач [Милованова 2020], о том, что некоммерческий сектор в лице общественных объединений экологической направленности феминизирован, репрезентируется в общественном мнении как женский.

Литература

Жилина 2019 – *Жилина И.Ю.* Волонтерство как ресурс для решения социальных и экономических проблем России // Экономические и социальные проблемы России. 2019. № 1. С. 119–140.

Как живешь, Россия? Экспресс-информация. 52 этап социологического мониторинга, май 2022 года / В. К. Левашов, Н. М. Великая, И. С. Шушпанова [и др.]; Отв. ред. В.К. Левашов. М.: ФНИСЦ РАН, 2022. 91 с.

Катаганова 2012 – *Катаганова Г.Н.* НКО, занимающиеся волонтерством, как фундамент гражданского общества // Социально-гуманитарные знания. 2012. № 9.

Милованова 2021 – *Милованова М.Ю.* Женское участие в публичной политике: дихотомия социального и политического // Россия и политический порядок в меняющемся мире: ценности, институты, перспективы: Материалы IX Всерос. конгресса политологов, Москва, 16–18 декабря 2021 г. М.: МГИМО, 2021. С. 331–333.

Милованова 2019 – *Милованова М.Ю.* Социально ориентированные НКО сквозь призму гендера: социологический анализ // Женщина в российском обществе. 2019. № 4. С. 66–79.

Милованова 2020 – *Милованова М.Ю.* Социально ориентированные некоммерческие организации как агент социальных изменений и нового социального дизайна современной России // Вестник РГГУ. Серия: Философия. Социология. Искусствоведение. 2020. № 1 (20). С. 74–84.

Социальные сети как ресурс для коммуникации и мобилизации женских общественно-политических организаций

В. М. Котлярова

студентка, Российский государственный гуманитарный университет, dog.gaf-gaf@yandex.ru

Научный руководитель: М. Ю. Милованова

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

Аннотация. Работа основана на данных двух авторских исследований и вторичного анализа. В статье рассматриваются женские социально-политические организации как ресурс для интеграции женщин в российскую политику. Одновременно с этим, доказывается важность социальных сетей как канала коммуникации и ресурса для мобилизации женских социально-политических организаций.

Ключевые слова. Женщины, интересы, женские организации, гендер, гендерный климат, сетевые сообщества, социальные сети, коммуникация, мобилизация, цифровизация в политике

Актуальность. Женские социально-политические организации – элемент гражданского общества. Многие российские партии (в том числе парламентские) имеют «женские крылья». Существует установка, что в современной России общественные и политические деятели занимаются только вопросами семьи, материнства и детства. Специфические характеристики нового гендерного климата в России, часто называемого «консервативным поворотом», проявляются в общественных отношениях. 8 марта 2022 года председатель Совета Федерации Валентина Матвиенко заявила о том, что следует создать федеральное ведомство по делам женщин, семьи и детей. Одновременно с этим, она считает несостоятельной идеологию радикального феминизма. В этом заявлении проявляется как гендерная тектоника, так и гендерный климат, который сложился в России. Соответственно, формируется исследовательский вопрос: насколько такая повестка репрезентирует все женские потребности и интересы в политике? Из-за ограниченности взаимодействия между государством и гражданским обществом основным ресурсом для продвижения «женского взгляда» являются горизонтальные социальные связи.

Проводится всё больше социологических исследований, связанных с гендерным аспектом российской политики. Гендерологи С. Г. Айвазова [2011; 2017], Е.А. Здравомыслова и А. А. Тёмкина [2015], Н.Н. Козлова [2013], Н. М. Великая [2020], Е.А. Кранзеева [2019], М. Ю. Милованова [2013; 2019; 2021], О. Г. Овчарова [2015], Т.Б. Рябова [2008], Н. А. Шведова [2012] и другие исследовательницы рассматривают социальные отношения между полами в современном мире, анализируют гендерные аспекты политики.

Что касается общественно-политической деятельности в социальных сетях, она определяет успешность и образ политика. Это характерно и для предвыборных кампаний, и для коммуникации с избирателями, и для выстраивания политического имиджа. Важно разграничить понятия «социальные сети» и «сетевое сообщество». Социальные сети – это сетевые структуры из социальных субъектов и связей между ними. Сетевое сообщество – это элемент социальной сети, горизонтальные связи между людьми. Соответственно, социальные сети – эффективная современная площадка для выстраивания горизонтальных связей. Здесь женские организации могут кооперироваться и обмениваться ресурсами.

Методология и методика. В основе статьи – результаты авторского качественного исследования «Женское политическое лидерство в оценках членов СДСЖР». В период октябрь-декабрь 2021 г. было проведено 10 глубинных интервью, в августе 2022 г. – 5 глубинных интервью. Отбор – целевой. Критерием отбора было членство в общественно-политической организации «Социал-демократический союз женщин России». В исследовании приняло участие 15 женщин, занимающихся общественно-политической

деятельностью. СДСЖР является аффилированной женской организацией парламентской партии «Справедливая Россия – Патриоты – За правду».

Одновременно с этим, был проведён контент-анализ социальных сетей СДСЖР (VK и Telegram) за период с 24 февраля 2022 г. по 29 марта 2023 г. Рассматривались тональность, охват, периодичность и темы публикаций. Использовались и вторичные данные.

Результаты исследования. В ходе авторского качественного исследования интервьюируемые рассказывали о субъективном опыте деятельности в «Социал-демократическом союзе женщин России», об отношении к женскому политическому лидерству, о роли женских общественно-политических организаций в России.

Информантки выделили свои мотивы вступления в «Социал-демократический союз женщин России». Это важно в контексте данной статьи, так как помогает понять, удовлетворяют ли социальные сети ожидания женщин от деятельности в организации.

Во-первых, желание высказать позицию, быть услышанной и получить обратную связь. Интервьюируемая поделилась: «Мужчины, как правило, не привлекают женщин к себе, а привлекают соратников, знакомых и друзей». Политическая сфера по большей части является «мужским миром», поэтому женщина не всегда может говорить о женских интересах. Они либо игнорируются, либо ограничиваются семейной повесткой.

Во-вторых, укрепление женской солидарности. Препятствием, которое мешает женщине строить политическую карьеру, интервьюируемые назвали неуверенность («женщины в большинстве своём боязливы»). Информантки указывали и на низкий уровень политической культуры женщин. Они отметили важность Союза как ресурса для продвижения женщин в общественной и политической сфере. Участницы информируют и поддерживают друг друга, проводят объединяющие мероприятия. Взаимная помощь позволяет женщине увереннее преодолевать препятствия, развивать навыки и получать знания. Солидарность сплачивает женщин, и команде легче отстаивать свои интересы: «Возможность оказаться в организации единомышленниц, которые так же, как и я, делают первые шаги в политике. А кто-то уже имеет опыт. Кому не безразлична судьба людей. Нам, женщинам, нужен некий толчок, сильное плечо рядом, вера в нас. Это вдохновляет двигаться и делать хорошие, нужные дела».

Опрошенные участницы СДСЖР видят в организации возможность для профессионального, политического и личностного развития, для объединения женских интересов, которые игнорируются на большинстве политических площадках в России.

Необходимо не только развивать женские организации, но и дополнять очную деятельность онлайн-форматом. Например, многие феминистские организации («Рёбра Евы», «Она» и т. д.) из-за ограничений в реализации проектов занимаются интернет-активизмом. Социальные сети дают больше свободы действий и ресурсов для взаимодействия.

Одновременно с этим, в рамках авторского исследования были проанализированы посты в социальных сетях «Социал-демократического союза женщин России» (VK и Telegram) с 24 февраля 2022 г. по 29 марта 2023 г.

Что касается группы VK, на 29 марта 2023 г. в ней состояло 223 участника⁷³. За указанный период опубликовано 111 постов. Если говорить о тональности записей, то большинство (89) оформлены нейтрально. Эти посты содержат информацию о планируемых/состоявшихся мероприятиях, внутренних изменениях, есть ссылки на новости с официального сайта. 17 записей несут положительную окраску. Они связаны с совместными мероприятиями, поддержкой соратниц и деятельностью в контексте СВО.

Среднее число лайков за указанный период – 6. Стоит отметить, что больше всего реакций (10+) набирают посты про внутренние события СДСЖР, совместные мероприятия и СВО. Это темы, которые напрямую связаны с кооперацией женщин. Что касается

⁷³ Социал-демократический союз женщин России. VK. URL: <https://vk.com/sdwomen> (дата обращения 01.04.2023).

конструктивных комментариев, то они отсутствуют, обсуждения под постами не ведутся. Среднее число просмотров – 40. Встречаются посты, которые набрали 200+ просмотров. Скорее всего, это связано с репостами. Эти записи тоже посвящены СВО и конференциям. Посты публикуются не регулярно. Иногда – по несколько постов за раз.

Самой распространённой темой является совместная деятельность в связи СВО (47). Описывается, как женщины из СДСЖР объединяются между собой и с другими женскими организациями (например, с женским движением «Единой России»), чтобы поддержать военных, детей из ДНР и ЛНР и т. д. 10 постов посвящены форуму «Женщины России За Победу». 22 записи содержат слова благодарности и поздравления представительниц СДСЖР. Посты с агрессивной тональностью не публиковались.

Больше всего внимания привлекают посты, связанные с личными историями представительниц СДСЖР, женскими мероприятиями и кооперацией по теме СВО. Вероятно, необходимость объединения для помощи гражданам в сложившейся социально-политической ситуации укрепляет связи между участницами женских организаций.

Женщины объединяются, чтобы помочь уязвимым группам (например, детям).

Скорее всего, группа СДСЖР в VK носит дополнительный характер. Активность здесь низкая. Обсуждения между участницами не ведутся. Большинство постов — ссылки на сайт. Однако этот канал продвижения помогает распространять информацию о женских мероприятиях и достижениях представительниц Союза среди пользователей VK.

В канале Telegram на 29 марта 2023 года был 101 подписчик⁷⁴. Он создан в 2022 году после блокировки Facebook в России как его аналог. Посты публикуются ежедневно или через один-два дня. Большинство записей схожи с информацией из VK и официального сайта. Тема СВО встречается чаще. Есть и отличие – в Telegram присутствуют обращения к аудитории, что характерно для этого мессенджера. Публикуются просьбы к подписчикам и представительницам СДСЖР, делаются репосты дружеских организаций и каналов, выкладывается статистика и информация по важным темам. Значительное внимание акцентируется на совместных мероприятиях (например, в честь 8 марта), сотрудничестве.

Что касается тональности записей, они тоже носят либо нейтральный, либо положительный характер. В среднем на каждом посте 5 реакций. Однако есть записи с 10+ реакциями. Это посты, связанные с СВО и личными успехами представительниц СДСЖР. Комментарии на канале закрыты, несмотря на обращения к аудитории. Соответственно, не ведутся обсуждения, не даётся обратная связь, поэтому активность здесь тоже низкая.

Если говорить про Facebook, это была основная социальная сеть СДСЖР. Однако с августа 2022 года страница не ведётся (в том числе из-за блокировки Meta).

Отметим, что у представительниц СДСЖР и других женских социально-политических сообществ есть личные чаты в социальных сетях и мессенджерах. Женщины на регулярной основе обмениваются информацией и делятся опытом, оказывают друг другу эмоциональную поддержку, мобилизуют ресурсы, транслируют идеологические позиции. Это говорит о том, что социальные сети являются динамичным каналом коммуникации.

Важно соотнести результаты контент-анализа и мотивы представительниц СДСЖР. Что касается репрезентации женских интересов, в социальных сетях организации чаще всего обсуждаются вопросы социальной политики, материнства и детства, повестка партиипатрона, СВО. Женщины рассказывают о том, как они видят проблемы в российском обществе и как влияют на социальные изменения. Тем не менее, темы публикаций однотипны. Если говорить про укрепление женской солидарности, социальные сети СДСЖР частично выполняют эту функцию. В них рассказывается о личном опыте социально-политической деятельности участниц организации, выкладываются поддерживающие посты. Такие записи привлекают больше всего внимания. Однако обсуждения в комментариях не ведутся. Можно предположить, что в личных и групповых чатах солидарность и поддержка

⁷⁴ Социал-демократический союз женщин России. Telegram. URL: <https://t.me/sduwomen> (дата обращения 01.04.2023).

выражаются в большей степени. Стоит отметить, что на фоне СВО произошло сплочение женских интересов (по крайней мере, внешнее).

Что касается других исследований, в 2021 г. был проведён контент-анализ женских групп в Facebook. Авторы определили мотивы участниц: доступ к информации, обмен знаниями и опытом, взаимная поддержка. Исследователи предполагают, что женщины не заменяют очное общение виртуальным. Они не противопоставляются, а дополняются. Эти тезисы сходятся с высказываниями участниц СДСЖР о том, что женские организации являются источником информации и эмоциональной поддержки.

Подводя итоги, можно сделать вывод: социальные сети являются важным каналом коммуникации и ресурсом для мобилизации женских организаций. Здесь можно наблюдать за деятельностью женщин-политиков, знакомиться по политическим интересам, объединяться с другими женщинами и организациями, мобилизовать ресурсы, обмениваться информацией и поддержкой (лично и публично).

Что касается опыта СДСЖР, то социальные сети частично справляются с запросами представительниц Союза. Однако заменить очный формат не могут. Пока что страницы в социальных сетях не настолько развиты, чтобы реализовать весь их потенциал.

Важно отметить, что цифровизация общественных сфер повышает эффективность деятельности женских социально-политических организаций, приводит к солидаризации сообществ. Она создала базу для межрегионального и международного сотрудничества женских организаций. В последние годы коммуникация в социальных сетях важна, в том числе из-за пандемии и релокации некоторых активисток из России.

Литература

Айвазова 2007 – Айвазова С.Г. «Игра в гендер» на поле российской политики: возможности институциональных изменений // Россия реформирующаяся. Ежегодник. М.: Институт социологии РАН, 2007. С. 319–331.

Воронкин 2014 – Воронкин А.С. Социальные сети: эволюция, структура, анализ // Образовательные технологии и общество. 2014. №1(17). С. 650–675.

Гуревич 2022 – Гуревич К.В. Социальные сети как современный этап развития кооперации индивидов: на примере женских групп в русскоязычном сегменте сети Facebook // История и современность. 2022. № 2 (44). С. 97–108.

Ломова 2021 – Ломова Т.Е. Женские организации как сегмент гражданского общества современной России // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2021. № 14(2). С. 124–142.

Милованова 2013 – Милованова М. Ю. Гражданские инициативы женских общественных объединений: основные ресурсы для достижения результативности // Женщина в российском обществе. 2013. № 3 (68). С. 98–106.

Как Интернет изменил коммуникации российских волонтерских объединений?

Е.С. Шишулина

студентка, Российский государственный гуманитарный университет, Москва,
evg.shishulina@yandex.ru

Научный руководитель: Г.К. Уразалиева

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

Аннотация. В статье рассматриваются и сравниваются традиционные и цифровые информационно-коммуникативные технологии волонтерских объединений. Рассматриваются изменения в коммуникативных практиках волонтерских объединений вследствие распространения Интернета.

Ключевые слова. Волонтерские объединения, внешняя и внутренняя коммуникации, технологии коммуникации, цифровизация, цифровые информационно-коммуникативные технологии, коммуникативные практики

Введение. Как и любые другие социальные институты, волонтерские объединения налаживают внешние связи: коммуницируют с общественностью, бизнесом, государством; и внутренние связи: между собственными элементами инфраструктуры. Внешние и внутренние технологии коммуникации волонтерских объединений крайне важны для продвижения и популяризации темы волонтерства, привлечения средств, взаимодействия с другими социальными институтами, регулирования собственной деятельности и др. В современном мире посредством Интернета развиваются цифровые информационно-коммуникативные технологии в сфере волонтерства. В статье будут рассмотрены данные технологии и то, как Интернет изменил и усовершенствовал коммуникации волонтерских объединений. Таким образом, предлагаемая статья направлена на решение следующей исследовательской задачи: какое влияние оказывают Интернет и современные информационно-коммуникативные технологии на внешнюю и внутреннюю коммуникацию волонтерских объединений?

Обзор литературы. Тема коммуникации в волонтерской среде охватывает два фундаментальных понятия: волонтерство и коммуникация. Поэтому в социологической науке данная тема находится на пересечении нескольких дисциплин, таких как социология массовых коммуникаций, социология организации, социологические исследования в социальной работе и др.

На данный момент особенно актуальным является цифровое или виртуальное волонтерство, то есть оказание помощи посредством Интернета, социальных сетей и т.д. Сюда же можно отнести создание онлайн-мероприятий, информационную поддержку и др. Авторы статьи «Мотивационно-смысловые аспекты цифрового волонтерства современной молодежи» С.В. Молчанов и Н.С. Пряжников отмечают, что это направление возникло еще в 70-е гг. XX в., однако наибольшую популярность оно набирает именно в настоящие годы в связи с развитием новых информационно-коммуникативных технологий, виртуальных пространств. Примечательно, что авторы рассматривают цифровое волонтерство как самостоятельную реальность, так как именно особый характер коммуникации порождает новые виды деятельности [Молчанов, Пряжников 2020].

В свою очередь, под коммуникацией подразумевается связь между субъектами, их взаимодействие, обмен информацией, ресурсами ради достижения поставленной цели. Наиболее полное определение дается в учебнике Д.П. Гавры [Гавра 2019].

Любая коммуникация имеет структуру, модель с определенными элементами. Об этом пишет Гарольд Лассуэлл [Lasswell 1948]. Существует множество классификаций коммуникации. Среди них выделяется классификация по численности участников Э.В.

Романова, А.В. Лелецкого и др. Так, коммуникация бывает межличностной, групповой и массовой [Романов и др., 2019]

Разделение коммуникативных процессов на внешние и внутренние подробно описывает Н.В. Болдырева [Болдырева 2018]. Так, можно сказать, что в сфере волонтерства к внешней коммуникации относится взаимодействие элементов волонтерства с общественностью, государством, бизнес-структурами, спонсорами, а к внутренней коммуникации – внутреннее взаимодействие между элементами волонтерства, например, между волонтерами, объединениями, ресурсными центрами добровольчества, межведомственными советами по вопросам развития добровольчества и т. д.

Помимо этого, рассматривается понятие «технологии коммуникации». Различные определения понятия «технология» приводятся в статье З.А. Литовой. Наиболее полное определение следующее:

...технология – это управление техническими системами до любой целенаправленной, организованной и упорядоченной деятельности человека. В производстве технология – это система способов и средств, применение которых ведёт к заданным результатам, гарантирует их количество и качество. Технология опирается на знания, является приложением знаний для решения практических задач» [Литова 2019, с. 4].

Таким образом, здесь и в дальнейшем под технологиями коммуникации будет подразумеваться следующее: знания, умения и навыки, реализующиеся в определенных действиях, средствах и приемах эффективного воздействия на внутреннюю и внешнюю среды и обмена информацией между элементами коммуникационного процесса.

Конкретные технологии внутренней и внешней коммуникаций волонтерских объединений, использующиеся как внутри волонтерских объединений, так и при их взаимодействии с государством, общественностью, бизнес-структурами, подробно описываются такими авторами, как О.А. Аникеева, А.П. Рудницкая, О.В. Решетникова в учебнике «Основы организации и управления добровольческой деятельностью» [Аникеева и др., 2019]. Среди них выделяются и цифровые информационно-коммуникативные технологии. Например, среди внешних: создание электронных приложений для осуществления связи между волонтерскими объединениями и гражданами («Помощник Москвы», «Активный гражданин»); развитие единой информационной системы в сфере развития добровольчества; создание информационного образа через социальные сети, официальные сайты и СМИ; разработка модели онлайн-привлечения средств и др. Среди внутренних технологий: создание ресурсных центров; «создание и ведение электронной базы потребностей в добровольческих услугах в СО НКО, учреждениях и организациях социальной сферы; создание и поддержка региональных цифровых информационных ресурсов, посвященных развитию добровольчества» [Аникеева и др., 2019, с. 49]. Помимо этого, с помощью цифровых технологий могут осуществляться совещательные, образовательные, информационные, развлекательные волонтерские мероприятия.

Наконец, стоит отметить, что в современном обществе среди волонтерских объединений особую значимость обретают digital-каналы коммуникации и коммуникативные технологии, связанные с цифровыми каналами продвижения информации. Так, в статье Г.В. Говорухиной, в одной из немногих статей на тему коммуникационных практик волонтерских объединений, пишется следующее:

В настоящее время формируется новый тип коммуникативного взаимодействия общественных организаций с другими социальными субъектами путем использования различных информационно-коммуникационных средств... Эти средства находят свое применение в digital-каналах коммуникации, которые обеспечивают нахождение наиболее релевантных точек контакта с целевой аудиторией: устройства, предоставляющие доступ к Интернету; локальные сети организаций; носимая электроника (фитнес-браслеты, умные часы и пр.) [Говорухина 2020, с. 97, 100].

Автор отмечает, что в настоящее время для общественных организаций коммуникативной средой является именно Интернет. Можно сказать, что такая среда

необходима для осуществления внешней коммуникации волонтерских объединений с общественностью. При этом, автором добавляется, что волонтерским объединениям крайне важно разрабатывать свой собственный стиль использования коммуникативных технологий, с учетом целевой аудитории, социальных условий, целей организации и т. д. [Говорухина 2020].

Методы исследования. В статье использовался анализ следующих документов для рассмотрения законодательного регулирования коммуникативных практик в сфере волонтерства: «Распоряжение Правительства РФ от 27 декабря 2018 г. № 2950-р Об утверждении Концепции развития добровольчества (волонтерства) в РФ до 2025 г.»⁷⁶ и «Постановление Правительства Российской Федерации от 17.08.2019 г. № 1067 О единой информационной системе в сфере развития добровольчества (волонтерства)»⁷⁷.

Помимо этого, в статье использовался анализ статистических данных Росстат, Федерального агентства по делам молодежи и единой информационной системы в сфере волонтерства «DOBRORU», касающихся динамики развития волонтерства и социально-демографических характеристик волонтеров.

Кроме того, в статье приводятся данные двух авторских исследований. Первое – качественное исследование «Перспективы донорства в оценках волонтеров Всероссийского общественного движения «Волонтеры-медики»», проводимое в г. Москва, в октябре-ноябре 2021 года. Метод исследования – глубинное интервью. В рамках исследования был произведен целевой отбор респондентов методом «снежного кома» в официальных группах ВОД «Волонтеры-медики» в социальных сетях. Критерием отбора респондентов являлось членство в ВОД «Волонтеры-медики». Всего было опрошено 10 респондентов, представителей ВОД «Волонтеры-медики» по всей России.

Второе – качественное исследование «Эффективность коммуникаций волонтерских объединений», проводимое в г. Москва, в январе-феврале 2022–2023 гг. Метод исследования – качественный экспертный опрос. В рамках исследования был произведен целевой отбор респондентов методом «снежного кома» в официальных группах российских волонтерских объединений в социальных сетях. Для отбора респондентов было заявлено 2 критерия экспертности: наличие стажа работы волонтером (не менее 1 года; 1–3 года – начинающие специалисты, 4–6 лет – опытные специалисты; 7 лет и старше – высококвалифицированные специалисты); наличие высокопоставленной должности (специалисты, руководители, соруководители, заместители руководителя, организаторы, координаторы, директора, методисты, начальники отделов). Всего с помощью электронной формы было опрошено 18 респондентов, волонтеров-экспертов, удовлетворяющих двум заявленным критериям экспертности и состоящих в российских волонтерских объединениях / организациях / движениях.

Основные полученные результаты. Для начала рассмотрим общие показатели, касающиеся волонтерства. С каждым годом наблюдается положительная динамика численности волонтеров. По данным информационно-аналитического материала 2020 г. Аналитического центра при Правительстве РФ, основанном на данных Росстат, «в 2016 – 2019 годах происходил устойчивый рост численности населения в возрасте 15 лет и старше, участвующего в волонтерском движении, и его доли в общей численности населения страны указанной возрастной группы»⁷⁸.

⁷⁶ Указ Президента Российской Федерации от 6 декабря 2017 г. № 583 «О проведении в Российской Федерации Года добровольца (волонтера)». URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/42573> (дата обращения 18.03.2023).

⁷⁷ Постановление Правительства Российской Федерации от 17.08.2019 г. № 1067 «О единой информационной системе в сфере развития добровольчества (волонтерства)». URL: <https://base.garant.ru/72640822/> (дата обращения 18.03.2023).

⁷⁸ Информационно-аналитический материал «развитие добровольческого движения в России: статистический анализ по данным Росстат. URL: <https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/analitika/volunteers.pdf> (дата обращения 18.03.2023).

Отмечается, что импульс 2018 г. связан с изданием Указа Президента Российской Федерации от 6 декабря 2017 г. № 583 «О проведении в Российской Федерации Года добровольца (волонтера)», что послужило увеличению масштабов волонтерских движений по всем показателям.

По статистическим данным Федерального агентства по делам молодежи, предоставленным ЕМИСС, на момент февраля 2023 г. в России насчитывается 2,4 млн человек, «вовлеченных центрами (сообществами, объединениями) поддержки добровольчества (волонтерства) на базе образовательных организаций, некоммерческих организаций, государственных и муниципальных учреждений в добровольческую (волонтерскую) деятельность»⁷⁹.

Согласно открытым данным портала «Добро. Ру», на февраль 2023 г. больше всего в волонтерскую деятельность вовлечены представители женского пола (63%), а среди возрастных групп – люди в возрасте до 18 лет (57,37%). 23,86% приходится на граждан в возрасте от 18 до 24 лет⁸⁰. Из этого следует вывод, что в волонтерской деятельности, как правило, заинтересованы молодые люди: школьники или студенты. Поэтому целесообразно создавать волонтерские ячейки в школах и университетах, в социальных сетях ориентироваться на молодую аудиторию.

Теперь рассмотрим законодательные акты, касающиеся развития цифровых информационно-коммуникативных технологий в России. В «Концепции развития добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации до 2025 года» говорится следующее:

Остается значительным разрыв между числом граждан, заявляющих о потенциальной готовности участвовать в добровольческой (волонтерской) деятельности, и числом граждан, реально ее осуществляющих. Это связано, в частности, с недостатком информации о деятельности добровольческих (волонтерских) организаций и добровольцев (волонтеров), неразвитостью инфраструктуры поддержки добровольческой (волонтерской) деятельности, слабостью межсекторного и межведомственного взаимодействия по вопросам развития добровольчества (волонтерства), а также с общей неустойчивостью многих российских некоммерческих организаций, что ограничивает их возможности быть организаторами добровольческой (волонтерской) деятельности⁸¹.

Кроме того, в документе говорится о необходимости развития цифровых информационно-коммуникационных технологий в сфере волонтерства, что «позволит создать дополнительные каналы и способы привлечения добровольцев (волонтеров), будет содействовать эффективному управлению добровольческой (волонтерской) деятельностью, укреплению связей между добровольцами (волонтерами) и организациями, откроет новые возможности в осуществлении добровольческой (волонтерской) деятельности, в том числе людям с ограниченными возможностями здоровья». Таким образом, в официальном документе подтверждается высокая значимость и необходимость развития внешней и внутренней коммуникаций волонтерских объединений, в особенности цифровых средств, для дальнейшего привлечения добровольцев и популяризации темы волонтерства.

Важность и необходимость развития цифровых технологий коммуникации подтверждается «Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2019 г. № 1067 О единой информационной системе в сфере развития добровольчества (волонтерства)», в котором описываются правила функционирования единой информационной системы (в дальнейшем ЕИС) и соответствующие требования. Наличие такого документа подтверждает активное внедрение и распространение ЕИС в сфере волонтерства в России, так как данная

⁷⁹ Общая численность граждан РФ, вовлеченных в волонтерскую деятельность. Единая межведомственная информационно-статистическая система. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/61193> (дата обращения 18.03.2023).

⁸⁰ Аналитика волонтерства России. URL: <https://dobro.ru/analytics> (дата обращения 18.03.2023).

⁸¹ Концепция развития добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации до 2025 года от 27 декабря 2018 г. № 2950-п. URL: <http://static.government.ru/media/files/e6LFLgABRP4MyQ8mW7HCICGR8esYBYgq.pdf> (дата обращения 18.03.2023).

цифровая технология обеспечивает множество важных функций, например, «формирование единой площадки по взаимодействию институтов добровольческой (волонтерской) деятельности; предоставление сведений о добровольческой (волонтерской) деятельности; возможность поиска добровольцев (волонтеров) и их привлечения к деятельности; сбор и систематизацию информации о добровольческой (волонтерской) деятельности».

Теперь рассмотрим результаты авторских исследований. В январе-феврале 2022–2023 гг. в г. Москва было проведено авторское качественное исследование «Эффективность коммуникаций волонтерских объединений». В начале респондентам задавался вопрос о том, какие из технологий внешней и внутренней коммуникации волонтерских объединений наиболее актуальны и востребованы для развития волонтерства в России. При этом, респонденты могли выбрать технологии из предложенного списка и, одновременно с этим, написать свой развернутый ответ. Если переводить выбранные варианты ответов в количественные показатели, то получатся следующие графики (см. рис. 1 и 2).

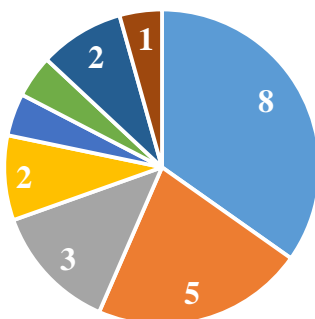


Рис. 1. Технологии внешней коммуникации, отмеченные респондентами авторского экспертного качественного опроса «Эффективность коммуникаций волонтерских объединений», 2022–2023 гг.

Из внешних технологий к цифровым относятся «создание информационного образа через соц. сети, СМИ, официальные сайты» (отметило 7 чел.) и «развитие единой информационной системы в сфере добровольчества» (отметило 4 чел.). При этом, из всех приведенных технологий создание информационного образа в цифровом пространстве волонтеры-эксперты отмечали чаще всего. Если рассматривать преимущества данных цифровых технологий, то благодаря Интернету усовершенствовались методы и средства связей с общественностью; увеличился спектр возможностей позиционирования себя в публичной сфере; увеличился охват целевой аудитории; популяризация волонтерства, распространение информации и предоставление услуг в данной сфере перешли на более масштабный и, в то же время, упрощенный уровень.

Из внутренних технологий к цифровым в большей степени относится «создание ресурсных центров, организация их деятельности; разработка методологии создания ресурсных центров», так как большее количество функционала реализуется с помощью системы цифровых сервисов. Данная технология выделяется экспертами чаще всего (отметило 8 чел.). Кроме того, к внутренним цифровым технологиям относится «создание и ведение электронной базы потребностей в добровольческих услугах в СО НКО» (отметил 1 чел.). Если рассматривать преимущества данных цифровых технологий, то Интернет способствовал упрощению доступа к документации и оптимизации внутренних связей волонтерских объединений. А именно: стало возможно отслеживать потребности волонтеров, их достижения; осуществлять методическое сопровождение элементов волонтерства и функциональную деятельность ресурсных центров в цифровом формате.

Какие из технологий внутренней коммуникации волонтерских объединений наиболее актуальны и востребованы для развития волонтерства в России? (Ответы 18 экспертов - кол.чел.)



- создание ресурсных центров, организация их деятельности; разработка методологии создания ресурсных центров
- организация и проведение мероприятий (семинаров и практикумов) по обучению руководителей и членов волонтерских объединений
- внедрение федеральных программ и эффективных социальных практик в сфере добровольчества в регионах РФ
- создание и проведение форумов для общения волонтеров
- создание и ведение электронной базы потребностей в добровольческих услугах в СО НКО
- создание и поддержка региональных информационных ресурсов, посвященных развитию добровольчества
- все вышеперечисленное в совокупности
- такие технологии отсутствуют

Рис. 2. Технологии внутренней коммуникации, отмеченные респондентами авторского экспертного качественного опроса «Эффективность коммуникаций волонтерских объединений», 2022–2023 гг.

Так, можно сказать, что некоторые цифровые технологии коммуникации, по мнению экспертов, являются особенно актуальными и востребованными для развития волонтерства в России. Более того, остальные традиционные технологии тоже частично реализуются в цифровом пространстве. Так, во внешней коммуникации, в настоящее время в онлайн-формате реализуются различные методы сбора средств: кнопка «пожертвовать», краудфандинг, фандрайзинг. Появилась возможность дистанционного участия в конкурсах на получение пожертвований, грантов. Проведение любых мероприятий с партнерами, государственными структурами, общественностью стало возможно в онлайн-формате, особенно остро потребность в такой коммуникации возникла в период пандемии. Помимо этого, государственная нормативно-правовая база по регулированию добровольческой деятельности также стала общедоступна в официальных Интернет-источниках.

Таким образом, благодаря Интернету, волонтерским объединениям стало легче и эффективнее осуществлять внутренние и внешние связи, сокращая при этом посреднические звенья, временные и материальные издержки и другие ресурсы.

Отдельно можно выделить ответы респондентов на вопрос о том, какие каналы продвижения информации о волонтерстве наиболее эффективны и развиты в России. 15 волонтеров ответили «социальные сети», в особенности отмечались социальные сети «ВКонтакте» и «Телеграм». Эффективность этого канала продвижения обуславливается наличием большого охвата аудитории, популярностью, удобством, разнообразием функций, позволяющих создать уникальный образ. Кроме того, в меньшей степени, чем социальные сети, отмечались такие каналы продвижения, как СМИ, единая информационная система «DOBRO.RU», государственные порталы (mos.ru). Таким образом, по мнению экспертов, наиболее эффективными каналами продвижения информации о волонтерстве являются именно цифровые платформы, сайты, социальные сети.

Наконец, можно выделить полученные результаты второго авторского исследования «Перспективы донорства в оценках волонтеров Всероссийского общественного движения «Волонтеры-медики»», проведенного в 2021 г.

Респонденты давали различные предложения, способные увеличить уровень популяризации волонтерства, в частности, медицинского направления, и уровень информированности граждан:

Может, использовать тренды современные в социальных сетях, устраивать в заведениях тематические конкурсы, викторины. Создать приложения, где люди могут сдавать кровь и тем самым проходить задания, получать символические награды, а может скидки какие-нибудь [Архив автора, респондент № 10, с. 5];

Я бы предложила охват большего количества зрителей в социальных сетях... Так будет больше заинтересованных людей, особенно молодежи [Архив автора, респондент № 4, с. 7];

У нас в городах очень много, где можно разместить наружную рекламу. Например, можно пускать интересные факты о донорстве по телевизорам в вагонах метро, на электронных самокатах есть экранчики... Можно еще встраивать отдельный донорский раздел в программу смарт часов [Архив автора, респондент № 7, с. 8];

Сейчас большинство своего времени люди проводят в Интернет-пространстве, мне кажется, следовало бы делать больше контекстной рекламы... Также можно устанавливать интерактивные стенды, где человек может «потыкать» в экран [Архив автора, респондент № 8, с. 7] и др.

Таким образом, респонденты предлагали делать акцент на распространении информации в Интернете. Особое внимание предлагалось уделить современным технологическим средствам (приложения и гаджеты), способными завлечь аудиторию, эффективно донести информацию. Данные советы по продвижению и популяризации темы можно использовать не только в медицинском направлении волонтерства, но и в других.

Дискуссия. Дополняя авторские исследования, можно обратиться к данным иных исследований. Так, по результатам опроса, проведенного в 2022 г. Министерством науки и высшего образования РФ совместно с АВЦ (всего было опрошено 31 257 студентов из 78 регионов РФ), 52% студентов не сталкиваются с трудностями при поиске информации о

волонтерстве; 25% – затрудняются найти информацию из-за ее нехватки в открытом доступе; 16% – затрудняются из-за того, что информации слишком много⁸². При этом, 79% студентов узнают о волонтерстве через соцсети. Вышеперечисленные показатели являются достаточно положительными, они свидетельствуют об активной популяризации темы добровольчества волонтерскими объединениями через современные цифровые информационные средства, в особенности социальные сети. Однако, можно выделить проблему отсутствия структурированности информации, возможно, из-за неразвитости официальных сайтов и методических пособий волонтерских объединений.

В 2020 г. Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ проводилось масштабное количественное (опрос) исследование, изучающее востребованность сайтов о волонтерстве гражданами [Мерсиянова, Брюхно 2020]. По результатам исследования было выявлено, что только 16% представителей интернет-аудитории за январь-март 2020 г. обращались к каким-либо сайтам или другим сетевым ресурсам, где обсуждаются вопросы по теме волонтерства, 83% респондентов не посещали такие сайты [Мерсиянова, Брюхно 2020]. Следующий вопрос звучал следующим образом: «Если бы существовал специализированный сайт, где добровольцы могли бы узнавать о том, где и когда они могли бы оказать помощь нуждающимся, подобрать себе волонтерскую работу «по душе», зарегистрировались бы вы на таком сайте?» [Мерсиянова, Брюхно 2020, с. 365]. 20% респондентов не стали бы регистрироваться никаким образом, 36% скорее всего не зарегистрировались бы, 32% скорее всего зарегистрировались бы, 8% обязательно зарегистрировались бы [Мерсиянова, Брюхно 2020]. Таким образом, коммуникация между волонтерскими объединениями и гражданами с помощью тематических и официальных электронных сайтов налажена не в полной мере. При этом, было выявлено, что наиболее активными пользователями таких сайтов являются руководители высшего звена (38%), студенты (34%) и женщины в возрасте от 18 до 24 лет (32%) [Мерсиянова, Брюхно 2020]. То есть, это те, кто больше всего вовлечен в волонтерскую деятельность: молодые люди, студенты, представительницы женского пола или люди с высоким заработком. Таким образом, необходимо заинтересовывать и другие социальные группы в деятельности волонтерских объединений.

Говоря о ресурсных и информационных центрах, действующих в цифровой среде, а конкретно о портале «DOBRO.RU», то, по словам Артема Метелева, председателя совета Ассоциации волонтерских центров и основателя платформы «DOBRO.RU», на портал

...может зайти любой человек и буквально в считанные секунды увидеть ближайшие к его месту проживания проекты, мероприятия, где нужна помощь волонтеров в разных сферах. На платформе можно пройти обучение... С одной стороны – это самое большое в стране сообщество волонтерских организаций, с другой – это как институт развития, который развивает волонтерское движение⁸³.

Так, с помощью данных иных исследований, экспертного мнения не только подтвердилась значимость цифровых информационно-коммуникативных технологий, но и выявились проблемы, требующие решения.

Заключение. Итак, отвечая на поставленный вопрос о том, какое влияние оказывают Интернет и современные информационно-коммуникативные технологии на внешнюю и внутреннюю коммуникацию волонтерских объединений, можно сделать два основных вывода.

⁸² Кто эти люди? Результаты самого масштабного в истории исследования студенческого добровольчества. URL: https://dobro.press/articles/kto-eti-ludi-rezultaty-samogo-masshtabnogo-v-istorii-issledovaniya-studencheskogo-dobrovolchestva?utm_source=vk.com&utm_medium=social&utm_campaign=kto-eti-lyudi--rezultaty-samogo-masshtabn (дата обращения 17.12.2022).

⁸³ «Твори добро»: почему волонтерство – это важная часть жизни каждого человека. URL: <https://www.mk.ru/social/2021/09/10/tvori-dobro-pochemu-volonterstvo-eto-vazhnaya-chast-zhizni-kazhdogo-cheloveka.html> (дата обращения 18.03.2023).

Во-первых, благодаря Интернету при осуществлении коммуникативных практик волонтерских объединений сокращаются все виды издержек. Так, в теориях некоторых ученых-экономистов выделяются транзакционные издержки, которые существуют не только в рыночной экономике, но и во многих других способах экономических организаций. Например, экономист Карл Дальман выделяет транзакционные издержки, связанные с ситуациями заключения между сторонами соглашений, контрактов, которые могут возникнуть и в сфере волонтерства, например, между волонтерскими объединениями и бизнес-структурами. Он выделяет следующие их виды: «издержки сбора и обработки информации, издержки проведения переговоров и принятия решений, издержки юридической защиты выполнения контракта, издержки контроля» [Dalman 1979, p. 148]. Помимо этого, в волонтерской среде можно выделить материальные издержки, ресурсные издержки, временные издержки и т. д. Так, благодаря Интернету, появлению социальных сетей, цифровых платформ, электронных сайтов, цифровых накопителей информации и т. д., сокращаются вышеперечисленные издержки: доступ к любой информации упрощается, а ее передача и распространение ускоряются, сокращаются посреднические звенья, увеличиваются возможности позиционирования волонтерских объединений, общения с другими субъектами коммуникации.

Во-вторых, благодаря Интернету увеличивается эффективность коммуникаций волонтерских объединений. Под эффективностью коммуникации принято понимать отношение результата, полученного от организации коммуникативной деятельности и затратами на его получение, что в сфере волонтерства может оцениваться с помощью трех критериев: упрощение коммуникаций, ускорение коммуникаций и увеличение спектра удобных возможностей при осуществлении коммуникативных практик. Все цифровые информационно-коммуникативные технологии в сфере волонтерства удовлетворяют этим критериям.

Однако несмотря на то, что благодаря Интернету коммуникации волонтерских объединений улучшились, все еще остаются актуальными проблемы, касающиеся цифровой грамотности граждан, волонтеров, органов власти, бизнес-структур; оптимальной и защищенной работы цифровых систем, их удобства и др. Именно поэтому, необходимо и дальше исследовать заданную тему для нахождения путей совершенствования цифровых информационно-коммуникативных технологий в сфере волонтерства.

Литература

Аникеева и др. 2019 – *Аникеева О.А., Рудницкая А.П., Решетникова О.В.* и др. Основы организации и управления добровольческой деятельностью: Учеб. для студентов вузов / Под общ. ред. О.А. Аникеевой, А.П. Рудницкой, О.В. Решетникова. М.: Изд-во РГСУ. 2019. 245 с.

Болдырева 2019 – *Болдырева Н.В.* Роль и значение внутренних коммуникаций в условиях современного бизнеса // Вестник евразийской науки. 2018. Т. 10. № 1. 3 с.

Гавра 2019 – *Гавра Д.П.* Основы теории коммуникации: учебник для академического бакалавриата, 2-е изд., испр. и доп. М.: Юрайт. 2019. 231 с.

Говорухина 2020 – *Говорухина Г.В.* Основные коммуникационные практики общественных организаций // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. 2020. № 22. С. 94–101.

Литова 2019 – *Литова З.А.* Сущность понятия «технология» на современном этапе / З.А. Литова // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2019. № 2 (50). 9 с.

Мерсиянова, Брюшно 2020 – *Мерсиянова И.В., Брюшно А.С.* Цифровые волонтерские платформы: готовность россиян и потенциал применения // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6 (160). С. 357–375.

Молчанов 2020 – *Молчанов С.В.* Мотивационно-смысловые аспекты цифрового волонтерства современной молодежи / С.В. Молчанов, Н.С. Пряжников // Национальный психологический журнал. 2020. Т. 2. №2 (38). С. 31–38.

Романов 2019 – *Романов Э.В.* и др. Основы теории массовой коммуникации / Э.В. Романов, А.В. Лелецкий, К.А. Лабунин // Вопросы науки и образования. 2019. № 21 (68). С. 106–108.

Dalman 1979 – *Dalman C. J.* The Problem of Externality / C. J. Dalman // The Journal of Law and Economics 22. № 1. 1979. P. 148.

Lasswell 1948 – *Lasswell H.D.* The structure and function of communication in society // The communication of ideas / Ed. by L. Bryson. N.Y.: Harper and Row, 1948. P. 37–51.

Роль социальных сетей в продвижении армянской культуры в Москве

М.А. Петросян

*студентка, Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, mariapetrosyann20@gmail.com.*

Научный руководитель: Г.В. Тартыгашева

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

Аннотация. В статье проанализирована деятельность армянских национально-культурных объединений по продвижению армянской культуры в Москве с помощью социальных сетей. Наряду с некоммерческими формами маркетинговой коммуникации, социальные сети в настоящее время рассматриваются как один из главных и эффективных инструментов продвижения армянской культуры. Важную роль в продвижении армянской культуры, также играют неформальные формы общения, вроде «сарафанного радио» и т.д.

Ключевые слова. армянская диаспора Москвы, армянская культура, продвижение армянской культуры, сохранение армянской культуры, маркетинговые коммуникации

Под термином «продвижение» часто подразумевается особый комплекс маркетинговых мер, направленных на стимулирование спроса. По мнению канадского исследователя Франсуа Колбер, «Продвижение – это в первую очередь и по преимуществу коммуникативный инструмент, с помощью которого потребителю передаются официальное корпоративное сообщение и имидж компании» [Колбер 2004, с. 176]. Колбер неспроста дает именно такое определение, поскольку, действительно, продвижение представляет собой процесс передачи информации потенциальным потребителям будь то о товарах или услугах, идеях или общественной деятельности. Тем не менее со временем под продвижением стали подразумевать и иные формы коммуникации, включая рекламу, стимулирование сбыта и т. д. В связи с чем появился такой новый термин, как «маркетинговые коммуникации», который часто используется как синоним понятия «продвижение», представляющий собой более широкий арсенал средств и форм продвижения. Однако для нас важно то, что в условиях информационного общества трансформируется форма коммуникации, которая все больше зависит от социальных сетей. Примечательно, что сам термин «социальная сеть» был введен в обиход ещё в 1954 г. английским социологом Дж. Барнсом. С точки зрения социологии, социальная сеть – это социальная структура, состоящая из множества агентов (индивидуальных и коллективных) и отношений между ними [Barnes 1954]. Однако под «социальной сетью» в рамках данной статьи подразумевается платформа, предназначенная для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений. Их развитие и массовое распространение послужило причиной тому, что появились так называемые «digital-коммуникации», которые успели стать неотъемлемой частью деятельности различных компаний и организаций [Никитина 2020]. По этой причине начали зарождаться ранее неизвестные направления маркетинговых коммуникаций, среди которых маркетинг в социальных сетях, более известный как SMM. Данный вид маркетинговых коммуникаций представляет собой набор современных инструментов, нацеленных на продвижение с использованием различных социальных сетей.

В настоящее время одной из важных проблем, стоящих перед современным российским обществом, является проблема обеспечения соответствующих условий для сохранения и развития этнических культур и поддержания самобытности народов России. Важно учитывать, что в условиях многонациональных, многоконфессиональных регионах, к которым относится Москва, эта проблема становится еще более актуальной, так как данные факторы обуславливают необходимость создания комфортных условий для сохранения и развития культуры различных национальных групп, оказавшихся в отрыве от материнского этноса, поскольку адаптация к нормам культуры доминирующей группы неизбежно влечет за собой чувство одиночества, ощущение враждебности окружающего мира, которое в

дальнейшем может трансформироваться в ответную враждебность. Так или иначе текущая этническая политика, проводимая властями, имела большое значение для возникновения и развития различных национально-культурных объединений, чья деятельность отвечает за удовлетворение культурных потребностей лиц, принадлежащих к определенному этносу.

В 2022 г. были проведены экспертные интервью с наиболее авторитетными представителями армянской диаспоры Москвы, чья деятельность направлена на популяризацию армянской культуры. Было важно выявить, как осуществляется продвижение армянской культуры преимущественно сквозь призму деятельности общественных организаций, которые отличались друг от друга своими функциями (культурно-просветительская, духовная, образовательная и т. д.). В связи с этим были взяты для анализа следующие организации:

- Армянская апостольская церковь;
- Армянский музей Москвы и культуры наций;
- Арменоведческий центр при культурном центре посольства Армении;
- Школа этнических армянских танцев.

Пятым экспертом выступил активный деятель армянской диаспоры Москвы и по совместительству создатель Telegram-канала, в котором регулярно публикуется информация о различных мероприятиях армянской тематики.

Так, Армянский музей Москвы активно использует различные социальные платформы для продвижения своей деятельности, в числе которых Instagram [запрещенная на территории РФ платформа], YouTube, Telegram и ВКонтакте, а также официальный сайт самого музея.

В интервью служитель Армянской Апостольской Церкви заявил, что, помимо традиционной духовной деятельности (проведение религиозных обрядов, организация паломнических поездок и т. п.), в сферу его интересов входит создание религиозного контента в интернет-пространстве. Благодаря активному развитию своих социальных сетей, ему удалось стать религиозным авторитетом среди армянской диаспоры в России и набрать более 33 тыс. подписчиков в Instagram [запрещенная на территории РФ платформа] и 18 тыс. подписчиков в YouTube. Респондент заявил, что помимо вышеупомянутых социальных сетей, он также ведет Telegram-канал и Tiktok. Важно отметить, что респондент не только придерживается комплексного подхода к продвижению в социальных сетях, но и учитывает разнообразие и индивидуальные особенности способов восприятия у пользователей, адаптируя контент под каждый из них.

Однако не все респонденты рассматривают социальные сети в качестве основного инструмента продвижения. Основатель школы армянских этнических танцев придерживается иной стратегии: продвижение школы осуществляется за счет «коммуникации между председателями армянских объединений» [Архив автора и. №1. с. 4.], поскольку, во-первых, данная форма коммуникации не требует больших затрат, а во-вторых, эксперту удалось наладить связи с руководителями различных армянских землячеств и объединений. Столь полезные связи позволяют основателю школы заявить о себе и своем проекте, а также начать сотрудничество с широким кругом людей, которые полезны друг другу.

Мне крупно повезло, что я общаюсь и сотрудничаю с председателями разных армянских землячеств и объединений, поэтому мы можем договариваться, чтобы они рассказали о нас своим, а я взамен расскажу о них или сделаю для них что-то другое [Архив автора и. №1. с. 4].

Респондент убежден в том, что «поддерживая таким образом связь, можно добиться очень много» [Архив автора и. № 1. с. 4], при этом подчеркнув, что они не просто оказывают помощь друг другу, а создают ту самую здоровую конкуренцию, которая подталкивает к прогрессу и взаимному обогащению. Все вышесказанное является ни чем иным, как «нетворкингом» и превращением этнической принадлежности в некий социальный ресурс, который приносит пользу основателю танцевальной школы. Тем не менее, этническая

принадлежность не просто так преобразуется в социальный капитал, а лишь «в результате налаживания связей и осуществления взаимовыгодных обменов с другими членами "воей" этнической группы» [Григорьева 2017].

Сотрудник кафедры Арменоведения при Культурном центре Посольства Армении в качестве каналов продвижения назвал социальные сети, однако, по его мнению, большую роль в продвижении играют некоммерческие формы маркетинговой коммуникации – сарафанное радио. Помимо этого, опрошиваемый упомянул, что социальные сети самого культурного центра при посольстве помогают в распространении информации о предстоящих мероприятиях.

Респондент, создавший Telegram-канал, оказался единственным, кто не был заинтересован в продвижении своей деятельности, поскольку, по словам эксперта, ведение канала не является основной работой и не приносит какого-либо стабильного дохода.

Подводя итоги, респонденты используют различные составляющие маркетинговых коммуникаций в социальных сетях, среди которых публикация контента. Тем не менее, вопреки тому, что в современном мире социальные сети все ещё остаются одним из основных источников передачи информации, для некоторых наиболее значимое место занимают неформальные системы общения – «сарафанное радио», а также налаженная коммуникация с наиболее авторитетными представителями армянской диаспоры.

Хотя одной из основных целей продвижения является увеличение спроса [Шевченко, Пономарева 2021], в сфере армянской культуры продвижение, как таковое, распространяется преимущественно среди представителей армянской диаспоры. Экспертам был задан вопрос: «Вам важно чтобы Ваша деятельность была интересна не только для армянской аудитории, но и для других национальностей?» Наши предположения оказались верны – большинство респондентов не ставят перед собой задачу привлечь внимание представителей других национальностей. Дело в том, что на вопрос о целях деятельности опрошиваемых были получены такие ответы, как «*противостоять ассимиляции*», «*сохранение армянских ценностей*» и т. д., подчеркивающие приоритет «армянской аудитории» над «неармянской». Тем не менее, был получен несколько отличающийся ответ от лектора Армянского музея Москвы. По мнению эксперта, знания об армянской культуре, о тех ее представителях, «которые стали гордостью для других стран» [Архив автора и. № 3. с. 10.], способствует комфортной жизни в неродной среде. Эта мысль также прослеживается в других высказываниях респондента: «...важно, чтобы родной язык и культура помогали осваиваться и интегрироваться здесь» [Архив автора и. №3. с. 5.]. В качестве примера, эксперт упоминает, какой вклад армянская община внесла во взятие Казани и как это событие повлияло на то, что одна из четырех малых церквей храма Василия Блаженного названа в честь Григория Армянского. Таким образом, работа подобных организаций не только повышает уровень информированности, но и способствует формированию позитивной этнической идентичности, которая вне всякого сомнения влияет на социальное и личностное самоопределение. Все же некоторые респонденты в своих ответах выразили готовность к расширению своей аудитории вне зависимости от национальности:

...первостепенная задача – позаботиться об армянах, другие национальности – я бы хотела, но это сверхцель» [Архив автора и. №2, с. 5.]; «если человек, будучи не армянином, захочет – я не стану говорить: «нет, тебе нельзя!» Но если есть желание, то я, конечно, буду уделять ему время [Архив автора и. № 2, с. 7].

Другой респондент также рассматривает армян в качестве своей целевой аудитории, однако затем уточняет:

...в Москве есть армяне, которые в третьем-четвёртом поколении здесь живут. Поэтому, когда лично я читаю лекции, то я нацеливаюсь именно на эту аудиторию [Архив автора и. № 2, с. 9].

Именно этот факт определяет подачу материала, чтобы не слишком углубляться, но при этом, чтобы лекция была максимально познавательной и не оставалось массу

безответных вопросов. Единственный респондент, который четко обозначил, что его аудитория не ограничится армянами, был служитель церкви. В своём ответе он объясняет это следующим образом: несмотря на то, что в своих видео эксперт делает акцент на этническую принадлежность, в своём блоге он все же говорит о вещах духовных, поэтому его контент может привлечь людей вне зависимости от их национальности. И все же зачастую сама деятельность организации предполагала ориентацию исключительно на армянскую аудиторию, а именно на тот ее процент, который ещё не утратил знания армянского языка. Например, на кафедре Арменоведения при культурном центре посольства Армении, лекции читаются исключительно на армянском языке. Далее респондент поясняет, что с этим связано небольшое количество посетителей молодежного возраста, поскольку «молодежь, как правило, плохо знает армянской язык» [Архив автора и. № 4, с. 7]. Этот тезис подтверждается исследованиями ряда зарубежных ученых, которые сходятся во мнении, что передача языка от поколения к поколению, от старших к младшим в диаспорах систематически угасает. Так, профессор Кембриджского университета Берт Вокс в своей работе «Судьба армянского языка в США» представил результаты исследования, в котором приняли участие 3400 американских армян. О тенденции американизации американских армян свидетельствует то, что из всех опрошенных чуть больше четверти (27%) знают армянский язык и могут на нём говорить [Vaughan 1999]. Невзирая на то, что продвижение предполагает стремление к повышению максимальной узнаваемости деятельности армянской диаспоры, что в свою очередь популяризирует армянскую культуру, в своих ответах подавляющее большинство экспертов не выражает интереса к расширению своей аудитории, отказываясь от идеи привлечения внимания людей другой национальности.

И последнее, о чём необходимо упомянуть, – это проблема сохранения армянской культуры в условиях такого мегаполиса как Москва. Ранее уже упоминалось, что первостепенной целью деятельности культурно-просветительских организаций и некоторых отдельных членов армянской диаспоры является поддержание этнической идентичности через популяризацию армянской культуры. Одним из вопросов, который был задан респондентам, был следующий: «Заинтересована ли, на Ваш взгляд, армянская диаспора Москвы в армянской культуре?» Трое из пяти респондентов категорично высказались о том, что армянской диаспоре Москвы вовсе не интересна армянская культура. Оставшиеся два респондента затруднились ответить на данный вопрос. Тем не менее эксперт, работающий в музее, высказал мнение, что интерес к армянской культуре, истории, литературе и т. д. часто появляется после значимых событий на родине. Примечательно, что один из опрошиваемых – основатель и преподаватель этнических армянских танцев – проявил интерес к армянской истории, а затем и к культуре как раз после Второй Карабахской войны 2020 г.

Так или иначе отсутствие интереса к армянской культуре, вероятно, обусловлено тем, что люди не знают о мероприятиях и организациях, которые занимаются популяризацией армянской культуры. По данным опроса 2020 г., который был проведен с целью выявить наиболее активные армянские общественные организации, исследователи обращают особое внимание на то, что чуть менее трети респондентов (29%) не смогла назвать хотя бы одну организацию, 10% опрошенных выбрали вариант ответа «никакая», 2,8 % опрошенных и вовсе не дали ответа. Авторы исследования пришли к следующим выводам:

во-первых, существует внушительный сегмент армянской диаспоры, который не интересуется деятельностью армянских национально-культурных организаций или даже знает ни одной из них [Солопова 2020].

Столь низкий уровень осведомленности московский армян о деятельности организаций, вероятнее всего, связан с непрерывными структурными изменениями армянских объединений: когда одни организации перестают выполнять свою функцию, на их место появляются новые. Примечательно, что один из экспертов раскрывает еще одну причину такого явления в армянской диаспоре Москвы. По его словам, столь большое количество организаций и те частные изменения, которые происходят в структуре

армянских объединений, объясняются тем, что «у людей в организациях не совпадают идеологии и видения, поэтому и появляются новые» [Архив автора и. № 5, с. 7].

Все вышесказанное дает нам возможность сделать следующие выводы: 1) выделяются два основных вида продвижения, а именно продвижение в социальных сетях и некоммерческие формы маркетинговых коммуникаций; вопреки тому, что продвижение нацелено на увеличение целевой аудитории, в своих ответах подавляющее большинство респондентов выражает стремление расширить свою аудиторию среди армянского населения Москвы; 2) небольшой процент людей, который знает о деятельности национальных организаций, связан с непостоянством структуры диаспоральных объединений.

Литература

Григорьева 2017 – *Григорьева К.С.* Этничность как социальный ресурс и барьер (на примере этнических общин Краснодарского края) // Мир России. Социология. Этнология. 2017. № 1. С. 81-102.

Колбер и др. 2004 – *Колбер Ф.* Маркетинг культуры и искусства. / Ф. Колбер и др. /Пер. с англ. Л. Мочалова. СПб.: Издатель А.И. Васин, 2004. 256 с.

Никитина 2020 – *Никитина О.О.* Тренды SMM-продвижения и их влияние на решения бизнеса // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. 2020. № 4 (841). С. 268-279.

Солопова 2020 – *Солопова О.В.* Армянские центры Москвы: конец XX – начало XXI в. / О.В. Солопова, А.С. Егиазарян, А.А. Гарибян [и др.] // Человеческий капитал. 2020. № 6 (138). С. 49–65.

Шевченко 2021 – *Шевченко Д.А.* Продвижение товаров и услуг: практическое руководство / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. М.: Дашков и К°, 2021. 372 с.

Barnes 1954 – *Barnes J.* Class and committees in a Norwegian Island Parish / J. Barnes // Human Relations. 1954. № 7. P. 39–58.

Vaux 1999 – *Vaux B.* The Fate of the Armenian Language in the United States: Lecture presented at the Armenians of New England Conference. 1999. 10 p.

Маркетинговая политика российских футбольных клубов в условиях цифровизации

В.О. Воронцова

студентка, Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, varavorontsova@gmail.com

Научный руководитель: В.Ф. Левичева

д-р филосд. наук, Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. С начала футбольного сезона 2022/2023 на матчах чемпионата России по футболу введена электронная система персонифицированных карт болельщика («Fan-ID»), что повлекло за собой негативную реакцию со стороны футбольных фанатов и их отказ от посещения игр. В статье рассмотрены позиции государственных органов и фанатского сообщества по поводу внедрения Fan-ID, а также методы привлечения зрителей, которыми пользуются футбольные клубы в условиях спада посещаемости матчей.

Ключевые слова. Спортивный маркетинг, футбольные фанаты, футбольные клубы

Цифровые технологии в последние годы проникают во все сферы жизни, в том числе в сферу культуры и досуга. Претерпевают трансформации как сами досуговые практики, так и способы их организации. Просмотр футбольных матчей стал доступен в теле- и интернет-форматах, однако некоторые болельщики всё ещё предпочитают посещать игры на стадионах. Правила игры не изменилась под воздействием современных технологий, зато с их применением изменились правила покупки билетов (например, с использованием онлайн-касс) и правила посещения спортивных мероприятий.

Первым серьезным цифровым препятствием для посещения футбольных матчей стала временная необходимость предъявлять QR-код, подтверждающий, что зритель сделал прививку от Covid-19. Всеобщая самоизоляция началась в марте 2020 года, в июне 2020 года российские футбольные клубы уже проводили матчи со зрителями. Как только в России в 2021 г. началась кампания по вакцинации от Covid-19, были приняты соответствующие документы, согласно которым посещение матчей было возможно только при наличии QR-кода. Одним из таких документов выступает Указ мэра Москвы от 22 июня 2021 г. № 35-УМ «О внесении изменений в указ Мэра Москвы от 8 июня 2020 г. № 68-УМ»⁸⁶. Система кодов действовала не только для спортивных и массовых мероприятий, а в целом для посещения общественных мест во время пандемии. Отношение россиян к прививкам было неоднозначным. По данным аналитического центра «Левада-центр»⁸⁷ на конец 2021 г., две трети респондентов относились отрицательно (50% – «целиком отрицательно» и 17% – «скорее отрицательно»; всего 67%) к введению QR-кодов для посещения общественных мест и массовых мероприятий, только десятая часть полностью поддерживает эту идею (11% – «целиком положительно») и пятая часть (19% – «скорее положительно») отчасти поддерживает, остальные затруднились ответить⁸⁸. Отношение россиян к введению QR-кодов можно охарактеризовать как скорее негативное. Это объясняется как отказом делать прививку от Covid-19, так и нежеланием предоставлять свои личные данные для оформления QR-кода.

© Воронцова В.О., 2023

⁸⁶ Указ мэра Москвы от 22 июня 2021 года № 35-УМ "О внесении изменений в указ Мэра Москвы от 8 июня 2020 г. № 68-УМ". Официальный сайт Мэра Москвы. URL: <https://www.mos.ru/authority/documents/doc/46665220/> (дата обращения 20.03.2023).

⁸⁷ НАСТОЯЩИЙ МАТЕРИАЛ (ИНФОРМАЦИЯ) ПРОИЗВЕДЕН И РАСПРОСТРАНЕН ИНОСТРАННЫМ АГЕНТОМ АНО «ЛЕВАДА-ЦЕНТР» ЛИБО КАСАЕТСЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИНОСТРАННОГО АГЕНТА АНО «ЛЕВАДА-ЦЕНТР».

⁸⁸ Коронавирус, вакцинация, QR-коды. Официальный сайт аналитического центра Юрия Левады «Левада-центр». URL: <https://www.levada.ru/2021/12/07/koronavirus-vaktsinatsiya-qr-kody/> (дата обращения 21.03.2023).

Футбольные фанаты неоднократно протестовали против системы QR-кодов. К примеру, фанаты ПФК ЦСКА направили обращение к мэру Москвы Сергею Собянину с просьбой отменить эти правила. Фанаты аргументировали своё предложение тем, что считают необходимость носить средства индивидуальной защиты (маски и перчатки) и ограничение на количество зрителей (50% от вместимости стадиона) достаточными мерами для обеспечения безопасности. «Просим Вас рассмотреть возможность отмены использования QR-кодов для посещения матчей Тинькофф Российской Премьер-лиги сезона – 2021/22 и вернуть прежний формат существовавших ограничений. Данное решение вызовет поддержку широких масс нашего населения, которое безразлично к футболу», – пишет объединение фанатов ЦСКА Red-Blue World на своем официальном сайте⁸⁹. Помимо того, что наличие прививки фанаты считают чрезмерной мерой, они также отметили сложность оформления QR-кодов для определенных групп граждан (военнослужащих, несовершеннолетних, иногородних и т. д.).

Не успели любители футбола обрадоваться отмене обязательной прививки для посещения общественных мест и спортивных мероприятий, как QR-коды понадобились вновь: на этот раз подтверждающие наличие «карты болельщика».

Главное нововведение в российском футболе за последний год – это внедрение системы персонифицированной карты болельщика («Fan-ID»), наличие которой является обязательным для посещения матчей чемпионата России (далее: Российская Премьер-Лига или РПЛ) и финального матча кубка России по футболу. Система Fan-ID действует на определенной группе стадионов с 1 июня 2022 г. (первый тур сезона 2022/2023 начался 15 июля 2022 г.), с 1 декабря 2022 г. Fan-ID действует на всех стадионах, принимающих матчи РПЛ. Разделение стадионов на две очереди продиктовано разным уровнем готовности технического оснащения футбольных арен для эксплуатации системы Fan-ID.

В России уже был опыт подобных электронных систем идентификации зрителей. «Паспорт болельщика», без которого билет на мероприятие был недействителен, уже действовал на Олимпийских Играх в Сочи в 2014 г., а затем – на Кубке Конфедераций и Чемпионате Мира по футболу, которые проводились в России в 2017 и 2018 гг. соответственно. Для получения «паспорта болельщика» необходимо было предоставить паспортные и контактные данные. Помимо права прохода на стадион (при наличии билета), Fan-ID давал иностранным болельщикам право безвизового въезда на территорию Российской Федерации, а также право бесплатного проезда в поездах между городами-организаторами Чемпионата Мира по футболу 2018 (далее – ЧМ-2018) и в общественном транспорте этих городов в день матча.

Уровень безопасности при организации ЧМ-2018 высоко оценили как российские чиновники, так и представители ФИФА и стран-участников. «Россию хочу поздравить с тем, как отлично организован чемпионат мира. С паспортом болельщика можно бесплатно ездить по стране. Здесь такой уровень безопасности, с каким я ещё не сталкивалась на других турнирах. Нам нужно перенимать ваш опыт, чтобы на матчах не было насилия и ненависти», – приводит RT слова Колинды Грабар-Китарович, президента Хорватии – страны, вышедшей в финал турнира⁹⁰.

После успешного проведения ЧМ – 2018 г. началась работа по подготовке к введению Fan-ID на матчах Чемпионата России. Применение Fan-ID регулируется постановлением Правительства РФ от 25 июня 2022 г. № 1140 «О порядке применения персонифицированной

⁸⁹ Официальное обращение к Сергею Собянину с просьбой об отмене QR-кодов на матчах Премьер-лиги в Москве. Официальный сайт сообщества болельщиков ЦСКА Red-Blue World. URL: https://rbworld.org/news_categories/pfk-tsska/news/ofitsialnoe-obraschenie-k-sergeyu-sobyaninu-s-prosboy-ob-otmene-qr-kodov-na-matchah-premier-ligi-v-moskve (дата обращения 21.03.2023).

⁹⁰ Президент Хорватии: я ещё не сталкивалась с таким уровнем безопасности. Официальный сайт телеканала «Russia Today» на русском языке. URL: <https://russian.rt.com/sport/news/533947-prezident-horvatii-bezopasnost-chm> (дата обращения 21.03.2023).

карты для посещения спортивного соревнования, а также идентификации и аутентификации зрителей, участников официального спортивного соревнования, иных лиц, задействованных в проведении такого соревнования»⁹¹. Закон был подписан президентом России Владимиром Владимировичем Путиным 30 декабря 2021 г.

Принятию закона о Fan-ID предшествовала большая дискуссия, развернувшаяся в информационном поле. Еще в декабре 2021 г. председатель комитета Госдумы по физической культуре и спорту Дмитрий Свищев высказался за введение данного документа. По его словам, основная задача Fan-ID – это обеспечение безопасности проведения спортивных соревнований. К тому же данная мера поможет поднять среднюю посещаемость футбольных матчей, ведь зрители будут чувствовать себя в безопасности и «...с большим удовольствием идти на игры со своей семьей и с детьми, приглашать друзей», – приводит его слова издание «Эксперт»⁹².

Поддержала предложение о введении персонифицированной карты и депутат Госдумы от «Единой России» Ирина Роднина:

Такой закон нужен для того, чтобы на стадионах было спокойно. Главная задача – обеспечить полную безопасность. Что тут такого? Это не говорит о том, что все люди, которые ходят на футбол, несут опасность. Но футбольная среда несколько отличается от других видов спорта. Есть отдельные неприятные прецеденты⁹³.

Помимо Ирины Родниной, бывшей фигуристки, за введение «карты болельщика» высказались и другие депутаты-спортсмены: Николай Валуев, боксер, аргументировал это соображениями безопасности зрителей и игроков, а Светлана Журова, конькобежка, объяснила, что наличие закона о Fan-ID необходимо «на будущее» на случай, если Россия будет принимать международные соревнования, где понадобится «карта болельщика»⁹⁴. Так как вышеперечисленные депутаты – спортсмены в прошлом, к их мнению обращаются как к экспертному в вопросе изменения законодательства в сфере спорта.

Активные фанаты российских футбольных клубов встретили введение «карты болельщика» крайне негативно. Фанаты 15 из 16 клубов, выступающих в РПЛ (пока что единственной футбольной лиге, на матчи которой введен Fan-ID), выступили с заявлениями об отказе оформления «карты болельщика» и посещения матчей соответственно. Исключением стали болельщики ФК «Ахмат» (г. Грозный) в силу особенностей региона, традиционно поддерживающего инициативы властей.

Бойкот футбольных матчей объявили болельщики футбольных клубов «Зенит», «Ростов», «Спартак», ЦСКА, «Динамо», «Оренбург», «Краснодар», «Сочи», «Урал», «Локомотив», «Крылья Советов», «Пари НН», «Факел», «Химки», «Торпедо Москва». В заявлениях фанатских объединений имеются некоторые расхождения и отсутствие единой позиции (к примеру, часть фанатских движений отказалась ходить на матчи с начала сезона, другая часть – только с того момента, как на их стадионе введут Fan-ID). В результате авторского исследования с применением метода контент-анализа в заявлениях фанатских группировок были выявлены следующие общие положения:

⁹¹ Постановление Правительства РФ от 25 июня 2022 г. № 1140 «О порядке применения персонифицированной карты для посещения спортивного соревнования, а также идентификации и аутентификации зрителей, участников официального спортивного соревнования, иных лиц, задействованных в проведении такого соревнования» // Гарант.ру. URL: <https://clck.ru/344xPG>

⁹² Оцифровать и не пустить: почему болельщики боятся Fan ID //Официальный сайт издания «Эксперт». URL: <https://expert.ru/expert/2021/50/otsifrovat-i-ne-pustit-pochemu-bolelschiki-boyatsya-fan-id/> (дата обращения 30.03.2023).

⁹³ Роднина: об отмене Fan ID речи не идет. Фанаты должны выполнять, что от них требует закон. Официальный сайт издания «Чемпионат». URL: <https://www.championat.com/football/news-4590671-rodnina-ob-otmene-fan-id-rechi-ne-idyot-fanaty-dolzhen-vypolnyat-cto-ot-nih-trebuets-zakon.html> (дата обращения 30.03.2023).

⁹⁴ Журова: чем дольше фанаты будут бойкотировать, тем больше поводов для введения Fan ID. Официальный сайт издания «Чемпионат». URL: <https://www.championat.com/football/news-4570777-zhurova-chem-dolshe-fanaty-budut-bojkotirovat-tem-bolshe-povodov-dlya-vvedeniya-fan-id.html> (дата обращения 30.03.2023).

- критика закона;
- отказ оформлять Fan-ID;
- отказ посещать матчи турниров, на которых введен Fan-ID;
- обещание поддерживать команду иными способами, в том числе, посещая игры своего клуба, представленного в других видах спорта (где нет Fan-ID);
- исключение из фанатского движения тех болельщиков, которые оформят Fan-ID;
- призыв ко всем фанатам присоединиться к бойкоту;
- лозунги «Фанат – не преступник, стадион – не тюрьма», «Stop Fan-ID» и другие.

В своих заявлениях фанаты высказывают мнение о Fan-ID как о чрезмерной и излишней мере контроля, вследствие чего отказываются от оформления «карты болельщика». Так как футбольные фанаты – это специфическая целевая аудитория, отличающаяся высоким уровнем лояльности к бренду (клубу) и неприятием продукции конкурентов (переход от болельщиков одной команды к болельщикам другой осуждается и почти не встречается в фанатской среде), они продолжают заявлять о преданности и верности, обещая поддерживать свой клуб, представленный в других турнирах или видах спорта. Это может стать предпосылкой к повышению популярности женских и молодежных футбольных команд.

В фанатском движении очень ярко выражено противостояние между группировками фанатов разных клубов. Эти группы характеризуются закрытостью и отделением от остальной массы болельщиков. В проанализированных заявлениях встречается призыв к бойкоту и стигматизация тех, кто несогласен с ним («нерукопожатные», «перестанут быть частью фанатского движения»).

В списке вопросов интервью, которые были проведены в рамках авторского исследования «Фанаты ПФК ЦСКА о маркетинговых технологиях в футболе» в 2021 г., не было отдельного вопроса про Fan-ID, однако некоторые респонденты сами поднимали эту тему. К примеру, одна из девушек уверенно заявила, что Fan-ID не нужен, а аргументировала следующим образом:

Сейчас более как-то всё цивилизованно, то есть, с болельщиками можно договариваться, не нужно их заставлять по Fan-ID ходить. Они просто перестанут это делать. Это правовое регулирование того, что регулировать просто не нужно в силу того, что это очень противоречит, по сути, какой-то идеологии, духу этой субкультуры. Если введут Fan-ID, субкультуры, как такового фанатизма – его просто не будет! [Архив автора, респондент № 8, с. 23].

Респондентка считает, что введение Fan-ID отрицательно повлияет на посещаемость матчей, так как фанаты перестанут ходить на матчи, и негативно отразится на субкультуре футбольных фанатов. По её словам, в последние годы фанаты стали «более цивилизованны», вероятно, по сравнению с 1990–2000-ми гг., которые отличались большим количеством агрессивных столкновений фанатских группировок. Для выхода из проблемной ситуации, сложившейся после введения Fan-ID, необходима конструктивная дискуссия между законодательными органами власти и представителями фанатского движения, так как, по мнению респондентки, которая тоже относит себя к фанатам, «с болельщиками можно договариваться» [Архив автора, и. №8, с. 23].

Другой опрошенный болельщик считает Fan-ID бюрократией, излишней мерой контроля, а также сетует на то, что

...кажется, с введением этого Fan-ID поход на футбол не получится спонтанным. Не будет такого, что ты сидишь на работе, тебе упали билеты на Лигу чемпионов, ты взял и сорвался. Тебе нужно иметь этот Fan-ID, который зачем нужен – непонятно [Архив автора, и. №10, с. 19].

Необходимость «карты болельщика» неочевидна даже тем людям, которые интересуются футболом и следят за новостями в сфере спорта. Возможно, это связано с недостаточной осведомленностью граждан о Fan-ID, возможно – с тем, что до его введения

уже было принято большое количество мер по обеспечению безопасности мероприятий и новая мера кажется им излишней.

Закономерно, что такая негативная оценка нового закона фанатами привела к снижению посещаемости футбольных матчей. Один из важнейших тезисов, содержащихся в статье «Спонсорство в футболе: цели, возможности, мотивы» гласит, что футбольный бизнес должен основываться на трех составляющих: на доходах от продажи билетов/абонементов и атрибутики, на продаже телетрансляций и на спонсорских контрактах [Дмитриев, Кашаева 2011, с. 116]. Соответственно, если клубы не будут реализовывать билеты и атрибутику в прежних объемах из-за того, что на матчи стало приходить меньше фанатов, то понесут убытки. Чтобы исправить это, футбольные клубы прибегают к различным маркетинговым стратегиям в целях привлечения зрителей на стадионы.

В статье «Зарубежная практика внедрения программ лояльности для футбольных болельщиков» [Солнцев 2015, с. 44] достаточно четко сформулированы способы привлечения и мотивации болельщиков. Среди них автор выделяет следующие категории:

– Билетные программы и абонементы. Абонемент подразумевает право прохода на все матчи сезона по более выгодной стоимости в отличие от покупки билетов на каждый матч по отдельности. Билетная программа зачастую включает в себя скидки для льготных категорий граждан и наиболее лояльных болельщиков (скидка при покупке пакета билетов на несколько матчей сразу, скидка по «карте болельщика» и т. д.);

– Совместные рекламные кампании с партнерами, которые спонсируют розыгрыши призов. Данная стратегия позволяет одновременно рекламировать и сам клуб, и компанию-спонсора.

«Акции, направленные на демонстрацию признательности клуба болельщикам и подчеркивающие их центральную роль в жизни команды» [Солнцев 2015, с. 44];

Работа с «семейным сектором» – создание комфортных условий для посещения стадиона и специальных предложений для семей с детьми, которые являются одним из крупных сегментов целевой аудитории футбольных матчей.

Социальный маркетинг: благотворительность, экологичность и направленность на сохранение природы, и т. д.

Современные технологии: создание приложения для болельщиков, работа в CRM-системах.

В ситуации, когда Fan-ID стал препятствием для посещения стадионов, клубы стараются делать акцент на третьем способе мотивации болельщиков – показывать значимость фанатов для клуба и поощрять их за оформление «карты болельщика» и посещение матчей. В данном случае работает также второй способ – для поощрения болельщиков используются призы от клуба и от спонсоров.

Рассмотрим кейсы мотивации болельщиков спортивными организациями на примере двух футбольных клубов, выступающих в Российской премьер-лиге: ФК «Зенит» и ФК «Химки». По информации официального сайта РПЛ на 05.04.2023⁹⁵, ФК «Зенит» занимает 1-е место из 16 в турнирной таблице после 21 тура, ФК «Химки» – 15 место из 16. Выявленные мероприятия и акции можно разделить в соответствии с классификацией Солнцева [Солнцев 2015, с. 44].

⁹⁵ Турнирная таблица МИР Российской Премьер-Лиги. Официальный сайт Российской премьер-лиги. URL: <https://premierliga.ru/tournament-table/> (дата обращения: 1.04.2023)

За период с 1.03.2023 по 31.03.2023 в официальной группе ФК «Зенит» ВКонтакте⁹⁶ были сделаны публикации о следующих активностях:

Информация о билетной программе: розыгрыш билетов на матчи, розыгрыш билетов категории VIP, объявления о старте продажи билетов на матчи.

Рекламные кампании с партнерами и спонсорами: викторина от «МегаФон» (розыгрыш билетов на матч), спонсорская кампания бренда «Pulse», розыгрыш автомобиля от АО «АвтоВАЗ», конкурс на лучшее стихотворение от «Зенита» и «Газпромбанка», концерт GAYAZOV\$ BROTHER\$ в рамках «Winline матч тура» – общей акции от спонсора лиги, скидки на еду на стадионе по карте МИР (спонсор лиги), новая форма от «Wildberries».

Работа с «семейным сектором»: приглашение детей поучаствовать в традиционном выводе команд на поле.

Социальный маркетинг: экскурсия по стадиону для подопечных благотворительной организации «Перспективы» в рамках проекта «Норма жизни», благотворительный матч «Зенит»–«Фенербахче», совместная программа «Газпромбанка», «Зенита» и студии «Gonzo:Research&Art» по развитию молодых творческих специалистов.

Современные технологии: информация об онлайн-покупке билетов, развитый видеоблог о жизни команды.

Прочие новости: анонсы программы «matchday» (информация об активностях для болельщиков на стадионе за несколько часов до начала игры), розыгрыш футболки, новая коллекция одежды в клубном магазине, автограф-сессии с футболистами, бесплатный «обед чемпиона» для зрителей, пришедших на матчи, реклама подарочных наборов от клубного магазина, поздравление с 8 марта, привлечение внимания болельщиков «Зенита» к играм не только мужской, но и женской команды, а также к матчам баскетбольной команды.

За тот же период с 1.03.2023 по 31.03.2023 в официальной группе ФК «Химки» ВКонтакте⁹⁷ были сделаны публикации о следующих активностях:

1) информация о билетной программе: объявления о старте продажи билетов на матчи, скидки на билеты к 8 марта, кэшбек на покупку билетов по карте МИР (спонсор лиги);

2) рекламные кампании с партнерами и спонсорами: розыгрыш призов (спонсор не указан): в том числе смартфонов «Apple», подписок «МатчТВ» и автомобиля «Лада» («АвтоВАЗ»);

3) социальный маркетинг: открытые уроки и мастер-классы от футболистов в общеобразовательных школах г. Химки;

4) современные технологии: информация об онлайн-покупке билетов;

5) прочие новости: анонсы программы «matchday» (информация об активностях для болельщиков на стадионе за несколько часов до начала матча), розыгрыш футболки, автограф-сессия, поздравление с 8 марта.

Оба футбольных клуба неоднократно публиковали подробную информацию о том, как оформить Fan-ID и купить билет с помощью «карты болельщика».

Проанализировав список мероприятий и акций для болельщиков, можно сделать вывод, что «Зенит» ведет более активную работу с болельщиками в отличие от «Химок». Многие акции у футбольных клубов схожи, что можно объяснить следующими факторами: часть мероприятий являются традиционными для футбольной сферы, например, автограф-сессии с

⁹⁶ ФК Зенит. Официальная группа ФК «Зенит» ВКонтакте. URL: Официальный сайт Российской премьер-лиги. URL: <https://vk.com/zenit> (дата обращения 4.04.2023).

⁹⁷ ФК «Химки». Официальная группа ФК «Химки» ВКонтакте. URL: https://vk.com/fckhimki_official (дата обращения 4.04.2023).

игроками; публикации в честь государственных праздников обычно не обходит стороной ни один футбольный клуб, а вот акции в честь этих дат могут быть разные; схожие акции может организовывать общий спонсор, в данном случае, платежная система МИР, которая выступает не партнером отдельных команд, а спонсором всей Российской Премьер-Лиги.

Одним из показателей эффективности маркетинговой политики футбольных клубов можно считать посещаемость матчей, потому что именно привлечение болельщиков выступает целью рекламных акций. Посещаемость стала важным показателем отношения футбольных фанатов к Fan-ID, поэтому стоит обратиться к статистической информации с сайта Российской Премьер-Лиги⁹⁸.

Рассмотрим данные о посещаемости ФК «Зенит», рекламные акции которого были охарактеризованы выше. Вместимость стадиона «Газпром Арена», на котором играет эта команда, составляет 68 000 мест.

Посещаемость «Зенита» до Fan-ID весной сезона 2021/2022 (три домашних матча):

март (соперник – «Уфа») – 24377 (35.85%)

март (соперник – «Арсенал», Тула) – 31426 (46.21%)

апрель (соперник – Урал) – 36787 (54.1%)

Среднее число по трем матчам – 30863 зрителя на матче (45.39%). Среднее число необходимо для сравнения, так как сравнивать матчи конкретных туров не представляется возможным из-за различия домашних и гостевых матчей (рассматривается посещаемость стадиона команды-хозяина), различия соперников (на игры против более «сильных» и популярных команд приходит больше зрителей), разницы во времени года и погодных условиях (температура воздуха, осадки) – всё это влияет на посещаемость.

Посещаемость «Зенита» после введения Fan-ID, весна 2022/2023:

март (соперник – «Пари НН») – 19705 (28.98%)

март (соперник – «Химки») – 15965 (23.48%)

апрель (соперник – «Урал») – 23966 (35.24%)

Среднее число по трем матчам – 19878 зрителей на матче (29.23%).

Очевидны следующие тенденции: в апреле на игры ходит больше зрителей, чем в марте, можно предположить, что на это влияют погодные условия и комфорт нахождения на стадионе; замечен спад посещаемости в сезоне 2022/2023 по сравнению с предыдущим на фоне введения Fan-ID и бойкота игр активным фан-движением. После введения Fan-ID посещаемость снизилась почти на половину (на 45.96%).

Благодаря совпадению в том, что «Зенит» два сезона подряд играл в апреле дома с «Уралом» (максимально идентичные условия из возможных в данной ситуации), можно сравнить количество зрителей на этих играх. В апреле сезона 2021/2022, когда Fan-ID не требовался, матч посетило 36 787 болельщиков (54.1% от общей вместимости стадиона), а в апреле сезона 2022/2023 на игру против этого же соперника пришли 23966 человек (35.24% от общей вместимости стадиона).

Так как «Зенит» играет не только в РПЛ, но и в Кубке России по футболу, где Fan-ID не требуется зрителям вплоть до финального матча, можно сравнить посещаемость этих турниров. В апреле с разницей в три дня прошли домашние матчи «Зенита» в обоих соревнованиях:

РПЛ (соперник – «Химки») 12.03.2023 – 15965 зрителей (23.48%)

⁹⁸ Календарь игр МИР Российской Премьер-Лиги // Официальный сайт Российской премьер-лиги. URL: <https://premierliga.ru/calendar/> (дата обращения 4.04.2023).

Кубок России (соперник – «Динамо») 15.03.2023 – 31087 зрителей (45.72%)

В случае с турниром, где введен Fan-ID, посещаемость составила 23.48% от общей вместимости арены, а во время матча, где Fan-ID не требуется, стадион был заполнен почти наполовину (45.72%), на этот матч пришло в два раза больше людей, что свидетельствует об отрицательном влиянии «карты болельщика» на мотивацию фанатов посещать игры.

Обратимся к статистике клуба «Химки». «Арена Химки» вмещает 18636 зрителей, что в три с половиной раза меньше, чем вместимость «Газпром Арены», на которой играет «Зенит».

Посещаемость «Химок» до Fan-ID, зима-весна сезона 2021/2022:

февраль (соперник – «Динамо») – 2198 (11.79%)

март (соперник – «Сочи») – 503 (2.7%)

апрель (соперник – ЦСКА) – 5520 (29.62%).

Среднее по трем матчам – 2740 зрителей на матче (14.7%).

Посещаемость «Химок» после введения Fan-ID, весна 2022/2023 (зимой матчи не проводились):

март (соперник – «Ростов») – 696 (3.73%)

апрель (соперник – «Краснодар») – 1129 (6.06%).

Среднее по двум матчам (третий домашний матч после введения Fan-ID ещё не проведен) – 1825 зрителей (9.79%).

Посещаемость домашних матчей ФК «Химки» была низкой и до введения Fan-ID. Выбранные для сравнения матчи сезона 2021/2022 в среднем посещали менее 15% зрителей от общей вместимости арены. На матчах против московских команд «Динамо» и ЦСКА количество зрителей увеличивалось за счёт болельщиков команды-соперника, так как массовое посещение гостевого матча доступно им благодаря близости г. Химки к Москве.

Несмотря на это, в сезоне 2022/2023 всё равно наблюдается снижение и без того невысокой посещаемости матчей ФК «Химки». После введения Fan-ID она уменьшилась на треть (33.39%).

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что футбольные болельщики негативно воспринимают цифровые нововведения, касающиеся правил прохода на стадион (на примере QR-кодов, подтверждающих вакцинацию и на примере «карты болельщика»). Введение Fan-ID привело к негативной реакции футбольных фанатов и формированию и развитию среди них протестных настроений, что привело к упадку посещаемости футбольных матчей. Футбольные клубы, в свою очередь, активно реализуют маркетинговые стратегии, однако пока не удается ни вернуть показатели посещаемости на прежний уровень, ни повысить их. Для успешного разрешения обострившейся конфронтации между футбольными фанатами и органами власти необходим конструктивный диалог по поводу функционирования системы Fan-ID с участием обеих сторон конфликта.

Литература

Дмитриев 2011 – *Дмитриев А.Г.* Спонсорство в футболе: цели, возможности, мотивы / А.Г. Дмитриев, И.А. Кашаева // ТДР. 2011. № 5. С. 115–120.

Солнцев 2015 – *Солнцев И.В.* Зарубежная практика внедрения программ лояльности для футбольных болельщиков // Практический маркетинг. 2015. № 9 (223). С. 42–48.

Раздел V

Вне секций

Мнение представителей профессионального сообщества о реформах психиатрической помощи

С.Е. Анисимов

*студент, Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, stanislav.anis01@gmail.com*

Научный руководитель: Н.И. Белова

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

Аннотация. В данной статье описываются различные аспекты реформирования психиатрической помощи в оценках российских врачей-психиатров. На основе результатов авторского исследования – глубинных интервью с экспертами, выделены основные проблемы, с которыми сталкиваются врачи и пациенты.

Ключевые слова. Реформы здравоохранения, психиатрия, врачи-психиатры

Вопросы, связанные с охраной психического здоровья населения, оказанием специализированной помощи психиатрической службой, относятся к разряду актуальных. Психические расстройства являются одной из острых проблем общественного здравоохранения для всех стран мира. Так, по данным Всемирной Организации Здравоохранения (ВОЗ), в европейском регионе эти проблемы ежегодно затрагивают четверть (25%) всего населения¹⁰⁰. В Российской Федерации, по официальным данным, зарегистрировано около 5,6 млн. человек, страдающих психическими расстройствами и нуждающихся в медицинской помощи, социальной реабилитации и интеграции в общество¹⁰¹. Больные психическими заболеваниями относятся к наиболее стигматизированной и социально-незащищенной группе населения, они нуждаются в пристальном внимании не только медицинских работников, но и общества в целом. В связи с этим актуализируются задачи, связанные с обеспечением доступности и качества психиатрической помощи населению.

Психиатрическая служба в Российской Федерации является неотъемлемой частью системы здравоохранения. В последние десятилетия в сфере здравоохранения проводятся реформы, основной целью которых является улучшение качества предоставляемой медицинской помощи всем слоям населения. Однако, по данным Всероссийских опросов (Левада-Центр), на 2022 г. 43% россиян оценивают положение дел в медицине крайне неудовлетворительно, а пятая часть (18%) – лишь частично удовлетворены. В течение последних 12 месяцев, каждый десятый (11%) житель страны не смог получить медицинскую помощь, так как не имел материальных возможностей оплатить медицинские услуги¹⁰². По мнению российских социологов, «в последние годы процессы, происходящие в сфере здравоохранения, характеризуются, преимущественно, как деструктивные» [Белова 2019].

В связи с этим необходимо провести анализ результатов процесса реформирования психиатрической службы и понять, каким образом принятые нормы и меры сказываются на организации психиатрической помощи населению РФ. Крайне важно учитывать мнение представителей профессионального сообщества, позволяющее не только выявить плюсы и минусы проводимых реформ, но, прежде всего, явные и латентные последствия как для пациентов, нуждающихся и получающих психиатрическую помощь, так и для населения в

© Анисимов С.Е., 2023

¹⁰⁰ Около одного миллиарда человек страдают психическими расстройствами. Сайт Всемирной Организации Здравоохранения. URL: <https://news.un.org/ru/story/2022/06/1426022> (дата обращения 01.04.2023).

¹⁰¹ В Минздраве рассказали, сколько в РФ зарегистрировано людей с психическими расстройствами. ТАСС. URL: <https://tass.ru/obschestvo/11380019> (дата обращения 01.04.2023).

¹⁰² Оценка качества медицинской помощи. Левада-Центр. URL: <https://www.levada.ru/2022/02/18/otsenka-kachestva-meditsinskoj-pomoshhi/> (дата обращения 01.04.2023).

целом. Для выявления проблем в нашей системе здравоохранения, были проведены два авторских исследования (глубинные интервью). Одно исследование затрагивало 10 врачей первичного звена. Другое – было взято у 5 врачей-руководителей: главный врач; заведующий отделением судебно-психиатрической экспертизы; заместитель главного врача по медицинской части; заместитель главного врача по клинико-экспертной работе; заместитель главного врача по медицинской части, в части социальных вопросов пациентов, заместителя главного врача. Все исследования проводились в Государственном бюджетном учреждении здравоохранения Московской области «Московская областная психиатрическая больница имени В.И. Яковенко».

Любые реформы в сфере здравоохранения, проводимые государством, должны быть направлены на улучшение жизни населения и врачебного сообщества, а также положительно влиять на качество и доступность медицинской помощи. Однако мнение представителей профессионального сообщества содержит неоднозначные оценки. Наши эксперты обращают внимание на имеющиеся противоречия и деструктивные латентные процессы, происходящие в психиатрической службе. При этом существенные изменения в оказании психиатрической помощи, на их взгляд, начались после развала Советского Союза:

Если мне не изменяет память, тотальная реорганизация здравоохранения началась с эпохи Ельцина. Потому что система здравоохранения как целая система, мощная система, признанная в 1986 году всеми ведущими мировыми странами самой сильной и мощной в мире, дающая максимальный результат при минимальных затратах, – это была советская система, с участковостью и специализированной помощью. Когда Союз развалился, то тогда начали и менять здравоохранение по другим принципам, характерным для медицины западных стран. Собственно, тогда реорганизация началась и все ещё идёт. Вся медицина стала не помощью, как была в СССР, а стала услугой, как продажа фармацевтики. Также и на уровне законодательства [Архив автора, 2022 г., интервью № 2, заведующий отделением судебно-психиатрической экспертизы, с. 6].

Однако, по мнению врача-психиатра, имеющего дополнительное юридическое образование и занимающегося на момент проведения исследования решением правовых вопросов, связанных с судебными исками, предъявляемыми медицинской клинике, существенных реформ с 1992 г. в сфере оказания психиатрической помощи не наблюдается:

Нет реформ. С 92 года реформ нет, есть необработанность законодательных актов, общая «либерализация» законодательного затягивания к участию в судьбе пациентов - тех людей, которые вообще не понимают ничего в медицине и не хотят понимать. Бывают случаи, что вмешиваются в этот процесс даже сами душевнобольные [Архив автора, 2022г., интервью № 3, заместитель главного врача по медицинской части, с. 6].

Обратим внимание на мнение главного врача психиатрической клиники. Он считает, что

...реформы особо не оказывают влияние на систему психиатрической помощи. За последние годы можно выделить наиболее значимый компонент – принятие закона о психиатрической помощи. Закон очень хороший, всеобъемлющий, имеет очень хороший баланс между правами пациента и учреждения. Есть, правда, несколько моментов, которые нужно доработать, но в целом закон очень хороший, также очень работающий [Архив автора, 2022 г., интервью № 1, главный врач, с. 4].

Отмечая отрицательные последствия, связанные с проводимыми реформами в сфере здравоохранения и психиатрической службы, наши эксперты обращают внимание на то, что

...вся медицина стала не помощью, как была в СССР, а стала услугой, как продажа фармацевтики. Также и на уровне законодательства [Архив автора, 2021 г., интервью № 2, врач-психиатр, с. 6].

При этом «теряется менталитет врача, мы превращаемся в какую-то сферу обслуживания» [Архив автора, 2021 г., интервью № 4, врач-психиатр, с. 6]. Еще одним подтверждением коммерциализации сферы здравоохранения служат слова эксперта, который задается вопросом:

Какие цели преследуются в медицине? Просто сейчас стоит цель не лечить, как раньше, а получить как можно больше денег» [Архив автора, 2021 г., интервью № 4, заместитель главного врача, с. 7].

В данном случае речь идет не только об оказании платных медицинских услуг, но и о специфике предоставления психиатрической помощи в рамках обязательного медицинского страхования (ОМС). Дело в том, что в психиатрии до 2017 г. оказывалась помощь в рамках страхования. Соответственно, со стороны страховых компаний осуществлялся контроль за качеством лечения, введением «стандартов» оказания помощи. Многие врачи отмечали несовершенство предложенных стандартов и самой процедуры контроля за осуществляемым врачами лечением. Так, в качестве основных проблем, были упомянуты некомпетентность страховщиков в сфере психиатрии, отсутствие у них специального медицинского образования:

Объективных проверяющих в этой системе ОМС (непосредственно психиатров) очень мало, поэтому выносились замечания, которые не носили законный характер. ОМС не мог оплачивать труд больных, лежащих принудительно, то есть, по решению суда. И, конечно, ОМС не знал, как оценить судебно-психиатрическую экспертизу, ввиду того, что данные, получаемые от Следственного комитета, не могли распространяться. Поэтому мы им историю не могли предоставить, а они требовали [Архив автора, 2021г., интервью № 8, заместитель главного, с. 6].

Стоит отметить, что представители профессионального сообщества не единожды обращали внимание не только на специфику оказания психиатрической помощи населению, но и на повышенные требования, связанные с сохранением конфиденциальности информации о состоянии здоровья пациентов. Они отмечают тот факт, что в последние годы со стороны различных структур и частных лиц наблюдается рост запросов на подобного рода информацию:

Вторым моментом можно назвать выраженную тенденцию на возможность получения информации различными структурами, которые напрямую не имеют отношения к психиатрическим организациям, какие-то общественные организации [Архив автора, 2022 г., интервью № 1 главный врач, с. 4].

Обратим внимание на то, в качестве основных проблем в сфере здравоохранения и психиатрической службы, были выделены: недостаточное финансирование учреждений здравоохранения и уменьшение коечного фонда в лечебных стационарах. Необходимо отметить, что социологические опросы руководителей учреждений психиатрической службы показывают, что недофинансирование этих учреждений в отдельных случаях достигает 40% от их потребности в обеспечении бюджетными средствами. Крайне сложная финансовая ситуация складывается потому, что в психиатрии существует «двойное остаточное финансирование».

Объясняется это не только объективными причинами, связанными со снижением бюджетных ассигнований, но и тем, что психиатрия никогда не являлась приоритетной в сфере бюджетной поддержки [Шевченко, Букреева 2009].

Характеризуя проблему, связанную с недостаточным финансированием, эксперты обращали внимание на сокращение коечного фонда. Однако проблема сокращения коечного фонда в стационарах не является специфической для России. Такая ситуация наблюдается во многих странах и относится к общемировым проблемам всемирного здравоохранения. На это обращают внимание, в том числе и наши эксперты:

Есть пробелы, которые приводят к тому, что порой нельзя понять, как правильно поступить в той или иной ситуации. И, конечно, это проблема финансирования. Психиатрия, наркология и другие отрасли медицины всегда так финансировались и регулировались. Эти специальности доход не приносят и только «пожирают» деньги, соответственно, это никому не нравится, поэтому на нас обращают внимание в последнюю очередь. Из этого вытекают и сокращения того же коечного фонда, как было в Италии, где ковид привел к

катастрофе. Для государства это выгодно, но для общества нет [Архив автора, 2021 г., интервью № 3, заместитель врача по медицинской части, с. 4].

Реформы здравоохранения, по оценкам наших информантов, привели еще к ряду серьезных проблем: повлияли на условия труда и качество работы. Так, временные нормативы, отведенные врачу на прием пациента, во время которого он обязан не только опросить больного, поставить диагноз и назначить лечение, но и ввести нужную информацию в электронную карту пациента, вызвали у медицинских работников крайне негативную реакцию:

Мне не нравится то, что происходит сейчас в медицине. Теряется менталитет врача, мы превращаемся в какую-то сферу обслуживания. Врач отвечает за человеческую жизнь, ему необходимо думать, на это должно быть время, он должен проанализировать информацию, поэтому введенные сейчас стандарты только мешают. Невозможно за отведенное время просто физически осмотреть пациента, поставить диагноз и назначить лечение [Архив автора, 2021г., интервью №4, врач-психиатр, с. 6].

Представители профессионального сообщества отмечают, что они вынуждены дублировать информацию, занесенную в медицинскую информационную систему, еще и в бумажном варианте:

Загруженность бумажной работой...Из-за этого намного меньше времени остается на самообразование, настолько ты устаешь за рабочее время. Хотелось бы лечить больного, «ковыряться» в нем, а нужно заполнить кучу бумажек. Это очень сильно ослабляет тебя в плане энергии [Архив автора, 2021г., интервью №4, врач-психиатр, с. 5].

Обратим внимание на то, что, по мнению наших экспертов, в обозримом будущем времени на оказание помощи пациентам будет все меньше, и связывают они это, в том числе, с ростом количества россиян, имеющих отклонения психического здоровья. Представители профессионального сообщества, говоря об уровне распространенности ментальных заболеваний в обществе, рассматривали их через призму «большой психиатрии» и «малой психиатрии». По их мнению, в «большой психиатрии» все осталось без изменений. Больных тяжелыми заболеваниями наблюдается порядка 3-4% от всего населения:

Есть такая версия, очень интересная, которая подтвердилась во времена ВОВ: психическое состояние людей, больных психическими заболеваниями, в процентном соотношении, приблизительно, всегда на одном уровне – порядка 4% [Архив автора, 2022 г., интервью №4, главный врач, с. 1].

Диаметрально противоположным оказалось мнение по вопросам «малой психиатрии». В этом случае прогнозы врачей негативны. Представители профессионального сообщества в качестве одной из самых серьезных проблем выделяли рост психозов и различных видов расстройств:

А вот заболевания «малой» психиатрии, такие как невротические расстройства, связанные со стрессом и ускорением жизни, распространились, в этом плане происходит увеличение случаев этих болезней» [Архив автора, 2022 г., интервью № 3, заместитель главного врача по медицинской части, с. 3].

В качестве наиболее распространенного диагноза одним из врачей был назван аутизм:

Из наиболее частных могу назвать аутизм, причем зачастую этот диагноз работает как «помойная яма» - сваливают все, что только можно [Архив автора, 2022г., интервью №5, заместитель главного врача по медицинской части, в части социальных вопросов пациентов, с. 1].

Причинами столь высокого уровня развития заболеваний «малой» психиатрии были названы, прежде всего, социальные причины – ускорение темпов жизни, информатизация общества, адиктивное поведение и другие виды социального неблагополучия:

Сам ритм жизни, который приводит к таким заболеваниям, семейное неблагополучие, наследственные заболевания, также заболевания, связанные с органическими причинами, например, алкоголизм или наркомания. Или те же последствия от ковида, где происходит уменьшение когнитивных способностей, тем самым делая переболевших сложно социализируемыми [Архив автора, 2022 г., интервью № 3, заместитель главного врача по медицинской части, с. 4].

В этой связи крайне важно понять, как процесс реформирования психиатрической службы повлиял на реабилитацию пациентов и их интеграцию в общество. Во-первых, врачами отмечается тот факт, что

для качественной реабилитации необходимы специальные службы, которые будут оказывать необходимую реабилитацию больному [Архив автора, 2022 г., интервью № 3, заместитель главного врача по медицинской части, с. 6].

Во-вторых, у лечащих врачей в связи с введенными нормами не хватает времени, на осуществление реабилитационных мероприятий:

Когда врач загружен приемом и в его обязанности входит реабилитация, врачи чаще всего занимаются текущими делами, а реабилитацию оставляют на потом, а это потом никогда не наступает [Архив автора, 2021 г., интервью № 4, врач-психиатр, с. 6].

В-третьих, в ходе опроса эксперты обращались к воспоминаниям о практиках реабилитации, используемых в Советском Союзе и постсоветской России. Речь идет о системе Лечебно-Трудовых Мастерских (ЛТМ). Так, врач-психиатр со стажем 36 лет, вспоминает:

Была система Лечебно-Трудовых Мастерских, где человек мог трудиться. С одной стороны, тут идёт выработка каких-то навыков, а с другой, - небольшая подработка [Архив автора, 2021 г., интервью № 2, заведующий отделением судебно-психиатрической экспертизы, с. 4].

Возможность получения элементарных навыков трудовой деятельности, а также небольшого денежного вознаграждения позитивно отражалась на состоянии здоровья больных. На это обратил внимание заместитель главного врача со стажем работы 22 года:

Те же ЛТМ (Лечебно – трудовые мастерские), в которых пациенты занимались трудовой деятельностью, имея также возможность хоть минимально, но зарабатывать, но опять же, тут мы упираемся в законность коммерческой деятельности в государственно-бюджетном учреждении и в сроки [Архив автора, 2022 г., интервью № 6, заместитель главного врача, с. 4].

Заметим, что данные мастерские, помимо медикаментозного лечения, помогали пациентам «лечиться» при помощи труда и какого-то полезного дела. Однако они были закрыты в 2014 г. из-за убыточности и невозможности продажи продукции, произведенной пациентами на коммерческой основе.

Что касается вопросов интеграции лиц с нарушениями ментального здоровья, то наши эксперты разошлись во мнении. С одной стороны, инклюзия лиц с нарушениями ментального здоровья является общемировой практикой и свидетельствует о социальной направленности политики государства. С другой стороны, отсутствие механизмов для реализации прав таких индивидов на инклюзию значительно осложняет их жизнь.

Таким образом, результаты авторского исследования позволяют говорить о том, что реформы психиатрической помощи оцениваются представителями профессионального сообщества неоднозначно. В качестве ключевых проблем были выделены проблемы, характерные для российского здравоохранения в целом (недофинансирование, сокращение коечного фонда и др). В тоже время, были названы специфические проблемы, одной из которых является отсутствие механизмов для реабилитации и интеграции лиц, имеющих отклонения в психическом здоровье.

Литература

Белова 2019 – *Белова Н.И.* Реформа российского здравоохранения в оценках профессионального сообщества и населения // Журнал Российского научного фонда. 2019. Раздел IV. С. 303–308.

Шевченко, Букреева 2009 – *Шевченко Л.С., Букреева Н.Д.* Экономическая политика в психиатрии // Психиатрия: национальное руководство. М.: ГЭОТАР-медиа. 2009. 1000 с.

Шишков 2016 – *Шишков С.Н.* Об изменениях, внесенных в закон РФ «о психиатрической помощи и гарантиях прав граждан при ее оказании» / С.Н. Шишков, Н.А. Гречишкина // Социальная и клиническая психиатрия. 2016. № 1 (26). С. 28–31.

Влияет ли цифровизация и Интернет на профессиональные ориентации выпускников школ?

А.Ю. Белых

студентка, Воронежский государственный университет, Воронеж, belykh.alis@yandex.ru

*Научный руководитель: А.И. Верецкая
канд. филос. наук, Воронежский государственный университет, Воронеж*

Аннотация. В статье были рассмотрены основные факторы, в том числе Интернет и цифровизация, влияющие на выбор будущей профессии современных школьников. Был проведен анализ социологического исследования, цель которого заключалась в изучении профессиональной ориентации учащихся 9 и 11 классов, в том числе, кто и что оказывают воздействие на их профессиональный выбор.

Ключевые слова. Профессиональная ориентация, влияние, школьники, факторы, профессиональный выбор, самоопределение, Интернет, цифровизация

Понятие «профессиональная ориентация» описывается в различных словарях и энциклопедиях. Например, согласно Большому Энциклопедическому словарю, «профессиональная ориентация» – это совокупность мер, направленных на поддержку молодежи в выборе профессии¹⁰⁴. Психологический словарь определяет понятие «профессиональная ориентация» как комплекс мероприятий по включению человека к миру труда¹⁰⁵. В Большом толковом социологическом словаре, «профессиональная ориентация» – это момент определения человеком того вида деятельности, что ему по душе и он хочет в ней преуспеть, осознание своих возможностей к этому виду деятельности и осведомленность о каналах и средствах приобретения знаний, умений и навыков для получения конкретной специальности¹⁰⁶.

Стремительно растущие темпы преобразований во всех сферах российского общества объективно обуславливают ориентирование учащихся старших классов в профессиональном выборе, который в свою очередь отражает качественные изменения, происходящие в образовательной сфере. Неслучайно один из важнейших национальных проектов «Образование» предусматривает модернизацию российского образования, в результате которой современное образование станет более качественным, адаптированным к постоянно меняющимся социально-экономическим условиям и требованиям общества [Гостева 2002, с. 15].

Процесс проведения профессиональной ориентации с детьми и подростками задокументирован в российском законодательстве как один из самых главных прав ребенка в сфере образования. В Федеральном законе от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» обеспечение профессиональной ориентации закреплено как основа среднего общего образования, а также одна из задач дополнительного образования детей.

Данную проблему активно изучали и изучают ученые социологи, психологи и философы. Значимый вклад в рассмотрение места и роли профессии в жизни индивида и социума внес Питирим Сорокин. Роль профессии в жизни человека П. Сорокин охарактеризовал следующим образом: «Она механически, помимо воли и желания индивида,

© Белых А.Ю., 2023

¹⁰⁴ Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. А.М. Прохоров. 2-е изд., перераб. и доп. М.; СПб.: Большая Российская энциклопедия: Норинт, 2004. 1456 с.

¹⁰⁵ Большой психологический словарь / Под ред. Б.Г. Мещерякова, В.П. Зинченко. М.: Прайм-Еврознак, 2003. С. 672.

¹⁰⁶ Большой толковый социологический словарь: В 2 т. / Пер. с англ. Н.Н. Марчук. М.: Вече: АСТ, 1999. С. 1005.

переделывает его, творит по своему образу и подобию, определяет его интересы, убеждения, вкусы, стремления и желания, словом — всю его природу» [Сорокин 1993, с. 183]. По мнению Сорокина, индивиды, которые имеют похожие профессии, несмотря на все различия, будут иметь общие интересы, вызванные сходством профессий. И наоборот, похожие друг на друга индивиды будут расходиться во многом, если у них разные профессии.

О методах профессиональной ориентации и факторах, влияющих на профессиональный выбор школьников, написано большое количество статей, публикаций, диссертаций, монографий, проведено большое количество исследований. Данная проблема интенсивно начала изучаться после 60-х годов XX века. Тогда наиболее детально ее рассмотрел социолог М.Х. Титма в работе «Выбор профессии как социальная проблема». Результатом профессионального самоопределения, по мнению Титмы, выступают приобретение профессии и трудовой коллектив, в который попадает личность. В наши дни данная проблема изучалась такими учеными, как Е.А. Климовым в работе «Психология профессионального самоопределения» [Титма 1975, с. 145], С.Н. Чистяковой, Н.Ф. Родичевым в работе «От учебы к профессиональной карьере». Авторы подробно описывают принципы концепции советской профессиональной ориентации школьников и факторы, влияющие на выбор их профессии.

В работе Е.И. Головахи «Жизненная перспектива и профессиональное самоопределение молодежи» было рассмотрено влияние факторов социальной среды на выбор будущей профессии молодого поколения [Головаха 1989, с. 10]. Социолог Д.Л. Константиновский в своей работе «Образование и жизненные траектории молодежи» описывал подробно понятие «профессиональное самоопределение» и что на него влияет [Константиновский 2011, с. 277]. Факторы, воздействующие на процессы профессионального самоопределения молодежи, рассмотрены в работах В.Г. Немировского, А.А. Матулениса, а также в трудах А.Г. Здравомыслова, Н.И. Лапина, Н.Ф. Наумовой.

Американские учёные доказали, что правильный выбор профессии повышает самооценку и позитивное представление человека о себе, уменьшает частоту физических и психологических проблем, увеличивает удовлетворенность жизнью [Левчук 2006, с. 104-106].

В отечественной социологии были выделены различные подходы к изучению проблемы профессионального самоопределения. Обобщив различные точки зрения, можно прийти к выводу, что под этим явлением также понимается сложный, поэтапный процесс, способствующий формированию социально-профессиональных ориентаций человека, влияющих на его профессиональный выбор, приобретение навыков, знаний и умений по выбранной специальности.

Подростковый период является весьма трудным – школьники сталкиваются с большим количеством трудностей и нуждаются в профессиональной помощи. Выбор будущей профессии – для них проблема, поскольку в этот период им интересно все, что их окружает. По результатам исследования Всероссийского центра изучения общественного мнения, было установлено, что у школьников нет четкого понимания в выборе профессии. Большую роль в принятии решения играют престижные профессии, которые могут помочь в достижении достойного уровня заработной платы в будущем, а именно: программист, юрист, экономист, инженер. Установлено, что в иерархии ценностей молодёжи (в группе от 18 до 34 лет) первое место занимает доход (15%), на второй позиции идут порядок и стабильность (11%), а самореализация (8%) занимает треть¹⁰⁷.

Факторы, влияющие на профессиональное самоопределение подростков, неоднократно рассматривались учеными социологами. С.Н. Иконникова, В.В. Водзинская, В.Т. Лисовская к факторам, оказывающим влияние на выбор профессии молодежью, относят

¹⁰⁷ ВЦИОМ: 71% старшеклассников в РФ стремятся поступить в вузы // РИА новости. 2018. 17 апр. URL: <https://sn.ria.ru/20180417/1518825250.html> (дата обращения 18.03.2023).

успеваемость, мнение родителей, социальное положение и место жительства [Иконникова 1969; Водзинская 1963]. Социолог М.Х. Титма выделил следующие группы факторов выбора профессии: социальные условия, локальный (например, место проживания, участие в формальной группе), потребности и интересы индивида, а также профессиональную пригодность [Титма 1969, с. 25]. И.С. Кон выделил другие факторы: возраст и уровень информированности о существующих профессиях [Кон 1988, с. 29].

К основным факторам социального выбора относится влияние семьи, друзей и школы. Родители могут обучать детей своей профессии, поощрять или осуждать интересы ребенка, привлекать внимание к своей профессии личным примером. Они могут как и помочь ребёнку в выборе профессии, учесть его интересы, позволить самостоятельно выбрать сферу деятельности, в которой он хочет преуспеть и поддержать его выбор, так и наоборот пытаться навязать своё мнение, выбрать профессию за ребёнка, вопреки его желаниям. Также фактором, влияющим на профессиональный выбор подростка, являются его друзья, сверстники. Данная группа выступает сообществом, в котором можно быть свободным, сравнивать с себе подобными. В связи с этим, группа сверстников оказывает влияние на профессиональный выбор.

Еще одним фактором, оказывающим влияние на профессиональное самоопределение подростка, выступает сама система профориентации, устоявшаяся в России.

Личные потребности тоже выступают как один из видов факторов. Чаще всего к этому понятию относятся потребности в социальной позиции, конкретном социальном статусе, потребности в труде или образовании, самоутверждении, высоком доходе. Именно поэтому можно сказать, что личные потребности напрямую влияют на профессиональное самоопределение.

Один из личностных факторов – способности. К сожалению, человек не всегда правильно воспринимает свои особенности или специфику. Человеческие способности заложены в человеке с рождения природой, далее под влиянием общества человек изменяет и улучшает то, что заложено в нем генетически. Важно выбрать профессию, подходящую под реальные способности человека, а не для его выдуманного образа самого себя. Еще одним фактором, влияющим на профессиональное самоопределение молодежи в 21 веке, является престиж профессии, сложившийся в общественном сознании, который тесно связан с культурой и искусством. Современные средства массовой информации, культура оказывают прямое влияние на профессиональный выбор молодого поколения, навязывая достижение жизненного успеха, богатства любыми средствами. Наиболее яркий пример – блогеры, за жизнью которых следит молодое поколение и прислушивается к их советам, хочет жить также как они – в роскоши и богатстве. В результате этого, профессии, несущие пользу обществу (учитель, врач) уже не так интересны молодежи, их ориентиром становятся профессии и виды деятельности, гарантирующие материальное благополучие, вплоть до аморальных.

Молодежь использует Интернет как источник информации для личных и учебных целей, но также в нем они находят и друзей, имеют возможность делиться с ними информацией. Социальные сети вывели социальные коммуникации в молодежной среде на новый уровень (это касается общения как со знакомыми, так и с незнакомыми людьми). Более того, в условиях постоянного сетевого взаимодействия подросток очень часто переживает стремление к постоянному получению новой информации, а также личное субъективно воспринимаемое бессилие от невозможности управлять поступлением информации. В связи с этим, подростки часто подвержены манипуляциям, внушаемости, в том числе и при выборе профессии.

В цифровую эпоху объектом профессионально ориентированной работы являются школьники, они выступают так называемым поколением «Z» (или «цифровое поколение»). По мнению Н. Хоува и В. Штрауса, цифровое поколение составляет молодежь, родившаяся после 2000 года. Эти люди, в своем большинстве не знакомы с условиями жизни, в которой нет мобильного интернета. Как правило, молодые люди «цифрового поколения» не видят

смысла в обучении в школе или высшем учебном заведении, поскольку предпочитают получать знания из Интернета. Однако проблема заключается в том, что всё, что они узнают в онлайн режиме, несёт событийный характер, из-за чего их кругозор весьма узок [Хоув, Штраус 1998, с. 478]. Отличие этого поколения от других в его многозадачности, нестандартном мышлении и индивидуальности. Оно умеет находить решения в сложных ситуациях, но при этом очень неусидчивое. Они могут бросить начатое в середине пути. Именно поэтому профориентация современных школьников должна быть подстроена под запросы и особенности современного поколения.

Таким образом, можно сказать, что проблема выбора профессии среди молодежи актуальна и заключена в глубоком противоречии: с одной стороны, существует большое количество факторов, влияющих на профессиональное самоопределение старшеклассников, с другой стороны, не установлено, какие именно факторы в современных условиях влияют на выбор профессии школьников в конкретных регионах.

В рамках исследования, проведенного нами, студентами Воронежского государственного университета, среди множества аспектов изучалось влияние внешних и внутренних (личностных) факторов на профессиональную ориентацию выпускников школ. Для этого были проведены логический анализ понятий, факторная и структурная операционализация, разработана система показателей и индикаторов, а также инструментарий. Для выявления основных особенностей дискриминации при найме на работу, были использованы методы анализа документов и анкетного опроса. Для данного исследования применялся квотный неслучайный тип выборочной совокупности, сформированного на основе статистических сведений. Данный тип выборки был выбран по ряду причин: во-первых, он позволяет построить микромодель генеральной совокупности, что в свою очередь позволяет уменьшить физические затраты на проведение исследования и при этом не потерять репрезентативности исследовательских данных, а во-вторых, по причине отсутствия полного списка состава выпускников города Воронеж. Основой для формирования выборочной совокупности послужили данные статистико-аналитических отчетов о результатах государственной итоговой аттестации, проводимой в форме ОГЭ и ЕГЭ, в 9 и 11 классах соответственно, за 2021 г. Общий объём выборки – 600 респондентов.

Для того, чтобы выявить внешние факторы, влияющие на выбор будущей профессии, респондентам был задан вопрос «Кто (что) в наибольшей степени повлиял(о) на ваш выбор профессии?» (рис. 1).

Абсолютное большинство опрошенных ответило, что приняло решение самостоятельно (54,8%). На выбор 19,4% выпускников повлияли родители, а 11,8% - выбрали свою профессию благодаря Интернету. Из полученных данных также видно, что наименьшее влияние на профессиональные ориентации выпускников школ оказывают учителя, их выбрали лишь 1,7% респондентов. Это говорит о том, что Интернет является одним из важнейших факторов, влияющих на выбор профессии современных школьников.

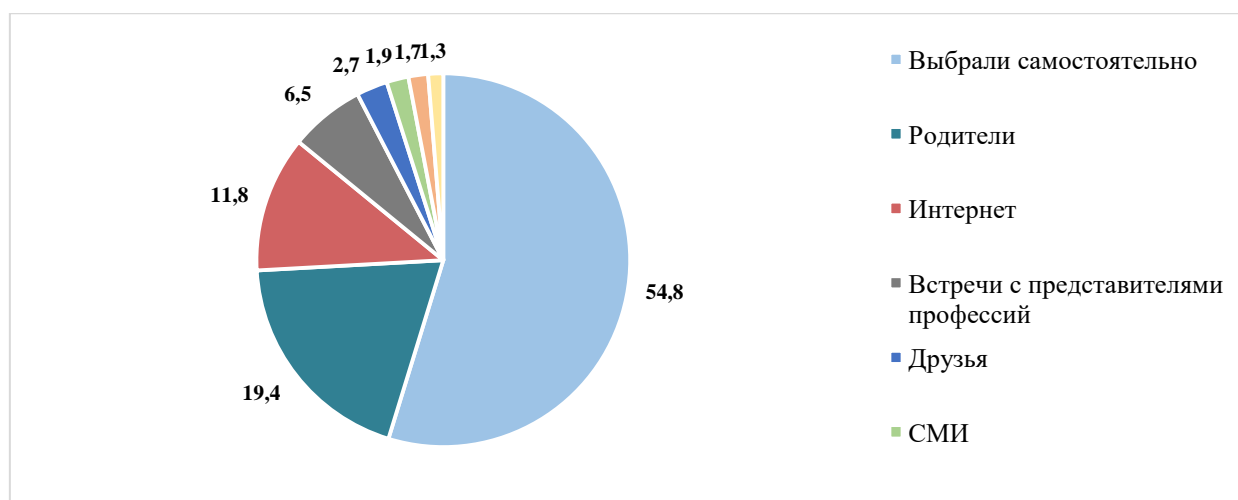


Рис. 1. Факторы, повлиявшие на выбор профессии респондентов, в %

Рассмотрим теперь влияние внешних факторов в зависимости от класса обучения. Факторы, повлиявшие на выбор профессии респондентов в 9 классе представлены на рис. 2.

Можно сделать вывод, что на профессиональный выбор учащихся 9-х классов больше всего оказали влияние такие факторы как «родители» (13,1%), «Интернет» (7%). В меньшей степени влияние оказали «встречи с представителями профессий» (2,9%), «друзья» (1,7%), «другое»(1,1%), СМИ (1%) и «учителя» (0,6 %). Стоит отметить, что по результатам опроса лидирующий фактор, повлиявший на выбор профессий учащихся в 9 классе – собственное мнение, большинство респондентов выбрали профессию самостоятельно (37,1%).

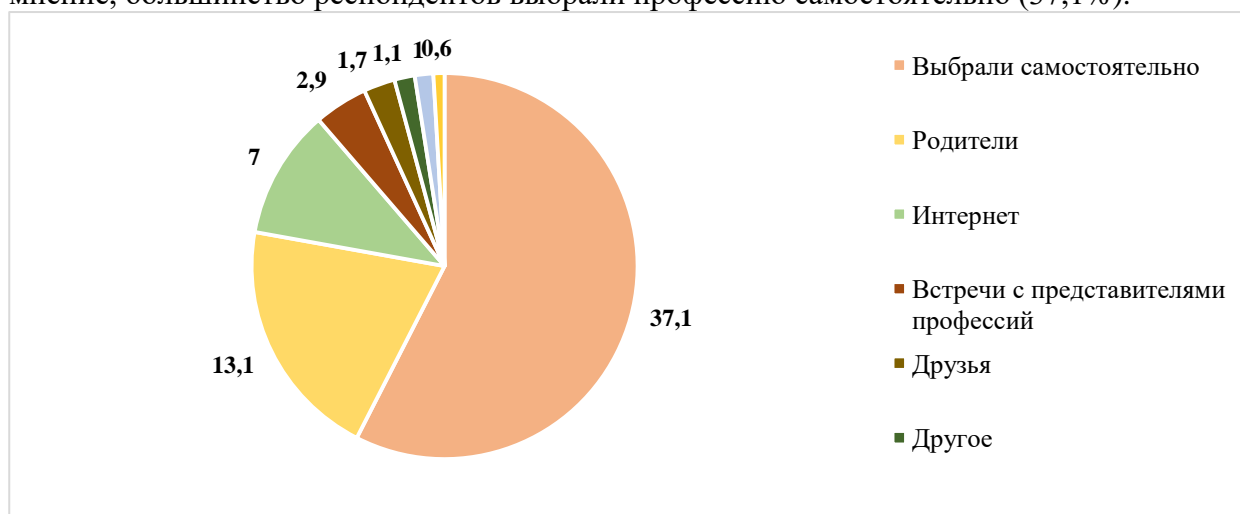


Рис. 2. Факторы, повлиявшие на выбор профессии респондентов в 9 классе, в %

Далее рассмотрим факторы, повлиявшие на выбор профессии респондентов в 11 классе (рис. 3).

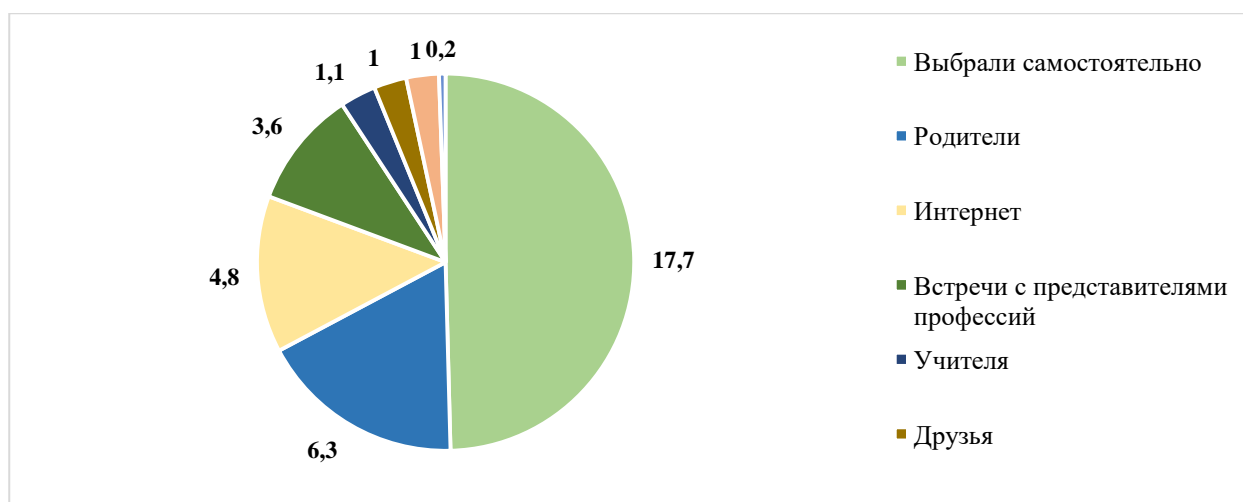


Рис. 3. Факторы, повлиявшие на выбор профессии респондентов в 11 классе, в %

Рассматривая факторы, повлиявшие на профессиональный выбор учащихся 11-х классов, можно сказать, что больше всего оказали влияние такие факторы как «родители» (6,3%), «Интернет» (4,8%). В меньшей степени влияние оказали «встречи с представителями профессий» (2,9%), «учителя» (1,1%), «друзья» (1%), СМИ (1%) и «другое» (0,2 %). Также, как и в 9 классе лидирующий фактор, повлиявший на выбор профессий учащихся в 11 классе – собственное мнение, большинство респондентов выбрали профессию самостоятельно (17,7%). Это также является доказательством того, что Интернет оказывает не самое большое влияние на профориентацию школьников, но все же играет большую роль как для учащихся 11-х классов, так и для 9-х классов.

При описании характеристик профессиональных ориентаций выпускников школ также необходимо выявить факторы, влияющие на выбор будущей профессии. С этой целью респондентам было предложено ответить на вопрос «Какую именно профессию Вы намерены освоить в будущем после окончания школы?». В таблице 1 представлено, как распределились ответы в зависимости от пола и вида учебного заведения респондента.

Таблица 1

Профессия, которую, хотят освоить школьники в зависимости от пола и вида учебного заведения, в %

Вид деятельности	Пол		Вид учебного заведения			
	Мужской	Женский	Лицей	Обще-образовательная школа	Гимназия	Школа с углубленным изучением отдельных предметов
Экономист	2,9	3,9	0,4	4,6	0,8	1,0
Юрист	2,7	6,6	0,4	6,4	1,3	1,2
Инженер, конструктор	5,8	1,5	0,4	6,4	0,4	0,2
Госслужащий	3,1	1,7	0,2	4,2	0,4	0,0
Предприниматель	2,9	1,7	0,8	2,5	1,2	0,2
Дизайнер	2,3	8,5	0,6	8,3	1,3	0,6
Врач	2,7	7,3	0,0	7,9	0,4	1,7
Ученый, преподаватель	0,4	2,1	0,6	1,7	0,0	0,2

Военный	1,5	1,2	0,0	2,5	0,2	0,0
Политик	1,0	0,2	0,0	0,8	0,4	0,0
IT-специалист	10,4	5,8	0,2	13,3	1,7	1,0
Другое	8,3	15,6	1,0	19,1	2,3	1,5

Проанализировав таблицу, можно сказать, что наиболее популярной предпочитаемой профессией среди предложенных у девушек является дизайнер (8,5%) и врач (7,3%). Парни же отдают свое предпочтение таким профессиям как IT-специалист (10,4%) и инженер, конструктор (5,8%). Учащиеся лицеев отдают свое предпочтение профессии «предприниматель» (0,8%) и менее всего заинтересованы в профессиях «военный», «врач» и «политик». Подростки, обучающиеся в общеобразовательных школах в своем большинстве, выбрали профессии «IT-специалист» (13,3 %), «дизайнер» (8,3%), врач (7,9%). Учащиеся в гимназиях отдают предпочтение профессиям «IT-специалист» (1,7%) и «юрист» (1,4%). В школах с углубленным изучением отдельных предметов респонденты отдают предпочтения профессии «врач» (1,7%) и «юрист» (1,2%). На основании этих данных, можно сделать вывод, что выбор специальности в зависимости от вида учебного заведения разнообразен.

Анализируя полученные результаты, можно прийти к выводу, что на выбор будущей профессии школьников влияние оказывают разные факторы. Большинство выпускников выбирали профессию, исходя из собственных увлечений и интересов. Интернет является не самым главным, но важным фактором, оказывающим влияние на профориентацию школьников «цифрового поколения». Также можно говорить о том, что в эпоху цифровизации современные школьники отдают предпочтение таким профессиям, как IT-специалист, дизайнер, предприниматель и почти не обращают внимание на такие важные профессии, как врач и учитель. Это говорит о том, что цели и интересы современной молодежи отличны от интересов предыдущего поколения.

Литература

Водзинская 1963 – *Водзинская В.В.* Социологический аспект проблемы выбора профессии // Человек и общество. Социальные проблемы молодежи / Под общ. ред. Б.Г. Ананьева и Д.А. Керимова. Л., 1963. С. 43–45.

Головаха 1989 – *Головаха Е.И.* Жизненная перспектива и профессиональное самоопределение молодежи: Автореф. ... дис. д-ра филос. наук. Киев, 1989. 34 с.

Гостева 2002 – *Гостева П.А.* Типы выбора профессии современными старшеклассниками // Проф. Потенциал, 2002. № 4. С. 12–17.

Иконникова, Лисовский 1969 – *Иконникова С.Н., Лисовский В.Т.* Молодежь вступает в жизнь. Л., 1969. С. 45–61.

Кон 1988 – *Кон И.С.* Психология ранней юности. М., 1988. 226 с.

Константиновский и др. 2011 – *Константиновский Д.Л., Вознесенская Е.Д., Чередниченко Г.А., Хохлушкина Ф.А.* Образование и жизненные траектории молодежи: 1998–2008 годы. М.: Ин-т социологии РАН, 2011. 277 с.

Левчук 2006 – *Левчук С.В.* Профильные программы воспитания как социально педагогическая технология в образовательных учреждениях интернатного типа // XI Державинские чтения / Казань: Академия педагогики и социальной работы, 2006. С. 104–106.

Сорокин 1993 – *Сорокин П.А.* Система социологии. Т. 2. Социальная аналитика: учение о строение сложных социальных агрегатов. М.: Наука, 1993. 464 с.

Титма 1975 – *Титма М.Х.* Выбор профессии как социальная проблема. М., 1975. 198 с.

Титма 1969 – *Титма М.Х.* Факторы, влияющие на выбор профессии // Проблемы профориентации и профконсультации в школе. М., 1969. С. 25–33.

Хоув, Штраус 1998 – *Хоув Н., Штраус В.* Теория поколений. Возможности практического применения. СПб.: Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки, 1998. 540 с.

Информационное сопровождение деятельности русской православной церкви

Ю. В. Блохин

Аспирант, Российская академия народного хозяйства и государственной службы, Орел, D13073@yandex.ru

Научный руководитель: А.С. Рубаник

канд. ист. наук, Среднерусский институт управления, Российская академия народного хозяйства и государственной службы, Орел

Аннотация. Стремительный прогресс цифровых технологий, способов дистанционного взаимодействия через сеть Интернет, активное развитие социальных сетей затрагивает все сферы жизни современного человека и общества. Эпидемия коронавируса и самоизоляция в 2020 году только катализировали данные процессы. В силу того, что Русская православная церковь является важным социальным институтом, активная цифровизация затронула её сферы деятельности, поставив новые задачи и проблемы, заставив отвечать требованиям времени и нового информационного общества.

Ключевые слова. Русская православная церковь, институт религии, цифровизация общества, цифровые технологии.

Русская православная церковь всегда являлась важным социальным институтом. Являясь носителем системы религиозно-философских идей и взглядов, которые выполняют роль регулятора отношений между людьми, церковь всегда имела влияние на процессы, протекающие в обществе. Влияние церкви можно проследить в культуре и истории России. Например, православие было государственной религией Российской империи вплоть до 1917 года. После революции, долгое время сохранялась точка зрения о том, что церковь является временным феноменом, который рано или поздно обречен на исчезновение. Однако, несмотря на активную антирелигиозную политику советской власти, церковь сумела сохранить свое влияние на общество. Несмотря на то, что на современном этапе существует значительное различие между религией и моралью, нормы религии и морали имеют схожие черты [Орлова 2011]. Так, например, они могут требовать признания со стороны общества, но при этом являются регулятором поведения только для тех, кто их добровольно принял (в случае с религией – уверовал, в случае с моралью – убедился), кроме того, они определяют поведение, исходящее «из глубины души» [Ильин 1994]. Благодаря этому, в настоящее время, Русская православная церковь, как основной носитель идей православия, во многом остается регулятором общественных отношений, формирует общественное мнение и выполняет ряд функций: культуротранслирующую (сохранение традиционных ценностей), нормативную (выражается в стабилизирующем влиянии Русской православной церкви на общество), функцию социализации (у индивида вырабатывается новое видение тех или иных событий и процессов, которые он анализирует через призму религиозных норм), формирование и поддержка социально-нравственных качеств человека, а также оказание помощи и поддержки социально уязвимым категориям граждан: инвалидам, беспризорным, бездомным, престарелым. Отдельно стоит отметить психотерапевтическую роль религии в жизни человека. Она позволяет получить человеку духовную и психологическую опору, четко выстроенную систему ценностей и ориентиров, удовлетворить потребность в поиске смысла жизни, ослабить страх смерти и получить психологическую разгрузку благодаря обрядовой составляющей. Свидетельством того, что Русская православная церковь по-прежнему сохраняет свою актуальность, могут выступать статистические данные, оглашенные Святейшим Патриархом Московским и всея Руси Кириллом: по данным на 2017 г., в РПЦ входило 303 епархии, что на 10 епархий больше, чем в прошлом, 2016 г., и на 144 больше, чем в 2009 г. В свою очередь, за 2017 г., штатное духовенство Русской православной церкви приросло на 521 клирика. Помимо всего прочего, в Русской православной церкви зарегистрировано 36 878 храмов, а также иных помещений, в которых на регулярной основе совершается Божественная литургия. Стоит отметить, что данная статистика включает в себя

информацию в том числе по дальнему зарубежью. Проведя анализ данных, можно сделать вывод, что годовой рост составляет 1340 храмов¹⁰⁹.

В Московской епархии, по данным на 1 декабря 2022 г., количество храмов и часовен в городе Москва составило 1227. Это на 9 объектов больше, чем годом ранее. Также стоит отметить, что количество храмов, в которых Литургия совершается регулярно и не реже одного раза в неделю, увеличилось за последние годы с 541 до 549. По словам Патриарха Кирилла, по программе строительства храмов были построены и введены в эксплуатацию 88 храмов. В четырех храмах уже завершены строительные и монтажные работы. Кроме того, в процессе строительства находятся еще 42 храма. Подводя итог, можно сказать, что в данный момент построены или находятся на этапе строительства 134 из 200 запланированных храмов. Что касается личного состава: в Клире Москвы в настоящее время состоят 34 архиерея, 1440 священнослужителей и 405 диаконов, т. е. всего 1879 клириков, что на 38 больше, чем год назад¹¹⁰.

Анализируя приведенные данные, можно заключить, что церковь давно и надежно закрепила за собой статус социального института, востребованного обществом. Однако, в силу стремительного прогресса, внедряются новые технологии, процессы цифровизации и информатизации общества стремительно ускоряются, что ставит перед Русской православной церковью новые задачи как технического, так и морально-этического характера, связанные с информационным сопровождением её деятельности и с интеграцией в цифровое общество.

Принято считать, что понятие «информационное общество» появилось в Японии 60-х гг. XX в., а затем было воспринято Соединенными Штатами Америки уже в 1970-х гг. Изначально понятие «информационного общества характеризовалось» следующими понятиями:

Цифровизация и компьютеризация общества, а также автоматизация производства;

Увеличение «информационной емкости» общественного продукта за счет дизайна, инноваций, маркетинга и технологического оснащения;

Сокращение времени работы и увеличение времени досуга людей, благодаря автоматизации и роботизации рутинной деятельности [Цифровое общество... 2019].

Стоит отметить, что в настоящее время российское общество активно развивается и является информационным. Иллюстрируют этот факт процессы, происходящие на законодательном уровне. Например, в период с 2014 г. по наше время были приняты следующие документы: государственная программа Российской Федерации «Информационное общество», утвержденная постановлением Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. № 313; Стратегия развития отрасли информационных технологий в Российской Федерации на 2014–2020 гг. и на перспективу до 2025 г., утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 1 ноября 2013 г. № 2036-р; Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 гг., утвержденная указом Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 г. № 203.

Данные нормативно-правовые акты свидетельствуют о том, что улучшение жизни граждан путем внедрения информационных технологий является одной из приоритетных задач правительства России, а также естественным и закономерным процессом, способствующим развитию общества в целом. Преимущества цифровизации для общества очевидны: удобство документооборота, возможность быстро, не выходя из дома, получить те или иные государственные, муниципальные и административные услуги (оплата штрафов, замена документов, получение или продление лицензий). Кроме того, граждане получили возможность дистанционно заказывать различные товары, продукты питания, лекарства и предметы первой необходимости, а также узнавать интересующую их информацию

¹⁰⁹ Святейший Патриарх огласил статистические данные о жизни Русской Православной Церкви. Сайт РПЦ. URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/5072750.html> (дата обращения 15.03.2023).

¹¹⁰ Святейший Патриарх Кирилл огласил статистические данные по Московской епархии за 2022 год. Сайт РПЦ. URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/5985975.html> (дата обращения 15.03.2023).

(например, время работы того или иного заведения, время проведения различных культурно-досуговых мероприятий и т.д.). В настоящее время интенсивно развиваются системы и методики дистанционного обучения. Люди все меньше ограничены географическими рамками, они получают возможность взаимодействовать между собой, игнорируя расстояние. Однако, вместе с очевидными плюсами, информатизация общества несет и минусы, а также угрозы как для человека, так и для общества. Среди угроз можно отметить: распространение кибертерроризма, хищение личных данных, негативное влияние на психику людей чрезмерного объема информации, зависимость и потеря различия между виртуальным и реальным миром. Так или иначе, технологии прочно вошли в жизнь современного человека, а значит церкви, как и другим социальным институтам и органам власти, необходимо отвечать требованиям времени.

Цифровизация позволила Русской православной церкви расширить свои возможности. Так, например, увеличился охват миссионерской деятельности церкви. Миссионеры получили возможность свидетельствовать о православной вере на различных Интернет-площадках, в том числе и в социальных сетях. Появилась возможность распространять литературу: верующие люди могут узнать ответы на интересующие их вопросы, скачав книгу с сайта. У храмов появились свои сайты, на которых размещена информация о проведении богослужений, обрядов, мероприятий. Свои информационные и новостные ресурсы в сети Интернет появились и у административного аппарата церкви. Так, основные новости можно узнать на официальном сайте Московского патриархата. Там размещена информация о последних событиях в жизни Русской православной церкви, обращения патриарха, документы, фото и видео материалы, интервью.

Особый интерес вызывает практика цифровизации богослужбных процессов, которая широко применялась в период пандемии коронавируса. В этот период произошел массовый перенос богослужбных практик в цифровое пространство¹¹¹. Так, например, 13 апреля на сайте новостного агентства «РБК» были размещены данные, касающиеся посещения пользователями Интернет-площадки «Православие и мир». Согласно исследованию, в марте 2020 года на данном сайте посещаемость составила 4,4, млн человек. Это на 30% больше, чем за аналогичный период в 2019 году, и на 23% больше, чем в феврале 2020 года. Отмечается, что показатель немного ниже рекордного значения – 4,476 млн посетителей – который был зарегистрирован в январе 2020¹¹².

Весной, согласно церковному календарю, проходит Великий пост, соответственно количество верующих, посещающих храм, значительно увеличивается. Примерно в этот же период Патриарх Кирилл призывает всех верующих «проводить время у телевизоров, когда там идут трансляции богослужений»¹¹³.

Кроме того, была создана трехмерная модель храма, построенная «по всем православным канонам», благодаря которой, по заявлению разработчиков, верующие смогут посещать храм прямо из дома.

Несмотря на подобные технологические новшества, представители Русской православной церкви предупреждают, что церковные таинства невозможно полностью заменить цифровыми дистанционными технологиями. Так, на сайте РИА новости от 14 октября 2021 года размещено интервью с Председателем синодального отдела по взаимодействию с обществом и СМИ московского патриархата Владимиром Легойдой. Легойда отмечал, что вопрос не в недопустимости цифровизации, а в ее реализуемости

¹¹¹ Добро пожаловать в ВРПЦ. Сайт ВРПЦ - виртуальный православный храм. URL: <https://врпц.рф/> (дата обращения 01.04.2023).

¹¹² За время пандемии выросла популярность криптобирж и сайтов о религии. Сайт РБК. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/13/04/2020/5e90a9929a7947e709631e88 (дата обращения 01.04.2023).

¹¹³ Позиция Церкви в связи с развитием технологий учета и обработки персональных данных. Официальный сайт Московского Патриархата. URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/2775107> (дата обращения 01.04.2023).

тайнств. «Однако в случае внебогослужебной жизни в церкви использовались, используются и будут широко использоваться цифровые технологии», - заявил Владимир Легойда¹¹⁴.

Однако и до пандемии церковь использовала цифровые технологии для того, чтобы как можно больше людей, были причастны к различным церковным событиям. Например, ежегодная трансляция схождения Благодатного огня в Иерусалиме.

Помимо очевидных преимуществ цифровизация церкви несет в себе и угрозы. Так, например, Синодальный отдел по взаимоотношениям церкви с обществом и средствами массовой информации предупредил верующих о различных угрозах. Например, угроза мошеннических действий в отношении верующих: в сети Интернет появляется онлайн сервис, который предлагает заказ различного рода треб в храмах, а также собирает пожертвования от имени какого-либо храма. Кроме того, в последнее время приобретает актуальность «лжесвященство»: мошенник может выдавать себя за священника, не являясь им, либо же лжесвященниками могут быть лица, отлученные от церкви, которым запрещено служение. Они часто ведут свои каналы и блоги, вводя в заблуждение верующих, дискредитируя церковь и собирая пожертвования¹¹⁵.

Так как церковь является социальным институтом, одной из задач которого является формирование общественного мнения и мировоззрения, ее представители дают разъяснения и выражают свое мнение по поводу различных процессов, протекающих в обществе. Так, например, 4 февраля 2013 года Освященный Архиерейский собор Русской Православной Церкви издал документ, в котором отражалась позиция церкви относительно озабоченности граждан в связи с развитием технологий учета и обработки персональных данных. В нем отмечалось, что хотя церковь и не отрицает необходимости учета граждан государством, но считает, что подобные меры, а также введение новых цифровых технологий, не должны быть принудительными или безальтернативными.

Подводя итог, можно сделать вывод, о том, что церковь, как и любой социальный институт, является частью общества. Она подвержена переменам. Несмотря на достаточно консервативные взгляды, РПЦ адаптировалась к реалиям современности и смогла использовать цифровые технологии и прогресс себе на пользу. Используя средства массовой информации и цифровые технологии, представители церкви смогли оптимизировать работу административного аппарата церкви, расширить свою миссионерскую деятельность, удовлетворить потребность верующих людей в общении со священниками и посещении церковных служб. Многие консервативно настроенные люди с недоверием или враждебностью могут воспринимать различные нововведения, касающиеся цифровизации их жизни. В свою очередь, церковь, как один из лидеров общественного мнения, дает разъяснения по вопросам, волнующим людей, тем самым выступая регулятором общественных отношений. Исходя из вышесказанного, можно заключить, что цифровизация церкви открыла перед ней новые возможности, перспективы. Она имеет гораздо больше положительных сторон, нежели отрицательных.

Литература

Ильин 1994 – *Ильин И.А.* Общее учение о праве и государстве. О сущности правосознания / И.А. Ильин. – М.: Русская книга. 1994. Т.4. С. 68–71.

Орлова 2011 – *Орлова А.В.* Роль института религии в формировании норм и ценностей общества // Система ценностей современного общества. 2011. №18. С. 225–229.

Цифровое общество... 2019 – Цифровое общество в культурно-исторической парадигме: монография / под редакцией Т. Д. Марцинковской [и др.]. М.: МПГУ, 2019. 264 с.

¹¹⁴ В РПЦ высказались о цифровизации религиозной жизни. Сайт РИА НОВОСТИ. URL: <https://ria.ru/20211014/tsifra-1754611066.html> (дата обращения 01.04.2023).

¹¹⁵ Борьба со злоупотреблениями в сети Интернет. Московский патриархат Синодальный отдел по взаимоотношениям Церкви с обществом и средствами массовой информации. URL: <https://sinfo-mp.ru/borba-so-zloupotrebleniyami-v-seti-internet#tab-983901> (дата обращения 01.04.2023).

Модернизация образа лидеров праворадикального движения (на примере Ричарда Спенсера и Тома Ван Грикена)

Е.С. Бурмистрова

ассистент кафедры истории и археологии

Пермский государственный национальный исследовательский университет,

Пермь, burmi-k@yandex.ru

Аннотация. В статье исследуется тенденция к созданию более современного и привлекательного имиджа лидеров правых радикалов. На примере кейсов из политической жизни США и Западной Европы предпринимается попытка ответить на вопрос о том, как именно изменение образа мужчины-лидера способствует смягчению риторики и имиджа праворадикальных движений.

Ключевые слова. Правый радикализм, гендер, традиционные ценности, политическое лидерство, Том Ван Грикен

Введение

Гендерные стереотипы имеют большое значение в восприятии политика электоратом. Еще в 1993 г. Леони Хадди и Нэйда Теркилдсен заложили основу для исследования значения гендерных стереотипов в борьбе за политические должности. В статье «Гендерные стереотипы и восприятие кандидатов мужского и женского пола» исследовательницы сделали выводы о том, как гендерные стереотипы влияют на восприятие людьми кандидатов на политические должности [Huddy, Terkildsen 1993]. Хадди и Теркилдсен провели серию экспериментов, в которых участников просили оценить кандидатов-мужчин и кандидатов-женщин по различным признакам: компетентность, привлекательность и харизма. Эксперименты показали, что участники оценивали кандидатов-мужчин как более компетентных и напористых, а кандидатов-женщин считали более привлекательными и сострадательными. Исследовательницы пришли к выводу, что на эти оценки в значительной степени повлияли гендерные стереотипы, которые глубоко укоренились в нашем обществе и влияют на то, как мы воспринимаем и оцениваем людей в зависимости от их пола. Авторы также предложили возможные способы преодоления гендерных стереотипов, например, посредством воздействия контрстереотипной информации и гендерно-нейтрального языка в политическом дискурсе.

Тесно связана с гендерной стереотипизацией концепция гендерного дисплея [Goffman 1979; West, Zimmerman 2018], в рамках которой гендер понимается не просто как фиксированная биологическая или социальная категория, а как то, что люди активно «воспроизводят» через свое поведение и взаимодействие с другими, в том числе через использование языка, одежды и других невербальных сигналов.

Тенденции формирования современного и привлекательного имиджа лидеров правых радикалов

Праворадикальные популисты часто используют понятие гендерного дисплея и гендерных стереотипов. Как правило, праворадикальные популистские партии придерживаются позиций традиционного гендерного порядка, выступают за сохранение традиционных гендерных ролей и ценностей, что часто подразумевает подчеркивание важности доминирования мужчин и подчинения женщин в обществе. Например, некоторые партии выступают за политику, которая ограничивает репродуктивные права женщин или поощряет традиционные гендерные роли на рабочем месте и в семье. Например, праворадикальные популисты могут выступать в качестве защитников традиционных ценностей или института семьи, чтобы заручиться поддержкой более консервативных или традиционно настроенных избирателей. Кроме того, они часто используют риторику в «мачистском» стиле, которая прославляет мужественность и преуменьшает женственность.

Некоторые организации правых, как отмечают Пирсон, Уинтерботэм и Браун в своем исследовании 2020 г., «разделяют традиционный и консервативный взгляд на гендерные отношения, где естественное место женщины закреплено выполнением роли заботливой матери в доме, а мужчины выступают в роли кормильцев и защитников. Такие перформативные и структурные гендерные установки представляют собой иерархии, которые поддерживают другие расистские и экстремистские иерархии» [Pearson и др. 2020].

Схожее мнение высказывают австралийские исследовательницы Люси Николас и Кристин Адьо в своей работе посвященной маскулистским дискурсам и практикам в глобальном масштабе: «наиболее яростной и явной попыткой защитить маскулинное мировоззрение является современная свободная коалиция социальных и политических движений вокруг прав мужчин и прав отца, имеющих общие корни с альтернативными правыми, в англосфере и Европе» [Nicholas, Agius 2018].

Тем не менее, современный политический климат вынуждает правых популистов приспосабливаться к изменяющимся нормам и ценностям. В мире, в котором все больше внимания уделяется толерантности и политкорректности, некоторые праворадикальные популисты работают над созданием образа защитников европейских ценностей и смягчают свою позицию в отношении гендерных стереотипов и гендерного дисплея, чтобы улучшить свой общественный имидж. В том числе этот процесс связан с изменениями в образах лидеров политических партий: появление женщин-лидеров и изменения в имидже мужчин-лидеров.

Тренд на успешное обновление образа мужчины-лидера в праворадикальных организациях был во многом задан американским движением альтернативных правых (альт-райт). Это движение объединяет широкий спектр взглядов, зачастую противоречащих друг другу: презрение к «системному» консерватизму, ориентация на молодежь и активное присутствие в интернет-пространстве. Самопровозглашенным лидером столь разрозненного движения является Ричард Спенсер, возглавляющий с 2011 г. Институт национальной политики. Южный центр правовой защиты бедноты называет Спенсера «одним из самых успешных молодых белых лидеров националистов страны – облагороженной версией тех старых белых шовинистов, что ассоциировались раньше с брюками цвета хаки»¹¹⁷. Обновление образа правого радикала Спенсер проводит не только за счет внешнего смягчения риторики, но и за счет изменений в своем имидже. Пик активности Спенсера пришелся на 2016 г., когда в преддверии президентских выборов альт-райт активно поддерживали Дональда Трампа на президентских выборах. Подавляющее большинство публикаций в СМИ и социальных сетях, освещавших выступления Спенсера, подчеркивали тот факт, что «Спенсер изысканно одевается, чтобы продемонстрировать то, что он считает своим превосходством», а также его имиджевые решения («подтянутый вид», «образ короля выпускного бала», «элегантный костюм-тройка»)¹¹⁸. Следует отметить, однако, что за внешним лоском и использованием таких понятий как идентитаризм и этноплюрализм скрывается типичный расистский и шовинистский подтекст: так, в «Метаполитическом манифесте», программном документе альт-райт за авторством Спенсера напрямую указывается, что «основой идентичности является раса», а государство «должно носить этнический характер и создаваться на расовой основе» и быть избавленным от «феминизма и прочих форм отклонений»¹¹⁹. Можно говорить о том, что Спенсер воплотил в себе архетип "новых правых": безупречно одетый, высокообразованный, остро осознающий необходимость создания положительного образа в СМИ. Его риторика рассчитана на

¹¹⁷ Richard Bertrand Spencer. URL: <https://www.splcenter.org/fighting-hate/extremist-files/individual/richard-bertrand-spencer-0> (дата обращения 05.04.2023).

¹¹⁸ Why we shouldn't say fascists are 'well dressed' URL: <https://www.gq-magazine.co.uk/article/richard-spencer> (дата обращения 05.04.2023); Silman A. For the Alt-Right, Dapper Suits Are a Propaganda Tool. 2016. URL: <https://www.thecut.com/2016/11/how-the-alt-right-uses-style-as-a-propaganda-tool.html> (дата обращения 05.04.2023).

¹¹⁹ Spencer R. What it means to be Alt-Right. 2017. URL: <https://altright.com/2017/08/11/what-it-means-to-be-alt-right/> (дата обращения 05.04.2023).

молодежь, благодаря умелому использованию социальных сетей, и старшее поколение, благодаря частым ссылкам на таких философов, как Ницше, и руководству исследовательским центром, который рассматривается как необходимый для любого серьезного правого политического движения в США. Тем самым Спенсер стремится представить себя и свое движение уважаемым и прогрессивным, дистанцируясь от устаревшего консерватизма и выступая за новое видение, которое отвергает эгалитаризм, мультикультурализм и иммиграцию и стремится объединить белое население Америки под общим началом.

В то же время как движение альт-правых набирало силу в США, схожие процессы наблюдались и в Западной Европе. В Бельгии правая партия Фламандский интерес (Vlaams Belang) под руководством Тома Ван Грикена достигла роста популярности. Как и Спенсер, Ван Грикен представляет новое поколение правых лидеров, которые используют социальные сети для обращения к молодому поколению и одновременно пропагандируют традиционные ценности. Хотя партия имеет противоречивую историю, включая связи с неонацизмом в прошлом, Ван Грикен постарался дистанцироваться от этих ассоциаций и представить более позитивный образ. Однако политика партии, включая акцент на ограничение иммиграции и продвижение фламандского национализма, продолжает вызывать критику со стороны оппонентов. Несмотря на это, партия добилась значительных успехов на последних выборах, что говорит о том, что тенденция к созданию более современного и привлекательного имиджа для лидеров правых становится глобальной тенденцией.

В работе 2019 г. «Крайне правые сегодня» Кас Мюдде отмечает, что Том Ван Грикен в отличие от старых лидеров правых «больше похож на вечного студента или стереотипного идеального зятя, терпеливого и улыбающегося во время интервью» [Mudde 2019, p. 126]. Эта характеристика основана на сочетании внешнего вида Ван Грикена и его политического стиля, который, по мнению Мюдде, является более умеренным и стратегическим, чем у других традиционных лидеров правых.

Действительно, хотя Фламандский интерес на протяжении значительной части своего существования занимался продвижением консервативных ценностей и традиционных гендерных ролей, гендерный дисплей Ван Грикена несколько необычен по сравнению с другими правыми политиками в стиле «мачо». Например, в то время как многие правые политики в Европе склонны придерживаться мужественного образа «крутого парня», Ван Грикен часто предстает более молодым и доступным, с несколько «мальчишеской» внешностью. Он обычно носит костюмы или рубашки с расстегнутым воротником и часто появляется на публике с широкой улыбкой или демонстрируя жест «большой палец вверх». Это может отражать попытку привлечь молодых избирателей и представить более современный, доступный образ партии.

Барт Мадденс, бельгийский политолог и профессор Лёвенского католического университета, утверждает, что лидерство Тома Ван Грикена в Фламандском интересе представляет собой продолжение крайне правой националистической и антииммигрантской идеологии партии, в сочетании с более умеренным и отшлифованным имиджем. Он отмечает, что Ван Грикен работал над тем, чтобы смягчить имидж партии и дистанцировать ее от экстремистского прошлого, сохраняя при этом ее основной посыл - защиту фламандской идентичности и ценностей, что особенно ярко проявляется при сравнении образа Ван Грикена с Филипом Девинтером, одним из самых видных бывших лидеров партии¹²⁰. Стиль руководства Ван Грикена заметно отличается от стиля руководства Девинтера: большое внимание уделяется включению партии в политический мейнстриминг и представлению ее как более уважаемой политической силы. Однако Мадденс также предполагает, что усилия Ван Грикена по смягчению имиджа и тона партии не следует

¹²⁰ *Maddens B.* Wat Filip Dewinter van Donald Trump heeft geleerd // De Morgen. 24.11.2016. URL: <https://www.demorgen.be/meningen/wat-filip-dewinter-van-donald-trump-heeft-geleerd~b0c8a58f/> (дата обращения 05.04.2023).

переоценивать, поскольку основной посыл и идеология партии по-прежнему уходят корнями в правый национализм и антииммигрантские настроения.

Успехи на выборах 2019 г. и дальнейшая эволюция политического стиля Ван Грикена, вновь побудила обратиться к сравнению Ван Грикена и Девинтера. Так, политические обозреватели бельгийской газеты *De Morgen* отмечают, что если в начале карьеры Тома Ван Грикена все еще называли «малышом Девинтером», то впоследствии именно лидерство Ван Грикена сыграло ключевую роль в ребрендинге Фламандского интереса как более умеренной и мейнстримной политической силы, и что электоральные успехи партии отчасти объясняются ее способностью апеллировать к более широкой базе избирателей, включая тех, кто ранее мог не поддерживать партию¹²¹. Однако, несмотря на электоральные успехи, руководство Ван Грикена не изменило образом идеологическую ориентацию партии, и Фламандский интерес продолжает пользоваться поддержкой в основном однородной базы правых националистов и противников иммигрантов.

Выводы

В последние годы можно наблюдать тенденцию к модернизации имиджа лидеров правых как в США, так и в Западной Европе. Ричард Спенсер и Том Ван Грикен - два примера лидеров, которые пытаются обновить имидж правых радикалов, представляя более отшлифованный и респектабельный образ в СМИ. Несмотря на то, что их идеи несколько различаются, и Спенсер, и Ван Грикен стараются дистанцироваться от более экстремальных элементов своих движений, но при этом продвигают основные националистические и антииммигрантские идеи. Однако важно отметить, что обновление имиджа не обязательно свидетельствует об изменении идеологии, и многие из этих движений продолжают отстаивать спорную политику и убеждения. В целом, тенденция к модернизации имиджа праворадикальных лидеров является интересным явлением, за которым стоит следить по мере роста популярности этих движений.

Литература

- Goffman 1979 – *Goffman E.* Gender advertisements. Blackwell Publishing, 1997.
- Huddy, Terkildsen 1993 – *Huddy L., Terkildsen N.* Gender Stereotypes and the Perception of Male and Female Candidates // *American Journal of Political Science*. T. 37. № 1. 1993. P. 119–147.
- Muddle 2019 – *Mudde C.* The far right today. John Wiley & Sons. 2019. 160 p.
- Nicholas, Agius 2018 – *Nicholas L., Agius C.* The Persistence of Global Masculinism: Discourse, Gender and Neo-colonial Re-articulations of Violence. Palgrave Macmillan. 2018. 189 p.
- Pearson et al. 2020 – *Pearson E., Winterbotham E., Brown K.* Countering Violent Extremism: Making Gender Matter. Palgrave Macmillan, 2020. 365 p.
- West, Zimmerman 2018 – *West C., Zimmerman D.H.* Doing Gender // *Doing Gender Diversity: Readings in Theory and Real-World Experience*. Taylor and Francis, 2018. P. 3–12.

¹²¹ *Liekens R., Bulte A.* In de tang van Vlaams Belang: ‘Tom Van Grieken heeft in deze campagne geen enkele fout gemaakt’ // *De Morgen*. 2019. 12.06. URL: <https://www.demorgen.be/nieuws/in-de-tang-van-vlaams-belang-tom-van-grieken-heeft-in-deze-campagne-geen-enkele-fout-gemaakt~b91308d0/> (дата обращения 05.04.2023).

Развитие дистанционного обучения иностранным языкам в России в период пандемии COVID-19

Л.А. Ванина

*студентка, Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, 666liyava@gmail.com*

Научный руководитель: М.Б. Буланова

д-р социол. наук., Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье описываются причины востребованности знания иностранного языка. Рассматриваются изменения системы и процесса образования иностранных языков из-за последствий пандемии. Акцентируется внимание на мнении потребителей (молодежь) во время пандемии COVID-19.

Ключевые слова. Онлайн-образование, иностранные языки, диджитализация, тенденции развития

В последние 15–20 лет возрос массовый интерес к изучению иностранных языков, т.к. современное общество живет и функционирует в эпоху глобализации, приведшей к всемирной экономической, политической, культурной интеграции и унификации, поэтому взаимозависимость экономик различных стран создала потребность в постоянных международных трудовых миграциях, обмене информацией и технологиями, росте международной торговли, быстром перемещении финансовых капиталов, переносе производства из стран развитых в развивающиеся. В связи с этим сближаются деловые и потребительские культуры, происходит рост международного общения и, как следствие, сближение мировых культур. Социомедийная глобализация также ускоряет потребность в международной коммуникации. Человечество находится на пути к планетарной экономике, культуре планетарной цивилизации. Следовательно, владение иностранными языками – необходимое требование, отражающее соответствие человека новым условиям развития общества. Более того, по данным опроса ВЦИОМ большинство опрошенных (63%) считают, что иностранный язык необходим в современном мире¹²³.

В мире технологий самый удобный, экономный и быстрый путь изучения информации переносится в онлайн-формат. Эта популярность вполне понятна: у многих людей нет времени ездить к преподавателю или ходить на курсы. Кроме того, «посещать» некоторые лекции или выполнять задания можно в удобное время, не будучи ограниченным конкретным расписанием занятий. Обучение происходит в скайпе, зуме, в мессенджерах, даже если человек с преподавателем живет в одном городе или в одном районе. В развитии этой индустрии большую роль сыграл вирус COVID-19, из-за которого молодые люди стали воздерживаться от посещения общественных мест, желая оставаться дома, чтобы не подвергать свои семьи и близких опасности заразиться.

Сегодня, «в эпоху «life-long learning», когда нам необходимо регулярно осваивать новые знания и навыки, успевая при этом работать и жить, онлайн-обучение становится очень важным инструментом. Дистанционный формат удобен для повышения квалификации, развития конкретных узких навыков, знакомства с новыми программами и цифровыми инструментами». [Черепанова 2020]. Следовательно, и онлайн-изучение иностранных языков быстрыми темпами захватывает рынок образовательных услуг, занимая в нем все больше места.

Начавшаяся пандемия оказала сильное влияние на большую часть профессоров, преподавателей и учителей со всего мира, из-за чего данная группа начала заниматься развитием, улучшением и продвижением онлайн-образования. Прежде научное сообщество

© Ванина Л.А., 2023

¹²³ Иностранный язык: перспективная инвестиция? Официальный сайт ВЦИОМ. 30 сентября 2019. <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/inostrannyj-yazyk-perspektivnaya-investicziya> (дата обращения 01.04.2023).

не было так сплочено ради реализации какой-то одной цели. Было вложено огромное количество творческих сил для создания сферы онлайн-образования и разработки эффективных моделей обучения. Один из преподавателей иностранных языков из Москвы в процессе обсуждения данной темы сказал следующее: «Я, в дополнение к этому, занимаюсь веб-разработкой. Сейчас создаю свою платформу для изучения языка. Она будет включать в себя и какие-то самостоятельные задания, и занятия в «Zoom», например». [Архив автора, и. 8, с. 3].

Кроме того, «большинство англоязычных издательств учебной литературы, такие, как «Cambridge University Press», «Oxford University Press», «Pearson» и другие, уже реализовали технологию смешанного обучения в своих учебных курсах, когда к учебнику студента теперь не прикладывается печатная рабочая тетрадь с заданиями, а предлагается онлайн-ресурс, где преподаватель может в рамках LMS (Learning Management System) давать задания, следить за прогрессом в обучении студентов и видеть все их действия в режиме реального времени. Такие курсы широко и успешно используются в нашей стране, и в системе высшего образования в том числе»¹²⁴.

Стоит также подчеркнуть, что основным потребителем онлайн-обучения является молодежь (14-35 лет), так как данная группа быстрее адаптируется к новым техническим изменениям. Более старшему поколению это дается с некоторыми сложностями, а детям - дистанционный формат не желателен, так как они достаточно гиперактивны, и им сложно концентрироваться на мониторе на протяжении 45 минут или часа.

В апреле 2021 г. было проведено авторское исследование: количественный онлайн-опрос «Востребованность онлайн-обучения иностранным языкам, по мнению московской молодежи». Данный опрос позволил определить запросы потребителей в данном сегменте образовательного рынка.

Начнем с того, готова ли московская молодёжь изучать иностранные языки через онлайн-курсы: 71% опрошенных выразили готовность к такому формату изучения языка, затруднились ответить 24% опрошенных и 5% – отказались от онлайн формата.

Авторское исследование показало желание большинства опрошиваемых обучаться иностранным языкам в онлайн сфере по системе преимущественно «живого общения» (87%), это наиболее эффективно при обучении иностранным языкам. Около 51% респондентов заинтересовались системой обучения «чтение – письмо», 42% – отметили, что нужны «видео-уроки» и вебинары, 13,3% – хотят «аудио-уроки».

Следует сказать про удовлетворенность и оценку знаний по иностранным языкам у современной молодежи. Для начала обратим внимание на оценку уровня знаний. Около 19% респондентов на данный момент оценивают свои знания по иностранному языку как «начальный уровень», 22% – «ближе к среднему», 29% опрошиваемых заявляют о «средних знаниях». Уровень знаний «выше среднего» отмечают 23% опрошенных, и 8% оценивают свой уровень как высокий («продвинутый уровень»).

Также нужно сказать про удовлетворенность знаниями. Вариант «совсем не удовлетворён» выбрало только 18% опрошенных, 37% – отметили «скорее не удовлетворен». Это говорит о том, что молодежь достаточно критично относится к своим языковым знаниям. Далее 37% опрошенных выбрали вариант «скорее удовлетворен», а 8% опрошенных отметили, что «полностью удовлетворены». Так, большая часть опрошенных недовольна своими знаниями.

Если же говорить о перспективах изучения языка, то можно сказать следующее: самым многообещающим языком, по мнению московской молодежи, является английский (92%), он является некой базой знаний интеллигентного человека. Второе место занимает китайский язык. Его выбрали 66% респондентов. Такие цифры можно обосновать тем, что в настоящее время китайский язык является языком «будущего». Кроме того, это выгодная

¹²⁴ Черепанова Ю. Между первой и второй: онлайн-образование на волне пандемии. Forbes Russia Education. 2020. URL: <https://education.forbes.ru/authors/online-education-vs-covid> (дата обращения: 01.04.23)

инвестиция в свое образование, позволяющая устроиться на работу в компании, сотрудничающие с Китаем. С разницей в один процент идут испанский (28%) и немецкий (27%) языки. 23% опрошенных назвали японский язык.

Далее рассмотрим ответы респондентов относительно выбора языка для обучения. Больше всего молодые люди хотят учить английский язык (76%). Возможно, это связано с тем, что у современной молодежи есть некое понимание о том, что данный язык является одним из самых простых в изучении, но при этом востребованным на рынке труда. На втором месте стоит испанский язык (41%). Затем вплотную идут другие три европейских языка: немецкий (28%), французский (25%), итальянский (24%). Далее идут два восточных языка – китайский и японский, они имеют одинаковый процент, а именно 18%. Также респонденты назвали и другие языки: арабский, иврит, корейский, белорусский, турецкий.

На основании мнений молодых людей можно сделать вывод о том, что современная молодежь, «будучи представителями цифрового поколения, позитивно воспринимает идеи онлайн образования и готова тратить время в сети не только на развлечения, но и на учебу». [Лушникова, Чекун 2015, С.49] Большая часть респондентов не удовлетворена своими знаниями и хочет улучшить их. Более того, большой процент опрошенных оценивает свой уровень знаний иностранного языка, как «средний» и ниже. Самым востребованным языком является английский. Что касается китайского языка, то большая часть опрошенных считает его перспективным, но при этом мало, кто готов серьезно заниматься обучением. Причиной тому служит тот факт, что китайский язык представляется достаточно сложным в изучении. Основные языки для преподавания это – английский и ряд европейских языков (испанский, немецкий, французский, итальянский). Если говорить про формат занятий, то они должны включать живое общение, то есть занятия проходят в режиме реального времени. Так, чтобы обучаемые могли задавать вопросы по ходу изучения материала.

В заключение можно сказать следующее: дистанционное онлайн обучение уже стало частью мировой образовательной системы и нашей реальностью, игнорировать его невозможно. На данный момент для изучения иностранного языка — это одно из наиболее перспективных направлений.

Литература

- Игнатенко 2019 – *Игнатенко И.И.* Онлайн-обучение аспектам иностранного языка // Проблемы современного образования. 2019. № 3. С. 162–166.
- Лушникова, Чекун 2015 – *Лушникова И.И., Чекун О.А.* О некоторых особенностях применения электронных ресурсов в процессе обучения иностранным языкам студентов «цифрового поколения» // *Pedagogika*. 2015. № 2. С. 48–50.

Жизнь пожилых людей в эпоху цифровизации

Веснина Т. А.

*студентка, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург,
st076608@student.spbu.ru*

Аннотация. В статье описывается влияние цифровизации на качество и уровень жизни пожилых людей, анализируются позитивные и негативные аспекты этого процесса, а также рассматриваются технологии, необходимые для преодоления социальной исключенности старшего поколения в постиндустриальном обществе.

Ключевые слова. Цифровизация, цифровые технологии, цифровое неравенство, качество жизни пожилых людей

В настоящее время во многих развитых странах наблюдается такой демографический процесс как старение населения, характеризующийся увеличением удельного веса пожилых людей в общей численности населения. Не обошло стороной это явление и Россию. По результатам переписей населения в Российской Федерации число людей старше 60 лет увеличилось с 18,2% (2010 г.) до 23,4% (2021 г.) от общей численности населения¹²⁶. И прогнозируется, что этот процент будет только расти. Согласно докладу Министерства труда и социальной защиты, к 2030 г. более 29% населения России будут составлять люди старше трудоспособного возраста¹²⁷. В связи с этим все более острой становится проблема обеспечения достойного качества и уровня жизни лиц этой категории.

За последние годы роль цифровизации как фактора, влияющего на уровень и качество жизни, существенно возросла. Принимая во внимание это обстоятельство, необходимо оценить воздействие цифровизации на жизнь пожилых людей. Другими словами, актуальным становится вопрос: является ли цифровизация барьером для старшего поколения или она способствует повышению благополучия?

С одной стороны, можно выделить безусловные плюсы цифровизации. Во-первых, благодаря цифровым технологиям пожилым людям был облегчен доступ к различным источникам информации, стало проще оставаться в контакте с друзьями и родственниками, заказывать товары и услуги. Особенно важно это оказалось в период самоизоляции, которая буквально «заперла» эту категорию населения дома. Во-вторых, цифровые технологии расширяют возможности для участия пожилых людей в общественной жизни. Они могут получать образование, совершенствовать профессиональные, социальные и личностные навыки, что способствует сохранению умственной и физической активности, повышению психологического комфорта. В-третьих, цифровые технологии позволяют оптимизировать повседневные задачи, находить более выгодные предложения, экономить время и средства. Еще одна область, на которую цифровизация может оказать положительное влияние – это социальное обслуживание. Пожилые люди – это одна из основных групп, нуждающихся в социальном обслуживании и обеспечении, поэтому увеличение доли пожилого населения приводит к росту спроса на услуги, предоставляемые государством в социальной сфере. В подобной ситуации появляется необходимость совершенствования форм, методов и технологий социальной работы. В этой связи все большее распространение получают дистанционные технологии, массовому внедрению и применению которых поспособствовал COVID-19. Таким образом, цифровизация может стать ценным ресурсом, содействующим повышению качества жизни пожилых людей.

Однако важно подчеркнуть, что трансформация вышеперечисленных пунктов из потенциальных в реальные ресурсы возможна только при условии того, что пожилые люди

© Веснина Т.А., 2023

¹²⁶ Численность населения Российской Федерации по полу и возрасту на 1 января 2022 года (Статистический бюллетень). М.: Росстат, 2022. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Bul_chislen_nasel-pv_01-01-2022.pdf (дата обращения 01.04.2023).

¹²⁷ Минтруд: к 2030 году треть населения России будут составлять пенсионеры // РИА Новости URL: <https://ria.ru/20200706/1573963749.html> (дата обращения 01.04.2023).

научатся пользоваться ими. Иными словами, цифровая компетентность для пожилых людей стала жизненной необходимостью [Зубова 2022, с. 55]. В ином случае цифровизация оборачивается рядом проблем, которые могут негативно сказаться на пожилых людях.

Безусловно, при рассмотрении влияния цифровизации на качество жизни старшего поколения необходимо выделить и негативные последствия. Во-первых, старшее поколение зачастую имеет ограниченный доступ к гаджетам и интернету: многие пожилые люди не имеют финансовой возможности приобрести компьютер или получить высокоскоростной интернет. Во-вторых, они могут испытывать трудности с обучением новым технологиям вследствие низкой цифровой грамотности. В-третьих, пожилые люди являются одной из наиболее уязвимых групп для мошеннических действий в интернете. Они могут не иметь достаточной защиты от ложной информации, вирусных программ и хакеров, что может привести к взлому личной данных, списанию средств. В-четвертых, неопытные в использовании технологий пожилые люди могут испытывать страх перед цифровыми системами и чувствовать себя некомфортно. Это может отталкивать их от последующего использования цифровых программ и услуг.

Среди негативных проявлений цифровизации особое внимание важно уделить проблеме одиночества. Пожилые люди подвержены социальной изоляции вследствие ряда субъективных и объективных причин. Люди, вышедшие на пенсию, теряют многочисленные социальные связи, которые они имели в связи с осуществлением трудовой деятельности. Окончание трудового пути сопровождается для них не только уменьшением контактов, но и потерей ощущения собственной востребованности. Снижению социальной активности пожилых также способствует неудовлетворительное состояние здоровья. Наличие заболеваний может существенно ограничить активность, из-за чего человек испытывает чувство вытеснения из общественной жизни. Помимо этого, люди старшего возраста часто сталкиваются со смертями родственников и друзей, вследствие чего происходит не только ограничение круга общения, но и ухудшение физического и эмоционального состояния. Длительное нарастание таких факторов может приводить к социальной депривации индивида, вплоть до полной социальной изоляции [Ипатова 2020, с. 93]. Применение цифровых технологий повышает риск социальной исключенности пожилых людей.

Учитывая вышеперечисленное, важно отметить, что в условиях цифровизации старшее поколение находится в уязвимом положении, так как сталкивается с определенными трудностями в усвоении новых технологий, что, в свою очередь, приводит к цифровому неравенству. Это обстоятельство накладывается на дискриминацию пожилых людей, уже существующую во многих современных обществах. Навязываемый массовой культурой культ молодости, стереотипное представление о пожилых как о немощных, беспомощных людях, приводит к стигматизации старшего поколения, из-за чего они зачастую остаются на периферии жизни. Соответственно, проблема дискриминации пожилых людей еще более обостряется и усугубляется в постиндустриальном обществе, в котором происходит цифровизация различных сфер жизнедеятельности.

Таким образом, влияние цифровых технологий на благополучие пожилых людей можно назвать амбивалентным. Для того чтобы цифровизация стала фактором, повышающим качество жизни данной категории населения, необходима интеграция пожилых людей в цифровую среду. Необходимы не только усилия по развитию цифровых технологий, но и активное цифровое просвещение, а также изменение отношения к использованию цифровых технологий в повседневной жизни [Гугуев 2022]. Требуется государственная и общественная поддержка пожилого населения, направленная на повышение цифровой грамотности, формирование навыков использования информационных технологий, получение знаний и цифровой безопасности. И хотя цифровизация неизбежна, она не должна полностью заменять или исключать традиционные формы активности, включающие в себя непосредственное, живое общение. Старшее поколение, особенно подверженное одиночеству, нуждается в практиках, способствующих социальной инклюзии: клубы общения, группы самопомощи и взаимопомощи, групповые тренинги, социальный

туризм, организация университетов третьего возраста, организация досуга в учреждениях социального обслуживания, «серебряное волонтерство». Активность пожилых людей не должна переходить полностью в виртуальное пространство, важно сохранять тесное межпоколенческое взаимодействие, так как люди старшего возраста является источником опыта, мудрости для подрастающих поколений.

Литература

Гугуев 2022 – *Гугуев Д.К.* Цифровизация повседневной жизни пожилых людей в российских городах: возможности и ограничения // Язык. Культура. Медиакоммуникация. 2022. Т. 2. № 2.

Зубова 2022 – *Зубова О.Г.* Цифровизация и качество жизни пожилых людей в современном российском обществе // Социология. 2022. № 5. С. 55–64.

Ипатов 2020 – *Ипатов А.А.* Барьеры для социальной инклюзии людей старшего возраста // Человек. 2020. Т. 31. № 5. С. 93–110.

Трудовая занятость лиц с ограниченными возможностями здоровья в условиях цифровизации: возможности и ограничения

Г.В. Макаров

студент, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, makarov-gleb@bk.ru

Научный руководитель: В.Ф. Левичева

д-р филос. наук, Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье рассматриваются возможности и ограничения трудовой занятости лиц с ОВЗ, сформировавшиеся в условиях цифровизации. На основании результатов авторского исследования, проведенного методом интервью, выделяются преимущества трудовой карьеры в компании «ИКЕА», выявленные в оценках сотрудников с ОВЗ.

Ключевые слова. Лица с ограниченными возможностями здоровья, трудовая занятость, удалённая работа, цифровизация

Инвалидность является известным всему миру феноменом и, безусловно, актуальной проблемой современности. Согласно данным Росстата в России в период с 2014 по 2022 г. наблюдалась положительная тенденция: численность людей, имеющих инвалидность, понемногу уменьшалась – с 12 млн 946 тыс. людей до 11 млн 331 тыс. людей соответственно¹²⁹, хотя данная группа все еще и составляет 8% от всего населения нашей страны, и до сих пор нуждается в заботе о себе со стороны государства, выраженной социальной поддержкой и медицинской помощью.

Помимо этого, можно заметить и отрицательную тенденцию, связанную с тем, что численность работающих инвалидов также неуклонно уменьшалась. В период с 2014 по 2022 г. количество работающих инвалидов снизилось с 2 млн 344 тыс. людей до 1 млн 559 тыс. людей¹³⁰, что, в свою очередь, составляло 42% от всех инвалидов трудоспособного возраста, численность которых в 2022 г. приравнивалась к 3 млн 728 тыс. человек¹³¹, и означало, что более половины всех инвалидов, находящихся в трудоспособном возрасте, никак не задействованы в сфере труда. Кроме того, представленные статистические данные свидетельствуют и о появлении проблем, с которыми инвалиды сталкиваются при трудоустройстве на работу и которые препятствуют их трудовой карьере. К числу подобных проблем можно отнести: плохую проработанность тех мероприятий, предусмотренных законодательством, которые направлены на повышение конкурентоспособности этой социально-уязвимой группы населения на рынке труда; низкую привлекательность тех рабочих мест, на которые могут рассчитывать лица с ограниченными возможностями здоровья и, наконец, слабую заинтересованность самих работодателей в приёме данной группы населения на работу.

В свою очередь, как отмечает В.Н. Козлова, «трудовая занятость выступает одним из ведущих условий приобретения человеком экономической самостоятельности, обеспечивающей уверенность в завтрашнем дне» [Козлова 2011, с. 141]. Однако, исходя из перечисленных ранее проблем, инвалиды не всегда имеют возможность трудиться и полноценно построить свою трудовую карьеру. Включенность в сферу труда и занятости для этой категории населения влечет за собой открытие ряда важнейших перспектив, оказывающих прямое воздействие на качество жизни инвалидов.

© Макаров Г.В., 2023

¹²⁹ Количество инвалидов в России. Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosinfostat.ru/invalidy/#i-8> (дата обращения 08.03.2023).

¹³⁰ Количество работающих инвалидов в России. Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosinfostat.ru/invalidy/#i-8> (дата обращения 08.03.2023).

¹³¹ Численность инвалидов в трудоспособном возрасте в Российской Федерации в 2022 г. Федеральный реестр инвалидов. URL: <https://sfri.ru/analitika/zanyatost/zanyatost-invalidov-v-trudosposobnom-vozraste/svedeniya-o-chislennosti-invalidov-v-tom-chisle-rabotavshikh-po-subektam-rossijskoj-federatsii> (дата обращения 08.03.2023).

В целом, можно заметить, что инвалиды являются особой категорией работников, ведь к ним не могут быть применимы общие требования, рассчитанные на не имеющих серьезные нарушения здоровья и ограничения для занятий трудовой деятельностью граждан. В связи с этим, законодатель установил целый ряд социальных гарантий, направленных на обеспечение инвалидам равных с другими гражданами возможностей в реализации гражданских, экономических, политических и других прав и свобод. Сфера трудовых отношений не является исключением.

Так, в настоящее время в России труд инвалидов регулируется целым рядом нормативно правовых документов, содержащих нормы трудового права^{132&133&134}. Однако лица с ограниченными возможностями здоровья до сих пор испытывают ряд трудностей в трудоустройстве. Некоторые работодатели все ещё не хотят их трудоустраивать и давать им возможность начать трудовую карьеру, ограничивают в правах, создают такие виды трудовой деятельности, которые оказываются недоступными для людей с инвалидностью из-за их физической непригодности и ограничений здоровья. Все вышеперечисленные факторы способствуют образованию дополнительной напряженности в обществе. Большое количество людей, фактически, становятся «ненужными».

Далее, обращаясь непосредственно к трудовой деятельности, можно заметить, что вовлечённость в нее людей с ограниченными возможностями здоровья прямо коррелирует с тем, какое место они занимают в общественной системе и каким образом себя в ней ощущают. За счёт трудовой занятости, которая выступает одним из наиболее важных условий полноценной жизнедеятельности, у людей с инвалидностью появляются: необходимые им материальные средства, с помощью которых они могут почувствовать себя действительно независимыми; новые навыки и умения, в частности, социального характера, помогающие им как во время трудовых процессов, при работе и общении с другими сотрудниками, так и во время их повседневной жизни; возможности, обеспечивающие приобщение этой группы населения к общественным ценностям и нормам. В целом, за последнее время в Российской Федерации появилось достаточно большое количество преимуществ и возможностей, способствующих трудовой занятости лиц с инвалидностью и предоставляющихся как со стороны законодателя, так и со стороны работодателей. За счёт них, людям с ограниченными возможностями здоровья становится проще начать свою трудовую деятельность, они могут почувствовать себя действительно значимой частью трудового коллектива в крупной компании и, фактически, полноценно и в комфортных условиях работать наравне с остальными сотрудниками.

В нашей стране лицам с ограниченными возможностями здоровья законодателем предоставляются определённые гарантии осуществления трудовой занятости, которые реализуются с помощью создания ряда *специальных мероприятий*:

- «Осуществление льготной финансово-кредитной политики в отношении специализированных предприятий, применяющих труд инвалидов;
- Установление квоты для приема на работу инвалидов и выделение минимального количества специализированных рабочих мест для них;
- Создание инвалидам условий труда в соответствии с их индивидуальными программами реабилитации;

¹³² Трудовой кодекс Российской Федерации» от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 25.02.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2022) // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/f9ccec223c774c4895b03311bcd7eb355ef9d78f/ (дата обращения 08.03.2023).

¹³³ Федеральный закон «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» от 24.11.1995 № 181-ФЗ (с изм. на 11 июня 2021 г.) // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8559/d98337541259311b235d71218359d68639e91bc5/ (дата обращения 08.03.2023).

¹³⁴ Закон от 19.04.1991 № 1032-1 «О занятости населения в Российской Федерации» // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_60/ (дата обращения 08.03.2023).

- Резервирование рабочих мест по профессиям, наиболее подходящим для трудоустройства инвалидов;
- Стимулирование создания предприятиями дополнительных рабочих мест для трудоустройства инвалидов;
- Создание условий для предпринимательской деятельности инвалидов и организация их обучения новым профессиям».

Важно также упомянуть о том, что в настоящее время, за счёт всё большего внедрения в рабочие процессы различных современных технологий и общей тенденции, связанной с цифровизацией, которая охватывает различные сферы деятельности, в том числе и сферу труда, у людей с инвалидностью появляется большое количество возможностей, позволяющих им полноценно осуществлять свою трудовую деятельность. Так, условия цифровизации, включающие специализированные программы, интернет-ресурсы и инновационно-коммуникационные технологии, позволяют людям с ограниченными возможностями здоровья работать как на территории работодателя, так и в удалённом формате, который наиболее востребован среди этой группы населения.

Занятость на удалённой основе успела доказать свою эффективность во время пандемии коронавирусной инфекции и получила широкое распространение в сфере труда. По данным совместного аналитического отчёта ВЦИОМ и Social Business Group, в период самоизоляции количество тех работников, которые были переведены на удалённую работу, возросло в восемь раз¹³⁵. После периода самоизоляции и снятия тех ограничений, которые были вызваны пандемией, многие работодатели приняли решение оставить своих сотрудников работать удалённо. Связано это с тем, что удалённая работа предоставила собой определённую выгоду для них: она связана как с сокращением затрат на обустройство рабочего места для того или иного сотрудника, так и с уменьшением платы за аренду офиса или иного рабочего помещения. В целом, такой вид занятости помог многим компаниям стать более «гибкими», вследствие чего количество вакансий, связанных с удалённой работой, возросло. И вместе с тем увеличение на рынке труда удалённого формата работы позволило лицам с ограниченными возможностями здоровья найти именно те вакансии, которые бы им действительно подходили, и вовлечь тех из них, которые ранее не были задействованы в трудовой деятельности. В настоящее время к числу наиболее распространённых вакансий удалённой работы для людей с инвалидностью относятся: оператор call-центра, копирайтер, SMM-специалист, личный помощник, репетитор, менеджер интернет-магазина, создатель сайтов и IT-специалист. Некоторые из перечисленных специальностей предполагают дополнительное прохождение определённого обучения (курсов), однако само обучение обычно также проходит в удалённом формате с помощью различных цифровых платформ.

К основным преимуществам удалённой работы для лиц с ОВЗ можно отнести: отсутствие трудностей с тем, чтобы добраться до работы, и расходов на транспорт; меньше барьеров при поиске и непосредственном трудоустройстве на те вакансии, где есть пометка «доступно для лиц с ОВЗ»; отсутствие стрессовых ситуаций, связанных с вливанием в новый трудовой коллектив и необходимостью личного взаимодействия с его членами; большее разнообразие доступных вакансий; отсутствие, в большинстве случаев, необходимости иметь высшее образование, так как многие виды удалённой деятельности предполагают возможность прохождения специальных обучающих курсов; возможность самостоятельно регулировать то время, которое отведено на труд и отдых и, наконец, наличие возможности работать сразу над несколькими схожими проектами и получать дополнительные материальные средства.

¹³⁵ Цифровая грамотность и удаленная работа в условиях пандемии. ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reports/analiticheskii-doklad/cifrovaya-gramotnost-i-udalennaya-rabota-v-usloviyakh-pandemii> (дата обращения 08.03.2023).

В свою очередь, основными недостатками удалённой работы для лиц с ОВЗ, выступают: недостаточная оснащённость техническими средствами информационных технологий (устарелый ПК, отсутствие подключения к интернету и т. д.); более низкая оплата труда, по сравнению с офисной работой; высокая конкуренция, вызванная тем, что многие люди с инвалидностью хотели бы иметь удалённую работу; наличие мошенников и недобросовестных работодателей, предоставляющих работу, но не оплачивающих её в полном объёме; отсутствие смены обстановки; возникновение различных технических проблем, препятствующих полноценному процессу удалённой работы и, наконец, отсутствие возможности у людей с инвалидностью присутствовать в живом коллективе, который мог бы оказывать им поддержку и помощь во время трудовой деятельности.

В целом, несмотря на все перечисленные недостатки удаленного формата работы для лиц с ОВЗ, нельзя не упомянуть о том, что цифровизация всё же является хорошим инструментом включения людей с ОВЗ в сферу труда. Однако современные компании создают и другие способы вовлечения этой группы населения в трудовую деятельность. Благодаря проведению авторского исследования, которое было осуществлено ещё до введения санкций и ухода компании «ИКЕА» из России, удалось выявить ряд возможностей трудовой карьеры, за счёт которых люди с инвалидностью могли полноценно работать и в оффлайн формате, наряду с остальными сотрудниками, не имеющими серьезных нарушений здоровья. Само исследование носило следующее название: ««ИКЕА»: трудовая карьера лиц с ограниченными возможностями здоровья в их оценках». Респондентами являлись 10 человек – сотрудники компании «ИКЕА» (жители Москвы), имеющие ограниченные возможности здоровья. Важно отметить, что опрошенные сотрудники имели разные ограничения по здоровью, занимали разные должности в компании и их трудовая карьера длилась разное количество лет. Так, восемь респондентов имели проблемы со слухом, из них семеро работали в компании как сотрудники подразделения товарооборота и один сотрудник работал в кафе. Оставшиеся двое имели проблемы с опорно-двигательной системой и занимали должности специалистов по обустройству дома.

Первая возможность трудовой карьеры в компании «ИКЕА», которая была выявлена в оценках лиц с ОВЗ, заключалась в наличии во время рабочих процессов специально созданной инклюзивной среды. За счёт неё сотрудники с инвалидностью не ощущали себя оставленными на периферии, а наоборот, при поддержке со стороны коллектива и установлении атмосферы понимания, считались такой же значимой частью большой команды, как и остальные сотрудники. Так, при ответе на вопрос об удовлетворённости коллективом компании «ИКЕА», в котором лица с ограниченными возможностями здоровья работают (взаимодействием с другими сотрудниками; пониманием со стороны коллег; атмосферой во время рабочей смены), все респонденты отметили высокий уровень удовлетворенности рабочим коллективом и привели в своих ответах те аргументы, которые это подтверждают:

В целом, да. Коллеги часто любят приветствовать меня жестом «Привет» и это приятно. На рабочем месте они стараются говорить губами и жестами, чтобы мне было понятнее и проще. Я даже научила их пользоваться важными жестами. Атмосфера в нашем коллективе спокойная и дружелюбная. Бывает, ссоримся и миримся, но это норма [Архив автора, респондент № 3. с. 6].

Помимо этого, большинство респондентов (8 из 10) отметили удобство того, как адаптирована их рабочая среда. Хорошую адаптированность рабочего пространства можно считать вторым фактором трудовой карьеры в компании «ИКЕА», в связи с тем, что сотрудники с ОВЗ могли работать в комфортных условиях и чувствовать себя наравне с остальными:

Как по мне... [респондент задумался] рабочая среда адаптирована удобно и сильных проблем у меня с этим нет. Единственный существенный для меня недостаток заключается в том, что на наших общих рабочих собраниях не всегда понимаю то, о чем говорят мне менеджеры, хотя они и помогают мне с пониманием, когда, например, записывают свои слова в электронном виде, и заранее показывают их мне, но было бы лучше, если бы компания имела официального сурдопереводчика [Архив автора, респондент № 5. с. 5].

Ещё один фактор успешности трудовой карьеры заключался в добросовестном предоставлении компанией «ИКЕА» социальных гарантий, которые положены определённым сотрудникам, в связи с их ограниченными возможностями здоровья. Так, 9 из 10 опрошенных респондентов при ответе на вопрос о том, предоставляются ли им социальные гарантии, которые положены в связи с ограниченными возможностями их здоровья, сказали:

Со стороны компании мне предоставляются социальные гарантии. Как пример, я имею ограниченные часы работы, и моя занятость происходит в связи с индивидуальным планом [Архив автора, респондент № 10. с. 7].

Помимо вышеперечисленных трёх возможностей трудовой карьеры в компании «ИКЕА», удалось также выявить в оценках респондентов ещё одну, четвёртую возможность, заключающуюся в том, что компания старалась подобрать сотрудникам с ограниченными возможностями здоровья по ходу их трудовой деятельности именно ту работу, которая была подходящей для них и наиболее удобно адаптированной. Один из опрошенных респондентов сказал, что:

...[Респондент запнулся] Как бы так сказать, раньше, когда я только пришел и не понимал, как правильно нужно работать, мне дали определённую работу, но у меня не очень получалось её делать. Сейчас же я занимаюсь другой работой, которая, на мой взгляд, более адаптирована под меня. Вначале я занимался порядком в магазине, но мне было тяжело обходить целый магазин, и я плохо запоминал те места, где должен находиться товар. У меня было много недочетов из-за этого. Потом мне убрали некоторое количество часов и дали попробовать себя в другой работе, которая дается мне проще и здесь меньше нагрузка, но использовать память все же приходится, хотя, как мне кажется, это только помогает мне развиваться и улучшать свою память [Архив автора, респондент № 1. с. 5].

Наконец, пятая возможность трудовой карьеры в компании «ИКЕА», которая также была выявлена в оценках лиц с ограниченными возможностями здоровья, состояла в том, что сама компания как работодатель всячески старалась оказывать поддержку, содействие и помощь сотрудникам с ограниченными возможностями здоровья в тех ситуациях, когда им было это действительно необходимо. При ответе на вопрос о том, получают ли респонденты поддержку от работодателя, все 10 из них сказали о том, что получают поддержку и даже выделили некоторые её отличительные черты:

Смело могу сказать, что да. Так, мой работодатель, в ситуациях, когда у меня что-то случается, всегда старается поддержать меня и дать какой-то полезный совет [Архив автора, респондент № 3. с. 7].

Подводя итоги, отметим, что за счёт всё большего внедрения в рабочие процессы различных современных технологий и общей тенденции, связанной с цифровизацией, которая охватывает различные сферы деятельности людей, в том числе и сферу труда, у лиц с инвалидностью появляется большое количество возможностей, позволяющих им полноценно осуществлять свою трудовую занятость. К числу подобных возможностей относится удалённый формат работы, который наиболее активно способствует вовлечению лиц с ОВЗ в сферу труда и уже успел получить значительное распространение после пандемии коронавирусной инфекции. Однако современные компании создают и другие способы вовлечения этой группы населения в трудовую деятельность, за счёт которых люди с инвалидностью могут полноценно работать и в оффлайн формате, наряду с остальными сотрудниками, не имеющими серьезных нарушений здоровья.

Литература

Козлова 2011 – Козлова В.Н. Трудовая занятость инвалидов: социально-экономический аспект // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2011. С. 141-144

Досуговые практики студенческой молодежи: по материалам исследований

Д.А. Максимов

студент, Российский государственный гуманитарный университет, Москва,
lovemoschimov@yandex.ru

Научный руководитель: Е.В. Фадеева

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

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы, касающиеся досуга студенческой молодежи. В качестве цели исследования, автор определяет изучение особенностей досуговых предпочтений студенческой молодежи путем анализа вторичных данных. Проведенное исследование позволило выявить предпочтения студентов, которые могут помочь скорректировать векторы политики, проводимой государством и образовательными учреждениями, в отношении досуга студенческой молодежи.

Ключевые слова. Студенческая молодежь, досуг, молодежь, свободное время, бюджет времени

Теоретический обзор по теме исследования

Досуг является очень богатой социальной категорией, охватывающей многие аспекты жизни людей. Исследованию досуга посвящено большое количество научных работ и теоретическая база в этой среде разработана достаточно, однако данная категория сильно динамична и подвержена постоянным изменениям, поэтому исследования в этом поле актуальны и сегодня.

У молодого поколения досуг существенно отличается от прочих социальных групп, такие отличия строятся во многом из-за психологических особенностей, молодежь зачастую тратит на него больше времени нежели другие группы нашего социума, также она является более мобильной социальной группой, поэтому инновационные досуговые практики реализуются преимущественно в молодежной среде. Студенчество в свою очередь, является наиболее активной частью молодежи, однако ее численность гораздо меньше и такая социальная группа более однородна, она характеризуется определенным стилем жизни, который влияет на поведение, быт, свободное время и соответственно на досуг.

Для детального раскрытия практической части данной статьи, следует привести некоторую теоретическую информацию.

Досуг – часть времени свободного от труда, которое остается у индивида за исключением необходимых обязательств (забота о детях, походы в магазин, бытовые дела и т. п.). В его структуре можно выделить активную творческую (в том числе общественную) деятельность, учебу, самообразование, культурное развитие (чтение, просмотр кинофильмов, посещение музеев и т. д.), занятия физической культурой и спортом, хобби, общение с друзьями и близкими.

Следует также сказать о таких понятиях как «отдых» и «рекреация», которые тесно связаны с досугом, отдых отличается от досуга по соотношению биологического и социального смысла в их содержании, «отдых» включает в себя «рекреацию» и противопоставляется труду с точки зрения социальной категории. Рекреация в свою очередь несет больше медицинскую нагрузку, она предназначена для восстановления физических и психологических ресурсов индивида до медицинской нормы [Орлов 1995, с. 61].

Раскроем функции досуговой деятельности и обратимся к трудам отечественных ученых А.Д. Жаркову и В.М. Чижикову [Жарков 1998, с. 80] их трактовка помогает нам определить функции досуговой деятельности с точки зрения социального аспекта:

- создание и трансляция уникальных социальных знаний и норм;
- создание новых ориентаций, ценностей и значений, актуальных в обществе;
- поддержание процесса духовной преемственности;
- интеракция между субъектами досуговой деятельности, обуславливающая их различие или единство;

социализация через отношения между индивидами, которые обусловлены культурными составляющими;
– рекреация, игровая, культурная деятельность в социальной группе.

Социальные функции досуговой деятельности – это аспект, который напрямую зависит от современного состояния общества, поэтому они могут меняться в зависимости от актуальных в нем потребностей.

Социологический обзор вторичных данных по теме исследования

Согласно данным официальной статистики, на начало 2022 г. в нашей стране количество молодежи составляет чуть более 26 млн человек¹³⁷. Из них студенческая молодежь составляет более 4 млн человек, столичный регион насчитывает 759 тыс. студентов и является самым крупным по наличию в нем обучающихся и концентрации вузов на его территории, Московская область насчитывает чуть более 76 тыс. студентов¹³⁸.

Несмотря на то, что предметом изучения в данной статье выступают досуговые практики студенческой молодежи, мы обратимся к исследованию, проведенному в 2019 г. Левада-Центром¹³⁹, данное исследование было направлено на молодежь в целом; нам интересно рассмотреть его для того, чтобы сравнить досуговые практики и выделить некоторые тенденции, характерные для студенческого досуга. Согласно полученным данным, основными досуговыми практиками молодых россиян стали: прослушивание музыкальных композиций (86%), проведение свободного времени в кругу семьи (79%), просмотр кино и сериалов (69%), прогулки с друзьями (64%), занятия спортом (45%), менее популярными оказались чтение (30%), занятия творчеством (25%), проведение времени в клубах, барах, ресторанах (10%), походы в молодежные центры (8%), волонтерство в общественных организациях (5%)¹⁴⁰.

В обзоре особенностей досуга студентов Ю.П. Надехиной, Е.В. Крюковой, А.А. Колчина было опрошено 700 студентов московских вузов. Социально демографические характеристики участников следующие: больше половины опрошенных женского пола 64,5%, мужского – 35,5%, средний возраст студентов, которые приняли участие в анкетировании – 20 лет.

Полученные данные в ходе анкетирования позволили выявить, что 72,3% опрошенных в свободное от учебы время предпочитают просмотр сериалов и фильмов; 71,7% проводят свободное время с друзьями, 63,6% – предпочитают слушать музыку, 63,2% – основную часть свободного времени проводят в сети «Интернет», 50,8% – в свободное время занимаются физической культурой и спортом, 49,8% проводят время в кругу семьи, 49,5% – предпочитают заниматься самообразованием, 45,2% – тратят свободное время на чтение. Посещают торгово-развлекательные центры 26,8% респондентов, 25,5% – посещают кинотеатры, 24,3% – предпочитают компьютерные игры, 23,4% – просматривают развлекательные передачи, 21,8% – посещают выставки и музеи, 19,3% посещают концерты и ночные клубы, 12,8% – респондентов посещают театры.

Что касается хобби студентов, то проанализированные данные показывают, что 23,1% не могут найти себе хобби или находятся в процессе поиска. Основными хобби среди студенческой молодежи стали: 21,2% – художественное творчество; 20,6% опрошенных увлекаются фотосъемкой, 17,4% – музыкой, 15,3% – различного рода соревновательными

¹³⁷ Распределение населения по возрастным группам // Федеральная служба государственной статистики. 2022. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781> (дата обращения 21.01.2023).

¹³⁸ Численность студентов по субъектам РФ // Минобрнауки России. 2021. URL:

<https://minobrnauki.gov.ru/search/?q=численность+студентов&how=d&from=&to=> (дата обращения 21.01.2023).

¹³⁹ НАСТОЯЩИЙ МАТЕРИАЛ (ИНФОРМАЦИЯ) ПРОИЗВЕДЕН И РАСПРОСТРАНЕН ИНОСТРАННЫМ АГЕНТОМ АНО «ЛЕВАДА-ЦЕНТР» ЛИБО КАСАЕТСЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИНОСТРАННОГО АГЕНТА АНО «ЛЕВАДА-ЦЕНТР».

¹⁴⁰ Досуг молодежи. Левада-центр. 2020. URL: <https://www.levada.ru/2020/07/16/dosug-molodezhi/> (дата обращения 21.01.2023).

играми (спортивные игры, киберспорт, квизы и т. д.), 12,5% – занимаются активной общественной деятельностью (волонтерство, политика), 12,1% – литературным творчеством, 11,5 % – экстремальными видами спорта.

Если говорить о направленности свободного времени опрошенных можно зафиксировать, что 31,8% студентов определяют свой досуг как отдых; 28% относят свое свободное время к категории саморазвития, 17,8% связывают проведение досуга с культурным обогащением, 16,2% относят свой досуг к развлекательному, 4,7% – к спортивному, 0,9 % – полностью связывают свое свободное время с активной общественной деятельностью [Надехина и др. 2022, с. 82].

Далее рассмотрим исследование студенческого досуга, проведенное Коленьковой М. А. [Коленькова 2015, с. 51-58] среди студентов столичного региона и Московской области, оно позволит нам детально рассмотреть особенности досуга студентов в данных регионах. При осуществлении своей досуговой деятельности около половины респондентов (48%) в выбранных регионах руководствуется тем, что «хотят уйти от повседневных забот», посвятить свободное время друзьям или заняться своим физическим развитием. Отвечая на вопрос об отношении к досуговой деятельности мы можем заметить, что основным занятием студентов в свободное время стало – «осуществление общения с друзьями и близкими» (69%), менее половины студентов (48%) строят свою досуговую деятельность так, чтобы включить в нее как можно больше развлечений и «уйти от повседневной рутины», 46% опрошенных уделяют внимание физическому развитию и укреплению здоровья, 42% респондентов довольствуются тем, что «удовлетворяют потребности в отдыхе, восстанавливают силы для труда», 32% студентов предпочитают в свободное время заниматься саморазвитием, менее популярной досуговой деятельностью стало «проведение свободного времени на природе» (18%), некоторые из числа опрошенных (17%) отметили, что свое свободное время предпочитают пускать на самотек – «как пойдет, ничем не руководствуюсь». На вопрос о регулярности занятий физической культурой ответы респондентов распределились следующим образом – «занимаюсь спортом время от времени» (58%), «регулярно занимаюсь спортом» (31%), «Не занимаюсь спортом совсем» (11%).

Менее половины респондентов в московском регионе остаются довольны качеством своего досуга (46%), «бывают удовлетворены время от времени» (38%), «часто остаются неудовлетворенными» (8%), а также не смогли определиться 8% опрошенных. Студенты отмечают, что их культурный уровень и проводимая досуговая политика в учреждениях, где они обучаются мало влияет на их досуговую деятельность (21%), у основной части опрошенных студентов складывается устойчивая точка зрения о том, что их досуг во многом зависит от материальных возможностей (79%).

На личностном уровне выбор определенного типа досуговой деятельности зачастую будет зависеть от ряда ценностей и норм, которым следует индивид. В этом вопросе исследование показало, что многие респонденты выбирают для себя такие ценности как здоровье (60%), качественное образование (16%) и ряд материальных ценностей (жилье (6%), карьера (7%), деньги (10%).

Распределение ответов на вопрос о выборе типа досуга показывает нам, что среди опрошенных самым популярным типом досуга является «развлекательный» (90%), вторым часто практикуемым типом досуга становится «активно-спортивный» (80%), более половины опрошенных предпочитают как «домашний» (65%), так и «развивающий» (55%), наименее популярными являются «активно-общественный» (15%) и «разрушающий» (10%) типы досуга.

На вопрос о наиболее частых занятиях студентов, ответы участников исследования распределились таким образом: «просмотр сериалов, ТВ, серфинг интернет сайтов» становится основным занятием студентов в свободное время (90%), популярным также является занятие «подготовкой к учебному процессу» – такой вариант выбрали 79% респондентов, еще один распространенный вариант среди опрошенных – «занятие домашними делами» (76%), «занятия спортом и физической культурой» (73%), более

половины опрошенных свое свободное время тратят на «подработку, работу» (55%), «чтением» занимаются чуть меньше половины опрошенных (46%), посещают «ночные клубы, рестораны, вечеринки 41% и 27% из числа респондентов в свободное время занимаются «творчеством». Наиболее редкими занятиями, которым студенты посвящают свободное время стали: «посвящение себя науке» (16%), «занятия религиозными практиками» (14%) респондентов, участие в «активной общественной жизни страны» – 7% процентов опрошенных.

Подводя итог, следует отметить, что многие из числа студентов в ходе проведения досуга занимаются такими вещами как общение с семьей и друзьями, прибегают к активному наполнению свободного времени различными развлечениями, пытаются забыть чтобы уйти от проблем, с которыми сталкиваются опрошенные в повседневной жизни. Укрепляют состояние своего физического здоровья с помощью занятий физической культурой и спортом или отдыхают, восстанавливая свой организм для дальнейшего труда в обучении. Нужно сказать, что студенты ставят свое здоровье выше образования и материальных ценностей. Многие учащиеся отмечают, что остаются неудовлетворенными качественным наполнением своей досуговой деятельности и в этом отношении хотели бы что-то поменять для себя, возможно, путем проб новых современных практик, однако часто такое недовольство обусловлено материальными возможностями обучающихся. Большинство из числа студентов выбирают для себя развлекательный, домашний и активный спортивный досуг.

На основе всех рассмотренных исследований сформулируем общие выводы, которые будут отражать основные тенденции студенческого досуга:

- основным типом досуга студентов является развлекательный, домашний и активно-спортивный;
- многие студенты остаются недовольны наполнением своего досуга;
- главными проблемами по улучшению своего досуга студенты видят нехватку свободного времени и материальный фактор;
- занятия активно-общественными практиками набирают популярность в студенческой среде, активной всего это проявляется в занятии волонтерством.

Литература

Жарков 1998 – *Жарков А. Д.* Культурно-досуговая деятельность: учебник / Под науч. ред. академика РАЕН А.Д. Жаркова, проф. В.М. Чижикова. М.: Изд-во МГУКИ, 1998. 461 с.

Коленькова 2015 – *Коленькова М. А.* Досуговая культура российских студентов // Сервис в России и за рубежом. 2015. № 4 (60). С. 51-59

Надехина и др. 2022 – *Надехина Ю.П., Колчин А.А, Крюкова Е.В.* Место и роль досуга в повседневной жизни московских студентов в условиях развития информационного общества // Цифровая социология. 2022. Т. 5. № 2. С. 78–86.

Орлов 1995 – *Орлов А.С.* Социология рекреации. М.: Наука, 1995. 118 с.

Цифровизация на рынке труда в сфере здравоохранения на примере московского региона

П.В. Манохина

студентка, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, manokhina.polya@yandex.ru

Научный руководитель: Н.И. Белова

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

Аннотация. В статье рассматриваются влияние цифровизации на трудовые процессы врачей московского региона и оценки цифровой трансформации в сфере здравоохранения медицинскими специалистами. Описываются предъявляемые работодателями требования к врачам в рамках цифровизации данной сферы.

Ключевые слова. Цифровизация, сфера здравоохранения, рынок труда, врачи, медицинская информационная система (МИС)

Цифровизация затронула все сферы жизни общества, в том числе – здравоохранение. Начиная с 2019 г. в России реализуется федеральный проект «Создание единого цифрового контура в здравоохранении на основе единой государственной информационной системы в сфере здравоохранения (ЕГИСЗ)». Основной целью данного проекта является «повышение эффективности функционирования системы здравоохранения»¹⁴² за счет внедрения цифровых технологий и взаимодействия медицинских организаций внутри единой информационной системы. Обратим внимание, что в московском регионе начиная с 2012 г. используется Единая медицинская информационно-аналитическая система (ЕМИАС), выступающая своеобразной основой единого цифрового контура в регионе. Это способствовало тому, что уже к 2021 г. все амбулаторные учреждения столицы и 65% стационаров были подключены к цифровой системе¹⁴³. Во время пандемии процесс цифровизации сферы здравоохранения был значительно ускорен: с целью снижения очных контактов врачей и пациентов появилось дистанционное оформление больничных, увеличилось количество онлайн-консультаций, врачебные консилиумы и конференции проводились дистанционно. После пандемии темпы цифровизации в данной сфере продолжают расти.

В этой связи, крайне важно понять, каковы реакции представителей профессионального сообщества, как врачи оценивают цифровизацию в сфере здравоохранения и то, как она повлияла на условия труда медицинских специалистов. Рассмотрим это на примере результатов нескольких авторских исследований: контент-анализа вакансий врачей в московском регионе, размещенных на сайте hh.ru, и глубинных интервью с врачами из Московской области.

Результаты одного из авторских исследований, проведенного в ноябре 2022 г. с целью выявления требований к врачам и предложений по работе, путем анализа вакансий врачей в московском регионе, размещенных на сайте hh.ru, показывают, что на рынке труда возрастает потребность в медицинских специалистах, владеющих навыками пользования персональными компьютерами (ПК – 43%), именно такой опыт требуется чаще всего. При этом, часть работодателей выдвигают требование быть уверенным пользователем ПК (7,7%) и знать MS Office (1,8%).

© Манохина П.В., 2023

¹⁴² Паспорт федерального проекта «Создание единого цифрового контура в здравоохранении на основе единой государственной информационной системы в сфере здравоохранения (ЕГИСЗ)». 2019. URL: https://static-0.minzdrav.gov.ru/system/attachments/attaches/000/046/712/original/FP_Cifrovoy_kontur_zdravooxraneniya.pdf?1565344851 (дата обращения 05.03.2023).

¹⁴³ В Москве 65% стационаров подключены к ЕМИАС // Интернет-портал «Российская газета». Любовь Проценко. 29.07.2021. URL: <https://rg.ru/2021/07/29/reg-cfo/v-moskve-65-stacionarov-podkliucheny-k-emias.html> (дата обращения 05.03.2023).

Таким образом, в ходе анализа опубликованных медицинскими организациями вакансий было выявлено, что вслед за цифровизацией в сфере здравоохранения происходит и изменение требований к навыкам врачей. Ещё одним подтверждением таких изменений является наличие в объявлениях информации, содержащей требования к навыкам работы в той или иной медицинской информационной системе. Например, в таких специализированных программах, как ЕМИАС (6,8%), «ИнфоКлиника» (3,2%), «МедIALOG» (1,8%), «Элемент» (0,9%), «1С: Поликлиника» (0,5%) и другая МИС (2,7%).

Кроме того, в анализируемых вакансиях медицинских организаций были предложения, позволяющие врачам трудиться в удалённом формате (1,8%). При этом к кандидатам были выдвинуты следующие требования: наличие компьютера с видеочастью (0,5%), наличие постоянного доступа в интернет на скорости не ниже 5 МБ/с (0,5%) и наличие места для проведения консультаций (0,5%). Важно отметить, что с увеличением темпов роста цифровизации сферы здравоохранения и развитием телемедицины у врачей появляется возможность работать удаленно, например, по таким специальностям как врач-консультант (уролог), врач-рентгенолог, врач-хирург и врач функциональной диагностики.

Перейдем к рассмотрению мнения и оценок представителей профессионального сообщества. Данные других исследователей показывают, что в 2019 г. московские врачи отмечали целый ряд проблем, с которыми им пришлось столкнуться в ходе работы в медицинской информационной системе, на основании которых ими были выдвинуты следующие предложения, позволяющие повысить качество и эффективность работы: компьютеризация рабочих мест, «улучшение качества работы компьютерной службы», «доработка системы ЕМИАС», «совершенствование электронной карты (загрузка результатов анализов и исследований)». Помимо этого врачи выдвигали предложения по автоматизации рабочих процессов, переносе бумажного документооборота в электронный формат: «Автоматизация рутинных процессов (создание отчетов, справок, выписок и пр.)», «Реорганизация формы работы с историями болезней», «Оптимизировать медицинскую документацию и другую документацию, направление на обследования: МРТ, УЗИ, д/стационар, физиолечение» и др.¹⁴⁴

Что касается данных авторского исследования, проведенного методом интервью среди представителей профессионального сообщества (десять глубинных интервью с врачами Московской области, 2021 г.) [Архив автора... 2021], то большинство информантов положительно относятся к цифровизации в здравоохранении:

...это удобно, когда все врачи связаны через сеть локальную, и можем быстро скидывать от других специалистов заключения [Архив автора. Интервью № 8. с. 7];

Вот так писать ручкой, это гораздо сложнее, чем вот тыкать по клавишам [Архив автора. Интервью №2. с. 7];

Конечно, это всегда радует. Прогресс [Архив автора. Интервью № 3, с. 9].

В отдельных случаях даже говорили о необходимости перехода на электронный формат работы:

Мне нравится бумажный, но это неправильно. Надо идти в ногу со временем [Архив автора. Интервью № 9. с. 7].

В качестве одной из проблем была озвучена проблема низкого уровня компьютерной грамотности у отдельных представителей врачебного сообщества. Информанты обратили внимание на отсутствие у некоторых специалистов должного уровня владения техникой,

¹⁴⁴ Комплексное региональное исследование «Развитие кадрового потенциала столичного здравоохранения», проведенное НИИОЗММ ДЗМ, включает в себя анкетный опрос врачей и среднего медицинского персонала (N = 551) на основе квотной выборки, репрезентирующей подведомственные ДЗМ медицинские организации, а также серию глубинных структурированных интервью (N = 15) с главными врачами медицинских организаций, представителями медицинских колледжей, вузов, учреждений дополнительного профессионального образования; исследование проведено в 2019 г.

отмечали сложности адаптации, привыкания к цифровизации [Архив автора. Интервью № 7. с. 7]: “очень многие даже не знают как обращаться в силу возраста с компьютером” [Архив автора. Интервью № 3, с. 10].

По мнению врачей, медицинские информационные системы, в которых им приходится работать, не лишены изъянов. Например, медицинские специалисты, работающие в системе ЕМИАС отмечают неудобство пользования ей:

...если бы электронная была удобная и комфортная, и без лишнего тоже, как-то упрощена для использования...” [Архив автора. Интервью №4. с. 9].

Именно большой объем информации о пациенте, который нужно внести в систему ЕМИАС, по мнению врачей, доставляет наибольшее неудобство во время работы:

Она [ЕМИАС] отнимает 95% твоего рабочего времени. Ты все туда должен занести, очень-очень много текущей информации по больному...не нужно такой объем информации туда заносить, надо его сократить” [Архив автора. Интервью № 2, с. 8].

Имеющаяся техника, по мнению представителей профессионального сообщества, несовершенна: “они [компьютеры] постоянно зависают, записаться народ не может” [Архив автора. Интервью № 4, с. 7]. Заметим, что практически все информанты заявили о низком уровне цифровизации их медицинского учреждения [Архив автора. Интервью № 10. с. 11], при этом речь идет о врачах, работающих в Московской области, одного из передовых регионов по уровню цифровизации¹⁴⁵. Сложившуюся ситуацию представители профессионального сообщества объясняют

...недостатками финансирования...” либо тем, “...что многие врачи пожилого возраста не готовы работать с электронными медицинскими картами [Архив автора. Интервью № 10, с. 11].

Описанная ситуация не является уникальной, по данным “Лаборатории Касперского”, в 2021 г. половина (54%) российских медицинских учреждений использовали оборудование с устаревшими операционными системами¹⁴⁶. Недостаточная техническая оснащенность современными компьютерами и программным обеспечением напрямую отразилась на том, что и врачей, и пациентов беспокоит кибербезопасность, конфиденциальность медицинских данных. Впрочем, такие опасения небезосновательны, по данным «Лаборатории Касперского», в 2021 г. практически треть (32%) медицинских учреждений периодически сталкивались с утечками данных.

Согласно данным авторского исследования, у большинства представителей профессионального сообщества вызывает тревогу техническая несовершенство электронной медицинской системы: “могут быть сбои, архив электронный может куда-то деться” [Архив автора. Интервью № 3, с. 11] и “то компьютер виснет, то программы вирусные, то еще что-нибудь. Ненадежно это пока все” [Архив автора. Интервью № 5, с. 6]. Поэтому врачи говорят о необходимости “двойного сохранения медицинской информации” [Архив автора. Интервью № 10, с. 12], то есть заявляют о том, что дублирование информации на разных носителях вызвано обеспокоенностью в ненадежности электронной системы:

...может ведь случиться так, что раз и базы все слетели, и вообще ничего не осталось. А бумажки подшиты и ничего с ними не делается” [Архив автора. Интервью № 5, с. 6-7];

...считаю, что данные должны дублироваться электронно, если есть такая возможность, но предпочитаю также распечатывать истории болезни, чтобы хранить их в архиве. На тот случай, если электронная база будет повреждена или еще что-нибудь [Архив автора. Интервью № 10, с. 10-11].

¹⁴⁵ Губернаторам выставили цифры // Газета “Коммерсантъ”. 13.08.2021. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4938764> (дата обращения 05.03.2021).

¹⁴⁶ Цифровизация здравоохранения России. 25.02.2022 // Медтех-портал Zdrav.Expert. URL: https://zdrav.expert/index.php/Статья:Цифровизация_здравоохранения_России (дата обращения 09.06.2022).

По мнению представителей профессионального сообщества, дублирование информации в бумажном и электронном виде, с одной стороны, помогает нивелировать сбои электронной системы, с другой стороны, увеличивает временные трудозатраты:

В плане сохранения информации, наверное, хорошо, когда двойная система. А в плане работы получается двойная нагрузка на врача [Архив автора. Интервью № 5, с. 6].

Подтверждением полученных нами данных являются результаты всероссийских опросов, так, абсолютное большинство (90%) медицинских специалистов заявляют, что информацию приходится дублировать в письменном и электронном виде. По мнению 3/4 представителей профессионального сообщества (75%) после введения Единого цифрового контура нагрузка, не связанная непосредственно с медицинскими задачами, существенно возросла¹⁴⁷.

Особое внимание стоит обратить на то, что представители профессионального сообщества заявляют о недостатке времени для общения с пациентом не только из-за ограниченного времени приема, но и из-за двойного заполнения документации:

У нас сейчас все время почти уходит на то, чтобы заполнить бумажку, заполнить в компьютере, отправить все это, а с больным работать некогда” [Архив автора. Интервью № 5, с. 6].

Переход на цифровизацию и введение медицинской информационной системы усложнили взаимодействие врача и пациента:

...тяжело переходить, не отрываемся от этих бумаг. Меньше приходится общаться с пациентами - за столом все время с бумагами сидим” [Архив автора. Интервью № 7, с. 6].

Таким образом, профессиональное сообщество неоднозначно отнеслось к цифровизации сферы здравоохранения, с одной стороны, врачи столкнулись с недостаточной технической обеспеченностью медицинских учреждений, с несовершенством медицинской информационной системы и неудобством работы в ней, сложностью адаптации к нововведениям. С другой стороны, часть врачебного сообщества считает цифровизацию сферы здравоохранения необходимой мерой, продиктованной современными реалиями.

Цифровая трансформация сферы здравоохранения отражается и на рынке труда, возрастает потребность в медицинских специалистах, владеющих навыками пользования компьютером и медицинскими информационными системами. Отмечаются изменения в модели взаимодействия “врач-пациент”, которые являются следствием цифровых преобразований, при этом появляются новые возможности для коммуникаций внутри профессионального сообщества.

¹⁴⁷ Врачам не нравится цифровизация. Опрос “Врачи РФ”. Портал GxP News. 26.04.2022. URL: <https://gxpnews.net/2022/04/vracham-ne-nravitsya-czifrovizacziya/> (дата обращения 05.02.2023)

Цифровые технологии для людей с инвалидностью

А.П. Мартынова

*студентка, Петрозаводский государственный университет, Петрозаводск,
lina.martynova.2001@mail.ru*

Научный руководитель: П.И. Сергеева

канд. социол. наук, Петрозаводский государственный университет, Петрозаводск

Аннотация. Цифровые технологии включают в себя, преимущественно, технологические новации, то есть уникальные изобретения, приспособления материального характера, которые значительно упрощают жизнь человека с инвалидностью и его семьи. Целью работы является изучение цифровых технологий для инвалидов в практике социальной реабилитации людей с инвалидностью.

Ключевые слова. Человек с инвалидностью, цифровые технологии, модели инвалидности

Как социальное явление инвалидность свойственна обществу на протяжении всех периодов его развития. В конкретный период времени доминируют определенные модели инвалидности, которые выделяются в данной работе по принципу развития отношения общества к инвалидам (медицинская, социальная, новейшая (цифровая)). Также нужно отметить, что в настоящее время для государственной социальной политики важно понять и определить, какой модели стоит придерживаться, исходя из цифровых возможностей и средств определенного государства.

Цифровые технологии включают в себя, преимущественно, технологические новации, то есть уникальные изобретения, приспособления материального характера, которые значительно упрощают жизнь человека с инвалидностью и его семьи. На сегодняшний день такие исследователи, как Е.Р. Ярская-Смирнова, П.В. Романов [Романов, Ярская-Смирнова 2006, с. 15], Е.А. Тарасенко [Тарасенко 2005, с. 10]. и др. выделяют две основные парадигмы инвалидности – медицинскую и социальную. Необходимо подчеркнуть, что данные парадигмы выделяются с точки зрения исторического развития отношения общества к инвалидности.

Медицинская парадигма рассматривает инвалидность с точки зрения отличных от принятых в социуме норм и оцениваемых с позиции функциональных расстройств организма, неспособности индивида быть полноправным членом общества вследствие определенного заболевания, дефекта или расстройства функций. Инвалид с точки зрения медицинской парадигмы – человек, который имеет «отклоняющееся» поведение в обществе. Инвалидность медиализируется, поэтому инвалидность нужно лечить с помощью специализированных «закрытых» медицинских и социальных учреждений, а не с помощью самого человека и институтов гражданского общества. Медицинская модель ищет проблемы и причины инвалидности в самом человеке, а не со стороны общества и иных внешних факторов.

Начиная с середины XX в. медицинская парадигма медленно разрушается и подвергается критике. Переход к другим парадигмам инвалидности можно связать с появлением организаций защищающих права людей с «инвалидностью» (Например, «Союз людей с физическими дефектами против изоляции» в США, «Всероссийское общество инвалидов» в РФ), также разработкой законодательства в области инвалидности: (Например, «Конвенция ООН о правах инвалидов», ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» и др.). Абсолютно противоположной медицинской парадигме является социальная парадигма. Социальная парадигма рассматривает проблемы инвалидности как результат отношения общества к их особым потребностям. На основании этой характеристики можно говорить, что «инвалидность» – это не свойство или характеристика

человека, а функция взаимодействия между обществом и человеком. Инвалидность является социальной проблемой общества, а не самого человека.

В последние годы развития моделей инвалидности появилась так называемая «*новейшая*» (*цифровая*) *парадигма инвалидности*, где можно выделить техническую модель. Согласно технической модели единственным отличием инвалидов станет более активное использование новейших технологий. Исходя из этого, люди с «инвалидностью» в обществе будут использовать различные цифровые средства реабилитации, например, аудиовизуальные компьютерные комплексы, айтрекер, приложения для перевода жестов и др., при помощи которых смогут компенсировать утраченные навыки и на равных общаться с социумом. Следовательно, человек с «инвалидностью» не будет воспринимать себя как «дефектного» и особенным по сравнению с другими людьми.

Эмпирическое исследование включает в себя проведение 3 полуструктурированных интервью со специалистами (Компания «Исток-аудио», г. Москва) и 10 интервью в КРОО «Поможем нашим детям» (г. Петрозаводск). Интервью в зависимости от пожеланий и возможностей респондентов были прямые (очные) и опосредованные (на платформе ZOOM). Выбор разноплановых способов общения позволил опросить респондентов, не имеющих возможности принять участие в личном интервью в связи с занятостью.

Результаты исследования



Большая часть клиентов компании «Исток-Аудио» – это частные лица и некоммерческие организации. Интересно, что в рассказе наших информантов государственный сектор не был затронут. На наш взгляд – это связано с тем, что современные цифровые технологии начали развиваться в России совсем недавно, что не дает сделать выводы об эффективности реализации технологий в регионах России.

Взаимодействуя со специалистами, родители считают, что с новейшими технологиями могут работать только высококвалифицированные логопеды и дефектологи, так как они занимаются постановкой речи, звуков и т.д. Однако информант компании «Исток-Аудио» считает, что коммуникативным партнёром ребенка с инвалидностью может быть каждый.

Можно отметить, что если специалист пройдет обучение навыкам работы с цифровыми технологиями, то он сможет стать коммуникативным партнером, регулярно занимающимся с человеком с инвалидностью и вместе они смогут добиться результата. Такими партнерами могут стать как социальные работники, так и социальные педагоги, психологи и психотерапевты. Важно понимать желание и мотивацию партнера взаимодействовать с ребенком, а не квалификационные способности, которые у него есть.

Для того, чтобы специалист владел современными технологиями в сфере работы с инвалидностью, необходимо пройти соответствующее обучение. Однако в России на данном этапе существует только небольшое количество организаций и проектов, оказывающих образовательные услуги, направленные на обучение технологии айтрекинга. И такими организациями являются, например, петербургская некоммерческая организация «Социальная школа Каритас» и московская некоммерческая организация «Пространство общения».

Цифровые технологии для людей с инвалидностью,
которые регионы России смогут внедрить в практику своей работы

Технология	Описание
	<p><i>Ай Трекер</i> – устройство с помощью, которого человек с инвалидностью сможет управлять компьютером с помощью взгляда.</p> <p>Применяется у людей, которые имеют: речевые нарушения, нарушения опорно-двигательного аппарата.</p> <p><i>Преимущества:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – полноценное общение и взаимодействие с окружающими; – с помощью айтрекера можно работать с компьютером; – Айтрекер дает возможность человеку с инвалидностью учиться, заниматься хобби, работать и др.
	<p><i>Читающая машина</i> – устройство, позволяющее человеку с инвалидностью прослушать текст, который напечатан на бумаге.</p> <p>Применяется у незрячих и слабовидящих людей.</p> <p><i>Преимущества:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – можно выбирать голос, который будет озвучивать текст; – с помощью одной кнопки, человек может прослушать написанный на листе бумаги текст.
	<p><i>Нейро Чат</i> – курсы, направленные на развитие когнитивных функций у человека с инвалидностью.</p> <p>Применяется у людей с нарушениями когнитивных функций, а также с нарушениями опорно-двигательного аппарата, склерозом и др.</p> <p><i>Преимущества:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Полезен для всех тех, кто хочет развивать свои когнитивные способности; – Тренировка когнитивных функций человека, таких как: внимание, память, скорость реакции и др.

Таким образом, проблема инвалидности является важнейшей социальной проблемой в современном обществе. Очевидно, что с применением технологий у людей с инвалидностью открываются новые возможности и перспективы для дальнейшего развития и обучения, что может существенно улучшить качество жизни человека с инвалидностью и его семьи.

Литература

Калашникова 2017 – *Калашникова И.В.* Эволюция социальных моделей инвалидности // Вестник ТОГУ. 2017. № 3 (46). С. 277–278.

Романов, Ярская-Смирнова 2006 – *Романов П.В., Ярская-Смирнова Е.Р.* Политика инвалидности: Социальное гражданство инвалидов в современной России. Саратов: Научная книга, 2006. 161 с.

Тарасенко 2004 – *Тарасенко Е.А.* Социальная политика в области инвалидности: кросскультурный анализ и поиск оптимальной концепции для России // Журнал исследований социальной политики. 2004. № 1. С. 7–28.

Цифровизация искусства: актуальное искусство в представлении московских студентов-художников

А.В. Осипова

студентка, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, anastasia.novakk@yandex.ru

Аннотация. В статье фокус внимания направлен на изучение восприятия актуального искусства молодежью, а именно студентами-художниками. На примере отдельного кейса рассматривается трансформация искусства и его восприятие с учетом развития и доступности технологий.

Ключевые слова. Актуальное искусство, современное искусство, цифровое искусство, художники

Все в современном мире подвержено влиянию цифровизации, и искусство не является исключением. С течением времени трансформируются направления, материалы, идеи и их реализация искусства в том числе и в искусстве, которое все больше интересует общественность¹⁵⁰.

Если рассматривать традиционное изобразительное искусство, то представляется образ художника, пишущего картину на холсте масляными красками, что является стереотипом, распространенным среди обывателей¹⁵¹. Здесь важно сделать акцент не столько на внешнем виде творца, сколько на том, какими способами он создает предметы искусства. Традиционной живописью считается перенесение визуальных образов с помощью красок на различные поверхности: картон, дерево, холст. В современном мире возможности для воплощения задумок стали куда шире за счет цифровизации, проникающей во все сферы жизни общества. Для многих использование компьютеров и планшетов для рисования стало приемлемым явлением. Для нас представляло особый интерес мнение специалистов в области искусства, поскольку именно эти люди создают арт-объекты и в будущем будут определять вектор развития искусства в нашем обществе. Таким образом, в исследовании «Актуальное искусство в представлениях московских студентов-художников», проведенном методом неоконченных предложений в 2022 г., в качестве респондентов выступали студенты 3 и 4-го курсов высших учебных заведений Москвы, обучающиеся на различных художественных направлениях.

В исследовании фокус внимания направлен на *актуальное искусство*, однако, наряду с этим термином, нередко употребляется и термин *современное искусство*, что подтверждается ответами самих художников. Однако мы считаем необходимым разграничение двух терминов. Схожей точки зрения придерживается и профессиональное сообщество, которое предложило трактовку этих понятий в 2017 г. Так, под актуальным искусством понимается «искусство, содержащее в себе смыслы, в которых нуждается современное общество, имеющее существенное значение в современную эпоху, вне зависимости от времени создания», в свою очередь современное искусство – «искусство, создаваемое нашими современниками вне зависимости от того или иного художественного направления или формы выражения»¹⁵². В свою очередь, художники отмечали, что актуальное искусство во многом «отражает эпоху времени» или «идет в ногу со временем», что уже подразумевает использование современных технологий. И что не менее важно, в ряде ответов уделялось внимание обществу, поскольку культурная сфера является важной составляющей общества на любом этапе его развития. Актуальное искусство по мнению студентов «...обращено на внимание и внутренние переживания современного общества», а также ориентировано на «выявление важных проблем и вопросов современного общества».

© Осипова А.В., 2023

¹⁵⁰ Восприятие современного искусства в обществе // Центр социального проектирования «Платформа». URL: <https://pltf.ru/2020/09/22/vozprijatie-sovremennogo-iskusstva-v-obshhestve-chast-1/#> (дата обращения 22.03.2023).

¹⁵¹ Стереотипы о художниках // Официальный сайт виртуального музея Gallerix. URL: <https://in.gallerix.ru/taniazvetkova/blog/stereotipy-o-hudozhnikah/> (дата обращения: 11.03.2023).

¹⁵² Современное искусство по Минкульту // Цифровой журнал Артгид. URL: <https://artguide.com/posts/1298> (дата обращения 25.03.2023).

Говоря о смысловом содержании предметов актуального искусства, нельзя не отметить суждение о том, что предметом актуального искусства может быть «что угодно, главное внушить зрителю, что в этой (картине, композиции) очень много глубокого смысла». Данное суждение говорит о том, что важна не столько внешняя составляющая предмета, сколько идея, заложенная в нем. То есть крайне важны смыслы и идеи, заложенные в предмет искусства, поэтому не все современное искусство будет актуальным, равно как и не все актуальное искусство может быть современным. Все это подтверждается вариативностью трактовок смыслового содержания, что отражает многогранность как тематик, так и воплощений искусства. Как отметил один из респондентов, актуальное искусство «не будет подвержено одному общепринятому мнению...». При этом нельзя не отметить и постоянное развитие искусства, которое нашло отражение в словах художников: актуальное искусство всегда «нацелено на созидание нового и неизвестного, на поиск новой формы и смысла». Таким образом, можно сделать вывод, что смысловое содержание актуального искусства в первую очередь обращено к современным проблемам общества, а его воплощение постоянно развивается, равно как техники его реализации.

Наиболее интересными представляются высказывания респондентов о материалах, техниках и технологиях, применяемых в актуальном искусстве. Так, отличительной особенностью технического воплощения актуального искусства, согласно ответам студентов-художников, является синтез прошлого, настоящего и будущего, то есть «умение совмещать техники прошлого с технологиями настоящего и будущего». Использование цифровых технологий в отношении произведений искусства во многом расширяет не только экспозиционные возможности, но и непосредственно демонстрацию искусства для массового зрителя [Ерохин 2008]. Наиболее ярко это проявлялось в период пандемии, когда многие музеи организовывали виртуальные экскурсии и выставки. Например, на сайте Русского Музея были созданы виртуальные 3D-панорамы музейных залов, позволяющие рассмотреть все картины, а также виртуальные экскурсии по выставкам определенных художников. В целом, можно сказать, что искусство становится не только более глобальным, но и более доступным, о чем свидетельствуют ответы опрошенных художников, которые в качестве аудитории актуального искусства выделяли «массового зрителя...» и говорили о том, что искусство «пользуется успехом среди широкого круга масс...». Эти ответы подкрепляются данными и других исследований, например, Л.Е. Петрова выделяет шесть типов посетителей выставок современного искусства, среди которых есть как эксперты, так и активные посетители учреждений культуры и досуга в возрасте от 25 до 40 лет, а также молодежь, представители IT-специальностей и другие [Петрова, Бурлуцкая 2020, с. 180].

Использование цифровых технологий как неотъемлемой части актуального искусства подтверждается тем, что наибольшее число элементарных обоснований вошло именно в элемент «использование современных технологий». В данном случае можно говорить о том, что актуальное искусство является частью цифрового искусства (Digital Art). Под цифровым искусством понимается искусство, созданное при помощи использования компьютерных технологий. Digital-художники используют множество компьютерных программ для работы, например, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator и Sai, для технического воплощения используются как компьютеры, так и графические планшеты, а в результате получается произведение в исключительно цифровом формате. Здесь также необходимо отметить, что под цифровым искусством понимаются не только оригинальные работы, созданные первоначально в digital-формате, но и классические произведения искусства, имеющие физическое воплощение, которые переносятся в цифровой формат. Например, в Москве 3 апреля 2023 года открылась мультимедийная выставка «Фрида. Vivalavida!», посвященная жизни и творчеству Фриды Кало. На выставке были представлены оцифрованные работы с анимированными элементами, сопровождающиеся рассказами о жизни художницы. Помимо технического обеспечения, то есть существования «специальных программ для создания цифровых работ», художники отмечают изменения в воплощении предметов искусства: «создание голограмм или цифровых картин» с использованием

различных IT-технологий, создание «nft», или non-fungibletoken, то есть уникального невзаимозаменяемого цифрового ключа, созданного с помощью криптовалюты и воплощающегося в цифровом изображении; распространение «...цифровой живописи, создания цифровых 3-D объектов..», то есть предметов искусства, созданных полностью в цифровом формате без воплощения в физической форме. Таким образом, то, что для простого обывателя кажется все еще новым и малопонятным, для студентов художественных учебных заведений стало привычной вещью, несмотря на то, что большая часть из них обучается на классических направлениях, таких как живопись, декоративно-прикладное искусство, монументально-декоративное искусство. Из этого можно сделать вывод, что цифровизация настолько сильно внедряется в сферу искусства как на уровне учебных заведений, что отражено в появлении специальностей, основанных на использовании современных технологий, так и в целом в культурную сферу, что иллюстрирует обилие выставок с объектами цифрового искусства.

Представляется необходимым сделать акцент на том, что опрошенные художники не противопоставляют цифровое искусство классическому, а заявляют о нем как о новой реальности, способной «...воплотить задумку художника в жизнь». Все современные технологии предстают лишь инструментом в руках художника; безусловно, это не означает, что традиционные материалы перестанут использоваться. В распространении использования современных технологий художники видят лишь «обращение к новым виткам творчества в современности», которое служит для «лучшего и большего понимания смысла различных произведений». Цифровизация не несет в себе цели в корне изменить искусство, а скорее предоставляет возможности для его развития, делая его разнообразнее и доступнее.

Литература

Воложанина 2019 – *Воложанина Е.А.* Проблематика цифровой живописи // Архитектура и дизайн. 2019. № 1. С. 9-13.

Ерохин 2008 – *Ерохин С.В.* Цифровые технологии в современном изобразительном искусстве // Известия ВГПУ. 2008. № 8. С. 145-149.

Петрова, Бурлуцкая 2020 – *Петрова Л.Е., Бурлуцкая М.Г.* Аудитория современного искусства в крупных городах России: ядро, периферия и перспектива // Мир России. Социология. Этнология. 2020. № 4. С. 171-203.

Саркисова 2020 – *Саркисова Е.Г.* Коммуникационные практики музеев в период пандемии // Культурологический журнал. 2020. № 4 (42). С. 1-7.

Турлюн 2011 – *Турлюн Л.Н.* Компьютерное искусство в мировой художественной культуре // Almatater (Вестник высшей школы). 2011. № 11. С. 2016-2018.

Особенности политической активности молодежи в эпоху цифровизации

А.А. Пяткова

*студентка, Российский государственный социальный университет, Москва,
Nastyaryatkova99@yandex.ru*

Научный руководитель: И.В. Долгорукова

д-р социол. наук, Российский государственный социальный университет, Москва

Аннотация. В статье рассматриваются основные формы политической активности молодежи в эпоху цифровизации. А также рассматриваются особенности и факторы, которые оказывают влияние на политическую активность молодежи в эпоху цифровизации.

Ключевые слова: политическая активность, Интернет, молодежь

Политика все глубже проникает во многие сферы жизни современного общества, в связи с чем возрастает актуальность изучения политической активности различных групп населения. Особый интерес у исследователей вызывает молодежь как наиболее мобильная социально-демографическая группа. От степени и характера активности молодежи зависит не только состояние политической системы сегодня, но и ее стабильное функционирование в будущем.

Вместе с тем необходимо отметить ускоренные темпы цифровизации, которая затронула многие сферы жизни российского общества, в том числе и политическую. По данным службы «Mediascope», в 2022 Интернетом в России пользовались 81% населения в возрасте старше 12 лет (97,5 млн человек). И доля пользователей Интернета постепенно продолжает расти. Так, на начало 2019 г. она составляла 79% [Ачаксова 2019]. Важно подчеркнуть тот факт, что молодежь является наиболее активной аудиторией, так как месячный охват составляет более 97%. К тому же молодые люди являются и самой вовлеченной аудиторией, поскольку в Интернете они проводят около 6 часов в сутки [Ачаксова 2023]. Наконец скажем о том, что по данным Фонда общественного мнения (ФОМ), основными источниками информации для молодых людей являются новостные сайты в Интернете (56%), а также блоги, форумы и социальные сети (44%). Интересным при этом является и тот факт, что 27% опрошенных заявили о недоверии всем источникам информации¹⁵⁴.

Широкую популярность среди молодежи Интернет завоевал благодаря ряду преимуществ, среди которых исследователи выделяют скорость доставки сообщений, глобальный характер сети, возможность установления обратной связи между властными структурами и обществом, горизонтальный характер коммуникации [Авзалова 2015]. Все это делает Интернет-пространство крайне привлекательным не только для проведения досуга, но и для реализации политической активности.

Стоит сказать о том, что различные аспекты политической активности населения давно волнуют ученых. Интересной является концепция Л. Милбрайта, который на основе критерия законности выделил конвенциональное и неконвенциональное участие [Евстафьев 2015]. Данная классификация интересна, поскольку применима для современных форм политической активности. Так, к конвенциональным формам можно отнести краудсорсинг, то есть привлечение молодежи к решению различных вопросов в области политики¹⁵⁵. Особенность данной формы активности заключается в использовании специализированных онлайн-платформ по сбору подписей. В России наиболее популярными являются платформы

© Пяткова А.А., 2023

¹⁵⁴ Источники информации: предпочтения россиян. Каким источникам информации люди доверяют больше всего // ФОМ. 14.02.23. URL: <https://clck.ru/3459ot> (дата обращения: 28.03.2023).

¹⁵⁵ Российское «поколение Z»: установки и ценности / Под ред. Л. Гудкова, Н. Зоркой, Е. Кочергиной, К. Пипии, А. Рысевой. URL: <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/moskau/16135.pdf> (дата обращения 05.02.2022).

«Российская общественная инициатива», «change.org», «OnlinePetition» и «Демократор». Особенность краудсорсинга заключается в том, что молодому человеку не нужно тратить много времени и сил на осуществления действия. При этом подобные инициативы, при условии значительной поддержки, могут помочь успешно решить проблему.

Еще одной формой конвенциональной политической активности можно считать дистанционное электронное голосование, которое стало возможным благодаря специальным информационным системам. Данный способ выражения своей политической активности является достаточно популярным среди молодежи. Так, на муниципальных выборах в Москве в 2022 г. свое намерение принять участие в электронном голосовании декларировало более половины молодых людей в возрасте от 18 до 29 лет (61%)¹⁵⁶. Данный способ так же позволяет снизить временные затраты. При этом у человека есть возможность принять участие в электоральном процессе.

Следует обратить внимание на такую форму политической активности, как обсуждение различных политических вопросов на базе социальных сетей и Интернет-блогов, а также форумов. Стимулировать обсуждение различных вопросов также могут и популярные блоггеры. Особенностью данной формы активности является обсуждение резонансных тем. Молодые люди активнее обсуждают острые темы, тогда как обычные новости не вызывают реакции.

Не забудем сказать и про «онлайн-флешмобы». Особенность данной формы активности заключается в том, что различные флешмобы представляют собой массовые акции, в которых большая группа людей выполняет заранее согласованные действия на базе онлайн-площадок. Флешмобы распространяются посредством специальных хештегов. Этот инструмент молодежь использует не так активно, однако если «онлайн-флешмоб» направлен на разрешение какой-либо острой темы, то молодежь будет использовать его активнее [Гришаева 2022].

Однако не стоит забывать о рисках, которые несет в себе цифровое пространство. Доступность и большое количество различных ресурсов в сети Интернет приводит к тому, что молодые люди теряют бдительность и не всегда осознают угрозы новой среды. Недостаточно проработанная правовая база, анонимность в сети, использование так называемых «дипфейков» также ведут к негативным последствиям. Именно молодежь становится объектом влияния заинтересованных акторов, вовлекаясь в различные формы неконвенциональной политической активности.

Помимо названных форм конвенционального участия мы также можем выделить обращение к представителям власти, смену статуса в социальных сетях, подписку на политические Интернет-ресурсы, онлайн-ресурсы органов власти и оппозиционные силы, а также смену аватара профиля. Однако с проникновением политики в нашу жизнь все сложнее стало определять, является ли действие политическим. Некоторые исследователи отмечают необходимость обращать внимание на контекст таких действий, на цели и средства, чтобы понять, каким на самом деле является анализируемое действие [Weiss 2020]. Некоторые исследователи считают, что новые формы Интернет-активности ничуть не уступают активности офлайн [Fox 2014], и что она может стать мобилизационной силой для офлайн-действий.

Говоря о неконвенциональных формах, скажем о кибертерроризме, который представляет собой противоправные атаки на компьютеры, сети или информацию, находящуюся в них, с целью принудить органы власти к содействию в достижении политических или социальных целей [Denning 2015].

К неконвенциональным формам политической активности мы также можем отнести «Интернет-троллинг», представляющий собой распространение с помощью различных

¹⁵⁶ Электоральные настроения москвичей // russianfield. 06.07.23. URL: <https://russianfield.com/govoritmoskva> (дата обращения 13.10.2022).

Интернет-ресурсов провокационных сообщений, целью которых является стимулирования необходимой распространителю реакции [Козлов 2019].

Реализация различных форм политической активности в Интернете зависит от ряда факторов, к которым мы можем отнести пол, образование, доход, профессиональный статус, ценностные установки, мотивы личности, а также специфичные ресурсы для Интернет-участия – время, проводимое в онлайн и навыки навигации [Киселев 2007].

Среди факторов следует отметить возраст, поскольку в Российской Федерации под категорию «молодежь» попадают люди в возрасте от 14 до 35 лет¹⁵⁷. Данный возрастной промежуток является достаточно большим, в следствии чего данная социально-демографическая группа является крайне неоднородной по ряду критериев. Исследователи Леонтьева, Кудина, Воронов в связи с этим выделяют инфантильную, переходную и взрослую группы. Они выяснили, что в процессе перехода из одной группы в другую вместе с повышением уровня образования, а также вступлением в трудовую деятельность, происходит снижение присутствия в цифровой среде, снижается уровень доверия к любым источникам информации и растет доля тех, кто повторно проверяет информацию. Важно отметить, что при таком переходе интерес к политическим проблемам ощутимо снижается, при том, что уровень социальной активности остается на прежнем уровне [Леонтьева и др. 2021]. Действительно, можно заметить достаточно низкий интерес молодого поколения к политике: 57% молодых людей политика в целом не интересуется.

В качестве еще одного фактора, определяющего характер политической активности в Интернете, Домбровская А.Ю. выделяет принадлежность молодежи к различным кластерам в зависимости от характера проявления протестного потенциала. Кластер лидеров является самым малочисленным по результатам исследования автора. Представители данного кластера характеризуются готовностью осуществлять руководство и идейное сопровождение гражданских и политических протестных акций. Активисты так же являются редким типом. Они отличаются способностью к организационному сопровождению гражданских и политических акций. Более трети среди опрошенной молодежи являются вовлеченными. Для них характерно стороннее наблюдение за политической и социальной жизнью страны, для них не характерна активная политическая деятельность. Наиболее распространенный кластер российской молодежи – зрители. Они демонстрируют крайне пассивную позицию, изредка проявляя интерес. Так, например, рассмотренный нами ранее формат подписания онлайн-петиции, реализуется почти в два раза чаще активистами и лидерами, нежели зрителями и вовлеченными. Такой формат активности, как комментирование наиболее характерен для активистов. Проявление интереса к теме защиты гражданских прав людей, меньшинств в целом представляется более значимым для российской молодежи в сопоставлении с отношением к социальным проблемам [Домбровская 2020].

Подводя итоги, скажем, что процесс цифровизации уже запущен, и остановить его не представляется возможным. Молодежь все активнее использует новые технологии, вовлекается в Интернет-коммуникации. Это все меняет и сферу политики. Молодежь в этих условиях выбирает для себя новые и более эффективные форматы взаимодействия с властью. От того, как государство будет реагировать на эти изменения, будет зависеть не только вектор политической активности молодежи, но и характер будущих изменений в нашем государстве.

Литература

¹⁵⁷ Федеральный закон от 30.12.2020 г. № 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации» // Российская газета. 11 янв. 2021. С. 2.

Авзалова 2015 – *Авзалова Э.И.* Интернет-участие как новая форма политического участия граждан // Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки. 2015. № 1. С. 187-193.

Ачкасова 2019 – *Ачкасова К.* Аудитория интернета в России // Mediascope. 2019. URL: <https://clck.ru/LbL6t> (дата обращения 20.02.2023).

Ачкасова 2023 – *Ачкасова К.* Медиапотребление // Mediascope. 2023. URL: https://mediascope.net/upload/iblock/fd8/RIF_mediapotreblenie.pdf (дата обращения 20.02.2023).

Гришаева, Шамаев 2022 – *Гришаева С.А., Шамаев П.А.* Политическое участие молодежи в цифровой среде // Цифровая социология. 2022. № 1. С. 25–35.

Домбровская 2020 – *Домбровская А.Ю.* Гражданский активизм молодежи в современной России: особенности проявления в онлайн- и офлайн-средах (по результатам эмпирического исследования) // Власть. 2020. № 2. С. 51–58.

Евстафьев 2015 – *Евстафьев В.А.* Категория политического участия в зарубежной и отечественной политической науке // Вестник Полесского государственного университета. Серия общественных и гуманитарных наук. 2015. № 1. С. 51–56.

Киселев 2007 – *Киселев А.А.* Политическое участие в интернете: Автореф. дис. канд. полит. наук. Краснодар, 2007. 26 с.

Козлов 2019 – *Козлов С.Е.* Феномен политического участия в интернет-среде: анализ современного политологического дискурса // Социодинамика. 2019. № 12. С. 290–297.

Леонтьева и др. 2021 – *Леонтьева Л.С., Кудина М.В., Воронов А.С.* Выявление степени влияния цифровой среды на социально-политическую активность молодежи // Государственное управление. Электронный вестник. 2021. № 89. С. 154–172.

Denning 2001 – *Denning D.E.* Activism, Hacktivism, and Cyberterrorism: The Internet as a Tool for Influencing Foreign Policy // Networks and Netwars. The Future of Terror, Crime, and Militancy. 2001. P. 239–288.

Fox 2014 – *Fox S.* Is It Time to Update the Definition of Political Participation? // Parliamentary Affairs. 2014. Vol. 67. Iss. 2. P. 495–505.

Weiss 2020 – *Weiss J.* What Is Youth Political Participation? Literature Review on Youth Political Participation and Political Attitudes // Front. Polit. Sci. 2020.

Влияние цифровизации на взаимодействие врачей и пациентов:
мнение представителей медицинского сообщества

В.С. Саченко

студентка, Российский государственный
гуманитарный университет, Москва, vasilisataya31@yandex.ru

Научный консультант: Н.И. Белова

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

Аннотация. В данной статье рассматривается влияние цифровизации взаимодействие врача с пациентом и изменение уровня его приверженности лечению. В условиях доступности информации на открытых электронных ресурсах врачи обращают внимание на изменение уровня комплаентности.

Ключевые слова. Цифровизация, коммуникация, врач, пациент, приверженность лечению

Сфера здоровья – безусловно важная сфера жизни общества, которая в последние десятилетия претерпевает активное реформирование, включающее в себя деятельность по разным направлениям: изменение условий труда, преобразование учреждений здравоохранения, расширение законодательной базы и другие. В том числе одной из все более очерченных тенденций стало внедрение цифровых технологий.

Цифровизация в медицине подразумевает совершенствование медицинской техники, внедрение технологий в маршрутизацию пациента, ведение документации в электронном формате. Однако цифровизация затрагивает не только описанные процессы, есть и менее явные. С распространением и насыщением системы Интернет информацией разного рода, представителям не медицинский профессий, то есть пациентам стала доступна специализированная информация медицинского характера. Данная тенденция сказывается на взаимодействии с врачом и приверженности пациента лечению, что обозначается так же термином «комплаентность», который подразумевает «следование пациента лекарственным назначениям лечащего врача, точное и осознанное выполнение его рекомендаций» [Адрианова 2016, с. 77].

Тематика взаимодействия врача и пациента не один десяток лет становится предметом изучения как среди представителей медицинских, психологических, так и социологических наук. Помимо социологических теорий Т. Парсонса [Parsons 1951], Н. Лукмана [Лукман 2000], Э. Гофмана [Гофман 2009], затрагивающих данный вопрос, существуют и классификации моделей взаимодействия врача и пациента. Наиболее известные модели принадлежат таким ученым, как Т. Сас и М. Холлендер [Szasz 1965], Р. Витч [Витч 1994], Л. Эмануэль и И. Эмануэль [Emanuel 1992].

Во всех описанных моделях присутствует «пастырский» вариант взаимодействия, подразумевающий подчиненное положение пациента. Остальные модели предполагают вариации сочетания автономии пациента и принятия врачом ответственности за решения и лечение, его исполнение. В настоящее время положение врача и пациента, а также отношение больных к врачебным назначениям меняется. Вхождение цифровых технологий в процесс лечения и доступность медицинской информации сыграли в этом определенную роль.

Сеть Интернет хранит большое количество информации, в том числе специализированной – медицинской. В России, по данным поисковой системы «Яндекс» с сентября 2015 г. по август 2016 г. по теме здоровья задается 7,5 млн поисковых запросов в день. Треть в структуре поисковых запросов занимают лекарства, 30% – симптомы и болезни, 16% – медицинские учреждения и врачи, 5–6% касаются процедур и диагностических процедур¹⁵⁹. Кроме того, в последние годы набирают популярность

© Саченко В.С., 2023

¹⁵⁹ Поиск здоровья. URL: https://yandex.ru/company/researches/2016/ya_health (дата обращения 30.03.2023).

мобильные приложения, касающиеся отслеживания состояния здоровья, и содержащие информацию о симптомах, болезнях. Согласно результатам исследования А.В. Гусева, приложения со справочной информацией о болезнях скачивались 7 млн раз. Приложения, предназначенные для определения симптомов болезни, имели 215 тысяч скачиваний [Гусев 2021]. Данные свидетельствуют о развитии тенденции поиска информации на медицинскую тематику с помощью электронных ресурсов.

Интернет предоставляет пользователю большой объем данных, пациент становится более информированным, что отражается как на комплаентности, так и в трансформации его характера.

Для изучения мнения профессионального сообщества по обозначенной проблеме было проведено авторское исследование. Предметом исследования являлись мнения медицинских сотрудников о взаимодействии врачей с пациентами. Целью исследования стало выявление взглядов врачей на отношения врач/пациент [Архив... 2021].

Изменение уровня информированности повышает автономность пациента при принятии решений и обсуждении лечения с врачом. Больше половины опрошенных врачей считают, что меняются модели взаимодействия врача и пациента. При этом, несмотря на возрастание роли пациента в принятии решений, некоторым врачам удобнее придерживаться патерналистской модели. Так, заведующий отделением, имеющий общий стаж работы более 18 лет, отметил, что

...все равно для нас более удобен такой патриархальный подход, когда я папа, да, а пациент – он ребенок. Он обращается ко мне за помощью, я ему помогаю, мне не надо ему объяснить почему именно так я ему помогаю [Архив автора. И. № 9, с. 4].

Ввиду доступности медицинской информации на просторах цифровых платформ анализировалась необходимость разъяснения схем лечения для соблюдения их пациентом. «Нужно постоянно объяснять, быть в контакте» [Архив автора. И. №8. с. 8]. В целом, врачи считают диалог с пациентом, разъяснение процесса лечения, объяснение назначений важнейшим условием успешной коммуникации и эффективного лечения. По результатам исследования Э. П. Пуховой «большинство врачей (89,7%) полностью согласны с тем, что врач должен разъяснить пациенту план медицинских действий, не скрывая возможных осложнений и неблагоприятного исхода. Частично согласны с этим 9,7% врачей, не согласны с данным утверждением менее 0,5% врачей» [Пухова 2021, с. 101]. Результаты авторского исследования совпадают с данными приведенного исследования. По мнению заведующей Отделом качества клиники для достижения наилучшего результата необходимы совместные усилия врача и пациента:

...мы работаем с двух сторон: с точки зрения врача, который правильно обследует, диагностирует и все рассказывает, и медперсонала, который сопровождает и с точки зрения пациента, который соблюдает данные ему рекомендации режима там, правил приема, двигательной активности и всего остального [Архив автора. И. № 2, с. 21].

Говоря о приверженности лечению, информанты обращали внимание на повышение уровня информированности по вопросам здоровья у молодых пациентов, в частности у тех, кто является пользователем сети Интернет. Так, врач с одиннадцатилетним стажем в клинике сообщила, что молодые люди

...могут абсолютно все про свой диагноз прочитать, тоже лечение найти и сказать: «Почему мне назначают препарат этот, а не этот?» [Архив автора. И. № 7, с. 9].

При этом врачом был сделан акцент на том, что работать такими «начитанными» пациентами удобнее и проще, так как

если ты в своей специальности хорошо разбираешься, ты абсолютно на доступном языке, можешь объяснить почему этот препарат, а не этот, почему назначаешь вот так, а не вот так, как написано у вас там в интернете [Архив автора. И. № 7, с. 9].

Однако, среди врачей существует и другое мнение. Заведующий одним из отделений считает, что подкованность молодых пациентов медицинской информацией затрудняет работу. Коммуникация с возрастными людьми, приходящими на прием, по его мнению, строится легче для врача, так как они чаще ориентированы на патерналистскую модель взаимоотношений. Тем не менее, в обеих позициях врачами отмечен рост информативности среди пациентов и использование ими интернет-ресурсов для поиска медицинской информации.

Комплаентность идет в связке с таким аспектом, как доверие пациентов к медицинским работникам. Согласно результатам опросов населения ВЦИОМ, средний балл доверия к врачам в 2014 году составлял 3,2 балла, в 2017 г. – 3,1¹⁶⁰. Рост доверия отмечался в 2020 году (3,81 балла), что совпадает с периодом пандемии и повышенного внимания к врачам, однако в 2022 г. снова происходит спад до 3,28 баллов¹⁶¹. Врачи особенно отмечают, что высокий уровень доверия пациента необходим для сохранения приверженности лечению. «Ты должен изначально доверять человеку, иначе у нас система, она не будет работать» [Архив автора. И. № 9, с. 10]. Высказывания опрошенных совпадают с результатами исследования А.Е. Чириковой и С.В. Шишкина. На основании глубинных интервью с медицинскими работниками авторы пришли к выводу, что пациенты «...демонстрируют неоправданно низкий уровень доверия к медикам...» [Чирикова 2014, С. 157]. Медицинские работники как раньше, так и в настоящее время сообщают о важности доверия пациента для эффективной коммуникации.

Таким образом, данные авторского и других исследований позволяют говорить о наличии тенденции роста информированности среди пациентов ввиду доступности информации в сети Интернет, что влияет как на характер пациента, так и на его приверженность лечению. Цифровизация позволяет пациентам получать больше медицинской информации независимо от врача, что повышает их автономность. Врачи отмечают смену модели взаимодействия, возрастающую роль коммуникации и доверия в вопросе комплаентности. Указывается и на важность двустороннего диалога, хорошее знание своей области медицины и сохранение доверия со стороны пациента. Вхождение цифровых технологий в сферу здоровья действительно трансформирует взаимодействие врача с пациентом, оказывая влияние на пациента и предъявляемые к медицинскому работнику требования.

Литература

Андрянова 2016 – *Андрянова Е.А.* Социологическая рефлексия феномена комплаентности / Е.А. Андрянова, Е.Н. Усова // Саратовский научно-медицинский журнал. 2016. № 12. С. 77-81.

Витч 1994 – *Витч Р.* Модели моральной медицины в эпоху революционных изменений // Журнал «Вопросы философии». 1994. № 3. С. 67–72.

Гофман 2009 – *Гофман Э.* Ритуал взаимодействия: очерки поведения лицом к лицу / Э. Гофман; ред.: Н.Н. Богомолова, Д.А. Леонтьев; Пер. с англ.: С.С. Степанов, Л.В. Трубицына. М.: Смысл, 2009. 319 с.

Гусев 2021 – *Гусев А.В.* Российские мобильные приложения для здоровья: систематический поиск в магазинах приложений / А.В. Гусев, А.А. Ившин, А.В.

¹⁶⁰ Врач в России: доверие пациентов, доходы, положение в обществе. Официальный сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/vrach-v-rossii-doverie-pacientov-dokhody-polozhenie-v-obshhestve> (дата обращения 30.03.2023).

¹⁶¹ Врачи: доверие, престиж, доходность профессии. Официальный сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/vrachi-doverie-prestizh-dokhodnost-professii> (дата обращения 30.03.2023).

Влидзимирский // Российский журнал телемедицины и электронного здравоохранения. 2021. № 3. С. 21–31.

Луман 2000 – *Луман Н.* Формы помощи в процессе изменения общественных условий / Пер. с нем. Д.В. Озирченко, А.Н. Малинкина // Социологический журнал. 2000. № 1-2.

Пухова 2021 – *Пухова Э.П.* Отношение пациентов и врачей бюджетных учреждений здравоохранения к нормам биомедицинской этики / Э.П. Пухова, О.Ю. Кутумова, Д.О. Труфанов // Research'n Practical Medicine Journal. 2021. № 8. С. 97-108.

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

Emanuel 1992 – *Emanuel E.J., Emanuel L.L.* Four Models of the Physician-Patient Relationship // Journal of American Medical Association. 1992. Vol. 267. № 16. С. 2221–2226.

Parsons 1951 – *Parsons T.* The social system. N.Y.: Free Press. 1951. 575 p.

Szasz 1956 – *Szasz P.S., Hollender M.H.* A contribution to the philosophy of medicine: the basic model of the doctor-patient relationship // Archives of Internal Medicine. 1956. Vol. 97. № 5. P. 585–592.

Новые вызовы: малый бизнес на российском рынке цифровых услуг

К.Н. Станишевская

*студентка, Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, ksustan2001@gmail.com*

Научный руководитель: О.В. Китайцева

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

Аннотация. В статье рассматривается актуальное состояние, проблемы и перспективы развития рынка цифровых услуг в России, а также роль, которую играют на нем малые предприятия.

Ключевые слова: цифровые услуги, малый бизнес, Интернет, широкополосный доступ, импорт, техническое оборудование

В связи с развитием информационно-коммуникационных технологий и возрастанием уровня проникновения услуги Интернета цифровой сектор стал одним из наиболее перспективных направлений развития экономики. Цифровая экономика, согласно определению Всемирного банка, – это система экономических, социальных и культурных отношений, основанных на использовании цифровых информационно-коммуникационных технологий [Ершова 2019].

Активная цифровизация в России значительно затронула государственный сектор, переведя большую часть государственных услуг в электронный формат. Более того, цифровизации подверглись государственные образовательные и медицинские учреждения. Цифровое правительство и сервисы по оказанию государственных услуг все чаще рассматриваются как средство уменьшения расходов, обеспечивающее при этом более эффективные услуги гражданам и бизнесу, а также являющееся частью усилий правительства по сохранению окружающей среды. Именно поэтому государство ведет активное финансирование национального проекта «Цифровая экономика», планируемый бюджет которого к 2024 г. составит 126,9 млрд руб¹⁶³.

На сегодняшний день информационные технологии не только обширно представлены в государственном секторе услуг, но они также становятся драйвером повышения конкурентоспособности компаний, занимающихся коммерческим производством товаров и услуг. Активная интеграция цифровых технологий в производственный процесс способствует росту производительности труда, снижению издержек, повышению конкурентоспособности компании, более полному удовлетворению потребностей потребителя.

Цифровая услуга – это автоматизированная онлайн-деятельность, которую одна из сторон может предложить другой стороне посредством цифровой сделки с целью удовлетворения потребности потребителя и повышения уровня качества жизни общества при минимальном вмешательстве человека [Нестеренко 2019]. Иными словами, цифровая услуга – это услуга, оказанная посредством сети Интернет.

Малый бизнес в сфере цифровых услуг, согласно сегментации Росстата¹⁶⁴, представлен в трех отраслях: деятельность в сфере телекоммуникаций; разработка компьютерного программного обеспечения, консультационные услуги в данной области и другие сопутствующие услуги; деятельность в области информационных технологий. Основу рынка цифровых услуг составляет телекоммуникация, которая обеспечивает обмен информацией между двумя или более устройствами с помощью проводного или

© Станишевская К.Н., 2023

¹⁶³ Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций. URL: https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/?utm_referrer=https%3a%2f%2fwww.google.com%2f. (Дата обращения: 09.04.2023).

¹⁶⁴ Росстат. Малое и среднее предпринимательство в России, 2022. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/mal_pred_2022.pdf. (Дата обращения: 28.03.2023).

беспроводного каналов связи¹⁶⁵. К технологиям телекоммуникаций относятся мобильная связь, радио, телевидение и Интернет (как мобильный, так и домашний). Информационные технологии, в свою очередь, – более широкое понятие, включающее в себя телекоммуникации, а также другие технологии, связанные с обработкой, хранением, передачей и использованием информации в цифровой форме.

Базовой цифровой услугой на рынке является доступ в Интернет. Она является основным условием для функционирования всего рынка цифровых услуг. Согласно данным ВЦИОМ¹⁶⁶, по состоянию на 5 марта 2023 г. 74% россиян пользуются Интернетом практически ежедневно. В соответствии с другим аналитическим обзором ВЦИОМ¹⁶⁷, 74% опрошенных среди пользователей интернета имеют дома Wi-Fi-роутер. Таким образом, уровень проникновения услуги домашнего интернета весьма высок, и можно констатировать, что он уже стал неотъемлемым атрибутом нашей повседневной жизни, такой же базовой необходимой услугой, как горячая вода или газ.

Особое значение для экономики любой страны имеет именно малый бизнес [Токаева, Тотрова 2015]. Несмотря на то, что малый бизнес не является основным двигателем прогресса в цифровом сегменте экономики, он активно включается в процессы производства конкурентоспособных услуг с помощью цифровых технологий и даже предоставления доступа к этим технологиям. Чем выше степень вовлеченности малых предпринимателей, тем более качественно и повсеместно будет осуществляться внедрение цифровых технологий в нашу повседневную жизнь.

Однако, согласно данным ИСИЭЗ НИУ ВШЭ¹⁶⁸, уровень цифровой трансформации предпринимательского сектора в России значительно отстает от стран Европы, Азии и Скандинавии. Лидерами здесь являются Финляндия, Бельгия, Дания, Республика Корея и Нидерланды. Россия находится на 31 месте из 33 стран, включенных в анализ, что говорит о том, что российский бизнес не использует все возможности цифровых технологий.

Оборот малых предприятий в 2021 г. в области телекоммуникаций составил 181,9 млрд рублей, что составляет всего 0,3% всего годового оборота всех российских малых и средних предприятий. В области разработки программного обеспечения – 660,8 млрд рублей (1,2%), а в области информационных технологий – 174,6 млрд рублей (0,3%)¹⁶⁹. Эти данные позволяют нам сделать вывод о том, что наиболее объемно малый бизнес представлен именно в сфере разработки и обслуживания программного обеспечения. Денежный оборот предприятий в этой сфере также значительно больше, чем в области IT и телекоммуникаций. Все же малые предприятия в области информации и связи представлены значительно менее многочисленно, чем в других отраслях. Сегментами-лидерами здесь являются оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств и мотоциклов, обрабатывающее производство и строительство.

При рассмотрении проблемы малого бизнеса на российском рынке цифровых услуг совершенно необходимо услышать мнения самих предпринимателей. Мы сконцентрировали свое внимание именно на операторах связи в области домашнего Интернета – сети Wi-Fi или широкополосного интернета. Широкополосный доступ (сокращенно ШПД) – это технология высокоскоростного доступа в Интернет, которую использует подавляющее большинство операторов связи. Мы провели два качественных исследования «Предприниматели в сфере

¹⁶⁵ Большая советская энциклопедия: В 30 т. / Гл. ред. А. М. Прохоров. 3-е изд. М. : Сов. энцикл., 1969–1978.

¹⁶⁶ ВЦИОМ. Аналитический обзор: Пользование интернетом. URL: <https://wciom.ru/ratings/polzovanie-internetom> (дата обращения 28.03.2023).

¹⁶⁷ ВЦИОМ. Аналитический обзор: Интернет как сфера обитания российского человека. 28.07.2021. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/internet-kak-sfera-obitaniya-rossiiskogo-cheloveka> (дата обращения 28.03.2023).

¹⁶⁸ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ. Индекс цифровизации бизнеса. URL: <https://issek.hse.ru/news/244878024.html>. (Дата обращения 22.03.2023).

¹⁶⁹ Росстат. Малое и среднее предпринимательство в России. Статистический сборник. 2022. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13223> (дата обращения 09.04.2023).

услуг широкополосного доступа о состоянии, проблемах и перспективах развития малого бизнеса» с разницей в 1,5 года. Методом исследования выступило глубинное интервью, выборка целевая, нерепрезентативная. В качестве респондентов были выбраны предприниматели, владеющие малым бизнесом в сфере предоставления услуг широкополосного доступа (домашнего Интернета). Первое исследование было проведено в ноябре-декабре 2021 г., повторное в марте 2023 г., что позволяет нам увидеть динамику во взглядах на актуальные внутриотраслевые проблемы.

По состоянию на 2021 г. наиболее актуальной проблемой для множества предприятий на территории России оставалась пандемия COVID-19. Однако этот масштабный социальный кризис практически не затронул группу предпринимателей, занятых в сфере цифровых услуг. Ни для кого не секрет, что во время карантинных мер люди перенесли большую часть своей повседневной жизни (работу, учебу) в электронный формат. Этот феномен только стимулировал развитие отечественного цифрового сегмента экономики, и наши респонденты это подтвердили. Лишь 3 из 10 предпринимателей отметили, что пандемия никак не отразилась на их бизнесе, за исключением незначительного увеличения трафика. Положительное влияние пандемии отметили 5 из 10 респондентов. Среди последствий они отметили значительный прирост абонентов, увеличение трафика и рост продаж. Негативное воздействие выделили 2 из 10 респондентов, подчеркивая потерю юридических лиц как клиентов, сложности работы в B2C секторе, расходы на средства индивидуальной защиты, сложность доступа к некоторым объектам застройщика, повышение требований к услугам каналов связи (последствия роста трафика), а следовательно, и рост издержек на их расширение. Тем не менее, все же можно констатировать, что сфера услуг доступа в Интернет не попала в группу риска в это нестабильное время.

Внутриотраслевая проблема, которую упомянули все, а 7 из 10 предпринимателей обозначили как основную, – это чрезмерное государственное регулирование. Стоит пояснить, что под проблемой государственного регулирования понимаются некоторые законодательные акты, требования которых значительно усложняют деятельность малых фирм в области предоставления услуг домашнего Интернета. Законопроект, влекущий наибольшее количество негативных последствий, – это так называемый «пакет Яровой», который состоит из двух федеральных законов: «О противодействии терроризму»¹⁷⁰ и законопроект №1039149-6 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части установления дополнительных мер противодействия терроризму и обеспечения общественной безопасности»¹⁷¹, в рамках которого был внесен ряд изменений в Уголовный и Уголовно-процессуальный кодексы.

Помимо ужесточения наказаний по экстремистским и террористическим статьям, в «законе Яровой» был выдвинут ряд требований к операторам связи и Интернет-провайдерам. С июля 2018 года сотовые операторы и Интернет-провайдеры обязаны хранить до 6 месяцев *весь* интернет-трафик своих абонентов. Закон также обязывает хранить метаданные (информацию о том, кому и когда звонил или писал пользователь) на протяжении трех лет. По запросу правоохранительных органов операторы связи обязаны предоставить эту информацию. Более того, операторы и провайдеры должны ежегодно увеличивать емкость хранилищ на 15%, на максимум она должна выйти в 2023 г.

В рамках данного закона Интернет-провайдеры обязаны установить на своем предприятии технологию СОРМ (система оперативно-розыскных мероприятий), стоимость которой без учета системы хранения данных составляет, в среднем, 25 млн рублей. Совместно с системой хранения, установку которой законодательство также требует, цена

¹⁷⁰ Федеральный закон «О противодействии терроризму» от 06.03.2006 № 35-ФЗ. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58840/ (дата обращения 28.03.2023).

¹⁷¹ Законопроект № 1039149-6 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части установления дополнительных мер противодействия терроризму и обеспечения общественной безопасности». 2018. URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/1039101-6> (дата обращения 28.03.2023).

возрастает до 150 млн рублей. Все необходимое оборудование операторы связи приобретают и устанавливают самостоятельно, и совершенно очевидно, насколько это существенная сумма для малых предприятий. Более того, без необходимого оборудования невозможно получить лицензию на предпринимательскую деятельность в сфере услуг широкополосного доступа, а, следовательно, эти требования являются и необычайно высоким порогом для входа на данный рынок. Не случайно в выборку не попал ни один молодой предприниматель с опытом ведения бизнеса менее 15 лет – все респонденты отмечали, что новых малых предприятий на рынке практически не появляется.

Один из опрошенных предпринимателей на этот счет заявил следующее: «Затраты дикие, полезность сомнительная, потому что очень много зашифрованного трафика, или, например, ты кино смотрел, а я это кино должен записать и хранить три года. Зачем?» [Архив автора. Респондент № 1, с. 9]. Респонденты недовольны тем, что вынуждены тратить собственные финансовые средства для того, чтобы государство могло эффективнее осуществлять контроль за террористической деятельностью.

Все респонденты так или иначе затронули проблему монополизации рынка крупным федеральным игроком. «Ростелеком» – государственная компания, которая на протяжении многих лет занимает наибольшую долю российского рынка ШПД. Опрошенные бизнесмены упоминали значительную административную и законодательную поддержку монополиста. Действительно, согласно Распоряжению Правительства № 713-р¹⁷², «Ростелеком» назначен единственным поставщиком по оснащению школ видеонаблюдением и сетями Wi-Fi в 2021-2022 гг. Выгода государства здесь очевидна: если все население будет подключено к одному оператору связи, да еще и если это государственная компания, то контролировать действия россиян в Интернете станет значительно проще, а следовательно, и выполнять функции, направленные на обеспечение безопасности и противодействие терроризму.

Однако «Ростелеком» – это не единственный крупный игрок на рынке ШПД, негативное влияние сетевых гигантов отметили 7 из 10 респондентов. В список так называемых сетевых игроков вошли: «Билайн», «МТС», «МГТС», «Ростелеком», «ЭР-телеком», «ТрансТелеКом», «Мегафон». Все оказывают разное давление, но среди сопутствующих проблем этого влияния выделяют уход абонентов, необходимость ведения заниженной ценовой политики. Один из респондентов заявил: «Они роняют рынок» [Архив автора. Респондент № 8, с. 4].

Еще одна внутриотраслевая проблема – насыщение рынка. На сегодняшний день доля проникновения услуги интернета в России – 61%, а в Москве – 90%. Один из респондентов отметил, что на один многоквартирный дом в Москве приходится порядка 4-5 операторов связи. Это значит, что новых абонентов искать попросту негде (кроме как в процессе конкурентной борьбы), все, кто хотели подключить себе Интернет, уже это сделали. Один из респондентов, располагающий опытом ведения бизнеса в течение 28-и лет, заявил:

Рынок насыщенный, все на нем толкаются. Есть сейчас новые направления, по которым можно двигаться, но, по большому счету, все последствия, связанные с насыщением рынка, проявляются» [Архив автора. Респондент № 7, с. 6].

Кадровый дефицит как внутриотраслевую проблему рынка ШПД выделили 4 из 10 респондентов, они ответили следующее:

С кадрами плохо... особенно с техническими кадрами высшего звена [Архив автора. Респондент № 1, с. 6],

Такая ситуация, я бы назвал ее катастрофической [Архив автора. Респондент № 7, с. 5].

Такой оценке прозвучало несколько обоснований. В первую очередь, технологии доступа в Интернет – это, как отметил один из предпринимателей, достаточно

¹⁷² Распоряжение Правительства Российской Федерации от 22.03.2021 № 713-р. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202103240023?index=0&rangeSize=1> (дата обращения 28.03.2023).

специфический вид деятельности, которому в российских университетах не учат. К тому же, респонденты отмечали высокие требования по зарплате у кадров, специализирующихся на IT-технологиях. Это связано с их высоким спросом среди множества компаний различного профиля, в том числе, и среди крупных. Более того, стоит обратить внимание на специфику малых компаний: они не могут позволить себе набирать чересчур много сотрудников, поэтому им нужны кадры с широким профилем знаний. Один из предпринимателей отметил: «Нужны люди более высокой квалификации, которые бы много чего умели» [Архив автора. Респондент № 1, с. 6].

Влияние уровня отечественной системы технического образования на кадровый дефицит в сфере широкополосного доступа весьма полно раскрывает другое авторское исследование – «Социальные представления сотрудников малого предприятия о техническом образовании в России». Методом исследования выступило использование неоконченных предложений. Выборка целевая, нерепрезентативная, 23 респондента, все являются сотрудниками малого предприятия по предоставлению услуг широкополосного доступа «Инфолинк». Отбор респондентов обосновывается тем, что все они получили высшее техническое образование в России и работают по специальности. Следовательно, могут оценить соответствие полученных знаний и навыков с реальными требованиями работодателей.

Согласно данным исследования, техническое образование в России имеет ряд недостатков, таких как: отсутствие практических занятий, низкая доступность, устаревшая база знаний, слабое государственное финансирование. Это подтверждает тот факт, что в компаниях технического профиля при приеме на работу зачастую практикуется корпоративное обучение. Один из респондентов-предпринимателей, окончивший МИФИ по своей специальности, заявил:

Образование само по себе не является основным из того, на что мы смотрим, когда людей набираем, это скорее опыт работы и какие-то навыки [Архив автора. Респондент № 4, с. 6].

Данные авторского исследования коррелируют и с другими научными публикациями. Согласно данным исследования «Высшее техническое образование в России: проблемы и возможности» [Надточий, Зерний 2019], основными проблемами высшего технического образования в России считаются материально-техническая база, не соответствующая мировым стандартам, отсутствие практики для студентов, устаревшая учебная программа, а также малое количество бюджетных мест. В сравнении с другими странами, согласно данным международного рейтинга Education Index¹⁷³, Россия занимает 52 место из 139 по качеству высшего образования.

Обратимся к результатам повторного авторского исследования предпринимателей 2023 года. Наиболее актуальные проблемы, как для российского бизнеса, так и для всего российского общества, в 2023 г. связаны не с пандемией COVID-19, которую цифровой рынок пережил весьма успешно, а с санкциями, наложенными западными компаниями на деятельность организаций, занятых в данном секторе экономики. Современными последствиями этого социального кризиса стал ряд препятствий, с которыми столкнулись предприниматели в сфере услуг домашнего Интернета.

Оборудование операторского класса, как отметил один из наших респондентов, производится, в основном, американскими и немецкими компаниями. Именно поэтому, в первую очередь, на росте издержек значительно сказался курс евро и доллара по отношению к российскому рублю. Кроме того, введенные странами Европы и США санкции, регламентирующие запрет на импорт технического оборудования, и уход с рынка зарубежных компаний и вендоров существенным образом затрудняют деятельность малых предприятий в сфере ШПД. Однако и из этой ситуации наши предприниматели смогли найти

¹⁷³ Human Development Reports. Education index. URL: <https://hdr.undp.org/data-center> (дата обращения 09.04.2023).

выход: «Серый рынок – наше все» [Архив автора. Респондент № 12, с. 4]. Возможность серого импорта частично решает данную проблему, однако покупатели оборудования остались без официальной поддержки производителя, то есть без гарантийного обслуживания. Еще одно решение проблемы, к которому прибегли наши предприниматели, – использование китайских аналогов. Что касается отечественных производителей оборудования, к сожалению, как отметил один из респондентов: «С российскими аналогами все плохо» [Архив автора. Респондент №11, с. 5].

Парадоксально, но вновь, несмотря на широкомасштабный социальный кризис, в качестве основной проблемы для своего бизнеса предприниматели выделили требования государства по обеспечению общественной безопасности. Требования по установке СОРМ были введены 5 лет назад, однако контроль над их исполнением был достаточно лоялен, вследствие чего до настоящего времени множеству операторов удавалось избежать установки этого дорогостоящего оборудования. Но на сегодняшний день, как отметил один из предпринимателей, владеющий собственным бизнесом на протяжении 21-го года, государственные органы «закручивают гайки» [Архив автора. Респондент № 12, с. 3], и теперь способов избежать выполнения требований не осталось. В результате чего приобретение, внедрение и согласование СОРМа становится наиболее актуальной проблемой для малого бизнеса в сфере ШПД.

Важный сегмент экономики, который не относится к рынку цифровых услуг напрямую, однако является одним из необходимых условий его функционирования, – это поставка технического оборудования. Мы провели качественное исследование, методом которого выступило глубинное интервью, проведенное на целевой выборке, раскрывающее положения малого бизнеса в сфере поставки оборудования и самого импорта в условиях санкций. Респондентами выступили владельцы малых предприятий в сфере продажи импортного оборудования. Они работают напрямую как с дистрибьюторами, которые занимаются непосредственно импортом, так и с конечными потребителями, то есть с компаниями технического (и не только) профиля. Таким образом, респонденты располагают информацией об актуальном состоянии спроса и предложения в этой сфере деятельности.

Разумеется, мы подняли вопрос, который представлял для нас наибольший интерес: каково влияние западных санкций на функционирование и развитие малого бизнеса в сфере поставки технического оборудования. Один из респондентов поделился тем, что его предприятию «пришлось перестраиваться» [Архив автора. Респондент № 13, с. 2], поскольку вендоры, оборудование которых составляло около 90% ассортимента, ушли с российского рынка. Однако поставки этого оборудования все еще осуществляются с помощью серых каналов. Он также отметил, что партнеры-дистрибьюторы столь же заинтересованы в том, чтобы остаться на российском рынке, поэтому поиск путей поставки зарубежного оборудования – общая задача, которая сейчас стоит перед многими субъектами данного рынка.

Среди последствий западных санкций респонденты назвали также уменьшение спектра доступного технического оборудования и доступного программного обеспечения. До возникновения ситуации рыночной изоляции некоторое сложное оборудование производилось и специфицировалось индивидуально под заказчика, на данный момент такая возможность отсутствует. Однако существуют более простые аналоги.

Удорожание оборудования в связи с удлинением логистической цепочки, то есть появлением большего количества посредников, также является одной из проблем, вызванной санкциями со стороны западных стран. Респонденты отмечают, что проблемы появились и в сфере гарантийного обслуживания, поскольку

...если раньше это на себя брали сами изготовители, поддерживая на территории РФ сети своих сервисных центров, склады запчастей и международную логистику запчастей и логистику по РФ, то сейчас это все перестало существовать» [Архив автора. Респондент № 13, с. 3].

Следовательно, наши респонденты вынужден своими силами осуществлять гарантийное техническое обслуживание в рамках услуг своего предприятия, однако «в прежнем объеме без участия изготовителя оборудования такой сервис восстановить невозможно» [Архив автора. Респондент № 13, с. 3].

Подводя итоги, можно сказать, что, несмотря на множество проблем, вызванных экономическими санкциями, сектор поставки импортного технического оборудования еще рано списывать со счетов. Как отметил исполнительный директор Ассоциации разработчиков и производителей электроники (АРПЭ) Иван Покровский, наиболее деструктивно санкции сказались именно на крупных компаниях, поскольку объем оборудования, необходимый им для функционирования, значительно больше, чем у малых предприятий. Соответственно, это усложняет поставку серыми путями. По мнению президента ассоциации "РУССОФТ" Валентина Макарова, для всей IT-отрасли экономические ограничения станут ощутимыми, но в то же время они стимулируют ее развитие¹⁷⁴.

Респонденты поясняют, что отсутствие состояния экономического спада на их предприятиях в сфере продажи импортного оборудования обосновывается их диверсификацией, то есть ориентацией на малых и средних заказчиков из множества различных отраслей. Пока существует спрос, по мнению опрошенных респондентов, способы его удовлетворения можно найти даже в самых неожиданных и сложных ситуациях [Архив автора. Респондент № 13, с. 4].

Таким образом, несмотря на то, что малый бизнес на рынке цифровых услуг представлен весьма малочисленно, он все же способствует цифровому развитию страны. В связи с неравномерным уровнем цифровой трансформации регионов России [ИПЭИ РАНХИГС 2021], стимулирование развития малого бизнеса в этой отрасли представляется необходимым.

Вместе с тем, для малого бизнеса на рынке цифровых услуг последствия масштабных социальных потрясений, таких как пандемия COVID-19, специальная военная операция и появление ситуации рыночной изоляции, меркнут в сравнении с введением государством мер контроля Интернета. Предпринимателям требуется значительно увеличивать затраты на содержание бизнеса и устанавливать за свой счет дорогостоящее оборудование, обеспечивающее хранение больших объемов данных. По мнению респондентов, для цифрового развития регионов России требуется осуществление мер государственной поддержки малых предприятий, которые бы помогли снять с малого бизнеса затраты на реализацию мероприятий по противодействию терроризму и обеспечению безопасности общества.

Напоследок, стоит отметить, что малый бизнес в сфере цифровых услуг достойно справляется с политическими, экономическими и социальными вызовами, продолжая не только свое функционирование, но и активное развитие.

Литература

Ершова 2019 – *Ершова Н.А.* Цифровая экономика и ее роль в управлении современными социально-экономическими отношениями // Государственное и муниципальное управление. Учетные записки. 2019. № 4. 9 с.

Надточий, Зерний 2019 – *Надточий Ю.Б., Зерний Ю.В.* Высшее техническое образование в России: проблемы и возможности // Развитие науки и образования: монография. Чебоксары: Среда, 2019. 180 с.

Нестеренко 2019 – *Нестеренко Е.С.* Цифровая услуга: понятие, виды, особенности // Теоретическая экономика. 2019. № 7. С. 79–79.

¹⁷⁴ Интерфакс. Электроника под санкциями: справятся ли российские компании в случае западных ограничений в сфере IT. URL: <https://www.interfax.ru/digital/823783>. (дата обращения 09.04.2023).

Токаева, Тотрова 2015 – *Токаева Б.Б., Тотрова Л.А.* Значение малого бизнеса в экономике // Международный журнал экспериментального образования. 2015. № 12-4. С. 585–586.

Что останется от дистанционных образовательных технологий в школе после COVID-19?

П.А. Сульженко

студентка, Российский государственный гуманитарный университет
Москва, sulzhenko.p@rggu.ru

Научный руководитель: Н.Н. Мещерякова

д-р социол. наук, Российский государственный гуманитарный университет
Москва

Аннотация. В статье рассматриваются дистанционные образовательные технологии, внедренные в школьный образовательный процесс в эпоху пандемии COVID-19. На основе анализа глубинных интервью с учителями московских школ выделяются элементы электронного обучения, которые впоследствии могут быть применены в рамках очного образовательного процесса.

Ключевые слова: школьное образование, дистанционные образовательные технологии, ковид, цифровизация образования, Московская электронная школа, Российская электронная школа, Учи.Ру

Актуальность. Главными особенностями перехода школьного образования в онлайн весной 2020 г. были его форсированность и неподготовленность участников образовательного процесса. Многие проводимые тогда мероприятия отличались различными издержками в силу неожиданной смены формата обучения, а недостаточная психологическая, технологическая и методическая подготовленность стала большим стрессом и для учителей, и для учеников, и для системы общего образования в целом.

Форс-мажорная ситуация весной 2020 г. заставила предпринимать спонтанные и импульсивные действия, которые были не до конца продуманы, и, очевидно, оказались несовершенными. Однако некоторые инструменты хорошо показали себя в образовательном процессе, что ставит перед исследователями задачу определить, какие электронные технологии, появившиеся в системе школьного образования в эпоху COVID-19, могут использоваться в дальнейшем.

Методология исследования. Методологической основой данной статьи является авторское качественное исследование, в рамках которого было проведено 12 глубинных интервью с учителями московских общеобразовательных школ. Для изучения данной темы были отобраны учителя, преподававшие в школе в период пандемии в 2020-2021 гг., так как они на основе собственного опыта могут оценить качество и эффективность использования дистанционных технологий в образовательном процессе, рассказать о преимуществах и недостатках онлайн-образования как со своей стороны, так и со стороны учеников. Интервью проводились лично с фиксацией разговора путем аудиозаписи.

Основные результаты. В первую очередь необходимо отделить преимущества и недостатки дистанционного формата обучения. Учителя выделили следующие недостатки полного перехода в онлайн:

- отсутствие личного контакта с учениками, отсутствие обратной связи:
Мне не хватало личного контакта... Если бы, может быть, у всех были камеры, все-таки визуальный контакт играет большую роль, то было бы лучше (Архив автора. И. № 2, с. 4);
- отсутствие полного контроля над самостоятельностью выполнения работ и над деятельностью учеников во время урока;
- сложности в организации дистанционного урока;
- сбои в интернет-подключении;
- сложность в проверке ученических работ, увеличение времени работы;
- недостаточный уровень самомотивации учеников.

Исходя из ответов респондентов можно сделать вывод, что дистанционный формат образования неприменим для школ:

...если для общей массы детей, то конечно не применимо. Прогресса не будет, будет

регресс. Потому что многие дети бесконтрольно просто не будут ничего делать (Архив автора. И. № 6, с. 8).

По оценкам учителей, от онлайн-обучения в школе следует отказаться из-за:

– психофизиологических особенностей детей и невозможности пребывания продолжительного количества времени за компьютером по рекомендациям Роспотребнадзора: непрерывная длительность занятий с компьютером не должна превышать: в 1–5 классах – 15 минут, в 5–7 классах – 20 минут, 8–9 классах – 25 минут, 10–11 классах – 30 минут на первом часу занятий и 20 минут на втором. Домашние занятия с компьютером должны укладываться в те же временные рамки¹⁷⁶.

– психоэмоциональных особенностей детей. Опыт пандемии COVID-19 в анализе бельгийских исследователей показал, что для детей дистанционное образование является гораздо более сильным провокатором стресса, чем традиционное очное обучение в школе. Более того, быстрый переход к дистанционному обучению оказал значительное влияние на результаты обучения детей и подростков, расширив существующее неравенство с потенциально долгосрочными последствиями для результатов образования и рынка труда [De Coninck et al. 2022, p. 7]. Вопрос влияния дистанционного образования на психоэмоциональное развитие детей требует дальнейшей проработки с учетом психологических особенностей школьников;

– скудного технического обеспечения как школ, так и семей. В разных российских регионах обеспечение наличия технического оборудования, устойчивого высокоскоростного подключения к Интернету, наличия навыков владения компьютерными технологиями у педагогов значительно различается, что ставит под сомнение вопрос о равной доступности к образованию и о качестве общего образования в электронном формате. Результаты исследования Т.А. Мерцаловой, С.И. Заир-Бека, К.М. Анчикова свидетельствуют о существенных различиях между городскими и сельскими жителями в доступе к высокоскоростному интернету, необходимому для обучения. Низкий уровень компетентности учителей в части работы в удаленном режиме также свидетельствует о неготовности регионов к работе в таком формате [Мерцалова и др. 2020, с. 2].

С другой стороны, среди технологий, внедренных в школы во время пандемии COVID-19, учителями были выявлены полезные и перспективные образовательные инструменты, которые могут усовершенствовать классический процесс обучения. Эти технологии можно разделить на три группы.

1. Дополнительное методическое обеспечение учебного процесса и использование электронных технологий в основном образовательном процессе. В рамках образовательного процесса в эпоху COVID-19 учителя использовали электронные материалы с образовательных порталов «Учи.Ру», «Московская Электронная Школа» (МЭШ), «Российская Электронная Школа» (РЭШ). Данные платформы предоставляют видеуроки по всем учебным предметам, конспекты уроков, электронные учебники, тренировочные и контрольные задания:

Можно воспользоваться чужими презентациями прямо к уроку на МЭШ, есть очень хорошие фрагменты, как видеуроки сделанные, это РЭШ – российская электронная школа. С чем нужно быть аккуратным – есть ошибки. Доверять на 100% нельзя, потому что, например, что касается химии, там есть грубейшие ошибки: или пропущены коэффициенты, или формулы прописаны неправильно (Архив автора. И. № 1, с. 8).

По возвращении в школу, многие учителя продолжили использовать данные ресурсы в качестве дополнительных материалов для лучшего усвоения информации учениками.

¹⁷⁶ Рекомендации по режиму дня школьника, нормам сна, отдыха, работы за компьютером. Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Камчатскому краю. URL: <http://41.rosпотребнадзор.ru/content/rekomendacii-po-rezhimu-dnya-shkolnika-normam-sna-otdyha-raboty-za-kompyuterom-0> (дата обращения 29.03.2023).

Также учителя использовали в качестве вспомогательного материала видео-уроки на платформе YouTube. Конечно, полностью дистанционный формат, когда педагог и ученик разделены расстоянием, использовать в общеобразовательной школе не стоит, однако использование гибридных форм, таких как демонстрация обучающих видео и презентаций с электронной доски и решение задач с ее помощью могут повысить вовлеченность учеников в урок.

2. Использование дистанционных форм образования при форс-мажорных обстоятельствах. К ним относятся школьные карантин и частные случаи, связанные со здоровьем ребенка. Одна из опрошенных учительниц уже имела такой опыт работы с болеющим ребенком в 2016 г., ученика подключали к уроку с помощью приложения Skype:

Такой формат может использоваться, особенно для детей, у которых проблемы со здоровьем, или трудно продержаться без простудных заболеваний, или аллергии, которые дома сидят взаперти определенную часть времени, прежде чем они в себя придут. Да, с такими детьми, если бы это была небольшая группа, наверное, это было бы разумно (Архив автора. И. № 7, с. 10).

Таким образом, дистанционное образование дает возможность реализовать принцип доступности образования, а использование Zoom, Skype и других платформ может стать хорошей временной альтернативой традиционному образовательному процессу в тех случаях, когда проведение очного обучения невозможно.

3. Проведение дополнительных образовательных мероприятий. 9 из 12 учителей отметили, что готовы проводить индивидуальные или групповые дистанционные занятия для мотивированных детей. В первую очередь упоминались частные уроки, но также учителя готовы проводить кружки, факультативы, дополнительные консультации для отстающих учеников или для тех, кто сдает экзамены:

Во-первых, единственный вариант, когда можно проводить урок в «дистанте» – это когда ты занимаешься с учеником, который действительно хочет получить знания. Те же ЕГЭшники тому пример: это мотивированные дети, им важен результат. С группами по 5-6 человек наверное тоже можно так работать (Архив автора. И. № 11, с. 6).

И.О. Петришев утверждает, что с грамотным использованием цифровых технологий в образовании происходит оптимизация учебного процесса, что позволяет существенно сократить время, затрачиваемое на различные процессы, таких как проверка работ учеников. Это позволяет учителям больше времени уделять своей профессиональной деятельности, включая повышение своей квалификации [Петришев 2019, с. 340].

Хотя электронные журналы и электронные дневники появились задолго до наступления пандемии, в эпоху коронавируса они доказали свою эффективность. Электронные журналы в школах стали необходимым инструментом для организации учебного процесса. Они позволяют учителям вести электронный журнал оценок, отслеживать успеваемость и прогресс учеников, а также давать им обратную связь и рекомендации. Электронные журналы позволяют учителям и родителям в режиме онлайн отслеживать посещаемость занятий, получение и выполнение заданий, просматривать оценки и комментарии учителей. Это позволяет учителям более эффективно контролировать успеваемость учеников и своевременно обнаруживать и устранять пробелы в знаниях.

Электронные журналы позволили школам и учителям легче адаптироваться к переходу на дистанционное обучение, позволив сохранить хотя бы что-то уже всем привычное в атмосфере неопределенности.

Заключение

Несмотря на то, что дистанционный формат весной 2020 года вводился экстренно, из-за чего участникам образовательного процесса пришлось столкнуться с рядом

проблем, связанных с нехваткой технического обеспечения, перегруженностью образовательных платформ, недостаточной психологической подготовленностью преподавателей, учеников, родителей и нехваткой навыков работы с компьютером, элементы дистанционного образования могут и должны использоваться в учебном процессе. В первую очередь, элементы дистанционного образования обеспечивают быстрый доступ к информации, необходимым учебникам и справочным материалам (например, на порталах РЭШ, МЭШ, Учи.Ру и др.). Во-вторых, широкий выбор электронных вспомогательных материалов дает возможность разнообразить уроки и сделать их более интерактивными и интересными для детей при наличии в классе электронной доски или мультимедийного проектора. Использование электронных технологий и дистанционных форм образования в учебном процессе может быть полезным в форс-мажорных ситуациях, в том числе во время карантинных или для детей, не имеющих возможности физического присутствия в школе по различным причинам. Также стоит отметить, что многие учителя готовы проводить кружки, факультативы и консультации в дистанционном формате для мотивированных учеников. Грамотное использование дистанционных технологий может обеспечить учителям сокращение времени, затрачиваемого на проверку ученических работ и подготовку к урокам, а для учеников это может стать фактором повышения мотивации к обучению. Тем не менее, данная проблема требует дальнейшего исследования экспертами в области цифровизации, образования и детской психологии.

Литература

Мерцалова и др. 2020 – *Мерцалова Т.А., Заир-Бек С.И., Анчиков К.М.* Региональные системы общего образования в условиях массового перехода на дистанционное обучение // Информационно-аналитические материалы Мониторинга экономики образования по результатам статистических и социологических обследований. Москва. 2020. № 5. С. 1-11.

Петрищев 2019 – *Петрищев И.О.* Цифровая педагогика как фактор повышения качества образовательных услуг в РФ // Мир науки, культуры, образования. 2019. № 6 (79). С. 339–341.

De Coninck and etc. 2022 – *De Coninck D., Matthijs K., Van Lancker W.* Distance Learning and School-Related Stress Among Belgian Adolescents During the COVID-19 Pandemic // Frontiers in Education. Frontiers Media SA. 2022. Т.7. С. 1–8.

Отношение россиян к отечественному кино

Д.А. Цапко

магистрант

Российский государственный гуманитарный университет, Москва, demzaza76@gmail.com

Аннотация. В статье рассматриваются результаты нескольких социологических исследований, которые демонстрируют отношение аудитории к современному отечественному кинематографу. Выделяются особенности восприятия киноконента разными социально-демографическими группами с учетом способа киносмотра.

Ключевые слова: отечественное кино, кинопроизводство, динамика отношения, зритель, аудитория, прокат, предпочтения

Одним из специфических коммуникационных феноменов можно считать кинематограф. Первые попытки социологов осмыслить кино как социальное явление осуществлялись еще в 20-е гг. прошлого века, в период начального, а потому бурного этапа развития кинематографа. Именно в это время формируется представление о кино как о мощном пропагандистском инструменте, способе донести в краткие сроки до большого количества людей определенные идеи (Ханс Штайнхоф – немецкий кинорежиссер, 1882–1945 гг.). С течением времени кино перестало быть сугубо театральным явлением, когда для того, чтобы увидеть фильм нужно непременно посетить кинотеатр, клуб или другое специализированное место. Однако оно никогда не переставало быть массовым. Кинотеатр в разные годы переживал взлеты популярности и явные спады, связанные в большей мере с техническими провалами в области хранения и воспроизведения информации. С одной стороны, появление широкоэкранного кино с новой силой привлекло зрителей в кинотеатры, с другой – возможность телевидения демонстрировать киноконент в достаточно хорошем качестве, равно как и появление целого ряда стриминговых сервисов, дало возможность экономить время и деньги на походе в кинотеатр. Так или иначе, кинопродукция не теряла своего зрителя, менялась лишь форма потребления.

Новый технический прорыв привел к созданию так называемых «долбированных кинотеатров», обладающих высокотехнологичными характеристиками: качественный звук, точная цветопередача, эргономичные кресла. Так, началась новая эра кинематографа, ознаменовавшаяся массовым возвращением зрителя в кинотеатры. Она впоследствии привела к появлению стриминговых сервисов, смысл которых заключается в том, чтобы зритель мог и без посещения кинотеатров, когда ему удобно, посмотреть ту или иную премьеру, появившуюся в прокате. Одновременно с этим повысился интерес и к исследованиям в сфере социологии кино, долгое время находившейся на периферии социологии культуры.

Нельзя сказать, что новые явления в кинопотреблении привнесли принципиально новые методы сбора информации в социологию или дали толчок для появления новых социологических теорий. Однако говорить о расширении круга решаемых исследовательских задач и совершенствовании методик мы имеем полное право. Нельзя забывать о том, что создание фильма деятельность весьма затратная. И главным инвестором в кинопроизводстве является зритель, коль скоро большую часть возвращаемых средств приносит кинопрокат. В период домашнего кинопотребления, как, например, во время карантина в 2020 г., изучение предпочтений в области кино не могло дать необходимых результатов при пустых залах кинотеатров. Этот вынужденный исследовательский застой сказался прежде всего на отечественном кинематографе и на взаимодействии кинематографистов и социологов. Так, в течение долгого времени социологам кино приходилось заново выстраивать связи с создателями фильмов, заново завоевывать их доверие, при этом считаясь с новыми реалиями киноиндустрии. Появление новых для отечественного кинематографа субъектов стало еще одной характеристикой новой киноэпохи. Речь идет об институтах продюсерства и кинодистрибуции, ставших едва ли не самыми главными акторами кинобизнеса. Именно

они, продюсер и прокатчик, стали и главными потребителями исследовательских данных в области социологии кино.

Среди многообразия методов сбора информации в современной киносociологии наиболее востребованными стали разнообразные интервью как со зрителями, так и с экспертами киноиндустрии, а также тест-просмотры, которые практически вытеснили столь популярные ранее фокус-группы. И если тест-просмотры направлены исключительно на выявление особенностей восприятия конкретного кинопродукта, то массовые опросы способны дать представление о характеристиках киноаудитории в целом. Именно результаты аудиторных исследований представляют большой интерес для современных социологов в самом широком смысле.

За последние несколько лет social impact в мире стал таким же критерием успешности кинопродукции, как кассовые сборы и награды, полученные кинокартинами. Производство social impact заняло значимую долю кинорынка. Также нельзя не обращать внимание на очевидный рост запроса на социально значимое кино.

Необходимо отметить и тот факт, что вопросы качественных характеристик, востребованных у российских зрителей, всегда интересовали социологов кино. Так, в мониторинговом исследовании, проводимом «Нева-Фильм» совместно с «UCPR-Research» с начала двухтысячных, аккумулировались многотысячные данные, репрезентирующие кинозрителей всей страны¹⁷⁸. Примечательно, как распределялись ответы зрителей на вопрос «Что Вы вкладываете в понятие "хороший фильм"?»

Таблица 1

Распределение ответов по вопросу
«Что Вы вкладываете в понятие «хороший фильм?»

Вариант ответа	Доля кинотеатральных зрителей, %
Интересная история, интересный сюжет	36
Вызывающий сильные эмоции	12
Глубокий смысл, заставляет задуматься	11
Динамичный	10
Максимально приближенный к реальности	7
Веселый, но без пошлых американских шуток	7
Фильм с неожиданной развязкой	6
Понятный	2
Фильм, в котором добро побеждает зло	3
Хорошая литературная основа с содержательным диалогом героев	2
Всего	100

Выясняется, что российские посетители кинотеатров еще в 2013 г. преимущественно считали таковыми фильмы с интересным сюжетом, рассказывающим интересную историю (36%). Фильмы, вызывающие сильные эмоции, соответствуют понятию "хороший фильм" у 12% опрошенных, а фильмы, имеющие глубокий смысл, "заставляющие задуматься" – у 11%. Примечательно, что ответ "максимально приближенный к реальности", т. е. "жизненный фильм", посчитали хорошим только 7%. Совокупность ответов на этот вопрос указывает на главенствующую роль содержательного, понятного, имеющего добротную литературную основу сценария.

Среди современных научных поисков по данной теме привлекает внимание социологическое исследование, проведенное ЦСП «Платформа» в партнерстве с Национальной Медиа Группой в июне-июле 2021 г. Его целью было изучение ценностного

¹⁷⁸ Всероссийский мониторинг кинозрителей. Особенности потребления киноконтента представителями реальной и потенциальной киноаудиторий. Невафильм Research. 2014. URL: <https://research.nevafilm.ru/research/biblioteka/issledovaniya-auditorii/4stage/> (дата обращения 20.12.2022).

запроса общества к кинопроизводству и выявление возможностей фильмов с точки зрения эффекта, оказываемого на общество. Данное исследование было проведено в формате онлайн-опроса на базе панели ОМІ: 1327 респондентов в возрасте от 18 лет и старше, проживающих в городах с населением 100 тыс. человек и более, смотревших российское кино или сериал хотя бы 1 раз за последний год¹⁷⁹.

Исходя из полученных данных, можно утверждать, что более трети из числа опрошенных удовлетворены динамикой развития отечественного кино (37%). Вероятно, это связано с практикой просмотра новинок: пользователи платформ кино по запросу больше расположены к отслеживанию динамики, поскольку в их поле зрения чаще попадают новые отечественные фильмы и сериалы, в том числе и ориентированные на более узкий сегмент аудитории – ту ее часть, для которой «предложение» резонирует со «спросом».

В свою очередь число тех, кто придерживается противоположного мнения о динамике развития отечественного кино, составило 18% от числа опрошенных. 39% из них стали за последние два-три года смотреть российские фильмы и сериалы чаще. Также аудитория подчеркивает позитивное развитие в области сюжета, актуальности поднимаемых тем, качества производства. В том, что касается «претензий» к современному отечественному кино, респонденты отмечают простоту, вторичность и «проходной» характер картин. Основываясь уже на этих данных, можно заметить некую противоречивость в образе современного российского кино. Авторы социологического исследования связывают данный эпизод с тем, что, по их мнению, существует два крупных сегмента аудитории с разными практиками потребления контента, критериями оценки и изначально разным запросом. Иными словами, различные зрители смотрят разное «современное российское кино».

Оценки зрителей вероятно связаны с уже имеющимся опытом просмотра фильмов, выходявших у отечественных кинопроизводителей за последние годы.

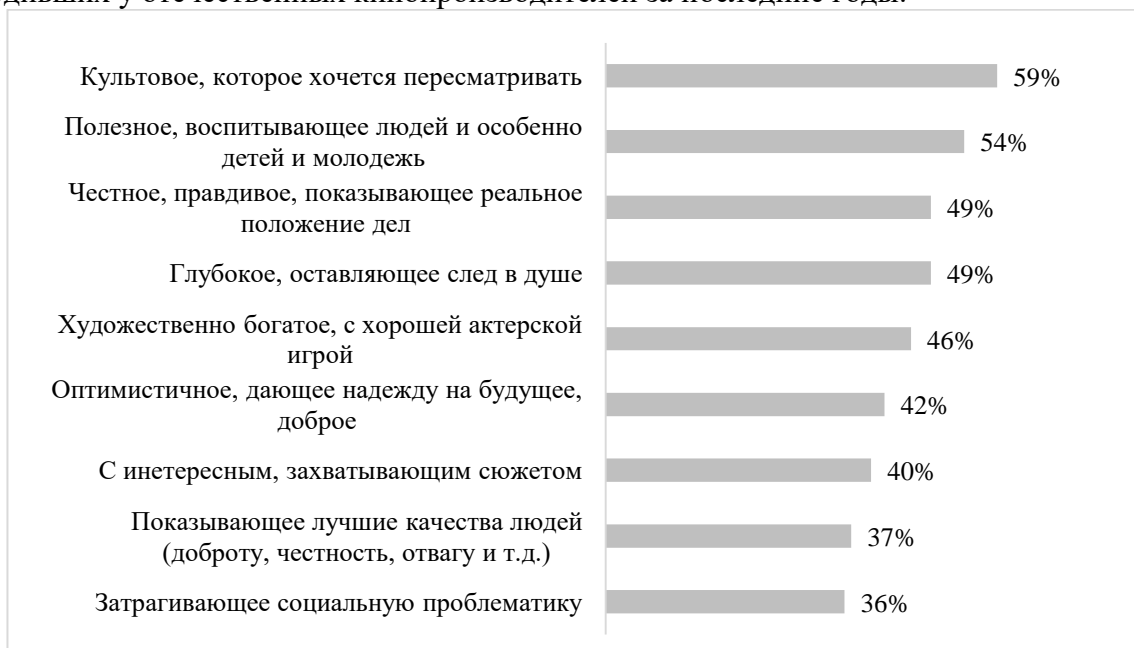


Рис. 1. Соответствие современного российского кино качественным характеристикам (в % от опрошенных)

При отслеживании динамики отношения аудитории к фильмам следует учитывать, помимо самих предпочтений, еще и возраст зрителя: повышение качества отечественных фильмов и сериалов более заметно среди молодежи, которая также является аудиторией

¹⁷⁹ Общее состояние российского кинематографа и социально значимое кино: запрос аудитории и перспективы развития. Платформа – центр социального проектирования. 2021. URL: <https://pltf.ru/2021/08/25/obshhee-sostoyanie-rossijskogo-kinematografa-i-soczialno-znachimoe-kino-zapros-auditorii-i-perspektivy-razvitiya/> (дата обращения 24.01.2023).

стриминговых платформ, выпускающих сегодня оригинальный контент. Важно сказать, что молодежь сравнивает увиденное с тем, что они смотрели у зарубежных кинопроизводителей. В массе своей запрос понятен: зрелищное кино с захватывающим сюжетом, не уступающее западному ни в техническом наполнении картины, ни в оригинальности сюжета.

Старшее поколение все же менее критично относится к качеству съемок, для него важнее идея и смыслы, заложенные в фильм.

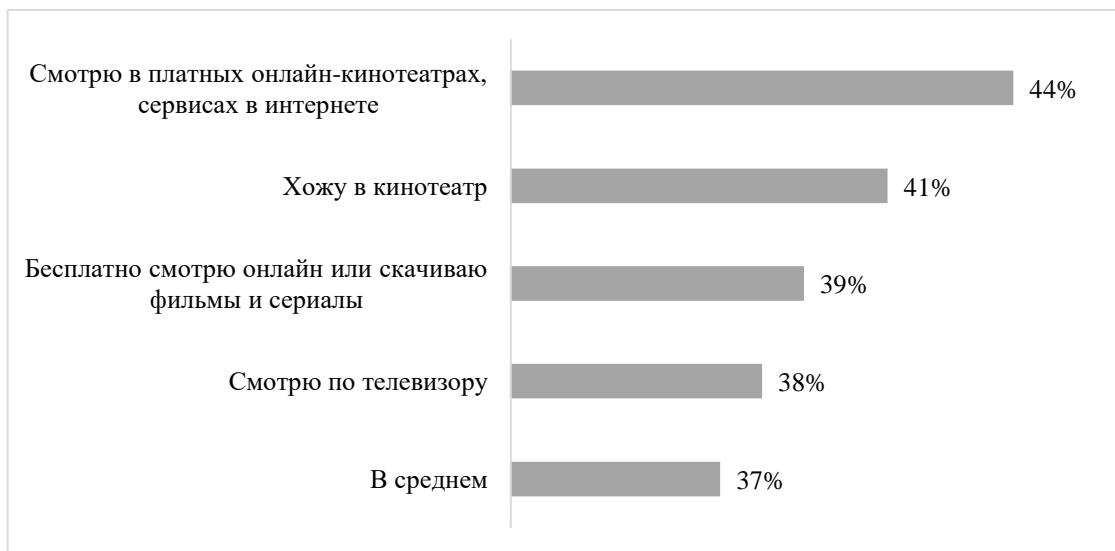


Рис. 2. Улучшение отношения к современному российскому кино представителей разных групп кинопотребления (в % от опрошенных, множественные ответы)

Виденье использования искусства в роли инструмента для воспитания, учения о «хорошем» для старшего поколения зрителей очевидно. А вот молодежь в этом вопросе придерживается разных точек зрения: одни считают, что кино, как искусство, должно воспитывать, влиять на взгляды и ценности; другие не считают возможным требовать это от искусства.



Рис. 3. Представления о нравственно-воспитательной функции кино (в % от опрошенных)

Предложенные данные интересно сравнить с результатами другого исследования, поскольку в опросе ЦСП «Платформы» указаны лишь те респонденты, которые ответили, что смотрели отечественный фильм или сериал за последний год-два. ВЦИОМ в сентябре того же, 2021 года, провел аналогичный опрос. Он отличается по методике – телефонные интервью по схожей выборке (1600 опрошенных в возрасте от 18 лет и старше)¹⁸⁰.

Обращают на себя внимание ответы, полученные на вопрос: «Как Вам кажется, качество российских фильмов, вышедших в прокат в 2021 г. лучше, хуже или такое же, как у фильмов, вышедших в 2019–2020 гг.?»

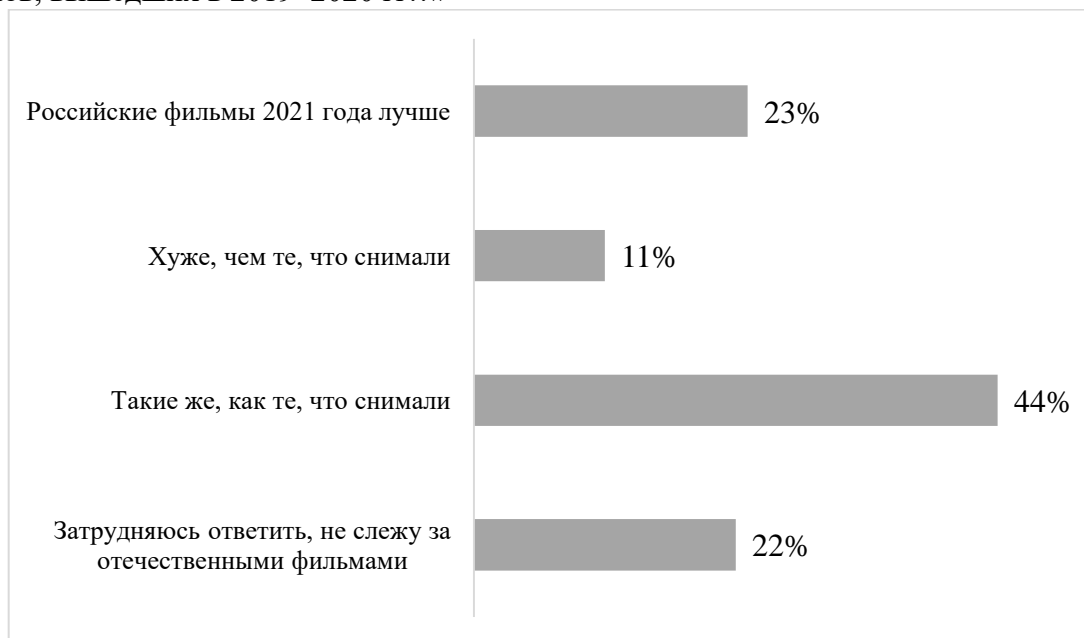


Рис. 4. Динамика качества российских фильмов (в % от опрошенных)

Из данных видно, что почти четверть (23%) считает, что отечественные фильмы в 2021 году стали лучше, чем год-два назад. Особенно интересно, что чаще это отмечала молодежь в возрасте от 18 до 34 лет (от 31% до 34%). Не заметила изменений практически половина опрошенных (44%), а 11% – отметили, что фильмы стали хуже за последние пару лет. Представленные ВЦИОМ данные несколько разнятся с данными «Платформы», однако совпадают по тенденциям. Разница в методических подходах к исследованию несомненно сказывается на количественных значениях показателей, но выявленные тренды говорят о вполне конкретном направлении развития как предпочтений зрителей, так и самого кинематографа.

Разные вкусы, жанровые предпочтения и богатый опыт потребления разнообразного контента делают зрительскую аудиторию сложной и весьма требовательной. Однако российские кинематографисты не устают предпринимать попытки для удовлетворения ее социокультурных потребностей, не забывая о том, что каждая такая попытка является их собственным творческим высказыванием. Совершенствуясь, в том числе и технологически, отечественные кинопроизводители будут завоевывать все больше внимания и расположения аудитории, находя своего зрителя и вдохновляясь его верой в отечественное кино.

¹⁸⁰ Предпочтения россиян в кино. ВЦИОМ. 2021. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/predpochtenija-rossijan-v-kino-1> (дата обращения 24.01.2023).

Наши авторы

Агафонова Дарья Сергеевна
студент социологического факультета,
2-й курс, Российский государственный
гуманитарный университет, Москва,
darya.agafonova.2002@mail.ru

Амгаланова Анастасия Ардановна
аспирант, 1-й курс, Восточно-сибирский
государственный институт культуры,
Улан-Удэ, gabrieldesantaren@gmail.com

Батищев Сергей Александрович
магистрант социологического факультета,
1-й курс, Российский государственный
гуманитарный университет, Москва,
batistchev@mail.ru

Белых Алиса Юрьевна
студент исторического факультета, 4-й курс,
Воронежский государственный университет,
Воронеж, belykh.alis@yandex.ru

Блохин Юрий Владимирович
аспирант, 2-й курс, Среднерусский институт
управления – филиал РАНХиГС,
Орел, D13073@yandex.ru

Бурмистрова Екатерина Сергеевна
аспирант, 3-й курс, Пермский
государственный национальный
исследовательский университет,
Пермь, burmi-k@yandex.ru

Ванина Лия Александровна
студент социологического факультета,
4-й курс, Российский государственный
гуманитарный университет,
Москва, 666liyava@gmail.com

Васильева Юлия Сергеевна
аспирант, 1-й курс, Кемеровский
государственный университет,
Кемерово, vasilyeva.yul@gmail.com

Веденин Владимир Алексеевич
аспирант социологического факультета,
2-й курс, Государственный академический
университет гуманитарных наук,
Москва, vladimir.grishakov1@yandex.ru

Веснина Татьяна Андреевна
студент социологического факультета,
3-й курс, Санкт-Петербургский
государственный университет, Санкт-
Петербург, st076608@student.spbu.ru

Воронцова Варвара Олеговна,
студент социологического факультета,
4-й курс, Российский государственный
гуманитарный университет,
Москва, varavorontsova@gmail.com

Голодова Арина Дмитриевна
студент, 2-й курс, Волгоградский
государственный университет,
Волгоград, golodova03@mail.ru

Ефименко Екатерина Ивановна
магистрант Высшей школы современных
социальных наук, 2-й курс, Московский
государственный университет
им. М.В. Ломоносова, Москва,
Efimenko_katyrina@mail.ru

Завражина Алина Вадимовна
студент факультета социальных наук
и массовых коммуникаций, 4-й курс,
Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации, Москва,
zavrazhinaalina@mail.ru

Зеленина Регина Ивановна студент
социологического факультета, 4-й курс,
Российский государственный гуманитарный
университет, г. Москва,
reginazelenina@mail.ru

Иванова Дина Дмитриевна
аспирант философского факультета,
1-й курс, Саратовский национальный
исследовательский государственный
университет имени Н.Г. Чернышевского,
Саратов dinaivanova.97@mail.ru

Казанкова Аделина Ильинична
студент социологического факультета,
4-й курс, Российский государственный
гуманитарный университет, Москва,
kazankovaadelina@gmail.com

Котлярова Виктория Михайловна
студент Социологического факультета,
4-й курс, Российский государственный
гуманитарный университет, Москва,
dog.gaf-gaf@yandex.ru

Крейндель Майя Евгеньевна
студент социологического факультета, 3-й
курс, Российский государственный
гуманитарный университет, Москва,
mauyak14@mail.ru

Макаров Глеб Витальевич
студент социологического факультета, 4-й
курс, Российский государственный
гуманитарный университет, Москва,
makarov-bleb@bk.ru

Максимов Даниил Алексеевич
магистрант социологического факультета, 1-
й курс, Российский государственный
гуманитарный университет, Москва,
lovemoschimov@yandex.ru

Манохина Полина Валериевна
студент социологического факультета, 4-й
курс, Российский государственный
гуманитарный университет, Москва,
manokhina.polya@yandex.ru

Мардашкина Юлия Константиновна
студент социологического факультета, 4-й
курс, Российский государственный
гуманитарный университет, Москва,
yulia.mdhn@gmail.com

Мартынова Ангелина Павловна
студент кафедры социологии и социальной
работы, 4-й курс, Петрозаводский
государственный университет, Петрозаводск
lina.martynova.2001@mail.ru

Михеева Инна Алексеевна
студент, 2-й курс, Волгоградский
государственный университет, Волгоград, sb-
211_227786@volsu.ru

Молчанов Артём Андреевич
студент Социально-психологического
института, 4-й курс, Кемеровский
государственный университет, Кемерово,
artem_molchanov_2015@bk.ru

Ниорадзе Георгий Владимирович
младший научный сотрудник Института
демографических исследований
Федерального научно-исследовательского
центра РАН, аспирант социологического
факультета, Российский государственный
гуманитарный университет, Москва,
nioradzersuh@gmail.com

Осипова Анастасия Владимировна
студент социологического факультета, 4-й
курс, Российский государственный
гуманитарный университет, Москва,
anastasia.novakk@yandex.ru

Петросян Мария Артаковна
студент социологического факультета, 4-й
курс, Российский государственный
гуманитарный университет, Москва,
mariapetrosyann20@gmail.com

Пяткова Анастасия Андреевна
магистрант факультета политических и
социальных наук, 2-й курс, Российский
государственный социальный университет,
Москва, Nastyaryatkova99@yandex.ru

Рафикова Ксения Фуатовна
аспирант философско-социологического
факультета, 2-й курс, Институт
общественных наук РАНХиГС, Москва,
KseniyaRafikova@yandex.ru

Речкунова Екатерина Романовна
студент, 2-й курс, Волгоградский
государственный университет, Волгоград,
rechkunova180603@mail.ru

Романова Татьяна Ивановна
студент социологического факультета, 1-й
курс, Российский государственный
гуманитарный университет, Москва,
vip.taniaivanovna2004@yandex.ru

Саченко Василиса Сергеевна
студент социологического факультета, 4-й
курс, Российский государственный
гуманитарный университет, Москва,
vasilisamay31@yandex.ru

Станишевская Ксения Николаевна студент
Социологического факультета, 4-й курс,
Российский государственный гуманитарный
университет, г. Москва,
ksustan2001@gmail.com

Сулъженко Полина Александровна
студент социологического факультета, 4-й
курс, Российский государственный
гуманитарный университет, Москва,
sulzhenko.p@rggu.ru

Тарасова Карина Игоревна
студент социологического факультета, 3-й
курс, Российский государственный
гуманитарный университет, Москва,
karina.tarasova.02@bk.ru

Хроленко Татьяна Сергеевна
младший научный сотрудник Института
демографических исследований
Федерального научно-исследовательского
центра РАН, аспирант, 2-й курс, Москва,
tatkhrolenko96@yandex.ru

Цанко Д.А.
магистрант социологического факультета,
Российский государственный гуманитарный
университет, Москва, demzaza76@gmail.com

Чичурина Анна Сергеевна
студент социологического факультета, 4-й
курс, Российский государственный
гуманитарный университет, Москва,
anna.chichurina@yandex.ru

Шибаета Елизавета Дмитриевна
студент социологического факультета, 4-й
курс, Российский государственный
гуманитарный университет, Москва,
shibaeva.e@rggu.ru

Шिशулина Евгения Сергеевна
студент социологического факультета, 4-й
курс, Российский государственный
гуманитарный университет, Москва,
evg.shishulina@yandex.ru

Шоёнова Виктория Баировна
студент социологического факультета, 3-й
курс, Российский государственный
гуманитарный университет, Москва,
viktoriashoyonova@yandex.ru

Научное электронное издание

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ НАРРАТИВ 2023

Новая социальная реальность:
жизнь на пороге киберпанка

Сборник статей
по материалам XXII Всероссийской научной конференции
студентов и аспирантов

*Рекомендовано к публикации
Редакционно-издательским советом РГГУ*

Оригинал-макет подготовлен
на социологическом факультете РГГУ

Подписано к использованию 31.08.2023

Уч.-изд. л. 16,3

Заказ № 1800