

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Иркутский государственный университет»
Институт социальных наук



СОЦИАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ ВИРТУАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА

Материалы
V Международной
научно-практической конференции
Иркутск, 25 сентября 2023 года

ISBN 978-5-9624-2186-5

УДК 316.342
ББК 67.55

Иркутский государственный университет
Исследовательская мастерская https://vk.com/diy_research



Под общей редакцией

канд. филос. наук, доц. *О. А. Полюшкевич*

Социальная реальность виртуального пространства : материалы V Международной научно-практической конференции. Иркутск, 25 сентября 2023 г. / под общ. ред. О. А. Полюшкевич. – Иркутск : Издательство ИГУ, 2023. – 1 электронный оптический диск. – Заглавие с этикетки диска.

<https://doi.org/10.26516/978-5-9624-2186-5.2023.1-360>

ISBN 978-5-9624-2186-5

Публикуются материалы исследований зарубежных и отечественных ученых, интересующихся изменением социальной реальности под влиянием виртуальности.

Предназначено для ученых и практиков в области общественных и гуманитарных наук, преподавателей, аспирантов и студентов и всех интересующихся вопросами внедрения виртуального пространства в повседневную жизнь.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К. Маркса, 1; тел. +7 (3952) 51-19-00


Издательство ИГУ, 664074, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 124

тел. +7 (3952) 52-18-53; e-mail: izdat@lawinstitut.ru

Подписано к использованию 22.09.2023. Тираж 15 экз. Объем 4,52 Мб.

Тип компьютера, процессор, частота:	32-разрядный процессор, 1 ГГц или выше
Оперативная память (RAM):	256 МБ
Необходимо на винчестере:	320 МБ
Операционные системы:	ОС Microsoft® Windows® XP, 7, 8 или 8.1. ОС Mac OS X
Видеосистема:	Разрешение экрана 1024x768
Акустическая система:	Не требуется
Дополнительное оборудование:	Не требуется
Дополнительные программные средства:	Adobe Reader 6 или выше

Министерство науки
и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Иркутский государственный университет»
Институт социальных наук



**СОЦИАЛЬНАЯ
РЕАЛЬНОСТЬ
ВИРТУАЛЬНОГО
ПРОСТРАНСТВА**

**Материалы
V Международной
научно-практической конференции
Иркутск, 25 сентября 2023 года**

ISBN 978-5-9624-2186-5

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Иркутский государственный университет»
Институт социальных наук

СОЦИАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ ВИРТУАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА

Материалы
V Международной
научно-практической конференции
Иркутск, 25 сентября 2023 года



ISBN 978-5-9624-2186-5

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	7
СЕКЦИЯ 1. ЦЕННОСТИ ВИРТУАЛЬНОЙ СРЕДЫ	
Алешина Е. Г. Ценности виртуальной среды для молодежи: риски морально-этических аспектов	8
Бренман А. И. Проблемы продвижения ценностей веганского движения в виртуальном пространстве	13
Галимова Е. Ю. Применение современных информационных технологий для поддержания и укрепления здоровья	17
Грязнов С. А., Кузнецов М. И. Спорт и цифровая среда: направления взаимодействия	20
Гуринович Л. А. Измерение социальной значимости виртуальной реальности в жизненном пространстве молодежи	23
Лещенко Я. А. Виртуальный мир как полигон культурно-ценностных трансформаций	26
Люберцев П. П. Виртуальные аспекты построения жизненного пространства работающей молодежи в Иркутской области	34
Полошкевич О. А. Социальные коммуникации и просоциальные практики в цифровом мире	41
Попова М. В. Социальные коммуникации сельской молодежи в виртуальном пространстве	45
СЕКЦИЯ 2. ВИРТУАЛЬНАЯ СРЕДА И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ИНТЕРЕСЫ РОССИИ	
Баев П. А. Национальные герои России в виртуальном мире	48
Бобков А. И., Гордин А. А. Проблема феномена социального идеала в контексте сконструированной этноархаики	53
Горбушина О. П. Патриотизм у блогеров – «мягкая сила» государства	60
Иванов Р. В. Виртуализация современного уровня патриотизма в обществе	65
Малых С. В. Особенности протестных и экстремистских направлений трансформации национальной идентичности среди молодежи	68
Палашенко Е. В. Виртуальные образы несоблюдения налогового режима и неуплаты налогов в медийном пространстве российского общества	77

СЕКЦИЯ 3. ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ВОЗДЕЙСТВИЯ
НА МАССОВОЕ СОЗНАНИЕ

Дружинин Г. В., Бойких Р. С. О субъектах имиджевой коммуникации.....	82
Егазарьянц К. А. Эффект материальности денег: анализ влияния физической составляющей валюты на экономическое поведение индивидов.....	86
Журавлев А. А. Роль медиапространства в формировании оценок общественного мнения о политике импортозамещения	90
Зудина А. С., Газизов Р. Р. Медийные манипулятивные технологии в политическом дискурсе.....	97
Киселева Э. И., Газизов Р. Р. Тематические и языковые особенности авторского telegram-канала Марины Ахмедовой.....	100
Скуденков В. А. Медиаконструирование страхов в современном обществе	103

СЕКЦИЯ 4. СОЦИАЛЬНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ВИРТУАЛЬНОСТИ

Дюндик Ю. Б. Репрезентация Asian Hate Crimes в медиапространстве США	112
Карпенко О. А. Роль виртуального пространства в создании и реализации социальных и общественных проектов на примере социального проекта «ДОМ»	123
Катрашова Ю. В. Роль креативных индустрий в социально-экономическом развитии регионов	130
Копылова А. В., Королёв С. А., Лавыгина М. А. Популяризация социального контракта в интернет-пространстве как действенный метод охвата аудитории нуждающихся	138
Косиченко А. Г. Какого человека формирует глобальная сеть?	142
Кузнецова И. А., Трихин О. В. Адаптация к цифровой среде	149
Надточаева Н. В. Трансформация больших социальных групп в контексте институционализации виртуального пространства	153
Полянина А. К. К вопросу понимания качества информации и виртуальной среды	155
Пряжникова О. Н. Цифровое сельское хозяйство на Африканском континенте: ключевые особенности	160
Соловьева Л. Н. Виртуальная реальность как пространство виртуального бытия в информационную эпоху	164
Харисова А. Р. Формирование цифрового общества: новые компетенции.....	168
Чеснокова Л. В. Виртуальное пространство как новая социальная реальность: возможности и риски.....	171

СЕКЦИЯ 5. ВИРТУАЛЬНАЯ СОЦИАЛИЗАЦИЯ И ОБРАЗОВАНИЕ

Баранова Н. В., Борисова М. В. Управление развитием российской сферы образования	177
Грошева Л. И. Специфика девиации в виртуальной среде дискретного типа	180
Журавлева И. А. Образовательные и трудовые стратегии молодежи в 2018 и 2023 годах	185
Коломейцева Т. С., Бабенко И. И. «Алиса» в онтологиях: модульно-блочная технология для работы инофонов с голосовыми помощниками на уроках русского языка как иностранного	191
Кузнецов М. И. Перспективы развития современного образования в цифровой среде	199
Кузнецова Е. А. Особенности виртуальной социализации современников	203
Лебедева Н. И. Компьютерная азбука. Обучение основам компьютерной грамотности детей с умеренной умственной отсталостью в условиях дома-интерната	207
Макаркина О. Е., Кузнецов М. И. Трансформация детской социальной среды: цифровые приоритеты	214
Полошкевич А. В. Безопасность жизни в виртуальном пространстве	218
Пружинин А. Н. Виртуальная среда корпоративного обучения	221
Терехова Т. А., Трофимова Е. Л., Терехова Н. В. Виртуальный формат лаборатории социальной психологии и межкультурных коммуникаций как научно-исследовательский ресурс студентов вуза	224
Терещенко А. Г., Васильев Н. Г. Профессиональная культура как фактор профессионального становления и развития личности студента в учебной деятельности	232

СЕКЦИЯ 6. ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА, ПРАВО И УПРАВЛЕНИЕ

Ардашев Р. Г. Представления россиян о цифровых преступлениях.....	237
Батянова Л. Н. Коррупция как угроза социальной безопасности общества.....	240
Булатова А. В., Чунихина Т. Н. Организационные и мотивационные факторы управления командой удаленных сотрудников.....	245
Ермоченко К. П. Блокчейн-арбитраж (on-chain arbitration) как механизм разрешения споров, возникающих из смарт-контрактов	250
Журавлева А. А. Цифровые технологии бизнеса России и Китае	256
Зацепин А. Л. Цифровой рубль как фактор социально-экономического регресса общества	259
Лавыгина М. А. Возможности развития социально ориентированных некоммерческих организаций в виртуальном пространстве	263
Митяшин Г. Ю. Феномен логистических крауд-платформ в розничной торговле	266

Слобожанин А. В., Мартьянова Е. Г. К вопросу о содержании понятия «цифровое право»	273
Трескин П. А. Изменение работы некоммерческих организаций Сибири и Дальнего Востока под влиянием виртуальности с 2019 по 2023 г.	276
Туркова В. Н. Коррупция в спорте: морально-этический анализ	281
Харисова А. З. Международное регулирование охраны труда в цифровую эпоху	285

СЕКЦИЯ 7. ОРГАНЫ ВЛАСТИ В ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Бушуев К. С. Влияние социальных сетей органов власти на общественное мнение жителей Иркутской области	289
Заварзина Ю. В., Ширяева К. А. Механизмы взаимодействия гражданского общества с законодательной и исполнительной властями Иркутской области	298
Затолокин А. С., Петров Ю. В. Направления цифровизации системы обращений граждан	301
Киселев Ю. А. Особенности государственного регулирования театральной деятельности Иркутской области	306
Москвитина Н. В. Оценка реализации проекта «Цифровая экономика» в Иркутской области	313
Поджидаева А. С. Пресс-служба органов государственной власти как средство сотрудничества властных структур и СМИ.....	321
Ступин С. Г. Проблемы взаимодействия государственного управления и негосударственных театров в Иркутской области.....	327
Тузова З. Ю. Проблемы взаимодействия средств массовой информации с органами государственной власти в Иркутской области	334
Удалых С. К. Развитие виртуального пространства и реализация федерального социального проекта «Государство для людей»	341
Ширяева К. А., Заварзина Ю. В. Взаимодействие органов власти и некоммерческих организаций в Иркутской области.....	349
АВТОРСКАЯ СПРАВКА	354

Предисловие

V Международная научно-практическая конференция «Социальная реальность виртуального пространства», прошедшая 25 сентября 2023 г. в Иркутске, стала значимым событием в научном сообществе, так как позволила рассмотреть актуальные и все более и более значимые с каждым днем темы для понимания виртуального пространства.

На конференцию поступили доклады из России, Республики Казахстан и Беларусь. География российских участников весьма обширна. Это участники из таких городов, как Ангарск, Байкальск, Иркутск, Казань, Краснодар, Красноярск, Москва, Нижний Новгород, Омск, Рязань, Самара, Санкт-Петербург, Саратов, Саянск, Серпухов, Смоленск, Тула, Тюмень, Уфа.

Всего приняло участие 75 исследователей, из них 4 доктора наук, 32 кандидата, 10 преподавателей, 2 научных сотрудника, 3 аспиранта, 11 магистрантов, 11 студентов, 1 учитель школы и 1 школьник.

В работе конференции работали 7 секций, раскрывающих разные аспекты социальной реальности виртуального пространства. Это тематика ценностей виртуальной среды и особенностей реализации национальных интересов России в виртуальном пространстве, рассмотрены вопросы цифровых технологий воздействия на массовое сознание, исследованы особенности социального моделирования виртуальности, специфика социализации и образования в виртуальной среде, вопросы цифровой экономики, права и управления, а также изучены отдельные аспекты работы органов власти в виртуальном пространстве.

Выделенная направленность секций конференции показывает многомерность рассматриваемых вопросов, выделяет социальные закономерности трансформации жизни как обывателей, так и целых социальных институтов под влиянием виртуальности. Изучение данных тем приводит к осмыслению процессов изменения мира в новых значимых пространствах и приводит к трансформации институтов социального воспроизводства общества.

Желаем всем участникам конференции дальнейшего научного поиска и интересных исследований, а читателям материалов конференции новых открытий и увлекательного диалога с авторами работ, а также приглашаем к участию в последующих конференциях данной тематики.

Оргкомитет конференции

ЦЕННОСТИ ВИРТУАЛЬНОЙ СРЕДЫ

УДК 776.65

Е. Г. Алешина, *Москва*

Ценности виртуальной среды для молодежи: риски морально-этических аспектов

Рассматриваются особенности изменения ценностей молодежи под влиянием виртуальной среды. Анализируются морально-этические риски увеличения значимости виртуальности. Приводятся результаты исследования молодежи по оценкам воздействия и трансформации ценностей виртуальной среды.

Ключевые слова: ценности, виртуальная среда, молодежь, риски, мораль, этика, нормы.

E. G. Aleshina, *Moscow*

Values of the Virtual Environment for Young People: Risks of Moral and Ethical Aspects

The article discusses the features of changing the values of young people under the influence of the virtual environment. The moral and ethical risks of increasing the importance of virtuality are analyzed. The results of a study of young people on the assessment of the impact and transformation of the values of the virtual environment are given.

Keywords: values, virtual environment, youth, risks, morality, ethics, norms.

Современное общество рождает множество смыслов и контекстов развития. Цифровое пространство в этом занимает основное место, так как благодаря его развитию происходит создание новых образовательных, досуговых, рабочих площадок и пространств, позволяющих выявить, сформировать и моделировать приемлемые морально-этические ценности, способные повлиять на мысли, чувства и действия молодых людей.

Ценности виртуальной среды частично дублируют традиционные ценности, лишь перенося их контекст в виртуальный мир (создание виртуальных семей, как аналог реальных браков, игровые моделирования или тестирования новых продуктов выступают аналогом реальных социальных коммуникаций и т. д.). Они меняют реальные стратегии и жизненные ориентации молодежи, трансформируя основу (морально-этические представления) и как следствие, меняя ценностные ориентиры отдельных социальных групп и целых поколений.

Виртуальная среда предлагает множество ценностей для молодежи. В ходе нашего исследования мы смогли обозначить некоторые из них. Исследование проводилось через онлайн-платформу опросов www.google.com, в нем приняли участие 650 молодых людей (возраст от 18 до 35 лет, 55 % женщин и 45 % мужчин), проживающих на территории РФ.

В результате анализа морально-этических изменений, произошедших под влиянием виртуальности, респонденты смогли выделить несколько блоков.

Образование и самообразование – 24 % интернет и виртуальные платформы предоставляют доступ к огромному объему образовательных ресурсов, включая онлайн-курсы, учебники, статьи и видеоматериалы. Молодежь может самостоятельно изучать различные темы и развивать новые навыки без привязки к местоположению или ограничений времени.

Виртуальная среда обеспечивает молодежи точный и своевременный доступ к информации. Они могут получить новости со всего мира, изучить различные точки зрения по конкретным вопросам, исследовать актуальные темы и расширить свои знания. Это помогает им развивать критическое мышление и принимать осознанные решения.

Но в связи с этим есть несколько рисков:

1) нет гарантий качества достоверности получаемой информации (не все образовательные платформы или базы обладают лицензией; более того – могут изначально распространять ложную информацию) – (И. А. Журавлева [10–12]);

2) нет гарантий того, что полученные данные не будут формировать апатриотические установки, установки, направленные на антигосударственный уклад. Если не отслеживать идеологическую и мировоззренческую пропаганду, то возможно формирования радикальных и экстремистских групп (вне зависимости от тематики и контекста изучения информации в виртуальной среде) – исследования П. А. Баева [9].

Коммуникация и социальная связь – 22 %. Виртуальные платформы обеспечивают молодежи возможность общаться с людьми со всего мира. Они могут построить новые дружеские отношения, обменяться опытом и идеями, и найти единомышленников. Также виртуальные платформы дают возможность молодежи выражать свои мнения, найти поддержку и вовлечься в активистскую деятельность.

Риски данного направления также многогранны:

1) разрушение нравственности, под влиянием вестернизации и притягательного образа жизни, транслируемого через массовую культуру и усиливающуюся через социальные сети (О. А. Полюшкевич [18–20]).

2) социальное взаимодействие может выстраиваться с радикальными группировками (Р. В. Иванов [13–17]) или же сообществами смерти

(Р. Г. Ардашев [1–8]), что может привести к суициду или массовым убийствами в школах (О. А. Полношкевич [21; 22] и др.)

Творчество и самовыражение – 19 %. Виртуальная среда предоставляет молодежи площадку для изучения и проявления своего творческого потенциала. Они могут создавать музыку, фотографии, видео, писать блоги, вести свои проекты и делиться ими с другими людьми. Это позволяет молодежи открыть свои таланты, получить обратную связь и даже начать карьеру в области искусства или творчества.

Риски этого направления:

1. Творчество привлекает большее внимание, когда находится на грани морали и этики, когда нарушает общепринятые нормы, разрушает каноны (бунтарство как стратегия реализации и поведения приводит к разрушению внутренних убеждений и ценностей, обесцениванию ценностей старших поколений, ценностей культуры и религии, к которой принадлежал человек, его семья, друзья, сограждане) – В. А. Скуденков [23–26].

2. Самовыражение начинается тогда, когда человек перестает кому-то подражать и начинает творить что-то свое. Очень часто – это свое начинается с провокации, эпатажа, удивления. Что также выступает показателем разрушения моральных ценностей.

Развлечения – 15 %. Виртуальные игры, фильмы и музыка предлагают молодежи возможность развлечься и отдохнуть от повседневных забот. Они могут наслаждаться различными видами развлечений, развивать интеллектуальные и моторные навыки, а также создавать и делиться собственными контентом.

Морально-этические риски этого направления:

1. Наиболее зрелищные ролики, которые сами создают или просто тиражируют молодые люди, содержат примеры насилия, агрессии, унижения (мужчины, женщины, инвалида, президента и т. д.). Это выступает следствием уже разрушенных моральных ценностей.

2. Усиливается тяга к запретным развлечениям (опасные квесты на выживание с фиксацией пройденных уровней на фото и видео носители; нелегальный тотализатор и проч.) Это риски разрушения морали и ценностей человеческой жизни, достоинства человека и т. д.

Возможность развиваться в цифровой эпохе – 20 %. Виртуальная среда предлагает молодежи возможности для развития навыков, которые являются жизненно важными в современном цифровом мире. Они могут научиться работать с цифровыми инструментами и технологиями, улучшить свою компьютерную грамотность и развить навыки командной работы.

Морально-этические риски этого направления:

1. Развитие в виртуальном мире может иметь незаконную основу (работа в dark-net, нелегальные операции на территории того или иного государства и т. д.).

2. Удаленное взаимодействие тормозит особенности личных коммуникаций, реальное социальное взаимодействие становится более отчужденным и ограниченным, результатом этого может стать тотальное чувство одиночества и пустоты.

Все перечисленные респондентами ценности, несомненно, делают виртуальную среду ценным ресурсом для молодежи, однако также важно помнить о том, чтобы использовать эти ресурсы ответственно и взвешенно, соблюдая этические нормы и безопасность в сети. А также у каждого плюса, имеется ряд рисков, способным полностью нивелировать достоинства. Поэтому важна осознанная идеологическая пропаганда и внимание представителей власти к ценностям виртуальной среды для молодежи, особенно остро это проявляется в разрушении морально-этического каркаса представлений у разных социальных групп молодых людей.

Литература

1. Ардашев Р. Г. Влияние медиапространства на суицидальное поведение молодежи // Социология. 2023. № 1. С. 45–51.
2. Ардашев Р. Г. Киберсуицид и кибербуллинг в современном обществе // Социология. 2022. № 6. С. 32–38.
3. Ардашев Р. Г. Криминальный суицид в школах: социальное измерение // Социология. 2022. № 5. С. 23–30.
4. Ардашев Р. Г. Массовые убийства в школах как акт заявления о себе // В поисках социальной истины : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. О. А. Полошкевич. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. С. 278–285.
5. Ардашев Р. Г. Медийное конструирование массовых убийств в школах // Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы, перспективы : материалы IX Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. О. А. Полошкевич. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2023. С. 229–232.
6. Ардашев Р. Г. Трансформация сознания молодежи в эпоху виртуальности // Alma Mater (Вестник высшей школы). 2021. № 5. С. 31–34.
7. Ардашев Р. Г. Угрозы суицидального поведения молодежи в цифровую эпоху // Методология предотвращения угроз в XXI веке : сб. науч. тр. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. С. 383–387.
8. Ардашев Р. Г. Философия суицида в виртуальном пространстве // Гуманитарный вектор. 2023. Т. 18, № 2. С. 77–85.
9. Баев П. А. Экспертный анализ моральных авторитетов современной молодежи // Экспертные институты в XXI веке: цивилизационные и цифровые концепции меняющегося мира : сб. науч. тр. Второй междунар. науч.-практ. конф. / науч. ред. Т. И. Грабельных. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2023. С. 512–515.
10. Журавлева И. А. Образование, здоровье и социализация молодежи в условиях пандемии // Философия здоровья: интегральный подход : межвуз. сб. науч. тр. Иркутск : ИГМУ, 2021. С. 79–82.
11. Журавлева И. А., Иванов Р. В., Тетерин В. В. Жизненные ориентиры и стратегии провинциальной молодежи // Социология. 2020. № 2. С. 117–127.

12. Журавлева И. А., Иванов Р. В., Тетерин В. В. Изучение жизненных приоритетов региональной молодежи: качественный анализ // *Alma Mater (Вестник высшей школы)*. 2020. № 4. С. 52–59.
13. Иванов Р. В. Виртуальное взаимодействие: истинность и ложность // *Гуманитарное знание и духовная безопасность* : сб. материалов VII Междунар. науч.-практ. конф. Грозный – Махачкала, 2020. С. 161–165.
14. Иванов Р. В. Патриотическое сознание современной молодежи // *Социология*. 2023. № 1. С. 21–28.
15. Иванов Р. В. Условия противодействия экстремизму в молодежной среде: результаты регионального исследования // *Социология*. 2020. № 1. С. 301–311.
16. Иванов Р. В. Экстремистские настроения молодежи: мифы и реальности провинциального региона // *Социология*. 2019. № 1. С. 130–135.
17. Иванов Р. В. Эмпирический анализ экстремистских настроений молодежи // *Проблема соотношения естественного и социального в обществе и человеке*. 2019. № 10. С. 232–242.
18. Полошкевич О. А. Виртуальная самопрезентация в период пандемии COVID-19 и после ее // *Гуманитарное знание и духовная безопасность* : сб. материалов VII Междунар. науч.-практ. конф. Грозный ; Махачкала, 2020. С. 303–307.
19. Полошкевич О. А. Виртуальная составляющая социальной идентичности // *Социальная реальность виртуального пространства* : материалы II Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2020. С. 10–25.
20. Полошкевич О. А. Иррациональные основы формирования социальной идентичности под влиянием виртуальности // *Социология*. 2020. № 5. С. 163–176.
21. Полошкевич О. А. Нормы солидарности после массового насилия // *Проблема соотношения естественного и социального в обществе и человеке*. 2019. № 10. С. 159–164
22. Полошкевич О. А., Иванов Р. В., Журавлева И. А., Завьялов А. В. Влияние теракта 17 октября 2018 г. в Керчи на ментальную экологию российского общества по данным массового опроса населения Иркутской области и контент-анализа интернет-ресурсов и СМИ // *Экология человека*. 2021. № 8. С. 42–49.
23. Скуденков В. А. Роль социальных сетей в удовлетворении желаний молодежи // *Социальная реальность виртуального пространства* : материалы I Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред.: О. А. Полошкевич, Г. В. Дружинина. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2019. С. 176–179.
24. Скуденков В. А. Экономические и социальные притязания в условиях виртуализации образа жизни молодежи // *Социальная реальность виртуального пространства* : материалы IV Междунар. науч. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. С. 168–173.
25. Скуденков В. А. Экономические притязания и социальные статусы в выборе виртуальных профессий в цифровом мире // *Социальная реальность виртуального пространства* : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. О. А. Полошкевич. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2021. С. 302–306.
26. Скуденков В. А. Экономические притязания молодежи в условиях перехода к виртуальному миру // *Социальная реальность виртуального пространства* : материалы II Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2020. С. 214–218.

УДК 641.05

А. И. Бренман, *Санкт-Петербург*

Проблемы продвижения ценностей веганского движения в виртуальном пространстве

Статья посвящена реализации ценностей веганского образа жизни в виртуальном пространстве. Основной гипотезой является мысль о реальном отдалении от основных концепций веганства по причине чрезмерного желания представителей веганского сообщества сформировать наиболее привлекательный образ веганства в виртуальном пространстве. Сформулирован вывод о том, что, расширяя аудиторию посредством онлайн-контента, важно тщательно следить за моральным отношением и соответствием истинной идеи движения.

Ключевые слова: веган, виртуальная реальность, сообщества, люди.

A. I. Brenman, *Saint-Peterburg*

Challenges of Promoting Vegan Movement Values in the Virtual Space

This article addresses the implementation of vegan lifestyle values in the virtual sphere. The main hypothesis revolves around the notion of a potential departure from core vegan concepts due to the excessive desire of vegan community members to shape the most appealing image of veganism in the virtual world. The study concludes that while expanding the audience through online content, it is crucial to vigilantly uphold moral integrity and alignment with the authentic ideals of the movement.

Keywords: vegan, virtual reality, communities, people.

Веганы – это люди, придерживающиеся определенных правил поведения, основанных на отказе от продуктов животного происхождения, в том числе и в еде. Запреты носят достаточно жесткий характер, и не допускают прием в пищу не только мяса, но и молочных и кисломолочных продуктов, яиц, рыбы.

В условиях перехода к цифровой экономике значительная часть социальных взаимодействий осуществляется в социальных сетях. Веганы не являются исключением, и их присутствие в социальных сетях весьма заметно.

Одним из примеров влияния веганов на виртуальные тренды является рост популярности хэштегов, связанных с ними, на платформах социальных сетей. Аналитический обзор показывает, что люди сейчас активно используют хэштеги, такие, как #веган, #веганскоепитание, #плантбейсд (англ. *plant based* – растительного происхождения), чтобы искать контент, связанный с веганством, и подключаться к сообществу веганов [11].

Данное явление свидетельствует о том, что веганы эффективно используют виртуальное пространство для формирования трендов и привлечения внимания к своим идеям, так как хэштеги помогают организовать информацию, делая ее доступной для широкой аудитории и облегчая поиск контента, связанного с веганством (отметим, что выход людей, компаний и сообществ в социальные сети для продвижения собственных

ценностей и привлечения последователей является распространенной практикой). Благодаря активному использованию хэштегов, веганы формируют виртуальные сообщества, концентрирующиеся вокруг общих ценностей и влияют на общественное мнение.

Популярность веганских хэштегов также свидетельствует о росте интереса к веганству в обществе. Люди, интересующиеся веганским образом жизни или желающие узнать больше о нем, могут использовать эти хэштеги, чтобы получить информацию, вдохновение и поддержку от сообществ. Таким образом, виртуальное пространство играет важную роль в популяризации идеологии веганства и привлечении новых сторонников, о чем свидетельствуют как численные показатели, такие как количество постов с веганскими хэштегами, так и анализ уровня вовлеченности читателей веганского контента [11]. К примеру, в 2020 г. количество подписчиков на веганские блоги и группы в социальных сетях увеличилось на 84 % [11].

Однако несмотря на положительные примеры интеграции веганов в виртуальное пространство, движение часто сталкивается с негативными последствиями своего присутствия в социальных сетях. Цель работы – показать противоречие между сущностью веганского движения и использованием социальных сетей.

Среднее время, проводимое в социальных сетях, по данным исследования We Are Social и Hootsuite, составляет в среднем 4 часа 25 минут ежедневно в 2021 г. [10] Согласно отчету GlobalWebIndex за 2021 г., подростки в возрасте от 16 до 24 лет тратят в среднем 5 часа 10 минут в день на использование социальных сетей [14]. 45 % подростков проводят в сети более 6 часов в день, что может негативно сказываться на их физическом и психическом здоровье [10].

Веганство же, являясь этическим и экологически обоснованным выбором, также стремится способствовать мыслям о здоровом образе жизни в целом, в аспектах, не только связанных с пищей. Так, хотя смартфоны могут быть полезными инструментами для обмена информацией и связи с сообществом, веганы пропагандируют активный образ жизни вне цифрового мира. Доказательством тому служит то, что многие организации веганов проводят мероприятия в реальном мире, такие как спортивные фестивали и встречи для поддержки физической активности [11]. Это противоположно идеям об абсолютной виртуализации веганских течений. Их последователи скорее относятся к пользователям интернета, транслирующим отказ от его чрезмерного использования.

Противоречие между сущностью веганского движения и использованием социальных сетей также проявляется в еще некоторых аспектах:

1. Коммерциализация и гипервизуализация.

Веганство по своей сущности является этическим движением, направленным на защиту прав животных и заботу об окружающей среде. Однако в социальных сетях зачастую преобладает коммерческий подход. В случаях, когда веганские аккаунты с брендами отдают предпочтение продвижению продуктов или услуг, а не пропаганде этических ценностей, первостепенные цели движения искажаются, ослабляя его идеологическую основу.

2. Споры и конфликты.

В социальных сетях возникновение дебатов – явление частое. Так, между сторонниками и противниками веганства нередко проходят споры за отстаивание своих приоритетных позиций. В своем подавляющем большинстве, конфликты акцентируют внимание на несогласиях, а не на конструктивном диалоге и важности уважения этических принципов друг друга, что умаляет ценность виртуальных площадок, используемых сторонниками веганского движения, как средства пропаганды его идеологических установок.

3. Следование трендам.

Активное присутствие веганов в социальных сетях ведет к формированию у широкой аудитории представления о том, что веганство популярно и модно. В силу этого к веганскому движению примыкают люди, желающие следовать модным трендам, но не придерживающиеся веганской идеологии. В результате веганское движение размывается, а сами такие «случайные веганы» меняют свой образ жизни и режим питания, не имея глубокой потребности в этом (что может создавать для них дискомфорт и даже вести к угрозе для здоровья), а впоследствии могут разочароваться в веганстве и стать его активными противниками.

4. Неполнота информации у конкретного пользователя.

В социальных сетях у людей есть возможность наблюдать красиво оформленные фотографии веганской пищи и образа жизни, что может создавать иллюзию, будто веганство всегда легко и доступно каждому. В сочетании с предыдущим фактором это ведет к тому, что у людей возникает желание примкнуть к веганскому движению из-за кажущейся простоты и привлекательности соответствующих правил. Однако каждый человек имеет уникальные потребности и ограничения, и не всегда правильно просто копировать чужой опыт (особенно тот, который в социальных сетях представлен заведомо неполно и при этом привлекательно). Подобное может привести к разочарованию в веганстве и последующему отказу от него.

Таким образом, социальные сети, безусловно, полезный инструмент для популяризации идеологии веганства, однако их использование как

инструмента продвижения может создать угрозы для сохранения этической основы веганского движения, а также для его целостности (из-за большого числа людей, примкнувших к нему без отчетливого понимания его ценностей). Веганам необходимо помнить об этих угрозах и ответственно подходить к продвижению своей идеологии в социальных сетях. В частности, необходимо:

- избегать чрезмерной коммерциализации;
- противодействовать конфликтам со сторонниками других потребительских моделей;
- отказаться от навязывания веганской идеологии и продвигать ее в мягкой форме;
- не формировать некорректный образ веганства как легкой в использовании и социально привлекательной системы потребительских привычек, доступной каждому.

Необходимо подчеркивать, что переход к веганству должен быть осознанным и ответственным решением человека, и основываться не на моде, а на ценностном выборе.

Литература

1. Алексеева Е. А., Лытнева Л. Е., Гракун А. А. Роль социальных сетей в ведении бизнеса // Молодежь и системная модернизация страны : сб. науч. ст. 7-й Междунар. науч. конф. студентов и молодых ученых. Курск, 19–20 мая 2022 г. Т. 1. Курск : Юго-Зап. гос. ун-т, 2022. С. 53–57.
2. Апатова Н. В., Минабилева М. Н. Анализ функций социальной сети «ВКонтакте» для бизнеса // Теория и практика экономики и предпринимательства : тр. XVIII Всерос. с междунар. участием науч.-практ. конф. Симферополь – Гурзуф, 27–29 апреля 2021 г. Симферополь : Крым. Федер. ун-т им. В. И. Вернадского, 2021. С. 264–265.
3. Апатова Н. В. Социальные сети в цифровой экономике // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Экономика и управление. 2018. Т. 4(70), № 4. С. 3–9.
4. Колбасова Е. Ю., Никифорова Ж. А. Продвижение b-2-b-компаний в социальных сетях на российском рынке // Реклама: теория и практика. 2023. № 2. С. 108–114. DOI 10.36627/2410-9622-2023-2-2-108-114.
5. Котляров И. Д. Методы создания веб-представительства // интернет-маркетинг. 2012. № 2. С. 108–114.
6. Краснов А. С. Модель оценки эффективности записей, размещаемых в социальных сетях // Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли : сб. тр. науч. и учеб.-практ. конф. Санкт-Петербург, 6–7 июня 2017 г. В 3 ч. Ч. 3. СПб. : С.-Петерб. политехн. ун-т Петра Великого», 2017. С. 89–94.
7. Красноставская Н. В. Блог как инструмент продвижения бренда продукции и личного бренда мастера хендмейд индустрии // Практический маркетинг. 2017. № 2-1(240-1). С. 47–53.
8. Митяшин Г. Ю. Продовольственная безопасность: формы и институты обеспечения // Теоретическая экономика. 2023. № 99(3). С. 104–116.
9. Плетнева Н. А. Экомаркетинг как руководящая бизнес-концепция в секторе продуктового ретейла // Практический маркетинг. 2015. № 1(215). С. 24–32.
10. Реклама в социальных сетях как современная технология продвижения гостиничного продукта / А. А. Бондаренко, А. С. Садовникова, Е. Д. Ионин, Т. А. Сенькина // Современные проблемы и технологии в сфере туризма, сервиса и предпринимательства: российский и зарубежный опыт : сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Хабаровск, 20–21 октября 2022 г. Хабаровск : Дальневост. гос. ун-т путей сообщения, 2023. С. 12–15.

11. Садакова В. В., Божук С. Г. Особенности сегментирования потребителей на рынке вегетарианской и веганской продукции // Неделя науки СПбПУ : материалы науч. конф. с междунар. участием. Санкт-Петербург, 19–24 ноября 2018 г. СПб. : С.-Петерб. политехн. ун-т Петра Великого», 2018. С. 337–341.

12. Суворова С. Д., Куликова О. М., Боровкова В. С. Социальные медиа как современный инструмент построения коммуникаций с потребителями // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2019. № 1(35). С. 274–279.

13. Экологизация розничной торговли: анализ стратегий / В. В. Бахарев, И. В. Капустина, Г. Ю. Митяшин, Ю. В. Катрашова // Siberian Journal of Life Sciences and Agriculture. 2020. Т. 12, № 5. С. 79–96. DOI 10.12731/2658-6649-2020-12-5-79-96

14. Ярош О. Б., Калькова Н. Н., Митина Э. А. Информационная асимметрия: методы и алгоритмы нейромаркетинга. Симферополь : Ариал, 2023. 244 с.

УДК 004.4

Е. Ю. Галимова, *Санкт-Петербург*

Применение современных информационных технологий для поддержания и укрепления здоровья

Статья посвящена вопросам укрепления здоровья с помощью применения современных информационных технологий. Особое внимание уделяется фитнес-индустрии, как одной из самых динамично развивающихся. Отмечена эффективность продвижения фитнес-услуг с помощью интернет-технологий. Рассмотрены современные смарт-устройства, которые делают фитнес-тренировки интересными.

Ключевые слова: информационные технологии, Bluetooth, физкультурно-оздоровительная деятельность, фитнес-технологии.

E. Y. Galimova, *Saint Petersburg*

The use of Modern Information Technologies to Maintain and Strengthen Health

This article is devoted to the issues of health promotion through the use of modern information technologies. Special attention is paid to the fitness industry as one of the most dynamically developing. The effectiveness of promoting fitness services using Internet technologies was noted. Modern smart devices are considered. They help to make fitness workouts interesting, as well as collect statistics on them.

Keywords: information technologies, Bluetooth, fitness and wellness activities, fitness technologies.

Физкультурно-оздоровительная деятельность продуктивно влияет на здоровье человека, что единогласно подчеркивается в научной литературе. Она требует значительных затрат мышечной, интеллектуальной, нервной и эмоциональной энергии [5]. Физическая культура личности формируется с помощью систематических занятий [2; 4].

В наши дни очень динамично развивается фитнес-индустрия, наблюдается высокий уровень конкуренции. Информационные технологии помогают продвигать услуги, чтобы о них узнало большое количество потенциальных клиентов. Для онлайн-продвижения обычно создается сайт. Он дает возможность пользователям ранжировать интересующую информацию. На сайте рекомендуется создать раздел «Пресса о

нас», где можно публиковать экспертные отзывы и выдержки из публикаций в средствах массовой информации, посвященные данному клубу [1]. В дополнение создаются страницы в социальных сетях, где можно проводить интерактивы и устраивать конкурсы.

Современный человек проводит много времени в сидячем положении, что повышает риск возникновения ряда заболеваний, включая диабет, ожирение, рак и болезни сердца. Всемирная организация здравоохранения рекомендует взрослому человеку посвящать умеренной физической активности примерно 150 минут в неделю.

Информационные технологии помогают сделать фитнес-тренировки более удобными и функциональными [3]. С помощью фитнес-браслета можно измерять давление, пульс, температуру тела, количество израсходованных калорий, число пройденных шагов. Ряд моделей оснащены фонариком, функцией поиска телефона, а также информируют о прогнозе погоды. Многих людей фитнес-браслеты мотивируют заниматься спортом.

Первые смарт-кроссовки появились в 2016 г., с тех пор технологии продолжают совершенствоваться. В подошву обычно правого кроссовка встроены чип с акселерометром, который способен определять, когда человек перешел с шага на бег. Запись данных начинается с первой минуты бега и продолжается еще несколько минут после его окончания.

Смартфон брать с собой на пробежку необязательно, данные будут переданы в приложение по Bluetooth после возвращения домой. Чип так хорошо защищен, что бегать можно даже под дождем.

С помощью смарт-кроссовок можно измерять длину шага; расстояние, которое было преодолено во время пробежки; частоту шагов; темп движения. Частой подзарядки не требуется, аккумулятора обычно хватает на одну-две недели. Смарт-кроссовки могут быть полезны как начинающим, так и продвинутым спортсменам. Они позволяют не использовать смартфон во время тренировок, не требуют ежедневной подзарядки и помогают улучшить технику бега.

Современные смарт-весы способны определять более 10 биометрических показателей, таких как масса тела, скорость метаболизма, уровень воды в организме, индекс массы тела, биологический возраст и т. д. Весы через Bluetooth подключаются к смартфону и передают результаты измерений. Накопленную статистику можно посмотреть в наглядном графическом виде.

Весы оснащаются легким и тонким LSD-дисплеем, который потребляет мало энергии и не имеет вредного излучения. В результате вес гаджета не превосходит килограмма, что позволяет брать его с собой в путешествия. Смарт-весы являются хорошим подспорьем для тех, кто следит за своим весом.

Смарт-скакалка создает новый уровень кардио-тренировок. Прыжки требуют высоких затрат энергии, что позволяет сжигать большое количество калорий за одну тренировку. Смарт-скакалка считает количество вращений за один подход, вычисляет время тренировки и число потраченных калорий. Некоторые модели проецируют количество выполненных прыжков прямо в воздухе. Непосредственно на ручке располагается переключатель режимов, можно их менять даже в процессе тренировки.

В установленном на смартфоне специальном приложении хранится статистика физической активности, данные передаются по Bluetooth. Можно легко отследить свой лучший результат. Время работы без подзарядки обычно около 30 часов. Обычно скакалки предлагаются в нескольких цветовых и размерных решениях, на любой вкус.

Занимаясь фитнесом, важно не потерять мотивацию. Интернет-блоги и страницы в социальных сетях, посвященные фитнесу, позволяют делиться своим опытом, получать слова поддержки и одобрения. Созданы цифровые платформы, где можно получить консультацию врача. Разработаны специальные приложения, которые помогают пользователю оставаться активным. Они, в частности, присылают push-уведомления о том, что пришло время физической активности или время выпить витамины. В приложениях можно ставить фитнес-цели и отслеживать их достижение.

Применение информационных технологий в фитнес-индустрии позволяет регулировать деятельность отдельно взятой компании, увеличивать объем продаж, собирать аналитику. Для людей, увлеченных фитнесом, разработано много современных устройств, в основном работающих по Bluetooth. На различных интернет-площадках легко найти единомышленников. Следовательно, современные информационные технологии катализируют развитие фитнес-индустрии, открывают новые возможности для планирования и управления.

Литература

1. Асомчик А. А. Продвижение фитнес-услуг // Бюллетень науки и практики. 2016. № 6. С. 266–273.
2. Бальсевич В. К. Перспективы модернизации современных образовательных систем физического воспитания на основе интеграции национальной физической и спортивной культуры. М. : Рос. гос. акад. физ. культуры, 2002. 30 с.
3. Сайкина Е. Г., Пономарев Г. Н. Фитнес-технологии: понятие, разработка и специфические особенности // Фундаментальные исследования. 2012. № 11-4. С. 50–53.
4. Яковлев А. Н. Научно-методические основы физической культуры и спорта в образовательном пространстве высшей школы в контексте новых представлений о спорте как мировой религии нашего времени : монография. Смоленск : Филиал Рос. гос. ун-та туризма и спорта. 2009. 368 с.
5. Физкультурно-спортивная деятельность: проблема телесности и пластики движений / А. Н. Яковлев, Е. А. Масловский, М. В. Гаврилик, А. Ю. Филипчик, Н. В. Корогвич // Ученые записки университета имени П. Ф. Лесгафта. 2013. № 5 (99). С. 151–158.

УДК 378.147

С. А. Грязнов, *Самара*
М. И. Кузнецов, *Рязань*

Спорт и цифровая среда: направления взаимодействия

Рассматриваются некоторые аспекты внедрения цифровых инструментов в развитие и популяризацию спорта в нашей стране. Проанализированы цифровые возможности спортивного сегмента государственной системы в рамках реализации программ правительства по обеспечению информационной и территориальной доступности, обратной связи с населением и контролем целевого финансирования физкультурно-спортивных проектов.

Ключевые слова: цифровизация, популяризация спорта, стратегия развития физической культуры и спорта до 2030 года, «Готов к труду и обороне».

M. I. Kuznetsov, *Ryazan*
S. A. Gryaznov, *Samara*

Sports and the Digital Environment: Areas of Interaction

The article discusses some aspects of the introduction of digital tools in the development and popularization of sports in our country. The digital capabilities of the sports segment of the state system are analyzed as part of the implementation of government programs to ensure information and territorial accessibility, feedback from the population and control of targeted financing of projects.

Keywords: digitalization, popularization of sports, strategy for the development of physical culture and sports until 2030, “Ready for work and defense”.

Цели социальных преобразований российского общества включают диапазон развития отрасли физической культуры и спорта, в том числе повышения ответственности представителей исполнительной власти в популяризации здорового образа жизни, используя потенциал каналов цифровой сети.

В плане мероприятий по реализации Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года (далее – план) [3, с. 1] Правительство РФ закрепляет обязательства исполнительной власти по внедрению ведомственной программы цифровой трансформации сферы физической культуры и спорта. Совокупность мер, продвигаемых Правительством России на развитие служебных и военно-прикладных видов спорта, спортивной туристской линии мероприятий, изучения молодежью традиционной культуры народов России в контексте национальных видов спорта реализуется при активном использовании территориальных ресурсов страны. Возобновление традиций советского периода истории страны прослеживается в возрождении нормативов испытаний (тестов) Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО), детско-юношеского спорта, в том числе школьных и студенческих спортивных клубов. Обращено пристальное внимание на создание условий для занятий физической культурой инва-

лидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе в достижении высоких спортивных результатов международного уровня. Цифровые возможности государственной системы в спортивном сегменте программ правительства позволяют подробно проанализировать процессы реализации пакета мер в рамках информационной и территориальной доступности, обратной связи с населением и контролем целевого финансирования проектов. Пунктом 23 упомянутого плана предусмотрена необходимость оценки физкультурно-спортивной работы образовательных организаций высшего образования и профессиональных образовательных организаций, которая осуществляется по определенным критериям. Кроме того, пункт 24 обязывает оценивать принципы работы руководителя высшего учебного заведения по созданию эффективной и доступной физкультурной среды учреждения при продлении «эффективного контракта», что является ярким маркером изменения отношения властных и общественных институтов к молодежному спорту.

Проведение специальной операции актуализировало необходимость формирования молодежного спортивного резерва страны для повышения эффективности подготовки молодежи для службы в рядах Вооруженных Сил. По данной причине дальнейшим логичным инструментом, реализуемым в образовательных организациях высшего образования и профессиональных образовательных организациях, является создание и количественное увеличение центров спортивной подготовки, где гарантией эффективного спортивного развития выступает законодательно закреплённая прямая ответственность руководителя учебного учреждения.

Повышению уровня спортивной подготовленности личности трудоспособного населения служит возрождение комплекса ГТО. Возвращению в государственные спортивные программы комплекса значительно поспособствовал опыт проведения зимних Олимпийских игр в Сочи в 2014 г. Президент РФ В. В. Путин предложил закрепить результаты подготовительных мероприятий к олимпиаде и использовать новые современные спортивные объекты для продвижения детского и массового спорта. Указ Президента РФ от 24 марта 2014 г. № 172 «О Всероссийском физкультурно-спортивном комплексе «Готов к труду и обороне» (ГТО)» положил начало возрождения личностной спартакиады, любимой многими советскими гражданами [2, с. 1].

Обратим внимание, что нормы ГТО, как единая и поддерживаемая государством система патриотического воспитания населения, берут свое начало в 1918 г. Тогда ВЦИК РСФСР принял декрет «Об обязательном обучении военному искусству» для создания опоры военной мощи

страны на первом году ее существования на международной политической арене. Мужчины и женщины от 18 до 40 лет стали изучать военные основы по месту работы [2, с. 1]. Благодаря всеохватывающей государственной системе ГТО определились со своим профессиональным призванием талантливые военачальники, выдающиеся спортсмены и космонавты. Примечательный факт: в 1973 г. председателем Всесоюзного совета по работе к массовому привлечению граждан к выполнению комплекса ГТО был назначен летчик-космонавт СССР, дважды Герой Советского Союза Алексей Архипович Леонов (1934–2019), первым в истории человечества осуществивший выход в открытый космос. Отметим, что для советской страны первоочередной государственной задачей было освоение и развитие военного космоса. Участие действующих космонавтов в общественных движениях повышало уровень значимости в контексте идеологических и финансовых вложений государства. На текущий момент ГТО транслирует свою деятельность через официальный цифровой портал, на котором генерируется регистрация заявок для кандидатов и другая необходимая административная практика. Массовость выполнения норм ГТО обеспечивается возрастным цензом участников от 6 до 70 и старше лет [2, с. 1]. Участие государственных институтов в продвижении массового спорта имеет решающее значение для поддержания здоровья нации, воспитания ценностных приоритетов подрастающих поколений, формирования здорового образа жизни граждан различных социальных страт.

Цифровизация спорта в России происходит не только на порталах государственных структур. Общественную роль эволюции физической культуры и спорта в нашей стране в цифровом формате можно заметить в изменении процесса интернет общения крупных компаний, реализующих спортивные товары, с покупателями. На сайтах интернет магазинов активно представлены бесплатные онлайн-тренировки с ведущими спортсменами мирового уровня, специалистами по физическим нагрузкам, консультации профессионалов по подбору экипировки для занятий спортом сложного уровня [1, с. 1].

Развитие пропаганды спорта в цифровой среде направлено в большей мере на молодежную аудиторию. Привычной средой обмена информации для поколений, подрастающего при всеобщем использовании смартфонов и других цифровых процессоров, является зона распространения интернета. Усилить вектор заинтересованности в увлечении детей спортивными комплексами, поддержании здорового образа жизни, патриотической поддержкой национальных интересов страны способны только новые современные решения подачи информации, при своевременном и полномасштабном содействии государственных институтов и

общественных организаций. Воспитание новых поколений граждан, заботящихся о своем здоровье и физическом развитии, обладающих сознательной патриотической убежденностью, стремлением сохранить национальные черты и особенности своей Родины, защитить ее границы и морально-нравственные идеалы, является актуальной целью нашего современного российского общества.

Литература

1. В движении // Официальный интернет-портал ООО «Спортмастер». URL: <https://www.sportmaster.ru/news/workout/> (дата обращения: 05.08.2023).
2. История // Официальный интернет-портал Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне». URL: <https://www.gto.ru/history> (дата обращения: 05.08.2023).
3. План мероприятий по реализации стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года : распоряжение Правительства Российской Федерации от 28.12.2020 № 3615-п // Официальный сайт Правительства РФ. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202012290105> (дата обращения: 05.08.2023).

УДК 316.776.2

Л. А. Гуринович, *Иркутск*

Измерение социальной значимости виртуальной реальности в жизненном пространстве молодежи

В статье проводится анализ оценок значимости виртуального пространства для молодежи как изменение стиля коммуникации. Выявлено, что искажение сферы построения социального диалога при переходе из социальной реальности в онлайн расширяет воспроизводство социального риска для различных социально-демографических групп, особенно незащищенных слоев населения, в том числе молодежи.

Ключевые слова: виртуальное пространство, коммуникации, компетенции, жизненное пространство молодежи.

L. A. Gurinovich, *Irkutsk*

Measuring the Social Significance of Virtual Reality in the Living Space of Young People

The article analyzes the assessment of the importance of virtual for young people as a change in the style of communication. The study revealed that the distortion of the sphere of building a social dialogue in the transition from social reality to online expands the reproduction of social risk for various socio-demographic groups. Especially in such situations, the unprotected segments of the population are at risk, especially vulnerable segments of the population, including youth.

Keywords: virtual space, communication, competencies, youth living space.

Расширение социальной аудитории виртуального пространства в XXI в. воспроизводится весьма интенсивно. Этот аспект недостаточно, на наш взгляд, оценивается участниками социальных отношений, что отражается в текстах, проецируемых на страницах социальных сетей, в первую очередь. Постоянно меняющиеся экономические условия, быстро развивающиеся виртуальные коммуникации и фактическое отсутствие

элементов социального контроля за происходящим становится предметом обсуждения и даже мемов. И мы сейчас не о том социальном факте прошедшего лета, когда некоего сотрудника одного из вузов столицы удалили из молодежного чата, а внимание этому уделили даже социальные сети, позиционирующие себя как продвинутые.

В процессе проведения практических занятий со студентами первого курса по учебному курсу «Социология» на первых занятиях студенты выбирают топ-три острые социальные темы, которые впоследствии анализируют на научной основе, повышая таким образом исследовательские компетенции. Мы говорим о повышении, поскольку изучая основы научно-исследовательской работы в школе, обучающиеся достаточно часто обретают опыт полевой работы, хотя и в искаженном виде.

За последние три года в подобной работе участвовали 260 студентов, большинство из которых учились создавать исследовательские коллективы и создавать общий текст, и только приблизительно 3 % обучающихся создавали текст самостоятельно. В десятку наиболее часто выбираемых тем социальной проблематики выносятся такие, как: взаимодействие поколений, особенно родителей и детей; профориентация и профессиональное становление молодежи, выход на рынок труда и сложности, ожидающие молодежь на этом пути; девиации и их распространенность в молодежной среде, меры профилактики этих явлений; социальная адаптация отдельных аудиторий молодежи (обучающиеся, молодые специалисты, люди с трудной жизненной ситуацией, например, сироты, и т. п.), духовная и культурная сфера общества, ее влияние на общество. Включенность в виртуальное пространство, цели и задачи, которые решает каждый представитель аудитории виртуального пространства, бюджет затраченного времени на такое времяпрепровождение и психологический климат взаимодействия с френдами из социальных сетей постепенно перемещается в этом списке по частоте упоминания на более высокие позиции.

В целом развитие виртуального пространства институционализировано в масштабах страны в середине 90-х гг. XX в., когда компьютеризация как процесс распространяется в социальных учреждениях и становится элементом образовательного процесса. Обучение граждан как пользователей компьютерных технологий в иркутской области проводилось силами общественных организаций и структур дополнительного образования. Одновременно с появлением адресов электронной почты начинают развиваться и социальные чаты, сети, корпоративные диалоговые ленты, наиболее часто именуемые «Завалинка» и др.

З. Б. Шайхисламов и Э. В. Садретдинова при публикации результатов своего исследования сообщают, что в настоящее время выделены основные модели интернет-коммуникации: асинхронная коммуникация

«один на один», под которой предполагается рассылка электронных писем; асинхронная коммуникация «многие со многими», т. е. рассылка (часто именуемая как перепосты) конкретных сообщений; синхронная коммуникация нескольких акторов, объединенных в чате, группе, онлайн-форуме и т. п. [1]. В этом исследовании авторы выявили цели, для достижения которых наиболее часто посетители виртуального пространства из числа молодых людей обращаются в интернет-пространство (авторы не указали технику проведения и выборку исследования): средство организации досуга путем прослушивания музыки, просмотра фильмов, игр и чтения книг – наиболее популярный ответ, набравший 69,5 %; поиск полезных советов важен для 58,3%; средство общения в чатах и на форумах (55,6 %); для поиска информации по учебе и для самообразования, в том числе для профессионального роста (49,5 и 49,9 % соответственно); следить за новостями (47,9 %).

Важность результатов предлагаемого исследования заключается в том, что было отмечено отсутствие медийной культуры у интернет-пользователей, что повышает социальные риски нахождения в виртуальном пространстве.

Упомянутый нами выше случай рассматривался многими как повод введения цензуры в сфере виртуального общения, что на самом деле маловероятно, поскольку администрация социальных сетей не в состоянии регулировать такие отношения, следовательно, контроль маловероятен и со стороны взрослых. Мы согласны с выводами В. Н. Гурьянчика о том, что для решения вопросов безопасности нахождения в виртуальной реальности важно работать собственно молодежи, поскольку технология «равный равному» имеет высокие социальные эффекты [2]. Подобную технологию, по мнению авторов, нужно воспроизводить и при обучении пожилых граждан.

При сопровождении социальных исследований молодежи нам видится верным рекомендовать применение метода анализ документов, а именно контент-анализ, классический, без применения компьютерных программ. Наполненность виртуального пространства видео- и звуковым рядом дает возможность применять также метод не включенного наблюдения при обязательном построении программы исследования. Именно это требование позволяет автору утверждать, что в рамках школьной программы проводить опросы как обязательное сопровождение научно-исследовательской работы обучающихся не только снижает репутацию науки, но и имеет антипрофориентационный социальный эффект.

Таким образом, при формировании стратегии расширения жизненного пространства молодежи за счет виртуальной реальности, нужно вести речь о формировании референтных для молодежи групп, что снизит

остроту процесса манипулятивного воздействия на неокрепшее сознание молодежи. Кадровое обеспечение таких процессов подразумевает наличие разнообразных компетенций: лингвистических, визуально-социологических, социально-психологических и т. п. Это предполагает интегрированность самообразования с сотрудничеством с представителями образовательного и социально-культурного пространства.

Литература

1. Шайхисламов З. Б., Садретдинова Э. В. интернет-коммуникации в системе жизненного пространства молодежи: социальные технологии, возможности и угрозы // Казанский социально-гуманитарный вестник. 2018. № 6. С. 103–107. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36675156> (дата обращения: 27.08.2023).
2. Гурьянчик В. Н. Коммуникативное пространство современной молодежи: вызовы и угрозы (на примере пользователей YouTube) // Социально-политические исследования. 2022. № 3 (16). С. 122–139. URL: <https://atlas100.ru/catalog/sotsialnaya-sfera/> (дата обращения: 27.08.2023).
3. Гуринович Л. А., Решетникова Е. В., Люберцев П. П. Жизненное пространство работающей молодежи // Социология. 2022. № 6. С. 48–65.
4. Гуринович Л. А., Решетникова Е. В. Экспертная оценка социального пространства жизнедеятельности работающей молодежи // Социология. 2022. № 5. С. 41–54.

УДК 316.73+316.75+316.77

Я. А. Лещенко, *Ангарск*

Виртуальный мир как полигон культурно-ценностных трансформаций

Рассматриваются эпохальные изменения, идущие в виртуальном пространстве в первые десятилетия XXI в. Приведены примеры социальных и культурно-ценностных трансформаций, происходящих в российском обществе во многом вследствие воздействия социальных сетей на массовое сознание. Особое внимание уделено субъектному фактору, а именно тому, какие профессиональные группы, виды деятельности получили распространение в виртуальном мире и стали играть все более возрастающую роль в формировании социокультурных и политических процессов, менталитета и духовного здоровья общества.

Ключевые слова: виртуальное пространство, блогеры, шоу-бизнес, коучинг, культурно-ценностные трансформации.

Ya. A. Leshchenko, *Angarsk*

The Virtual World as a Testing Ground for Cultural and Value Transformations

The article deals with the epoch-making changes taking place in the virtual space in the first decades of the 21st century. Examples of social and cultural value transformations taking place in Russian society are given, largely due to the impact of social networks on mass consciousness. Particular attention is paid to the subjective factor, namely, which professional groups, types of activities have become widespread in the virtual world and have begun to play an ever-increasing role in shaping the socio-cultural and political processes, mentality and spiritual health of society.

Keywords: virtual space, bloggers, show business, coaching, cultural and value transformations.

Многие исследователи человеческой цивилизации в качестве важнейшего индикатора состояния общества рассматривают его культуру [4; 6; 13]. С. Валянский, Д. Калужный считают культуру синхронизирующим параметром для всех нижестоящих структур, поскольку это целый комплекс приемов выживаемости, сложившийся за многие века. Если под влиянием насаждаемой в обществе чуждой национальному менталитету и традициям социальной модели расшатывается культурное ядро общества, то вслед за этим последовательно деформируется и все прочее [4].

В постсоветский период в России в условиях господства неолиберальных взглядов и ценностей получила распространение субкультура общества потребления, радикально повлиявшая на изменение, реформирование массового сознания. Силой, осуществляющей воспроизводство социальных брендов, виртуальных ресурсов, моделей поведения, являющихся товарами, стала информационная среда, особенно представленная в виртуальном пространстве (кинматограф, телевидение, интернет).

В последние десятилетия в виртуальном пространстве на первый план стремительно выдвинулась «всемирная паутина» – интернет, который приобрел свойства огромного параллельного виртуального мира и даже своего рода виртуальной «метавселенной». В этом мире за ничтожный для истории срок неотъемлемым элементом жизни миллиардов людей стали социальные сети. Их влияние растет с каждым днем, а число лиц, вовлеченных в сети, увеличивается. Очень многие, особенно из числа молодежи, начали воспринимать мир не таким, каким он является в действительности, а таким, как он показан в виртуальном мире.

Платформы социальных сетей предназначены для того, чтобы привлечь внимание пользователей, держать их на своих сайтах и приучать постоянно проверять наличие обновлений на экране. Так компании получили новый источник доходов. Социальные сети дают возможность общаться друзьями и родными по всему миру и быть в курсе событий в их жизни; находить новых друзей и сообщества; общаться с другими людьми; присоединяться к группам единомышленников; повышать осведомленность по важным вопросам; искать или предлагать эмоциональную поддержку в трудные моменты жизни, находить выход для своего творчества и самовыражения; находить источники ценной информации и знаний. В этом положительная роль социальных сетей.

С другой стороны, многочисленные исследования показали прочную связь между активным использованием социальных сетей и повышенным риском депрессии, беспокойства, чувства одиночества и даже суицидальных мыслей. Социальные сети позволяют пользователю увидеть тщательно отобранные лучшие стороны жизни других людей, которые он сравнивает с отрицательными в своей собственной жизни. Сравнить

себя с другими людьми – верный путь к развитию тревожности, пессимизма, и социальные сети способствуют этому [7]. Социальные сети формируют в сознании человека нереалистичные ожидания относительно жизни и дружбы, часто не отражают жизненных реальностей. Социальные сети всегда будут вызывать привыкание к лучшему или к худшему. Сейчас это часть человеческого поведения [Там же].

Рассматривая значение интернета для современной цивилизации, следует уделить самое пристальное внимание субъектному фактору, а именно тому, какие профессиональные группы, виды деятельности получили распространение в виртуальном мире и стали играть все более возрастающую роль в формировании социокультурных и политических процессов, менталитета и духовного здоровья общества.

В данном контексте наибольший интерес представляют так называемые блогеры. Блогер – это специалист, который ведет личный онлайн-дневник – блог – в интернете. Профессии блогера не учат в вузах или колледжах, ее чаще всего осваивают самостоятельно медийные лица, теле- и радиоведущие, журналисты, политики и общественные деятели, менеджеры, представители шоу-бизнеса, спортсмены. Для многих из них блоггерство (блогинг) является видом деятельности, дополняющим их основную профессию, позволяющим донести свои профессиональные навыки и достижения для широкой аудитории.

Особую категорию представляют блогеры – самостоятельные специалисты, которые часто работают в сферах менеджмента, лингвистики, маркетинга, дизайна, бизнеса, информационных технологий, психологии. Они формируют своего рода новую элиту интернет-сообщества и относятся к экспертам мнений. Среди таких блогеров выделяют несколько категорий: авторов Telegram-каналов и текстовых блогов, видеоблогеров, блогеров TikTok, фотоблогеров, микроблогеров.

Деятельность ряда категорий блогеров расценивается разными слоями общества крайне неоднозначно. В качестве примеров рассмотрим деятельность блогеров, занятых в сфере шоу-бизнеса, а также блогеров – коучей.

Во многом благодаря деятельности социальных сетей в значительной части молодежной среды очень популярными фигурами шоу-бизнеса стали такие личности как Моргенштерн, Даня Милохин и им подобные. В артистической деятельности этих персон центральное место занимает субкультура так называемых «фриков» – личностей, обладающих извращенным мировоззрением, помешанных на всякого рода отклонениях от традиционных культурных правил и стереотипов, как во внешнем виде, так и в своем поведении. Однако благодаря рекламе и возвеличиванию в

виртуальном пространстве этих «героев шоу-бизнеса» они стали кумирами значительной части молодежи. Достоин сожаления тот факт, что фигуры многих весьма посредственных шоуменов, пусть и не таких одиозных как Моргенштерн и Милохин, стали центральными в искусстве общества потребления, вследствие чего в молодежной среде столь велико внимание к их личной жизни, а уровень их доходов стал просто феноменальным.

По мнению писателя, публициста Лидии Сычевой подобные явления в шоу-бизнесе и других сферах стали возможны благодаря тому, что олигархическое государство проводило в массах определенную культурную и образовательную политику... Привитие безобразного лишает народ, страну жизнестойкости. В духовно разрушенной стране можно делать все что угодно. Террор и репрессии не нужны – когда люди сломлены (наверное, правильнее сказать «психологически и культурально перереформатированы». – Я. Л.), они не способны на социальную активность... Духовная бедность правящего класса, отсутствие внутреннего самобытного содержания приводят к тому, что все явления в области культуры и идеологии удивительным образом мертвеют [11].

Историк, публицист Андрей Фурсов считает, что «цель проектов типа “Моргенштерн” или “Даня Милохин” – это превращение нашей молодежи в аполитичное стадо, быдло, которое повернуто в сторону потребительства и “ценностей” Постзапада, которым легко манипулировать и которое не пойдет защищать Родину. По сути, это проекты уничтожения нашей государственности, культуры, страны» [12].

Специальная военная операция стала беспристрастным индикатором, высветившим истинные моральные и социокультурные ориентиры ряда известных артистов, музыкантов и прочих деятелей массовой культуры. Многие из них предпочли не связывать свою дальнейшую судьбу со страной, в которой они пользовались успехом, немислимым для многих материальным благополучием, и интересы которой якобы усердно отстаивали. Весной и летом 2022 г. десятки российских звезд шоу-бизнеса, блогеров покинули свою страну. Уехали туда, где еще работает запрещенный в России Instagram. Перебравшиеся в Лондон Охххумiрон, Гребенщиков, Земфира, Рената Литвинова покаялись в том, что они россияне, в надежде, что их будут воспринимать как борцов за свободу, а они сами будут иметь возможность вести на Западе концертную деятельность и получать гонорары.

В Дубай перебрались известные блогеры, поп-музыканты, мейкаперы (визажисты), фешн-стилисты и так называемые инфлюенсеры (лидеры мнений, имеющие в соцсетях обширную аудиторию): семейная пара – рэпер Джиган и блогер Оксана Самойлова, селебрити-визажист Ася Кулькейм, певица Нюша, стилист Катя Нигаи. В Италию уехали Вера

Брежнева, Валерий Меладзе. В Израиле обустроились Алла Пугачева с Максимом Галкиным, комик Семен Слепаков, солист группы «Машина времени» Андрей Макаревич, режиссер Тимур Бекмамбетов и актер Максим Виторган.

О подобного рода персонах высказался народный артист РФ Эдгард Запашный: «В нашей стране принято почему-то позволять на протяжении длительного времени оскорблять страну, уезжать, потом этот человек возвращается, мы ему предоставляем работу. У меня не складывается дважды два, я не понимаю, как такое может быть» [10].

Рассмотрим еще одну профессиональную группу, которая получила распространение в разных сферах деятельности во многом благодаря продвижению ее в социальных сетях: это – коучи. Международная федерация коучинга дает такое определение профессии: коуч – это проводник, который помогает клиенту раскрыть внутренние ресурсы и наметить маршрут к успешной жизни. Коуч ускоряет процесс карьерного роста и личностного развития клиента и сопровождает на протяжении всего пути к поставленным целям [5].

В этом виде деятельности выделяют два направления: бизнес-коучинг и лайф-коучинг. Бизнес-коучинг является разновидностью техники развития кадрового потенциала. Лайф-коучинг помогает самым разным людям достигать целей и самосовершенствоваться. Благодаря консультированию коуча клиент может вырасти в должности, повысить продуктивность или добиться увеличения дохода. Лайф-коучинг затрагивает все сферы жизни: от внутренней гармонии и здоровья до семейного счастья и карьерного роста. Так себя позиционируют представители данного общества [5].

Казалось бы, согласно всем вышеприведенным определениям и характеристикам коучинг – весьма интересный и полезный вид деятельности, в частности, в интернет-пространстве. Но вот что сказано в книге известного российского менеджера Максима Батырева «45 татуировок менеджера. Правила российского руководителя»: «Мы с Тимуром прошли через все стадии коучинга в нашей компании, после чего можем ответственно заявить: ни одной ноги коуча в нашей организации больше никогда не будет... КОУЧИНГ – ЭТО ЗЛЮ! Коучинг – это антименеджмент!.. Я категорический противник внедрения этой методики в науку управления персоналом...» [2].

«Коучи действительно меняют жизнь людей. Всегда. Порой своими вопросами “почему?” доводя ситуацию до абсурда и якобы “находя твое истинное предназначение”. Люди разводятся, уходят с работы, уезжают в другие города, бросают все, что у них было. И все потому, что новая модная тема коучинг вошла в мозги многих нормальных людей и ломает

им жизни. Хотя они называют это не крушением, а “истинным предназначением”. Иногда мне кажется, что коучинг – это большая сетевая секта, члены которой ставят себе цель подчинить мозги нормальных людей... Что самое страшное, из-за этой модной волны коучингом пытаются заменить классическое управление» [Там же].

К этому можно добавить высказывание о деятельности онлайн-коучеров еще одного предпринимателя: «Коучинг – это смесь финансовой пирамиды и тоталитарной секты. Деятельность “коучинговых организаций” запрещена во многих странах. Это простой развод. В Европе коучи были популярны до последнего времени, пока статистически не подтвердилось, что никакой пользы от их услуг (которые, кстати, оплачивал центр занятости и государство) никто не получил, также как и многие работу» [3].

О том, что собой представляют некоторые финансово успешные коучи, широким массам стало известно в апреле 2023 г., когда в прессе и социальных сетях появилось сообщение о том, что блогера-коуча Елену Блиновскую обвинили в неуплате налогов в особо крупном размере (918 млн руб.) и в отмывании денег (тоже в особо крупном размере). Суд арестовал ее имущество на сумму в 64 млрд руб., а сама фигурантка подвергнута домашнему аресту. Общественность была шокирована размерами капиталов блогерши. Понять, что такое 64 млрд руб., позволяют некоторые сравнения: в Петербурге на строительство трех новых станций метро заложены траты в 60 млрд руб., в Приморье за такую же сумму запланировано построить огромный порт «Аврора» на 450 рабочих мест. Выяснилось также, что в 20 регионах России бюджет меньше 64 млрд [1].

Откуда же взялось это богатство? Оказалось, что свои капиталы Елена Блиновская заработала на «марафонах желаний». Это мотивационные тренинги для женщин, которые учат, как стать успешным. Причем советы лайф-коучера лежат исключительно в области самовнушения: правильно сформулируй желание, думай о нем почаще, говори так, будто у тебя уже все есть и прочий набор банальностей. Рядовые обыватели, желающие добиться успеха, платили за такие курсы от 3 тыс. руб., а VIP-клиентки выкладывали за индивидуальные занятия – до миллионов [1]. После погашения задолженности по налогам имущество владелице должны вернуть; а как же – ведь все заработано «законным путем»! Тем самым признается, что единственным нарушением в этой истории является неуплата налогов. А весь бизнес Блиновской – не мошенничество, не надувательство утративших всякий здравый смысл граждан, (что в народе носит название «лохотрон»), а вполне законная и даже внушающая уважение деятельность, которая не должна вызывать никаких вопросов у государства и общества. Остается только подивиться некоторым

особенностям «национального бизнеса», да и социально-экономической системы в целом. По мнению же автора коучинг – изоциренная форма зомбирования и «законного» отъема денег у населения.

Выше приведены только два примера социальных и культурно-ценностных трансформаций (точнее – деформаций), происходящих в российском обществе в первые десятилетия XXI в., причем во многом благодаря воздействию виртуального пространства на массовое сознание. Из сказанного выше можно сделать вывод о том, что под влиянием насаждавшихся в обществе чуждых национальному менталитету и традициям западных либеральных социально-культурных моделей (прежде всего – американской) было в какой-то мере повреждено, расшатано культурное ядро общества, вследствие чего оказались деформированы и другие элементы социально-экономической системы.

Ко многим недостаткам, явным и скрытым порокам этой неолиберальной государственной модели Российской Федерации граждане за многие годы ее существования привыкли и в какой-то мере приспособились. Но, как отмечали многие эксперты и аналитики нелиберального лагеря, специальная военная операция (СВО), начавшаяся 24 февраля 2022 г., вскрыла множество застарелых язв, которые за предыдущие пару десятилетий превратились в привычную деталь пейзажа. Военный историк, писатель Евгений Норин, перечисляя пороки и слабости государственной машины, указывал на необходимость комплексной мобилизации всех сил для подъема страны: «...проблемы у нас везде, куда ни ткни... С огромным трудом восстанавливают авиастроение. Большинство отраслей придется выстраивать почти с нуля. Указанное даже не вершина айсберга, а лишь пара мелких штрихов в общей картине. И это все – в условиях, когда Россию полпланеты пытается блокировать и отрезать от технологий, рынков, денег» [8].

К счастью, в виртуальном мире обретаются и действуют на сознание масс не только стяжательски и антипатриотически настроенные блогеры, представители богемы и т. п. Одним их позитивных явлений, вызванных СВО, стало формирование в виртуальном пространстве сообщества патриотических блогеров. Четкого определения данной категории блогеров нет, но можно сказать, что это сообщество состоит из широкого круга людей, высказывающих свои взгляды и оценки с позиций патриотизма, отстаивания национальных интересов, противостояния идеологии нацизма и русофобии, антироссийским устремлениям коллективного Запада. Сформировалось сообщество, главным образом, вокруг ядра так называемых военных блогеров, которые излагают альтернативную официальной точку зрения на ход войны в Украине. Но при этом стоят на позициях патриотизма, поддерживая спецоперацию [14].

Большую популярность приобрели телеграм-каналы таких блогеров, как Олег Царев, Юрий Подоляка, Татьяна Монтян, Захар Прилепин, Сергей Михеев, Михаил Онуфриенко, Николай Стариков, Сергей Марков, Сергей Кургинян, Мардан, Небожена и др.

Следует отметить, что патриотические блогеры не только освещают события (в том числе международные), связанные с СВО, но и обсуждают, анализируют фундаментальные проблемы будущего России, альтернатив ее развития и т. п. Вот что написал Михаил Онуфриенко в своем телеграм-канале 13.04.2022: «Произошедшее сейчас на Украине выявило всю убогость и никчемность этой <нынешней российской> богемы. Да, многие из них сбежали за границу и там поливают свою бывшую родину помоями. Так что сейчас приходит другой материал, те люди, из которых будет сделана страна героев... Они знают, что такое честь, что такое родина, – для них это не пустой звук... они знают, какой хотят видеть свою родину... это поколение кардинально отличается от поколения гениев-потребителей, которые заточены на собственное благо и больше ни на что... И нам больше не придет в голову считать элитой эстрадных клоунов, пустых актеров и всяких удачливых барыг, которые сделали себе состояние на чужих несчастиях... Поэтому эти люди не будут задаваться идиотскими вопросами: до какой степени Россия должна считаться с интересами соседних, отнюдь не братских стран, что такое мультикультурализм и толерантность? У них есть ответы на все эти вопросы. Они знают, что такое Родина, и что такое Россия. Они просто сломают то, что нужно сломать и построят то, что нужно построить» [9].

Автор надеется, что именно так все и произойдет.

Литература

1. Абрамов А. У блогерши Блиновской арестовали имущество на 64 млрд рублей: это больше, чем годовой бюджет многих российских регионов. URL: <https://litekp.ru/stars/u-blogershi-blinovskoj-arestovali-imushchestvo-na-64-mlrd-rublej-eto-bolshe-chem-godovoj-byudzhet-mnogih-rossijskih-regionov/> (дата обращения: 27.08.2023).
2. Батырев М. 45 татуировок менеджера. Правила российского руководителя. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. 304 с.
3. Бизнес-коучинг... ну разве может хоть что-то приличное скрываться за ТАКИМ названием? URL: <http://polytika.ru/info/18312.html> (дата обращения: 15.08.2023).
4. Ваянский С., Калужный Д. Армагеддон завтра : учеб. для желающих выжить. М. : АСТ : АСТ Москва : Транзиткнига, 2006. 475 с.
5. Генберг Екатерина. Профессия «Коуч» 25.10.2022. URL: <https://checkroi.ru/blog/professiya-kouch/> (дата обращения: 29.08.2023).
6. Кара-Мурза С. Г. Россия под ударом. Угрозы русской цивилизации. М. : ЯУЗА-ПРЕСС, 2010. 384 с.
7. Ларина Е., Овчинский В. Социальные сети как вход в параллельный мир: от элементарных цепочек связей до «метавселенной». URL: https://zavtra.ru/blogs/sotcial_nie_seti_kak_vhod_v_parallel_nij_mir
8. Норин Е. Прекрасная Россия будущего. URL: <https://readovka.space/beautiful-russia-of-the-future> (дата обращения: 14.05.2023).

9. Онуфриенко М. Когда закончится война. Россия меняется. 13.04.2022. URL: <https://dzen.ru/a/YlcI0nIQ2GZevo56>
10. Отвернувшиеся от России звезды готовы продать принципы за миллионы. URL: <https://ren.tv/news/shou-biznes/956094-dengi-ne-pakhnut-kak-zhivut-russkie-selebriiti-zapolonivshie-dubai?q=&sort=date&status=NOT-FOUND> (дата обращения: 22.08.2023).
11. Сычева Л. А. Мы все еще русские. М. : Вече, 2018. 320 с.
12. Фурсов Андрей. В котлах гибридных войн. Об исторических ловушках, иногентах и «новой нормальности». URL: https://zavtra.ru/blogs/v_kotlah_gibridnih_vojn (дата обращения: 20.08.2023).
13. Шапталов Б. Н. Деградия и дегранты: История социальной деградации и механизмы ее преодоления. М. : ЛЕНАНД, 2014. 256 с.
14. Tags: патриотические блогеры – Захар Прилепин. 21.11.2022. URL: <https://prilepin.livejournal.com/tag/патриотические%20блогеры> (дата обращения: 31.08.2023).

УДК 349.27

П. П. Люберцев, *Иркутск*

Виртуальные аспекты построения жизненного пространства работающей молодежи в Иркутской области

В рамках исследования проведен вторичный анализ данных в отношении условий жизнедеятельности молодежи в Иркутской области. Предложены рекомендации, направленные на снижение проблем работающей молодежи.

Ключевые слова: молодежь, работающая молодежь, молодое поколение, виртуальные аспекты жизнедеятельности работающей молодежи.

P. P. Lubertsev, *Irkutsk*

Virtual aspects of building a living space for working youth in the Irkutsk region

As aspects of the life of working youth. As part of the study, a secondary analysis of data on the living conditions of young people in the Irkutsk region was carried out. The author proposes recommendations aimed at reducing the problems of working youth.

Keywords: youth, working youth, young generation, virtual aspects of the life of working youth.

Представители молодого поколения для любого общества всегда будут относиться к категории особой социальной группы, что требует дополнительного социального сопровождения. В современных условиях наибольшую актуальность набирают исследования феномена социальной активности молодежи. Это связано с тем, что учеными доказано наличие взаимосвязи между человеческим капиталом и экономическим развитием как регионов, так и страны в целом. Решение задачи относительно повышения качества человеческого капитала является важной в контексте успешной модернизации и создания конкурентоспособных преимуществ регионов России. Изучение особенностей такой социальной группы как молодежь, является наиболее актуальным аспектом в процессе повышения качества человеческого капитала страны и региона, так как именно эта демографическая группа в большинстве своем формирует человеческий капитал трудоспособной части населения.

На сегодняшний день нет четкого определения такой категории граждан, как работающая молодежь. К представителям данной социальной группы целесообразно будет отнести молодое поколение в возрасте от 20 до 35 лет. В этот возрастной период человек становится профессионалом в трудовой среде, у него формируются качественные преобразования жизненных устремлений, ценностей и идеалов. Молодежь в этом возрасте принимает активное участие в развитии гражданского общества, определяет вектор профессионального развития, находит себя как личность, формирует семью, приобретает движимое и недвижимое имущество. В этом возрасте молодое поколение развивается в профессиональной среде и большую часть усилий прилагает именно в трудовой стезе. Чаще всего, представители этого возрастного периода пропадают из поля зрения различных структур, занимающихся реализацией молодежной политики. Однако это является ключевой ошибкой государственных структур, так как именно в период с 23 до 35 лет молодежь является наиболее активной и уязвимой, в данный возрастной период у представителей молодого поколения происходит их основной этап взросления и развития. Молодежь в период с 23 до 35 лет нуждается в поддержке и более детальном изучении досуговой деятельности, так как этот возраст определяет их дальнейшее развитие и этапы становления личности в целом [3]. Поэтому, на наш взгляд, изучение группы работающей молодежи является одной из ключевых задач государственных структур и работа с ее представителей, так как выстраивания эффективной стратегии взаимодействия может привести к положительным результатам, направленным на улучшение экономических показателей.

Проанализировав материалы исследований ведущих исследователей социологии молодежи и труды работающих по формированию проектов по решению социальной проблематики молодежи, мы выявили, что в данных исследованиях мало уделяется внимания аспектам жизнедеятельности собственно работающей молодежи. Так мало научных материалов, выявляющих, чем она занимается, какие интересы в ее развитии преобладают, каковы наиболее актуальные ценности, в чем проявляются важные жизненные аспекты. На наш взгляд, данные аспекты оказывают непосредственное влияние и на экономические составляющие, поскольку, как уже было сказано ранее, экономический рост связан с человеческим капиталом, а сам по себе человеческий капитал формируется за счет уровня и качества жизни населения. Изучая аспекты жизнедеятельности работающей молодежи, мы сможем определять реальный уровень жизни населения и понять в чем заинтересовано население в целом.

Мы выявили, что уровень жизненных сил молодого поколения позволяет обеспечить масштабность воспроизводства и применения их жизненного пространства [5]. Взаимосвязь и взаимодействие жизненных сил и жизненного пространства молодежи, вытекающие из теории социологического витализма, позволяет нам проанализировать процесс развития политических, экономических, духовных, культурных и социологических сил молодого поколения. Перечисленные сферы социологического развития входят в структуру социального потенциала молодого поколения и определяют его место и роль в современном обществе [5].

Изучение стратегий адаптации россиян в социологии началось в 90-х гг., это было обусловлено в первую очередь быстро изменяющимися политическими, экономическими и социальными институтами. В данный период более детально изучалось два аспекта: в целом адаптационные стратегии населения и адаптационные стратегии социально и экономически уязвимых групп населения, находящихся в трудных жизненных ситуациях [2]. В настоящее время темпы изменений в пространстве общественных институтов для работающей молодежи стали значительно ниже, на наш взгляд, например, в сфере трудоустройства, построения карьеры, построения коммуникационных связей и информационного пространства.

Процессы развития и усовершенствования социологии способствовали использованию таких понятий как инициативность, активность и ответственность в контексте изучения жизненных стратегий молодого поколения. В целом же стоит отметить, что среда ориентации, в которой живет индивид, сама по себе направляет его на долгосрочные цели. Однако сам человек проявляет себя как субъект ориентирования и конструирования своей личной жизни [5]. То есть на формирование жизненного пространства любого молодого человека влияет как его окружение и другие внешние аспекты, так и его внутренние установки, сформированные в процессе социализации. Этапы формирования жизненного пространства включают в себя влияние субъективных и объективных аспектов жизнедеятельности, которые отвечают за обеспечение таких сфер и институтов социальной вовлеченности, как профессиональные и семейные группы, элементы инфраструктуры и культурные традиции [7]. Проводя анализ образа жизни молодежи, необходимо отметить, что представители молодого поколения имеют свои особенности, которые оказывают непосредственное влияние на процессы формирования образа жизни. К основным особенностям, присущим молодому поколению, можно отнести такие, как: неустойчивость, лабильность, переходность, кратковременное пребывание в определенном состоянии, что в свое время Вал. А. Луков определил как «мерцательное настроение». На наш взгляд, именно эти

характеристики оказывают наибольшее влияние на сознание молодого поколения в контексте понимания смысла их жизни [8; 9].

Формируя жизненные стратегии, молодежь, являясь относительно независимой социальной группой, которая чаще всего находится в процессе фазы самоопределения и принятия себя, ориентируется на свои собственные представления о счастливой и успешной жизни. В то же время представители данной социально-демографической группы являются неотъемлемой частью общества и участвуют в многочисленных отношениях и, следовательно, испытывают влияние всех процессов и явлений, происходящих в этом обществе [10]. Ее представления, основанные на свободе слова и оптимистичном отношении к правам человека, составляют основу построения межпоколенческого диалога и включения в социальные взаимодействия. Тем не менее, выбор жизненных стратегий молодого поколения, несмотря на их самостоятельность и независимость, подвержен влиянию внешних процессов, происходящих в социуме. Это неудивительно, ведь молодежь весьма уязвима и переменчива в силу своих возрастных особенностей и поэтому подвержена влиянию любых изменений извне. Поэтому изучая аспекты жизни молодежи, важно проводить четкую параллель с теми процессами и изменениями, которыми происходят в обществе.

Выявлено, что на 1 января 2021 г. в области проживает 670 175 чел. в возрасте от 14 до 35 лет, из них 340 121 чел. мужского пола и 330 054 женщины [4]. По возрастным группам молодежь Иркутской области распределилась следующим образом: 1) подростки 14–18 лет – 136 547 чел., 2) собственно молодежь 19–24 лет – 144 357 чел. и 3) зрелая молодежь в возрасте от 25 до 35 лет – 389 271 чел. Необходимо пояснить, что на период сбора данных закон о молодежи не был принят, поэтому вторичный анализ данных указан только для этих групп. Как видим, наибольшее число представителей молодого поколения Иркутской области находится в возрасте от 25 до 35 лет, следовательно, данный возрастной интервал соответствует в целом возрасту работающей молодежи, можно делать выводы относительно основных жизненных ориентиров и аспектов жизни работающей молодежи Иркутской области [4]. Повышение утвержденного законом возрастного интервала группы «молодежь» увеличила группу до более чем 700 тыс. чел.

Исследование аспектов жизнедеятельности молодого поколения Иркутской области целесообразно начать через изучение результатов относительно формирования брачных союзов на территории региона среди молодежи. В 2021 г. количество зарегистрированных браков среди молодежи в возрасте от 16 до 35 лет составило 16 890 актов [4]. Из них в брак вступили 16 316 женщин и 11 626 мужчин в возрасте от 16 до 35 лет [4].

Чаще всего представители молодого поколения выходили замуж в возрасте от 25 до 35 лет (8 103 мужчин и 6 919 женщин). Как работники органов власти, так и научное сообщество отмечает рост числа разводов. Так, в Иркутской области среди молодежи в возрасте от 16 до 35 лет достигло отметки в 11 883 развода, наибольшее количество разводов отмечено среди возрастной группы от 25 до 35 лет (2 495 мужчин и 4 971 женщин) [4]. Таким образом, можно сделать вывод о том, что вопросы формирования семейных уз имеют наибольшую актуальности среди молодого поколения в возрасте от 25 до 35 лет, формируя отношение к взаимодействию в личном пространстве в аспекте индивидуальных траекторий развития. Факт является тревожным и требует дополнительного анализа как фактор трудовой мотивации работающей молодежи.

Если говорить о рождаемости, то в 2021 г. наблюдается спад, если в 2020 г. число родившихся в Иркутской области было равно 26 948 детей, то в 2021 г. данный показатель достиг отметки в 26 180 детей, т. е. число родившихся снизилось на 768 чел. [4]. Наибольшее количество детей рождается у женщин с 14 до 35 лет и доходит до отметки 21 405 чел., что составляет 79,43 % от общего числа родившихся [4]. Данный показатели неувидительны, поскольку увеличение возрастного периода жизненного пути молодежи довольно высок.

Говоря о молодежи Иркутской области, важно также провести анализ миграционных показателей. Так, в 2021 г. в Иркутскую область прибыло 49 305 чел., в то же время убыло 51 483 чел., т. е. миграционная убыль в 2021 г. составила 2178 чел., однако это в три раза меньше, чем в 2020 г., когда показатель миграционной убыли достиг 7069 чел. [4]. Важно, что в 2021 г. миграционная убыль снизилась до минимального значения впервые за 5 лет, что мы объясняем пандемийными эффектами. Также говоря о миграции, необходимо сказать, что большая часть Иркутской области в 2020 г. проживает на территории 5 крупных городов региона: Иркутск, Ангарск, Братск, Усолье-Сибирское и Усть-Илимск [4].

Также изучая аспекты жизнедеятельности работающей молодежи Иркутской области, важно провести анализ трудовой деятельности молодого поколения в Иркутской области. Можно выявить в процессе анализа вторичных данных, что изменилась тактика трудоустройства. Кроме формального трудоустройства на основе рекомендаций вуза, приглашения со стороны работодателей и задействование социальных связей своего окружения, при построении векторов занятости молодежи региона обращается в органы власти. Так, за 2021 г. 34 874 представителей молодого поколения обратились в органы занятости населения в Иркутской области в возрасте от 14 до 29 лет, в 2020 г. данный показатель был равен 49 727 чел. [4]. Среди обратившихся представителей молодого поколения

400 выпускников высших учебных заведений и 1 101 выпускников образовательных организаций профессионального образования [4]. Как мы можем заметить, чаще всего в центры занятости региона обращаются выпускники образовательных организаций профессионального образования. За 2021 г. центры занятости Иркутской области трудоустроили 22 580 представителей работающей молодежи в возрасте от 14 до 29 лет, что составляет 65 % от общего числа обратившихся молодых людей в центры занятости [4]. Так, органами молодежной политики увеличено число и направленность мероприятий, формирующих компетентности по поиску работы, в том числе через участие в конкурсах «Моя карьера», ведется сотрудничество для проведения совместных мероприятий с центром «Мой Бизнес» и т. п. На наш взгляд, затруднено только информирование молодежи, в особенности работающей, поскольку основными каналами коммуникации используют в виртуальном пространстве, без учета категории подписчиков в группах. На наш взгляд, необходимо искать и привлекать референтные лица из числа работающей молодежи, которые будут не просто транслировать новости, но и приглашать в сообщество или к реализации проекта, демонстрируя доступность возможностей для всех.

Работающая молодежь редко обращается за помощью в центры занятости для поиска работы, ее основными каналами трудоустройства являются друзья, знакомые и виртуальные службы распространения информации о вакансиях. Такие наблюдения позволяют нам сделать выводы о том, что современная работающая молодежь самостоятельно находит себе работу либо в большинстве своем уходит в сферу предпринимательской деятельности, либо не занимается официальным трудоустройством. Проблема наличия требования от работодателя наличия стажа и опыта работы в настоящее время является социальным фильтром. И наличие инновационных компетенций в виде других знаний и компетенций (компьютерная грамотность, готовность работать сверхурочно, мобильность) не встречают достойной оплаты, зачастую снижая готовность проявлять инициативу. Конкурс «Моя карьера» в настоящее время становится закрытым в точки зрения демонстрации результатов, что снижает заинтересованность работающей молодежи к участию в этом проекте.

Мы согласны, что молодежная политика имеет существенные достижения, однако, в то же время она имеет и определенные все еще нерешенные вопросы. Ключевой проблемой сегодня в деятельности органов молодежной политики является сложность оценки действиям государственных органов по осуществлению целевых программ и отсутствие заметных сдвигов в положении подавляющего большинства молодых людей [6]. Сегодня в процессах реализации проектов молодежной политики ча-

сто отмечает тенденция реализации на выходе определенных важных документов, но в то же время, молодежные программы не выходят за рамки организационных мероприятий. Исходя из современных реалий, деятельность молодежной политики должна быть сосредоточена на нескольких ключевых направлениях, а не охватывать сразу все стороны жизни молодежи [6].

На наш взгляд, на сегодняшний день деятельность молодежной политики должна первоначально быть направлена на поддержку работающей молодежи, так как сама по себе группа работающей молодежи создает определенные локальные объединения по интересам, которые являются важными субъектами молодежной политики. С помощью таких объединений работающая молодежь может создавать и реализовывать проекты в сфере производства, досуга, управления, в дальнейшем продвижения данные проектов может поспособствовать решению определенных проблем работающей молодежи [6]. Работающая молодежь на сегодняшний день имеет следующие характеристики: снижение уровня патриотизма и корпоративной культуры, правовая безграмотность, неумение проявить себя, низкий уровень общения молодых людей, нежелание работать по специальности [6]. Положение работающей молодежи говорит о том, что данная группа имеет проблемы в таких сферах как социально-экономическая, производственная и молодежный активизм. Нам видится, что одни из решений данной проблемы является формирования молодежной политики на предприятиях, которая будет направлена на привлечение, удержание и интеграцию молодых специалистов в рабочую среду. Реализация молодежной политики на предприятиях и в организациях позволит создать необходимые социальные и производственные условия для работы молодых специалистов, позволит им чувствовать себя более уверенно и комфортно, что позволит решать ряд проблем работающей молодежи и сформировать будущих профессионалов.

Литература

1. Андреева М. И. Организация досуга молодежи в современных условиях: региональный аспект // Культурные тренды современной России: от национальных истоков к культурным инновациям. 2022. С. 366–370.
2. Балабанова Е. С., Эфендиев А. Г., Гоголева А. С. Российская работающая молодежь: стратегии достижения благополучия // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2021. Т. 14, Вып. 1. С. 33–52. <https://doi.org/10.21638/spbu12.2021.103>
3. Войнов Д. И. Проблемы и перспективы работающей молодежи в Российской Федерации как субъекта гражданского общества // Теории и проблемы политических исследований. 2022. Т. 11, № 4А. С. 94–103.
4. Государственный доклад «Молодежь Иркутской области» 2021 год. Иркутск : ОГБУ «ЦИУМ», 2022. 251 с.
5. Гуринович Л. А., Решетникова Е. В., Люберцев П. П. Жизненное пространство работающей молодежи // Социология. 2022. № . 6. С. 48–65.

6. Халикова С. С. Жизненные стратегии дальневосточной молодежи // Власть и управление на Востоке России. 2022. № 1 (98). С. 117–124.
7. Гуринович Л. А., Решетникова Е. В. Экспертная оценка социального пространства жизнедеятельности работающей молодежи // Социология. 2022. № 5. С. 41–54.
8. Журавлева И. А., Иванов Р. В., Тетерин В. В. Жизненные ориентиры и стратегии провинциальной молодежи // Социология. 2020. № 2. С. 117–127.
9. Журавлева И. А., Иванов Р. В., Тетерин В. В. Изучение жизненных приоритетов региональной молодежи: качественный анализ // Alma Mater (Вестник высшей школы). 2020. № 4. С. 52–59.
10. Полюшкевич О. А. Мораль и социальная идентичность в просоциальных практиках // Социология. 2023. № 1. С. 79–85.

УДК 316.67

О. А. Полюшкевич, *Иркутск*

Социальные коммуникации и просоциальные практики в цифровом мире

Проводится анализ социальных коммуникаций современников, которые осуществляются в виртуальном пространстве. Рассматривается, как воздействуют социальные коммуникации на возможность реализации просоциальных практик. Доказывается, что виртуальные социальные коммуникации лучше подготавливают реальное воплощение просоциальных практик в реальном мире.

Ключевые слова: социальные коммуникации, просоциальные практики, цифровой мир, виртуальное общение, социальные сети, мессенджеры.

O. A. Polyushkevich, *Irkutsk*

Social Communications and Pro-Social Practices in the Digital World

The article analyzes the social communications of contemporaries, which are carried out in the virtual space. It is considered how social communications affect the possibility of implementing prosocial practices. The author's study proves that virtual social communications better prepare the real implementation of prosocial practices in the real world.

Keywords: social communications, prosocial practices, digital world, virtual communication, social networks, instant messengers.

Современное общество порождает новые формы поддержания социальных контактов. Одно из основных направлений – это виртуализация социальных коммуникаций. Даже в местах, где не столь развита инфраструктура и внедряются современные технологии – наличие сотового телефона, с возможностью подключения к сети интернет присутствует в основных населенных пунктах России, а это становится условием и возможностью виртуальных социальных коммуникаций через различные мессенджеры и социальные сети.

Более того, социальные коммуникации становятся основой для поддержания контактов не только для досуга, но и для образования, работы и т. д. Цифровизация социальных коммуникаций лишь ускоряет и расширяет возможности современного взаимодействия.

Современные ученые уделяют немалую роль особенностям общения, обучения, досуга в виртуальной среде (И. А. Журавлева [6; 7], Р. В. Иванов [8–10], В. А. Скуденков [12; 13]), формированию новой идентичности под влиянием взаимодействия в цифровом мире (Р. Г. Ардашев [1–3]), развития различных интернет-зависимостей и особенностей коммуникаций в виртуальном пространстве (Н. А. Голубева [4], Е. И. Горошко [5], Д. Г. Коваленко [11]).

В рамках данной работы социальные коммуникации в цифровом мире понимались как реальные способы установления, поддержания и развития социальных связей (включающие информационное (когнитивное), эмоционально-чувственное (аффективное) и деятельностное (подкрепленные реальными реализуемыми просоциальными практиками) поведение участников социальной интеракции).

В нашем исследовании приняли участие 650 студентов Иркутских вузов, в возрасте от 18 до 25 лет, 55 % девушки и 45 % юноши. Квотой отбора участников исследования было ведение социальных коммуникаций в цифровом пространстве, которое приводит к реальным действиям.

Социальные коммуникации в виртуальном пространстве поддерживает 100 % респондентов (более 5 часов в день – 35 %, от 3 до 5 часов – 40 %, от 1,5 до 3 часов – 15 %, до 1,5 часа – 10 %). Интересен тот факт, что девушки на треть (31%) чем юноши поддерживают виртуальные социальные коммуникации.

Наиболее распространена письменная коммуникация (сообщения в СМС, Viber, WhatsApp, telegram, vk и т. д.) – 44 %, аудио сообщения в тех же менеджерах – 41 %, видео сообщения – 15 %.

За последний год респонденты увеличили социальные коммуникации, которые привели их к изменению реального поведения, вовлечения в какие-то сообщества или акции: со своей семьей на 23 %, с друзьями на 45 %, с незнакомыми людьми на 22 и 10 % затруднились с ответом.

Наиболее регулярно опрошенные взаимодействуют с родственниками (33 %), личным партнером (39 %) и состоят в групповых чатах (групповые беседы с одновременным участием множества людей (28 %). Причем, если личный партнер постоянный, то контакты с друзьями уменьшаются на треть, а с партнером и родственниками возрастают в два раза.

Также мы смогли выделить особенности коммуникации молодых людей: целевая и фоновая. Целевая – формируется для получения конкретной информации, зачастую у специалистов, работающих в соответствующей сфере (консультации по здоровью, астрологии, психологии, праву, отношениям и проч.) – 40 %. Фоновая – формируется как членство в том или ином сообществе (чат родственников, чат одноклассников, чат

жильцов дома, чат членов спорт-клуба), где обсуждаются важные для членов этого сообщества вопросы – 60 %.

Целевая коммуникаций чаще строится на информационно-аналитическом контексте (60 %) и эмоциональном (40 %). Фоновая коммуникация опирается на 75 % эмоционально-оценочных суждений и 25% информационных. Оба вида могут влиять на реализацию просоциальных практик, меняя лишь смыслы, инструменты и акценты мотивирования.

Нами установлена положительная динамика ($p = 0,05$) связи хорошего самочувствия с большим количеством социальных коммуникаций и последующей реализации этого общения в реальных просоциальных практиках, направленных на поддержание того или иного сообщества (с кем осуществляется взаимодействие или же сторонние субъекты). И отрицательная динамика, в том, что виртуальные коммуникации уменьшают вовлеченность в просоциальные действия ($p = 0,01$). Иными словами, виртуализация социальных коммуникаций не заставляет респондентов отказываться от реального взаимодействия в обществе.

Просоциальная активность становится не спонтанной, а заранее подготовленной и обоснованной через полноценное виртуальное общение, которое может снять все вопросы и пролить свет на нюансы и уже в завершающем реальном действии – все проходит так как необходимо. Виртуальное взаимодействие позволяет подготовить почву для того, чтобы сама просоциальная практика (заботы о близких, о соседях, о жителях города или страны) реализовывалась на автомате. Это, своего рода новый уровень социального взаимодействия, который подготовительную работу из реального общения переносит в виртуальные социальные коммуникации, который увеличивают скорость и качество оказания услуг в рамках реализации просоциальных практик.

Большое количество виртуальных контактов расширяет возможности социальной реализации современников, экономится время на реальные встречи, скорость принятия решений и снятие неточностей в режиме онлайн-взаимодействия, готовность всегда «быть на связи» порождает постоянную вовлеченность в жизнь важных сообществ. Поэтому, можно утверждать, что социальные коммуникации в реализации просоциальных практик меняют картину мира и качество проживания жизни.

Виртуализацию жизни остановить нельзя. Но можно воспользоваться ее результатами и использовать уже сложившиеся виртуальные социальные коммуникации для социального управления и моделирования общественных настроений, мониторинга социального самочувствия населения, изучения включенности искусственного интеллекта и других цифровых инструментов в жизнь обывателя. И все вместе это позволит

воссоздать уникальный портрет эпохи перехода от реального к виртуальному миру, через развитие социальных коммуникаций и просоциальных практик современников.

Литература

1. Ардашев Р. Г. Метаморфозы сознания: образы идентичности в виртуальном пространстве // Социальная реальность виртуального пространства : материалы II Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2020. С. 25–28.
2. Ардашев Р. Г. Трансформация сознания молодежи в эпоху виртуальности // Alma Mater (Вестник высшей школы). 2021. № 5. С. 31–34.
3. Ардашев Р. Г. Трансформация сознания после пандемии: новые грани виртуальности // Социальная реальность виртуального пространства : материалы II Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2020. С. 56–63.
4. Голубева Н. А. Феноменология межличностного и межгруппового общения современной молодежи в реальном и виртуальном пространстве // Вестник РГГУ. Серия: Психология. Педагогика. Образование. 2018. № 2. С. 45–59.
5. Горошко Е. И. Современные интернет-коммуникации: структура и основные характеристики // Интернет-коммуникация как новая речевая формация. М. : Наука, Флинта, 2012. С. 9–52.
6. Журавлева И. А. Виртуальное образование: выбор современной молодежи // Социальная реальность виртуального пространства : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. О. А. Полошкевич. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2021. С. 368–372.
7. Журавлева И. А. Социальная самоизоляция молодежи через виртуальное пространство // Социальная реальность виртуального пространства : материалы I Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред.: О. А. Полошкевич, Г. В. Дружинина. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2019. С. 165–169.
8. Иванов Р. В. Виртуальная социализация молодежи: социально-философский анализ // Социальная реальность виртуального пространства : материалы IV Междунар. науч. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. С. 36–41.
9. Иванов Р. В. Виртуальное взаимодействие: истинность и ложность // Гуманитарное знание и духовная безопасность : сб. материалов VII Междунар. науч.-практ. конф. Грозный – Махачкала, 2020. С. 161–165.
10. Иванов Р. В. Качество жизни в виртуальном мире // Влияние качества жизни на формирование ценностной структуры населения России : сб. материалов Всерос. науч. конф. с междунар. участием. М. : МГУ, 2020. С. 44–46.
11. Коваленко Д. Г. Коммуникации молодежи в интернет-среде: феномен массовости // Социология власти. 2011. № 4. С. 75–83
12. Скуденков В. А. Экономические притязания и социальные статусы в выборе виртуальных профессий в цифровом мире // Социальная реальность виртуального пространства : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. О. А. Полошкевич. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2021. С. 302–306.
13. Скуденков В. А. Экономические притязания молодежи в условиях перехода к виртуальному миру // Социальная реальность виртуального пространства : материалы II Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2020. С. 214–218.

УДК 323.121

М. В. Попова, *Иркутск*

Социальные коммуникации сельской молодежи в виртуальном пространстве

Раскрываются особенности социальных коммуникаций сельской молодежи в виртуальном пространстве. Приводятся результаты исследования реализации социальных коммуникаций сельской молодежью Иркутской области, выявляются их универсальные особенности и локальные характеристики и черты, а также делается прогноз развития социальных коммуникаций сельской молодежи в виртуальном пространстве.

Ключевые слова: социальные коммуникации, сельская молодежь, виртуальное пространство, цифровизация, новые возможности.

M. V. Popova, *Irkutsk*

Social Communications of Rural Youth in Virtual Space

The article reveals the features of social communications of rural youth in virtual space. The results of a study of the implementation of social communications by rural youth of the Irkutsk region are presented, universal features and local characteristics and features are identified, and a forecast is made for the development of social communications of rural youth in the virtual space.

Keywords: social communications, rural youth, virtual space, digitalization, new opportunities.

Виртуальное пространство меняет повседневный уклад жизни не только горожан, но и жителей сел. Особенно это касается сельской молодежи, так как традиционные социальные коммуникации все чаще заменяются на виртуальное взаимодействие, при этом остается колорит сельского пространства.

Более того, ограниченность возможностей досуга для сельской молодежи, приводит к активизации возможностей организации досуга в виртуальной среде. Также появляются новые возможности для заработка и социальной реализации через виртуальное пространство, что приводит к повышению самооценки и формированию новых условий конструирования социальной идентичности.

В наших более ранних исследованиях эти аспекты уже затрагивались [6–10]; также в работах Р. Г. Ардашева [1–3] рассматривались аспекты безопасности личности в условиях виртуальности и воздействия СМИ на общественное сознание и как следствие формирование конспирологического мышления; в работах О. А. Полюшкевич [4; 5] раскрываются особенности социального доверия и нарушения социальных норм при межкультурном взаимодействии. Это все показывает разные стороны конструирования социальных коммуникаций сельской молодежи в виртуальной среде.

В нашем исследовании приняло участие 850 жителей сел в возрасте от 18 до 35 лет, все они проживают на территории Иркутской области. Опрос проводился через социальную сеть вконтакте. Из опрошенных

58 % девушки и 42 % юноши; 25 % имеют среднее образование, 42 % средне-специальное, 33 % имеют высшее образование. Работают в селе – 42 %, ездят в город или на вахту на работу – 35 % и 33 % работают через интернет, удаленно.

Тот показатель, что среди молодежи треть работает удаленно указывает на развитие профессиональных социальных коммуникаций как фактора социального развития. Меняется контекст, механизм и условия развития общества. Если тридцать лет назад – проживание в городе давало шансы на лучшую работу, зарплату и прочее, то сегодня – пребывание в конкретном месте не является данным условием, это один из факторов, который не всегда срабатывает. Молодые жители сел Иркутской области – яркое тому подтверждение.

На занятость в сельской местности влияют личные качества молодежи (25 %), их амбиции (27 %) и навыки (33 %), а не то – где они живут (15 %).

Среди тех, кто работает в сельских предприятиях, социальные коммуникации в виртуальном пространстве нацелены на досуг (игры, новостные ленты) – 33%, общение и знакомство с представителями противоположного пола (30%), просмотр передач и сериалов (37 %).

Среди тех, кто работает в городе или на вахте, социальные коммуникации в цифровом пространстве ориентированы на досуг (42 %), общение и флирт (36 %), и просмотр информационных и новостных лент (22 %).

Среди тех, кто работает в виртуальном пространстве, социальные коммуникации в интернете нацелены на работу (37 %), досуг (игры и другие развлечения) – 20 %, общение с противоположным полом – 13%, просмотр информационных сообщений и новостей – 30 %.

Отличия в качестве социальных коммуникаций и количестве времени, уделяемом на ту или иную сферу – отличается в зависимости от места работы. Бытие определяет сознание – это то, что формирует реальность жителей сел Иркутской области, создает условия и механизмы их социальных коммуникаций и перспективы социального развития. Полагая, данные закономерности можно увидеть и среди молодежи сел других регионов.

Эта особенность выступает универсальной характеристикой виртуализации социальных коммуникаций сельской молодежи. В будущем она будет только набирать обороты, так как качество связи повышается, количество мест покрытия сотовых операторов растет, а следствием этого становится все большее вхождение виртуальных технологий в обыденную жизнь жителей сел.

Перспективой развития социальных коммуникаций жителей сел выступает тотальное вовлечение молодежи и представителей старшего возраста в виртуальные коммуникации, облегчающие жизнь и выводящие людей на новый уровень социальных связей и коммуникаций. Также, выстраиваемые особенности развития социальных коммуникаций приводят к социальной активизации молодежи сельских территорий, что развивает их готовность участвовать и реальное участие в просоциальных практиках, социальной и профессиональной реализации, которая создает условия для социального развития.

Литература

1. Ардашев Р. Г. Безопасность личности в условиях виртуальности: иррациональность общественного сознания // Социальная безопасность и социальная защита населения в современных условиях : материалы Междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. А. М. Бадонов. Улан-Удэ : БГУ, 2023. С. 8–11.
2. Ардашев Р. Г. Иррационализация массового сознания и СМИ // ЛОМОНОСОВ-2022 : материалы Междунар. молодеж. науч. форума. М. : МГУ, 2022.
3. Ардашев Р. Г. Роль социальных коммуникаций в развитии конспирологического мышления // Социальные коммуникации: философские, политические, религиозные, культурно-исторические измерения : сб. ст. III Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием / под общ. ред. О. Ф. Гаврилова, О. И. Жуковой, С. Н. Чируна. Кемерово : КГУ, 2023. С. 236–240.
4. Полошкевич О. А. Социальное доверие как основа просоциальных практик: экспертный анализ // Экспертные институты в XXI веке: цивилизационные и цифровые концепции меняющегося мира : сб. науч. тр. Второй междунар. науч.-практ. конф. / науч. ред. Т. И. Грабельных. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2023. С. 126–129.
5. Полошкевич О. А. Межкультурные отличия в восприятии нарушения социальных норм // Социальные институты в правовом измерении: теория и практика : материалы V Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2023. С. 341–345.
6. Попова М. В. Виртуальное пространство сельской и городской молодежи // Социальная реальность виртуального пространства : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. О. А. Полошкевич. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2021. С. 124–128.
7. Попова М. В. Виртуальные социальные связи жителей СЕЛ // Социальная безопасность и социальная защита населения в современных условиях : материалы междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. А. М. Бадонов. Улан-Удэ : БГУ, 2023. С. 164–167.
8. Попова М. В. Коммуникативное пространство сельской молодежи // Социология. 2019. № 2. С. 257–260.
9. Попова М. В. Особенности виртуализации социальных коммуникаций жителей сел и городов // Социальная реальность виртуального пространства : материалы IV Междунар. науч. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. С. 164–168.
10. Попова М. В. Социальные связи сельской молодежи // Проблема соотношения естественного и социального в обществе и человеке. 2019. № 10. С. 274–280.

ВИРТУАЛЬНАЯ СРЕДА И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ИНТЕРЕСЫ РОССИИ

УДК 316.54

П. А. Баев, *Иркутск*

Национальные герои России в виртуальном мире

Обозначается проблема национальных героев России в условиях виртуального мира. Показывается влияние цифрового пространства на собственную идентичность наших современников с национальными героями. Отмечается изменение фокусов фиксации внутренних и внешних качеств, которыми обладают герои в условиях виртуального наполнения социальной реальности.

Ключевые слова: национальные герои, виртуальный мир, трансформация смыслов, новые идеалы.

P. A. Baev, *Irkutsk*

National heroes of Russia in the virtual world

The article deals with the problem of knowing the national heroes of Russia in a virtual world. The influence of digital space on the own identity of our contemporaries with national heroes is shown. The change in the focus of fixing the internal and external qualities that the characters possess in the conditions of the virtual content of social reality is shown.

Keywords: national heroes, virtual world, transformation of meanings, new ideals.

Национальные герои России – это символы социальных успехов, закреплённых жизнью отдельных людей, которые вошли в историю страны, стали ориентирами личного развития для целых поколений людей. Благодаря национальным героям России воспроизводится государственность и идентичность граждан. Без осознанного и осмысленного восприятия того – кто является героем, а кто антигероем невозможно построить социальную солидарность и идентичность граждан страны.

Виртуальное пространство может размывать какие-то ценности и ориентиры социального развития, обесценивать вклад отдельных персон в развитие нашей страны или наоборот, придавать особую значимость и значение им, через распространение той или иной информации в медийном дискурсе. Формирование моральных авторитетов конструирует национальную и гражданскую идентичность россиян (П. А. Баев [4; 5]).

В научной литературе неодинаково воспринимается риторика о героях нашего времени. Из-за про-политических установок или пересмотра истории (И. А. Журавлева, Р. В. Иванов [6]), выстраиваются новые формы работы сознания на уровне пропаганды и социального моделирования общественного развития (Р. Г. Ардашев [1–3]), новых ориентиров формирования своих и чужих (А. С. Ким [7], О. А. Полюшкевич [8]). И это все усиливается процессами виртуализации и глобализации социального пространства.

Национальные герои России часто ассоциируются с историческими и культурными фигурами, которые являются символами национального достоинства и гордости, русской идентичности и российской государственности. Но виртуальность, цифровое моделирование поведения национальных героев (в их виртуальном аналоге) меняет смыслы, контекст и фактическое поведение, а в конечном счете и мировоззренческое понимание того – почему тот или иной человек герой, какими качествами обладает и как меняет восприятие рядовых граждан его деятельности, позиции, влияния на жизнь жителей нашей страны.

Мы провели экспресс-опрос на страницах социальных сетей – о том, кто же они – национальные герои России. В опросе приняло участие 890 чел., 56 % женщин и 44 % мужчин в возрасте от 18 до 75 лет, все они проживают в разных регионах России.

В результате полученных данных мы можем выстроить рейтинг национальных героев России.

1. Александр Пушкин – национальный поэт России, представитель классической литературы.

2. Владимир Высоцкий – знаменитый советский и российский актер, поэт, автор и исполнитель песен о чести, доблести и справедливости. Он был бунтарем в творчестве, личной и социальной жизни.

3. Юрий Гагарин – первый человек, побывавший в космосе, человек – легенда.

4. Александр Невский – средневековый князь, воин и политический лидер, который выступил защитником Русской земли, он стал символом сопротивления и победы русского народа.

5. Петр I Великий – великий русский император, который провел реформы и модернизацию России в XVIII в. Петр I стал историческим символом прогресса, модернизации и развития мощной империи.

Эти и другие национальные герои России в реальном и виртуальном мире получают признание через фильмы, литературу, игры и социальные сети. Они воплощают национальную идентичность, культурные ценности и наследие России.

При этом А. Пушкин как поэт указывался в 44 % случаев, а в 52 % указывалась «пушкинская карта» как инструмент цифрового вхождения в культурный мир просвещения и образования, через бесплатное посещение школьниками и студентами музеев, галерей, выставок и проч. Эта незначительная подмена смысла в будущем может изменить восприятие того – кто такой Пушкин и каков его вклад в отечественную и мировую литературу.

В. Высоцкий не как творческий человек своего времени воспринимается, а как представитель оппозиции и в виртуальном пространстве его творчество чаще интерпретируется как протестное социальному строю, социальному укладу того и современного этапа развития общественного воспроизводства.

Ю. Гагарин – первый космонавт, но благодаря пропаганде США, в том числе и через сеть Интернет, в сознании более молодых респондентов, значимость этого шага в мировом научно-техническом прогрессе нивелируется, из-за распространения информации о том, что американцы первые высадились на луну, первые сделали технические открытия и проорывы в космосе и т. д.

А. Невский – в цифровой среде воспринимается как воин и политик достаточно ограниченно мыслящий, так как в ряде виртуальных игр представлен как ограниченный и недалёковидный персонаж. И реальность виртуальной картины мира становится более доминирующей, нежели чем информирование через официальные исторические учебники и иные источники информации.

Петр I в виртуальной среде опять же благодаря компьютерным играм-стратегиям изображается как полусумасшедший персонаж, который делает много опрометчивых шагов, деятельность которого оценить однозначно как положительную невозможно.

Иными словами, мы видим, что виртуальное пространство добавляет новые смыслы, контексты и способы восприятия реальных национальных героев России, которые в будущем качественно изменят мировоззрение миллионов наших потомков. Будущее России из-за цифрового прессинга меняется уже сейчас.

Помимо этого, виртуальность, помимо тиражирования классических образов, порождает новые образы: виртуальные герои могут быть фиктивными персонажами из игр, фильмов, комиксов или книг, а также реальными людьми, чьи образы идеализированы или изменены с помощью компьютерной графики (Человек-паук, Бэтмен и т. д.). Эти герои обладают суперсилой, супер-качествами, которые помогают им быть героями. В отличие от традиционных национальных героев – реальных людей, на

которых можно было ровняться и достигать своих целей, супергерои недостижимы для обычных людей.

При этом 67 % молодых людей хотело бы обладать какими-то качествами супергероев. И в результате у как минимум половины из них будет разочарование в себе, депрессия и апатия из-за того, что они не могут достигнуть этих целей. Это воздействие также выступает следствием виртуального прессинга ценностей новых символов национальных героев.

Еще одним показателем изменения образа национальных героев под влиянием виртуализации общества выступает то, что у рядовых граждан есть возможность создания уникальных и привлекательных образов героев. Виртуальный мир позволяет пользователям полностью контролировать внешний вид своих персонажей и создавать идеализированные или фантастические образы, которые отражают их желаемую личность или способности. Это может включать в себя супергероев, фантастических существ, знаменитостей и многое другое. Следствием этого становится изменение идентичности, самовосприятия и самооценки целых поколений и трансформации мировоззрения на базовых уровнях.

С распространением цифрового мира стала расширяться в геометрической прогрессии сфера фантазийных миров, где живут выдуманные персонажи. Последние две переписи населения показали, что в необязательной графе «Национальность» все чаще пишут «эльф», «гном», «хоббит» или кто-то еще, кто принадлежит к сообществу выдуманных персонажей и даже миров. Это еще один механизм воздействия информатизации и виртуализации жизненного пространства людей, так как не только фильмы и сериалы, книги и музыка это транслирует, продолжение выдуманных миров и выдуманных рас и народов находит продолжение в компьютерных играх, цивилизациях-стратегиях и прочее.

Образы героев в виртуальном мире также могут быть сформированы с помощью косплея, который является популярным хобби, где люди делают костюмы и активно воплощают персонажей из игр, фильмов или комиксов. Виртуальные герои могут стать источником вдохновения для косплееров и обеспечить им возможность оживить эти образы в реальности.

Результатом этого становится новых контекст и механизм развития культурной идентичности и формирования солидарности сообществ по новым (виртуально-героическим) образам. Разделение общих интересов и приверженность определенным героическим персонажам может сплачивать людей в единую группу или команду, в которой они могут вместе развиваться и достигать целей.

В целом виртуальность предоставляет уникальную платформу для создания, распространения и воплощения образов героев, расширяя возможности выражения и самовыражения пользователей. Они могут стать

источником вдохновения, а также позволить людям воплотить свои мечты и фантазии в интерактивной и визуальных формах. При этом она стирает грани традиционных образов героев, нивелирует достижения прошлого, обесценивает коллективный опыт и социальную память.

Благодаря цифровому миру мы утрачивает традиционные смыслы формирования национальных героев, но начинаем формировать новые стратегии героического эпоса современности. Будущее однозначно изменится, так как герои нашего времени все чаще виртуальные персонажи, а не реальные личности, с продуманной философией и мировоззрением, они достигают значимых в виртуальном мире задач, зачастую оторванных от повседневных реалий современников. Смыслы и образы национальных героев под влиянием виртуальности навсегда меняют наши ценностные ориентиры и меняет поведенческие установки.

Литература

1. Ардашев Р. Г. Воздействие на сознание: СМИ и политическая пропаганда // Телекоммуникационные технологии: Актуализация и решение проблем подготовки высококвалифицированных кадров в современных условиях. Хабаровск, 2020. С. 862–868.
2. Ардашев Р. Г. Воздействие СМИ на иррациональность общественного сознания // Социология. 2021. № 3. С. 53–61.
3. Ардашев Р. Г. Феноменология рационального и иррационального мышления // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. 2021. Т. 21, № 2. С. 120–124.
4. Баев П. А. Гражданская и национальная идентичность россиян // Социология. 2023. № 4.
5. Баев П. А. Экспертный анализ моральных авторитетов современной молодежи // Экспертные институты в XXI веке: цивилизационные и цифровые концепции меняющегося мира : сб. науч. тр. Второй междунар. науч.-практ. конф. / науч. ред. Т. И. Грабельных. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2023. С. 512–515.
6. Журавлева И. А., Иванов Р. В. Социально-политическая система России : учеб. пособие. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. 148 с.
7. Ким А. С., Полошкоевич О. А. Идентичность как способ восприятия чужих и своих // DIXI – 2019: идеи, гипотезы, открытия в социально-гуманитарных исследованиях : сб. науч. тр. Хабаровск : ХГУЭиП, 2019. С. 94–100.
8. Полошкевич О. А. «Свои» и «чужие»: социокультурные маркеры // Дискуссия. 2011. № 5. С. 84–89.

УДК 130.35

А. И. Бобков, А. А. Гордин, *Иркутск*

Проблема феномена социального идеала в контексте сконструированной этноархаики

В статье показывается, как виртуальная социальная реальность укрепляет состояние восстания меньшинств, как идеальное социальное состояние, при этом доказывается, что оно является тупиковым. Рассматривается социальный идеал неолиберализма, где меньшинство всегда исторически право, подкрепляется постоянным конструированием этноархаических традиций для перманентного восстания новоявленных этноцивилизованных сообществ, раскрываемых через концепт «сконструированная этноархаика». Доказывается, что этноархаический идеал не пробуждает историческую память, а манкуртизирует сознание.

Ключевые слова: социальный идеал, духовность, сконструированная этноархаика, народ, русофобия, этнокультурный субъект, восстание меньшинств.

A. I. Bobkov, A. A. Gordin, *Irkutsk*

The Problem of the Phenomenon of Social Ideal in the Context of Constructed Ethnoarchaics

Virtual social reality today increasingly reinforces the state of minority rebellion as an ideal social state. However, within today's society, this state should be considered destructive due to the fact that it is a dead end. The social ideal of neoliberalism, where the minority is always historically right, is reinforced by the constant construction of ethnoarchaic traditions for the permanent rebellion of newly emerging ethno-civilised communities. Their subjectless and mass character, based on imitation, is a complex problem revealed through the concept of "constructed ethnoarchaics". The ethnoarchaic ideal here does not awaken historical memory, but mankurtises consciousness.

Keywords: social ideal, spirituality, constructed ethnoarchaics, people, Russophobia, ethno-cultural subject, minority uprising.

Сегодняшнее положение социального бытия заключается в том, что оно находится в выборе между индивидуализированным бессубъектным состоянием и коллективным субъектом без индивидуальности. При этом и тот и другой вариант настолько не укладывается в привычное состояние субъекта творца человека, общества и культуры. Против этого абстрактного виртуального коллективного субъекта восстает субъект эпохи гуманизма, названный человеком-творцом.

Человек-творец в этом восстании опирается на то, что его никогда не было в иной субъектности. Он в своем воображении исчезает везде, точнее не исчезает, а берется в некоем новом измерении. Измерения суть коего состоит в отказе самому себе в способности сотворения социокультурного идеала. Человек сегодня творит не идеалы, а симулякры идеалов. Их различие в том, что у идеала есть две черты, которые отсутствуют у симулякра. Первой чертой идеала выступает отказ от сравнения его с кем-то или с чем-то. Второй чертой является состояние оскорбленной действительностью, заставляющее эту действительность менять путем экзистенциального бунта. Бунта против не самобытности и отсутствия воображения, иллюзии и связанного с ними мышления.

На самом деле в симулякре идеала присутствует как раз и сравнение, и отсутствие экзистенциального бунта. Кроме того идеал производится как раз в результате отказа от сравнения и бунта против предсказуемости поведения человека. Самобытность здесь выступает в качестве недопущения того, что сущность человека может быть раскрыта вне данного сообщества. Сообщество и раскрывает себя самобытно, когда творит свой идеал и понимает что сущность человека в создании самобытного идеала. Идеала вмещающего субъекта личностного и субъекта коллективного. Кроме того в этом идеале не нужно не от кого отделяться в силу того, что вокруг все чужое и свое только там, где идеалы делают из тебя человека. Главное состоит в том, что социальная реальность требует самобытного самосознания, а человек требует очеловеченного социального. Самобытное самосознание, в данном случае, следует понимать, как самость без Другого. Чужой не человек не, потому что я превосхожу его, а потому что он живет и творит другие идеалы для меня идеалами не являющимися. Как только он или я начинает задумываться о превосходстве над чужим, то появляется другой лишаящий меня самобытности. Поэтому в жертву социальный идеал консолидации требует принести превосходство и сравнение, а не равенство и самодостаточность. Социальный идеал на сегодня консервативен, он не поддерживает идеалы либерализма в силу того, что тот полагает любое различие преодолеваемым в силу того, что человек стандартизируется и алгоритмизируется. Он не поддерживает и идеалы социализма в силу того, что тот полагает отмену некоторых закономерностей социального бытия и при этом не видит социального врага там, где его следовало бы видеть. В общем обе эти социальных идеологии допускают симулякр в силу того, что человек прошлого уже не человек. Человек настоящего еще не человек, а человек в грядущем. Прошрое перестает толковать нас в силу того, что оно провозглашается неспособным к сотворению нормального социального идеала, а настоящее если его и творит, то должно осознавать, что она творит его из пустоты, из ничто в силу того, что все прошлые идеалы суть симулякры. Прошрое бессубъектно, настоящее тоже, в будущем субъект недопустим, ибо объективность требует объекта тотального типа. Тело без органов – это не только тело свободное, но еще и бессубъектное. Оно унифицировано до крайней степени. Индивидуальность и индивидность отождествлены в нем до предела.

Состояние постмодерна в его бессубъектном исполнении идеала индивидуализированного общества ведет себя к тому, что человек может сконструировать себе идентичность сам, но не ущемить при этом идентичность другого. Он предельно толерантен в силу того, что четко проводит границы самобытности так, что не ущемляет права и свободы дру-

гого. Он настолько идеален по отношению к Другому, что его самобытность вообще не нарушает границ Другого. Проявляется это в некоем равноправии, когда каждый живет в том воображаемом сообществе, где судьба не выпадает, а меняется. Меняется за счет того, что сам человек своей волей рушит все привычные границы уничтожающие, как ему кажется, необходимость себя. Его тело без органов в данном случае почему-то кажется ему настолько телесно свободным, что он не замечает кучу экспериментов, которые над ним производит анонимный Другой. Он невидим по той простой причине, что в виртуальной реальности его действия производятся столь незаметно, что кажется, что он вообще отсутствует. Ведь сегодня любой из нас может стать творцом природы, общества, культуры и человека. В общем, испытать состояние Бога, да простят мне священнослужители всех религий, столь кощунственное сравнение. Да и вообще постмодерн во многом настаивает на том, что Бог как судья над человеком как образом и подобием Бога, как творец человека давно умер. Вместе с ним умер человек творец, человек – субъект. В общем, тот, кто несет хоть какую-то ответственность за другого человека. В этом состоянии появляется Анонимный Великий Другой приглашающий в «пустыню реального» и в наполненность виртуального, когда все позволено, даже смена идентичности. При этом человеку говорят о том, что он сам теперь творит идентичность без всякого надзора и наказания, в общем, без принуждения со стороны Другого или Других. В современной виртуальной реальности никто теперь не замечает того, что тело без органов есть бездушное тело. Свободное ли? Наверное, с позиции философии комфорта да, но не с позиции экзистенциальной философии. В ней человек творит бытие подобно Богу, но творит его тем, что понимает свободу как необходимость обретения ответственности, а значит свободы.

Поэтому на сегодняшний день можно найти глобальный виртуальный идеал большой деревни, где границы самобытности иллюзорно стерты. Это стирание происходит за счет того, что историческая память стерта тем, что в виртуальной реальности любая самобытность идет как подражание кому-то. При этом это подражание для одних, не унижающих и не возвышающих других, признается процессом, лишаящим их хоть какого-то права на субъектность человеческого характера, а для других более примитивное подражание, содержащее в себе унижение других своих за счет возвышения других чужих, признается наиболее полным выражением субъектности.

Если сказать проще, то сталкиваются два идеала. Идеал познания себя за счет себя без Другого и идеал не познания себя путем обретения себя в глазах Другого. Как это объяснить проще? Возьмем пример социальных идеалов. Если социальный идеал создан без Запада, вне Запада,

помимо Запада, то он провозглашается не идеалом, не ценностью, а создавший его или создающий его не человеком, не субъектом. Ведь он создан без анонимного Другого, в нем нет бриколажа. Идентичность в нем неудобной быть не может в силу того, что традиция в ней породила новацию, дав другую инновацию. В ней большинство поднялось не за счет восстания меньшинства, а за счет их соборного единения. Размежевания здесь нет в силу отсутствия сравнения. Бриколажа здесь нет в силу того, что подражать некому. Мышление здесь основано на состоянии, когда человек мыслит сам и иного для него не дано.

Иное дело, когда подражание бриколажного характера или изобретенная традиция направлены на полную замену традиции новацией, но поименованной традицией. Когда пранкер становится настолько властвующим субъектом, что кажется, что он освободился от придуманной для него традиции и нашел свою самобытную традицию при помощи анонимного Другого, святого Другого, святого Запада. Традиция, сконструирована для него так, что он кажется сам себе обладающим ресурсом власти доселе невиданным. Это тот же бриколаж, но настолько увлекающий, что идеал кажется самобытным. В социальной философии мы полагаем данное состояние обозначать как сконструированную этноархаику.

Можно привести два примера такого состояния. Один литературный другой исторический. Первый пример содержится в романе Н. Е. Шундика «Белый шаман» и перекликается с сюжетом «Урок письма» из воспоминаний К. Леви-Строса «Печальные тропики». Вот описание бриколажа, который сегодня, в контексте сконструированной этноархаики, несет власть имитатору письменной традиции: «Да, то было давно, еще, когда американские купцы беспрепятственно приплывали к чукотскому берегу. Ятчоль стал их пособником. Умел хитрый человек перенимать повадки чужеземных людей, не зря имя такое носил – Ятчоль – лиса. Купцы на клочках бумажек помечали палочкой, оставляющей след, имена охотников, с умыслом помечали: посмотришь на тонкую бумажку – так себе, почти паутинка, чего бояться ей, а страшно! Все дело было в немоговорящих знаках (буквы и цифры называются): человек может забыть, сколько шкур купцу за чайник обещал, а бумажка помнит. Завел себе такие бумажки и Ятчоль. И палочку, след оставляющую, завел, ножом аккуратненько все время заострял. И уж как Ятчоль кичился своим превосходством над всеми, кто не понимал тайны немоговорящих знаков! А кто мог понимать в ту пору разговор по бумаге? Сам он мало-мальски знал только те знаки, которые числа обозначают и еще несколько американских слов» [1].

Если в этом примере таятся смысл бриколажа как ресурса власти одного из нерадивых носителей чукотской культуры, то в историческом

примере уже приводится сконструированная этноархаика в полном виде. Когда символ самобытности, изобретенный в целях наживы, становится символом национальной самобытности. Таким примером может служить шотландский килт. Изобретение этого символа в интерпретации британского историка Хью Тевора-Роупера не являлось восстановлением древнего костюма шотландца, а было результатом трезвого расчета предпринимателя Роулинсона [2, р. 22].

Однако в массовом сознании генеалогия происхождения этих символов власти заимствованного у других бриколером или сконструированного чужим Другим для получения одного из ресурсов не является актуальной проблемой. Более того любое упоминание о том, что идеалы массового общества служат конкретным сообществам считается проявлением мышления низкого качества или не мышлением вовсе. Самосознание себя может прийти только тогда, когда символы преэсущественности самобытного характера отсылают не к практикам проявления исторической субъектности или границам самобытности полной исполнения смысла человеческого и социального бытия. Однако сконструированная бриколером или ксенократом этноархаика намечает другие границы самобытности, где меньшинство воображается героем, а не карателем, воюющим с собственным народом в интересах отсутствия вхождения его в состояние модерна. Постмодерну необходимо новое состояние вхождения через иные символы.

Восставшее меньшинство лишь тогда способно стать историческим субъектом, когда осознает, что его возвращение к самому себе лежит не в отрицании, скажем русского коммунизма, а в признании его наиболее важным создателем модернизированного сообщества, способного к самостоятельной интеграции на основе геополитического сценария продолжения роста православной цивилизации в обществе модерна и постмодерна. Идентичность сконструированной этноархаики вводит этнокультурное бытие в бессубъектное состояние бессмысленного упования на продажу экзотики.

Нам необходимо понять, что конструирование этноархаики есть процесс соединения несоединимого, доселе превосходящего всех и вся Запада с новым меньшинством агрессия коего направлена на символы превосходства над Западом общности исторического характера. Кто был ничем, для Запада всем не станет. Причина в том, что в контексте социокультурного развития Запада существует тенденция угасания традиции или исчезновения преэсущественности. Для того чтобы эту тенденцию предотвратить западная цивилизация направляет все свои силы на то, чтобы эта тенденция была свойственна любому другому этнокультурному субъекту. Нанося социокультурную травму любому другому исто-

рическому противнику, Запад стремится к тому, чтобы путем культурного обмена внести раскол в социокультурную целостность за счет содержащихся в ней этнокультурных сообществ. Преимущество и утрата традиции провозглашается свойством некоего расчеловеченного исторического объекта, обреченного на распад объективно. Эта объективность заключается в том, что ценность господства для разрушаемой империи зла предпочтительнее исторической ценности лиминальности этой империи. Этнокультурные субъекты равны были в империи тем, что они были превосходящими остальных тем, что сравнения между ними не было вообще.

Когда же империя начинает сравнивать себя с Западом, то рано или поздно в ней начинает превалировать комплекс неполноценности. Он происходит именно от того, что превосходное прошлое империи не связано с восстанием масс, тогда как ею модернистское настоящее с ним связано. Закономерно то, что восстание масс вызывает затем восстание меньшинств. И то и другое происходит в результате непонимания процессов производства и воспроизводства социального идеала. Закономерности виртуального социального здесь наиболее рельефны, но сам процесс подмены или внедрения социально разрушающих идеалов для большинства людей остается непонятным. А если предположить, что без идеалов существование человека, общества и культуры невозможно, то встает вопрос о том, как осуществляется этот процесс.

Нам сегодня уже не следует рассматривать восстание масс как основную проблему социального бытия. Скорее всего, необходимо рассматривать восстание меньшинств как центральную проблему сегодняшнего виртуального пространства. Проблема идентичности здесь является ключевой по следующей причине, социальный идеал у восставшего меньшинства оказывается настолько якобы укорененным и не содержит никакого плагиата. Он настолько целостен, исторически углублен, что сомнений в том, что возродилась историческая память и этнокультурная субъектность просто не возникает.

Например, сегодняшнее положение этнокультурных сообществ в России настаивает на том, что устремившийся в модерн русский народ уничтожил свою идентичность и нанес ущерб идентичности этнокультурных меньшинств. Однако у них есть возможность восстановить свою идентичность в полном объеме путем разрушения символического обозначения величия недавнего коммунистического прошлого. Обвинены в сегодняшних бедах этнокультурных меньшинств России русские, кажущиеся вечной объектной массой, требующей ксенократического господства.

Обозначение православной этнокультурной идентичности несвободным деспотическим историческим недоразумением является давнишней философской конструкцией Запада, периодически возобновляемой,

как и всякая традиция западного характера. Ведь когда Запад починается закону, то периодически эти законы пересматриваются в угоду политической и экономической составляющим роста Западного влияния. В угоду равных возможностей и равных прав, якобы присущих всем тем, кто обладает возможностью обладать вещами-символами этого равенства. Поэтому кажущийся полноправным собратом европейцу турок стремится к тому, чтобы все тюркские народы России через него утвердили себя в том, что они такие же субъекты истории, как турецкий народ. Хотя судьба их иная, но возобновиться она стоит только поверить в модель этноархаического общества без ненавистной иерархии бездарных русских.

Для того чтобы сконструированная этноархаика состоялась необходима вина за идентичность тех, кто виновен в советском проекте, а именно русских. Советский, социалистический, русский, православный сегодня стоят в этноархаике в одном ряду. Поэтому ксенократическая элита постсоветских и новороссийских идентичностей все время хочет стать своей. Цена за это простая. Все символы присутствия русской идеи в ею разноплановом исполнении замещаются ново устроенным обычаем и законом. Сконструированная этноархаика доселе предотвращаемая тем, что обычай и закон стоят ниже идеи, сегодня утверждается отрицанием русской идеи и идеи вообще. Массами сегодня правит закон далекий от прежде консолидирующей традиции, а новоявленными этносами обычай расчеловечивающий всех, кроме моего нового этноса и Запада.

Законы социального бытия открытые любой этнокультурной субъектностью исторического характера дают ей возможность осознать тот факт, что в создании виртуальной реальности самобытные изобретенные символы играют более важную роль, чем заимствованные символы или самобытные символы, получившие новую интерпретацию в контексте коллаборации.

Поэтому социальный идеал сконструированной этноархаики не обладает духовным свойством, поскольку он построен на унижении человеческого достоинства людей иной этнокультурной идентичности. Очевидное превосходство Запада над всем человечеством в этноархаике признается универсальным законом социального бытия в предельной неприкосновенности. Западу прощаются преступления против человечества, а преступником назначается цивилизация имеющая потенциал инакомыслия в бытии, т. е. признающая этнокультурную субъектность за каждым. Только не в превосходящей форме, а в понимании того, что всякий этноцентризм по-своему создает образ мира и этот образ наиболее важен тогда, когда создается преемственно органично без некоего великого Другого, анонимно утверждающего свои идеалы мирового господства. Этно-

архаика предельно экзотична и бездуховна. Ей кажется, что символ переключаящий сознание на превосходство и сравнение является более мощным, чем символ, ведущий к самосознанию. Можно сказать, что на смену неудобной или смертоносной идентичностям приходят комфортные идентичности. Поэтому прущий на русские линии обороны современный новый укр полагает, что он неуязвим настолько для исторической ответственности, насколько неуязвим он был в истории перед уничтожением православных символов этнокультурной субъектности русского народа.

Литература

1. Шундик Н. Е. Белый шаман. URL: <https://libking.ru/books/prose-/prose-su-classics/198002-2-nikolay-shundik-belyu-haman.html#book>. (дата обращения: 26.08.2023)
2. Hobsbawm E., Ranger T. The Invention of Tradition. Cambridge : Cambridge University Press, 1992. 322 p.

УДК 316.6:159.9:327:172.15

О. П. Горбушина, *Москва*

Патриотизм у блогеров – «мягкая сила» государства

Рассмотрены факторы формирования и структура имиджа стран внутри своего государства и на международной арене; исследована динамика возрастания/убывания значения тех или иных факторов; проанализированы причины, механизмы и условия функционирования имиджей стран в индивидуальном и массовом сознании молодежи, составлена универсальная междисциплинарная модель имиджа стран. Изучен имидж страны у молодежи на иррациональном (эмоционально-аффективном) и рациональном (когнитивном) уровнях. Выявлено, что в условиях социальной реальности виртуального пространства, особенно после пандемии 2020 г. возросло влияние деятельности медийных личностей и блогеров на внутренний и международный имидж страны у молодежи. Доказывается, что такое качество как любовь к своей Родине у лидеров мнений в интернете стало современным феноменом и необходимым условием «мягкой силы» государства для формирования позитивного имиджа страны.

Ключевые слова: «мягкая сила», Soft power, патриотизм, блогер, имидж страны, государство, международные отношения.

O. P. Gorbushina, *Moscow*

Patriotism Among Bloggers is the “Soft Power” of the State

The article studies the factors of formation and structure of the image of countries within their own state and in the international arena; the dynamics of increase / decrease in the value of certain factors was studied; the reasons, mechanisms and conditions for the functioning of the images of countries in the individual and mass consciousness of young people are analyzed, a universal interdisciplinary model of the image of countries is compiled. The image of the country among young people was studied at the irrational (emotional-affective) and rational (cognitive) levels. It was revealed that in the conditions of the social reality of the virtual space, especially after the 2020 pandemic, the influence of the activities of media personalities and bloggers on the domestic and international image of the country among young people has increased. It is proved that such a quality as love for one's Motherland among opinion leaders on the Internet has become a modern phenomenon and a necessary condition for the "soft power" of the state to form a positive image of the country.

Keywords: “soft power”, “Soft power”, patriotism, blogger, country's image, state, international relations.

В настоящий момент вопрос об улучшении имиджа России в глазах мировой общественности высшим руководством нашего государства поставлен на первое место. Наука всегда откликалась на запросы общества и поставленные властью задачи, опираясь на фундаментальные исследования по проблеме.

Первое в социальной психологии исследование имиджа стран было проведено в 2002–2006 гг. Ольгой Петровной Горбушиной. Уже тогда исследуя психологические механизмы функционирования имиджа стран в индивидуальном и массовом сознании современной молодежи, автор вышла на междисциплинарный подход в изучении имиджа государств: эмпирическим путем была получена и составлена универсальная модель имиджа стран. Имидж стран был изучен в массовом сознании молодежи на иррациональном (эмоционально-аффективном) и рациональном (когнитивном) уровнях восприятия (О. П. Горбушина, 2002–2006) [2].

Позднее, в исследованиях имиджа стран 2020–2023 гг. автором был целиком применен междисциплинарный подход: исследование проводилось на стыке психологических, политических, экономических, педагогических и социальных наук. Полученные результаты могут существенно помочь сформировать позитивный имидж России как внутри страны, так и на международном уровне. Автор видит продолжение исследований в междисциплинарном контексте в команде ученых разных научных направлений [1].

Имидж страны, как феномен массового сознания, отражает современное состояние экономики, политики, населения, социальных институтов, географические и климатические параметры, особенности культуры, истории, религии, менталитета, науки и образования, медицины, спорта, развития и прогресса на двух уровнях: рациональном (когнитивном) и иррациональном (аффективном), и проявляется как в представлениях, так и в особенностях эмоциональных отношений [3].

Имидж страны, является феноменом индивидуальной, групповой и массовой психики, возникает в результате отражения социальной реальности в процессе социального познания под влиянием прямой (в результате пребывания) и(или) косвенной (передаваемой через сеть Интернет, СМИ и иных посредников) имиджформирующей информации о стране [2].

В ходе эмпирического исследования структуры и факторов формирования имиджа страны на международном уровне в представлениях молодежи 2002–2023 гг. автором был раскрыт междисциплинарный феномен научного понятия «имидж», создана универсальная модель имиджа стран. Поэтому задействование политологического термина «мягкая сила» О. П. Горбушиной в психологических исследованиях имиджа

стран, международного имиджа государств и анализа причин выборов современной российской молодежью, обусловлен междисциплинарностью полученных ею результатов [4].

Продолжение звучания темы необходимости междисциплинарного изучения имиджа страны, международного имиджа страны, государства, региона, подтвердилось в эмпирическом исследовании 2020–2023 гг. Один из выводов данного исследования, что использование имиджформирующей информации о стране на TV, в интернете, на YouTube и в медийном пространстве на международном уровне обладает впечатляющей результативностью. Потому что методы, технологии и приемы «мягкой силы» базируются на психологических знаниях о воздействии на личность и группу [3].

Инструменты «мягкой силы» во внешней политике государства наиболее ярко представлены на данный момент Азиатскими странами (Республика Корея, Китай, Япония. При чем наибольшую результативность во внешней политике использование инструментов «мягкой силы» принесло именно Южной Корее, потому что южнокорейская волна «халлю» сначала покорила Китай, затем весь мир [9].

Для измерения «мягкой силы» стали использовать количественный подход при построении рейтинга Дж. Мак Клори. Появилась категория RGMs (Rapid-growth markets soft power index – «Индекс мягкой силы быстро растущих рынков»). Согласно RGMs «мягкая сила» государства представляет собой совокупность 13 показателей: экспорт медиапродукции (музыка, фильмы, сериалы, компьютерные игры, книги); популяризация национального языка в качестве инструмента международного общения; проведение Олимпийских игр; наличие харизматичных личностей (вошедших в рейтинг 100 наиболее влиятельных людей мира); наличие наиболее влиятельных бизнес-компаний (вошедших в журнал Fortune); уровень коррумпированности и насилия в стране; уровень свободы в государстве (Freedom index); степень электорального участия граждан; ситуация в окружающей среде (уровень выделения в атмосферу углеродного газа); рост числа иммигрантов; уровень туристического сектора; мировой университетский рейтинг; свободное владение английским языком как условие интеграции в глобальную мировую систему [9].

Исследование причин популяризации всего южнокорейского на международном уровне, проведенное О. П. Горбушиной с 2020 по 2023 г. выявило два основных фактора повлиявших на успешность использования «мягкой силы» Южной Кореей:

1. Полная поддержка государства, точнее внешняя политика государства в 90-е гг. специально было сориентирована на продвижение именно через использование инструментов «мягкой силы».

2. Основная база любого внешнеполитического действия – это психологические знания [4–7].

Так как имидж стран в массовом сознании молодежи функционирует на иррациональном (эмоционально-аффективном) и рациональном (когнитивном) уровнях восприятия, то в исследовании 2020–2023 гг. О. П. Горбушиной было выявлено возрастание значения иррационального уровня (эмоционально аффективного) восприятия имиджа стран. Современная молодежь безоценочно «заглатывает» имиджформирующую информацию о стране, особенно той, которая наиболее желанна и интересна, от лидеров мнений в интернете. Медийные личности (актеры, певцы), инфлюэнсеры и блогеры, особенно ютуберы, рассказывая о стране дают эмоциональные яркоокрашенные впечатления о стране, ее жителях, еде, напитках, культуре, традициях, особенностях отношений в семье – все это формирует имидж страны.

Когда поступающая информация о стране однотипна, как, например, у лидеров мнений и медийных личностей Южной Кореи: всем нравятся рамен и кимчи, одинаковые стереотипы поведения в межполовых отношениях (транслируются романтические и заботливые) и т. д., то у воспринимающего информацию человека срабатывают психологические механизмы «заражения» и «повторения», что успешно сказывается на формировании положительного имиджа стран в целом [7; 8].

Надо отметить, что как раз южнокорейские медийные личности и блогеры все высказываются о своей стране, как истинные патриоты, которые любят товары, еду, одежду, отдых и т. д. Исключительно в своей стране. Даже когда мы понимаем, что тот или иной актер предпочитает отдыхать в США, на интервью он обязательно подчеркнет красоту и отличный отдых на Чеджу (южнокорейский остров).

Известно, что южнокорейское правительство вкладывает много ресурсов в программы обучения и воспитания будущих медийных личностей, а также поддерживает уже популярных исполнителей и ютуберов. Поэтому, возможно, такой патриотизм к своей стране у южнокорейских имиджформирующих агентов не только воспитывается при обучении, но и заложен в контракты.

Выводы

1. Наибольшей результативностью деятельность медийных личностей, лидеров мнений и блогеров, на примере развития Южной Кореи, стала возможным благодаря однотипности поступающей о Корее информации. Так как вся деятельность медийных личностей на международном уровне соответствовала государственной программе.

2. Обучение компетенциям, навыкам и знаниям будущих и существующих блогеров и инфлюэнсеров имеет для страны смысл только при

воспитании и развитии у медийных личностей патриотических чувств и высокой духовно-нравственной ответственности перед своей страной.

3. Для реализации этих целей мы предлагаем разработать программы для развития знаний, умений и навыков у современной молодежи по созданию и формированию имиджформирующей информации в медиапространстве. При этом важно, чтобы воспитание и образование будущих лидеров мнений в интернете, медийных личностей, медиаперсон, инфлюэнсеров и блогеров было основано на духовно-нравственных ценностях народов России.

Литература

1. Системный подход к организации работы с молодежью / И. В. Волосков, А. В. Ткаченко, О. П. Горбушина, С. В. Кондратьев, В. Г. Суковатый // International scientific-practical congress "Mind technologies: Step to the future": Materials of proceedings of the International Scientific and Practical Congress. 2018. С. 10–13.
2. Горбушина О. П. Имидж России и зарубежных стран : монография 2005. М. : ПКЦ Альтекс, 2005. 188 с.
3. Горбушина О. П. Имидж страны: структура и факторы формирования // Журнал прикладной психологии. 2006. № 2. С. 26–32.
4. Горбушина О. П. Динамика восприятия международного имиджа зарубежных стран российской молодежью: результаты эмпирических исследований 2002–2023 годов // Мир науки. Педагогика и психология. 2023. Т 11, № 3. <https://doi.org/10.15862/66PSMN323>
5. Горбушина О. П. Методика развития ценностно-нравственной сферы учащихся через использование притч и метафор на уроках «Основы православной культуры» курса ОРКСЭ // Актуальные вопросы изучения мировой культуры в контексте диалога цивилизаций: Россия – Запад – Восток : материалы междунар. науч.-практ. конф. 2016. С. 106–112.
6. Горбушина О. П. Православные духовные ценности в притчах, баснях и метафорах в предметной области основы духовно-нравственной культуры народов России (ОДНКНР) // Православие и русская литература : сб. науч. ст. 2016. С. 367–372.
7. Горбушина О. П. Стратегия реализации целей пространственного маркетинга путем формирования позитивного имиджа территории // Современные тенденции, проблемы и пути развития физической культуры, спорта, туризма и гостеприимства : сб. материалов XVI Междунар. науч.-практ. конф. М., 2022. С. 230–235.
8. Ефанова Е. В. Инструменты «мягкой силы» во внешней политике государства // Вестник РУДН. Серия: Политология. 2018. № 3. С. 417–426.
9. Русакова О. Ф. Soft power как стратегический ресурс и инструмент формирования государственного бренда: опыт стран Азии // Известия Уральского федерального университета. Серия 3. Общественные науки. 2013. № 3 (118). С. 52–61.

УДК 316.4.051

Р. В. Иванов, *Иркутск*

Виртуализация современного уровня патриотизма в обществе

Статья посвящена анализу рисков имитации в процессе искусственного стимулирования патриотизма в России. Акцент сделан на видеопроекты, оказывающие влияние на формирование патриотизма, посредством виртуальных видео сюжетов, посвященных отдельным периодам истории России, которые привлекают внимание молодежи.

Ключевые слова: виртуализация, консолидация, патриотизм, имитация, противоречия, искусственное стимулирование, пропаганда.

R. V. Ivanov, *Irkutsk*

Virtualization of the Modern Level of Patriotism in Society

The article is devoted to the analysis of the risks of imitation in the process of artificial stimulation of patriotism in Russia. The emphasis is placed on video projects that influence the formation of patriotism through virtual video stories dedicated to certain periods of the history of Russia, which attract the attention of young people.

Keywords: virtualization, consolidation, patriotism, imitation, contradictions, artificial stimulation, propaganda.

Весьма актуальными являются попытки государственной власти в России использовать опыт социальной поддержки населения, основанный на заимствовании западных технологий из Европы и США, что в свою очередь не приведет к значительным результатам, связанным с укреплением социальной стабильности и предотвращением протестных движений.

Имитация патриотизма, как отмечает исследователь Ж. Т. Тоценко, стала характерной особенностью общественной жизни в России, «о чем свидетельствуют многочисленные эмпирические данные, отражающие такие негативные тенденции и явления в российском обществе, как ощущение гражданами страны несправедливости происходящего вокруг...» [5, с. 315]. Таким образом, искусственное извлечение негативной коммуникативной информации негативно влияет на настроение и самопознание молодых людей. Формы и условия должны регулироваться, чтобы информировать население о возможностях развития процессов и условий в обществе. Поскольку уровень развития общества и государственных систем в России просто не может одновременно и устойчиво повышаться экономически, политически и социально.

В работах автора [6] о коллег [7–10] отражается противоречивость визуальных образов патриотизма в отечественном кинематографе. Высокое эмоциональное содержание видеоматериалов на исторические темы и эстетическая ориентация направленно воздействуют на мировоззрение молодого человека. Любовь к Родине становится не только желанием

узнать о ней больше, но и настоящим глубоким чувством, когда выражается необходимость работать на благо Родины и заботиться о ее богатстве [1, с. 687–690].

С точки зрения президента, предоставление механизмов прозрачности власти должно способствовать увеличению авторитета государственной власти. Если рассматривать речи президента в Федеральном Собрании, то личное участие президента во всех важных публичных мероприятиях в течение календарного года (праздники, форумы, официальные ежегодные мероприятия) считается эффективным механизмом повышения уровня прозрачности правительства, что стало наиболее популярным механизмом демонстрации прозрачности правительства с 2015 г.

В своем диссертационном исследовании, посвященном рискам имитации современного патриотизма, социолог С. П. Куликов еще в 2016 г. говорит об опасности нарастания противоречий в процессе формирования патриотизма у молодых поколений в формате, когда патриотизм: «...конструируется под влиянием мощной пропаганды со стороны государственных СМИ» [3, с. 4]. Следует отметить, что с 2016 г. роль, сила и мощь пропаганды в стране выросла в разы.

За период с 2016 по 2023 г. происходит целенаправленное искусственное стимулирование роста патриотических настроений в стране посредством кинопроектов на военные темы, сериалов, мини-сериалов, массовых мероприятий на патриотические темы, создания патриотических клубов и организаций. Посредством данных и подобных им каналов влияния выстраивается устойчивая параллель между опасностью захвата нацистами территории СССР в 1941 г. и опасностью распространения нацизма на территории Российской Федерации после 2022 г.

Видеопроекты, приуроченные к юбилейным датам побед в войнах, выходят ежегодно, однако они не несут системного и длительного эффекта консолидации, не создают в сознании людей и в обществе в целом основ и символов для дальнейшего сплочения. Основная функция таких проектов ситуативна, а наблюдаемый консолидационный эффект после начала конфликта на Востоке Украины в формате гражданской войны в 2014 г. и после перехода на новый этап с февраля 2022 г., как отмечает социолог С. П. Куликов: «является ситуативным по своей природе и не позволяет говорить о тенденциях реального единения российского общества, по многим параметрам и проявлениям остающегося разобщенным, деконсолидированным и не способным к самоорганизации для решения остро стоящих перед обществом проблем» [3, с. 4].

Деконсолидированность общества усугубляется отменой праздничных шествий и патриотических парадов в период пандемии в 2020–2021 гг. и официальным отказом в мае 2023 г. от акции «Бессмертный

полк» в формате общих многолюдных шествий имели негативное значение и продолжают разделять и негативно настраивать общество. Устойчивые традиции и обряды в конкретном, неизменном формате имеют важное и ключевое значение для воспитания преемственности среди следующих поколений.

Для детей и юношества важно знать, понимать и запоминать устойчивые, конкретные и неизменные образы повседневного проявления патриотизма в процессе проведения праздников, привязанных к сюжетам побед и поражений народа в прошлом. Элементы условности и относительности здесь недопустимы, изменение форматов проведения массовых праздников в дни памяти о войнах, памятных дат, посвященных дням России, образам и символам борьбы в прошлом не способствует развитию патриотического сознания.

Можно также сделать вывод, что возрастают и множатся экономические меры по искусственному поощрению и развитию государственного патриотизма. «За последние пять лет на патриотическое воспитание молодежи из казны ушло свыше 73 млрд руб. С каждым годом эти расходы растут: так, в 2016 г. бюджет федеральных программ по данной тематике составлял 280 млн руб., а в 2020 – уже 11,3 млрд, т. е. в 40 раз больше» [2].

Национальные проекты, посвященные проблемам развития патриотизма, направлены на решение задачи по консолидации молодых поколений посредством комплекса патриотических мероприятий: «На проект “Патриотическое воспитание” в 2022 г. планировали выделить 5 млрд руб., но потратили более 11 млрд. Средства пошли, например, на закупку государственной символики для школ, где теперь проходят церемонии поднятия флага» [4]. Сохранение статус-кво политического режима страны является важным компонентом функционирования самой структуры власти, поскольку оборонительная ориентация русской патриотической идеи является его основной задачей.

Литература

1. Екимова А. В. Исследование патриотизма современной молодежи // Академическая публицистика. 2021. № 4. С. 687–690.
2. Заставим родину любить: кто и как осваивает миллиарды на воспитании патриотов. URL: <https://pasm.ru/archive/301718/> (дата обращения: 29.08.2023).
3. Куликов С. П. Патриотизм в российском обществе: поколенческая специфика, стратегии регенерации и риски имитации : автореф. дис. ... канд. социол. наук. Ростов н/Д, 2016. 40 с.
4. Пашкова Л. Траты на патриотическое воспитание в России в два раза превысили план // РБК. URL: <https://www.rbc.ru/politics/23/08/2023/64e576329a794785552f9975> (дата обращения: 29.08.2023).
5. Тощенко Ж. Т. Фантомы российского общества. М. : Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2015. 668 с.

6. Иванов Р. В., Полошкевич О. А. Патриотизм и идентичность в современных российских фильмах // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Политология. Религиоведение. 2016. Т. 18. С. 44–55.
7. Полошкевич О. А. Стратегии социального развития: особенности российских фильмов // Глобальные вызовы и региональное развитие в зеркале социологических измерений : материалы науч.-практ. интернет-конф. / Ин-т соц.-экон. развития территорий РАН. М., 2016. С. 191–194.
8. Полошкевич О. А. Духовная безопасность или провокация: анализ современных патриотических фильмов // Социальные проблемы и безопасность российских регионов : материалы Второго Байкал. науч. социол. симп. Иркутск, 2015. С. 259–266.
9. Полошкевич О. А. Духовно-идеологические основы формирования мировоззрения через патриотический кинематограф // Гуманитарное знание и духовная безопасность : сб. материалов IX Междунар. науч.-практ. конф. Махачкала, 2022. С. 278–282.
10. Полошкевич О. А. Новая идентичность в современном патриотическом кинематографе // Гуманитарный вектор. 2022. Т. 17, № 2. С. 192–202.

УДК 316.36

С. В. Малых, *Иркутск*

Особенности протестных и экстремистских направлений трансформации национальной идентичности среди молодежи

Рассматриваются вопросы национальной идентичности, формирования идеологической политики в сфере развития патриотизма. Обосновывается необходимость социального моделирования процессов трансформации национальной идентичности среди молодежи. Показываются перспективы социального моделирования в данной сфере. Показывается проблемная составляющая в реализации протестных и экстремистских направлений изменения национальной идентичности молодежи и путей профилактики данных состояний и процессов на территории Российской Федерации.

Ключевые слова: национальная идентичность, патриотизм, молодежь, протестные направления, экстремистские направления.

S. V. Malykh, *Irkutsk*

Features of Protest and Extremist Trends in the Transformation of National Identity among Young People

The article deals with the issues of national identity, the formation of ideological policy in the development of patriotism. The necessity of social modeling of the processes of transformation of national identity among young people is substantiated. The prospects of social modeling in this area are shown. The problematic component in the implementation of protest and extremist directions for changing the national identity of young people and ways to prevent these conditions and processes on the territory of the Russian Federation is shown.

Keywords: national identity, patriotism, youth, protest movements, extremist movements.

Развитие патриотического сознания в отдельной возрастной и социальной группе молодежи в возрасте от 14 до 30 лет имеет свои особенности. В современной России радикальные идеи все больше укореняются в сознании молодого человека и могут способствовать незаконным действиям: от покраски стен домов радикальными лозунгами до действий против людей разных вероисповеданий и национальностей, негативного

отношения к представителям любой социальной группы (инвалидам, ветеранам, инвалидам с нетрадиционной сексуальной ориентацией), участию в погромах и других преступлениях против этих групп. Количество этих групп увеличилось в реальных условиях и в виртуальных местах.

Вопросы воздействия на общественное сознание через СМИ и другие источники информации, способные активизировать процессы иррациональных состояний отражены в исследованиях Р. Г. Ардашева [1–5] и О. А. Кармадонова [14], патриотические особенности социального взаимодействия через фильмы и в целом инфосреду отражены в работах О. А. Полюшкевич [16–19], а также особенности реализации идей патриотизма в просоциальных практиках отдельных категорий молодежи [20], особенности патриотических изменений за последние десятилетия рассмотрены в более ранних работах автора [6–13] и С. В. Малых [15], особенности экономического патриотизма отражены в работах В. А. Скуденкова [21; 22] и др.

Сегодня возникают все новые и новые формы экстремистской деятельности: недовольство политикой, межэтнические отношения, которые определенные группы людей могут привести к незаконным и незаконным экстремистским формам.

Рекрутирование молодого поколения в экстремистскую среду обусловлено несколькими обстоятельствами. Во-первых, рядом особых психофизических качеств юношества, среди которых неустойчивая психика, недостаточность жизненного опыта, неадекватное отражение реальности, а также норм и ценностей.

Во-вторых, толчком молодежи к экстремизму являются социально-политические условия: трудности осуществления социальной мобильности, социально-политическая незащищенность, а также неустойчивое экономическое положение. Вопреки неомарксистской теории о том, что именно молодежь в будущем станет движущей силой антикапиталистической революции. в современной России именно юное поколение наилучшим образом адаптировалось к существующей социально-экономической модели. Молодежь, что называется, нашла себя. Однако вместе с адаптацией молодежь впитала и системную идеологию потребительского общества: жизнь в кредит, шопинг, комфортный быт и отдых. Такая идеология космополитична по своей основе [8].

Как уже упоминалось, благодаря мобильности и классификации молодых людей они могут участвовать в экстремистских мероприятиях различных организаций (предвыборная деятельность, флэш-моб и другие действия против каждого решения) и отдельных мероприятиях (керченские мероприятия). В результате молодежь доминирует среди экстремистов. С 1890-х гг. в России начали появляться неформальные молодежные

организации, выступавшие против политических режимов, экологических и социальных процессов, экономических реформ и т. д.

Проблема экстремизма не только теоретическая, но и направлена на полицейскую деятельность молодежи, социальную работу с молодыми людьми и законодательную реформу по предотвращению экстремизма. В результате важность проблемы экстремизма молодежи возрастает.

Мы наблюдаем повышенную сплоченность среди групп населения, которые не участвуют напрямую в террористических операциях, в то время как они имеют долгосрочные травматические последствия, которые вызывают изменения в их поведенческом отношении и жизненном направлении, усиливая чувство вины. Негативный коллективный опыт приводит к солидарности групп как на положительной, так и на отрицательной основе, что позволяет переживать этот опыт вместе или создавать негативную коллективную идентичность, которая будет препятствовать социальному развитию на эмоциональном и поведенческом уровнях.

Результаты сравнительного анализа данных показали, что мужчины воспринимают феномен массового насилия и его последующее осуждение в интернете как страх, депрессию, и это поощряет активные действия, например массовое насилие. Уровень восприимчивости к внешним воздействиям у мужчин более выражен, поэтому они более склонны к активным действиям в ответ на массовое насилие. Дополнительные проявления самоконтроля и продемонстрируют их возможную социальную деятельность, включая линчевание и другие необычные формы регулирования их чувства безопасности и ответственности перед близкими.

Страх – это единый эмоциональный фон для всех поколений. Это само по себе служит сигналом тревоги для последующего социального воспроизводства, поскольку способствует более негативной оценке настоящего и будущего человека, недоверию к себе и окружающим его людям, недоверию к властям и другим социальным институтам, что порождает нигилизм и пессимизм. Но очевидно, что молодые люди по-прежнему активны, обладают сочувствием и апатией. Активность может вызвать социальные волнения.

На наш взгляд, сочетание сочувствия и апатии не является противоречием, поскольку сочувствие актуально для более чуткой группы молодых людей, а апатия социально пассивна или изолирована от общества. Представители старшего поколения имеют повышенный уровень депрессии и тревоги, что позволяет им объединяться больше.

Видимо, условия социального опыта и социализации позволяют представителям разных поколений по-разному воспринимать кризисную ситуацию и адаптироваться к ней. Работа социально-психологических

служб и правоохранительных органов должна учитывать эти особенности, чтобы более эффективно работать с участниками терактов, их родственниками и всеми теми, кто обращается за помощью, чтобы выжить в этих процессах более оптимально.

Очевидно, что тревожные и депрессивные симптомы могут подталкивать молодых людей к активным внешним действиям, а также часто принимают форму деструктивных проявлений страха (поджоги, погромы, личное возмездие). В обществе присутствует инфекция коллективной истерии. Пожилые люди обеспокоены этим еще больше, но в то же время это позволяет им найти больше точек солидарности и поддержки в социальных группах и целых городах.

Отсутствие политических, экономических и культурных потребностей у представителей нового экстремистского движения свидетельствует о полном отказе от всех законов человеческого общества. Чтобы нанести как можно больше травм и вселить страх в окружающих, виновники нападения хотели застрелить всех, кто встречался возле учебных заведений и внутри здания.

Массовые расстрелы и взрывы в школах, колледжах и университетах в период с 2018 по 2021 г. следует рассматривать как альтернативную форму терроризма, которая не соответствует существующей форме международного терроризма. Террористический акт в Керчи в 2018 г. стал вехой для всех россиян, что способствовало появлению новых форм общественного сознания-страха, тревоги, депрессии и т. д. Результаты сравнительного анализа данных показывают, что мужчины воспринимают феномен массового насилия и его последующее обсуждение в интернете как тревогу и депрессию, поощряя активные действия, в то время как женщины испытывают беспокойство

Современные исследователи связывают экстремизм с различными социальными проблемами: отчуждением определенных групп населения, ростом бедности, социальными потерями, социальной нестабильностью. В настоящее время можно выделить следующие формы террористической деятельности:

- 1) уголовный терроризм. Он включает хорошо организованные вооруженные формирования (включая международные и местные компании);
- 2) националистический терроризм сепаратистских сил, направленный на блокирование деятельности федеральных властей и достижение политической и экономической изоляции;
- 3) воздушный терроризм, совершенный угонщиками путем захвата заложников в обмен на деньги, оружие, наркотики и рейсы в другие страны;

4) международный терроризм, в основном связанный с убийствами представителей иностранных государств с целью спровоцировать войну или международные трудности;

5) терроризм по политическим причинам-убийство государственных и общественных деятелей, представителей властей, совершение взрывов.

Российские социальные движения на пути перемен сопровождаются ростом угрозы террористов и экстремистов из разных источников. Следует отметить, что после террористических атак на учебные заведения в Благовещенске, Казани и Перми в 2019–2021 гг. уровень угрозы изменился с 2018 г., а государственные учебные заведения в периферийных регионах стали объектом первичной угрозы.

Основываясь на анализе терактов в этих городах, можно четко определить, что эти явления являются системными и не ограничиваются географией и связаны с новыми формами террористической деятельности, направленными на увеличение сложности угроз в образовательной сфере. Среди молодежи важно учиться и регулировать не только экстремизм, но и экстремизм и экстремальные действия. Молодые люди получают информацию о экстремистах из средств массовой информации и активно обсуждают экстремистские действия, что является четкой оценкой. Не всей информации доверяют молодые люди, но это не значит, что никакого эффекта не произойдет. Искусственное внедрение негативных процессов в общение негативно сказывается на настроении и самобытности молодых людей.

Следует отметить, что в отличие от популярных форм международного терроризма, современные теракты направлены на уничтожение страха и опасности в обществе, этой целью может быть представитель любого возраста или социальной группы населения страны. Превращение учебных заведений в объекты постоянной угрозы неминуемых терактов приводит к снижению уровня и качества образовательных услуг, формируется комплекс повседневных страхов.

Правомерно рассматривать террористические атаки 2018–2021 гг. как проявления независимой формы международного терроризма, направленного против учебных заведений в этот период. Учитывая возраст участников нападения, обозначение составляет 16–19 лет, не выбирается случайным образом с учетом интересов этой возрастной группы.

Вопрос в том, кто делает такие рекомендации и направляет агрессию молодежи в образовании. На наш взгляд, первоначальная инициатива не может быть отнесена к индивидуальным потребностям и недовольству каждого участника – это не односторонние, систематические, подготовленные, структурированные, подготовленные и преднамеренные крайние

атаки с ожиданием определенных результатов и реакции государственных и социальных властей.

Поиск и изучение личных причин в каждом отдельном случае не позволяет установить связи между терактами в разных регионах России. Каждый отдельный случай связан с индивидуальным мотивом, таким как месть, агрессия, отчаяние, что не позволяет нам рассматривать все террористические атаки как часть единого процесса, организованного и контролируемого удаленно с помощью современных коммуникаций и социальных сетей. Поэтому мы должны быть готовы изменить точку отсчета векторных и террористических объектов в будущем, которые могут быть местами, где молодые люди собираются на каждой центральной площади, площади, районе и региональном центре во время праздников.

Среди молодежи важно изучать и контролировать не только экстремизм, но и экстремистские взгляды и экстремистские действия. Первые представляют собой потенциальную угрозу (они внедряют радикальные идеи в сознание молодого человека, но без активной деятельности экстремистов) и могут быть изменены и локализованы превентивной работой, последние требуют более радикальных мер и обширной работы со стороны властей и правоохранительных органов, поскольку они могут предпринять реальные действия против кого-то и причинить вред человеку или группе людей по разным причинам (этническая принадлежность, вера в социальное и политическое участие и т. д.).

В основном это зависит от экономического благополучия, уровня экономических претензий, состояния социальной солидарности и сочувствия, особенностей региона, социального договора, духа патриотизма и социального участия в различных обществах современной молодежи. Это связано с искусственным введением информации о количестве насилия в различных средствах массовой информации, что может усилить панику и негативное настроение среди различных социальных групп и увеличить потенциальную угрозу создания и участия экстремистских групп различных групп населения, включая молодежь. В рамках следующей годовщины рассматривается политический экстремизм – политические убийства, приведшие к Первой мировой войне (убийство эрцгерцога Фердинанда), репрессии в нескольких странах под властью диктатора (Муссолини, Салазар и др.).

Кроме того, все молодые люди относятся ко всем народам одинаково. И они также получают от СМИ о свойствах других культур, личностей и людей, которые являются представителями разных вероисповеданий и культур, представителями деятельности общественно-политических организаций и объектов. Молодые люди не любят представителей

других религий, а некоторые проявляют интерес к общению с представителями других религий, основанному на расширении кругозора и восприятия других людей.

Важнейшей проблемой современной политологии и социологии является поиск универсальных средств от экстремистов в целом и объединение экстремистских сил против системы, в частности. Одним из таких направлений деятельности является работа политического пространства поддерживающих правительство молодежных организаций. Идеологической основой такой деятельности является патриотизм, который является основой для определения этих молодежных ассоциаций не только как правительства, но и как патриотизма.

Среди основных методов борьбы с молодежным экстремизмом со стороны патриотических молодежных ассоциаций следует упомянуть: профилактическая работа молодежи посредством пропаганды патриотизма, интернационализма и дружбы; вербовка представителей экстремистских субкультур и последующих организаций перевоспитания, лояльных правительству в рядах молодежных организаций; создание собственных спойлерных проектов, в которых будет участвовать радикальная молодежь, минуя экстремистское сообщество; профилактическая работа по борьбе с экстремизмом в интернете.

Самый популярный метод работы патриотических молодежных обществ по подавлению экстремизма среди молодежи – распространять среди молодежи идеи патриотизма, терпимости, межэтнической дружбы и лояльности властям. Первой патриотической молодежной организацией, решившей мобилизовать радикально настроенную молодежь, была молодежная ассоциация наши.

Помимо скинхедов, футбольные фанаты были активны в рядах организации и часто подвергались резкой критике со стороны оппозиции. Как правило, молодые люди часто участвовали в спортивных проектах, связанных с организацией спортивных соревнований и проведением уличных мероприятий, а также в общественных командах, помогающих правоохранительным органам. Посредством таких проектов патриотические молодежные ассоциации стремились направить агрессию молодежи к спорту и общественно полезной деятельности. Несмотря на обвинения правительственных патриотических молодежных ассоциаций в членстве представителей радикальных и экстремистских молодежных субкультур в их составе, ни одна из этих молодых людей, вступивших в НПО, не заметила экстремистских событий.

Среди методов борьбы с молодежным экстремизмом со стороны патриотических молодежных ассоциаций наиболее расплывчатым (с

точки зрения средств и последствий) следует назвать создание спойлерных проектов. Проправительственные молодежные организации были вынуждены привлекать таких молодых людей в свои ряды, чтобы не присоединяться к экстремистским субкультурным группам и массовым ассоциациям крайне правой экстремистской оппозиции (ныне запрещенной «Славянский союз», «Движение против нелегальной иммиграции»).

Экстремальные преступления, совершенные молодыми агентами, сократились в 2010-х гг. Власти и представители организаций, лояльных им, больше не сталкивались с необходимостью проводить спойлерные проекты, которые на практике несколько снизили уровень экстремизма среди молодежи, но также привели к серьезным потерям в обучении представителей патриотических молодежных организаций и самого правительства.

Последней областью работы (на сегодняшний день) патриотической молодежной коалиции против молодежного экстремизма была ее работа в глобальном интернете. Эта деятельность в настоящее время осуществляется только в 2013 г. Молодой гвардией. Суть проекта Молодой гвардии в том, что молодые охранники ищут в интернете незаконную информацию, которая затем отправляется в Федеральную службу мониторинга коммуникаций, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Электронные ресурсы блокируются организацией, когда это доказывает нарушение закона. Кроме того, благодаря инициативе Молодой Гвардии был принят закон о предварительной блокировке экстремистских ресурсов, что снизило уровень экстремизма в российском секторе интернета.

Одним из способов уменьшить экстремистскую активность молодежи может быть патриотическое и патриотическое поведение, сочетающее любовь к нации с уважением к другим народам, живущим в нашей стране. Только в этом случае мы обратимся к цветной революции, которая, как видно из политического процесса на постсоветском пространстве, ведет только к хаосу, анархии и разрушению страны. Реализация государственной программы патриотического образования граждан Российской Федерации может послужить поводом для предотвращения распространения экстремизма в России, но методы и методы осуществления патриотической деятельности должны быть уместны во времени и обстоятельствах.

В России в период, связанный с ухудшением социально-политической ситуации в российском обществе, молодежь была движущей силой процесса реагирования на решения государственных органов, так называемой лакмусовой бумаги. Говоря о характере и уровне патриотизма современного мировоззрения молодежи, следует отметить, что большинство молодых людей довольно пассивны и не готовы бороться за свои

права в общественно-политических организациях. Они не хотят нарушать закон, но не хотят активно защищать свои интересы.

Из общепринятых методов политической борьбы всех молодых людей учили словесным и юридическим методам борьбы. Это указывает на установленную систему их ценностей и мировоззрений. Несмотря на некоторое развитие экстремистских взглядов на страницах СМИ, это все еще остается проблемой в столице и национальной республике.

Религиозный экстремизм наиболее заметен. Очевидно, что школа не справляется с патриотическим образованием, а вера в страну низкая. Молодые люди не испытывают негативных чувств к представителям любой национальности или религии, а в некоторых случаях испытывают апатию. Однако действия экстремистов активно обсуждаются в СМИ, что является четкой оценкой.

Литература

1. Ардашев Р. Г. Феноменология рационального и иррационального мышления // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. 2021. Т. 21, № 2. С. 120–124.
2. Ардашев Р. Г. Аффект через призму общественных настроений // Проблема соотношения естественного и социального в обществе и человеке. 2021. № 12. С. 85–90.
3. Ардашев Р. Г. Воздействие СМИ на иррациональность общественного сознания // Социология. 2021. № 3. С. 53–61.
4. Ардашев Р. Г. Иррациональность общественного сознания россиян : монография. М. : РГСУ, 2021. 184 с.
5. Ардашев Р. Г. Особенности сознания россиян: стратегии восприятия будущего // Социология. 2021. № 2. С. 60–67.
6. Иванов Р. В. Изменение смыслов патриотизма в молодежной среде (2010 и 2017 гг.) // Социология. 2018. № 2. С. 108–112.
7. Иванов Р. В. Качество патриотизма в современной России // Социология. 2019. № 4. С. 21–26.
8. Иванов Р. В. Толерантность, патриотизм и социальное неравенство // Социология. 2018. № 4. С. 20–22.
9. Иванов Р. В., Полюшкевич О. А. Патриотизм и идентичность в современных российских фильмах // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Политология. Религиоведение. 2016. Т. 18. С. 44–55.
10. Иванов Р. В. Основы и основания трансформации современного патриотизма // Социология. 2023. № 3. С. 17–27.
11. Иванов Р. В. Патриотическое сознание современной молодежи // Социология. 2023. № 1. С. 21–28.
12. Иванов Р. В. Трансформация идентичности в процессе социализации молодежи // Alma Mater (Вестник высшей школы). 2022. № 8. С. 38–42.
13. Иванов Р. В. Условия противодействия экстремизму в молодежной среде: результаты регионального исследования // Социология. 2020. № 1. С. 301–311.
14. Кармадонов О. А., Ардашев Р. Г. Социальное бессознательное как условие и фактор социальной конъюнкции // Nomothetika: Философия. Социология. Право. 2021. Т. 46, № 3. С. 605–609.
15. Малых С. В. Культура патриотизма в университетской среде // Междисциплинарные ресурсы экономической психологии в формировании этнорегиональной идентичности и позитивного образа малой родины : материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием / отв. ред. А. Д. Карнышев, В. А. Решетников. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2019. С. 472–476.

16. Полошкевич О. А. Новая идентичность в современном патриотическом кинематографе // Гуманитарный вектор. 2022. Т. 17, № 2. С. 192–202.

17. Полошкевич О. А. Духовная безопасность или провокация: анализ современных патриотических фильмов // Социальные проблемы и безопасность российских регионов : материалы Второго Байкал. науч. социол. симп. Иркутск : ИГУ, 2015. С. 259–266.

18. Полошкевич О. А. Патриотизм как форма просоциального поведения // Телекоммуникационные технологии: Актуализация и решение проблем подготовки высококвалифицированных кадров в современных условиях. Хабаровск : ХГУКИ, 2020. С. 1037–1044.

19. Полошкевич О. А. Экономический патриотизм в процессах социокультурной солидарности жителей Иркутской области // Социокультурная динамика Иркутской области в XX – начале XXI века : материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2017. С. 112–114.

20. Полошкевич О. А., Иванов Р. В. Просоциальные практики в спортивной деятельности // Теория и практика физической культуры. 2023. № 2. С. 50.

21. Скуденков В. А. Экономические притязания в структуре патриотизма студенческой молодежи // Alma mater (Вестник высшей школы). 2018. № 2. С. 82–84.

22. Скуденков В. А. Экономический патриотизм и социальные притязания молодежи // Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы, перспективы : материалы IV Всерос. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2018. С. 48–53.

УДК 347.43

Е. В. Палащенко, *Иркутск*

Визуальные образы несоблюдения налогового режима и неуплаты налогов в медийном пространстве российского общества

В статье показываются виртуальные образы визуального содержания, отражающие стратегии несоблюдения налогового режима и неуплаты налогов в современном российском обществе. Анализируются оценки данных явлений, влияющие на формирование общественного мнения. Приводятся результаты качественного исследования виртуального пространства на предмет неуплаты налогов и несоблюдения налогового режима.

Ключевые слова: налоговый режим, неуплата налогов, социальные процессы, виртуальное пространство, общественное мнение.

E. V. Palaschenko, *Irkutsk*

Visual Images of Non-Compliance with the tax Regime and Non-Payment of Taxes in the Media Space of Russian Society

The article shows virtual images of visual content, reflecting the strategies of non-compliance with the tax regime and non-payment of taxes in modern Russian society. The assessments of these phenomena that influence the formation of public opinion are analyzed. The results of a qualitative study of the virtual space for non-payment of taxes and non-compliance with the tax regime are presented.

Keywords: tax regime, tax evasion, social processes, virtual space, public opinion.

Несоблюдение налогового режима и неуплата налогов может быть рассмотрено как сфера формирования новых стандартов поведения. Если соблюдение закона (а уплата налогов и соблюдение налогового режима

предписана именно им) нарушается, и более того, воспринимается как нечто само собой разумеющееся, то мы можем говорить об ослаблении социального режима и необходимости внедрения новых технологий контроля и мотивации граждан *«платить налоги и жить спокойно»*¹.

Неуплата налогов – это серьезный процесс нарушения социальных коммуникаций, который ведет к ухудшению жизни общества в целом. Поэтому, ответственность по оплате налогов должна быть на каждом гражданине как единая форма осуществления его социальной функции. Почему данный вопрос принципиально важен для общества и для рядовых граждан страны мы рассматривали в своих более ранних работах [4–8], но обобщить выводы можно следующим. Р. Г. Ардашевым [1–3] делается акцент на иррациональности мышления современников, где неуплата налогов становится одним из показателей субъективных переживаний и вовлеченности в какие-то незаконные практики. О. А. Полюшкевич [9; 10] акцентирует внимание на норму и ее отклонение как способы адаптации к новым условиям и различные инструменты социального моделирования через соблюдение или не соблюдение законов. В. А. Скуденковым прослеживается трансформация экономических притязаний и налоговых выплат в современных условиях виртуализации мира [11–14].

Во-первых, неуплата налогов может привести к сокращению бюджетных средств, необходимых для решения важных социальных задач, таких как образование, здравоохранение, инфраструктура и т. д. Это может серьезно повлиять на жизнь людей и ухудшить их благосостояние.

Во-вторых, неуплата налогов может привести к неравенству в обществе. Те, кто не платят налоги, получают преимущества перед теми, кто платит налоги, и это может привести к усилению неравенства и разрыва между общественными слоями.

В-третьих, нарушение налогового режима и неуплата налогов также могут приводить к недоверию в обществе и отсутствию ответственности перед государством и к обществу. Такие действия могут нарушать принятый в обществе договор и утвержденный в социальных коммуникациях этический и нравственный кодекс.

Виртуальное пространство лишь гипертрофирует те области и сферы жизни, что наиболее неоднозначно проявляются и требуют особого внимания. В нашем анализе виртуальных образов неуплаты налогов и несоблюдения налогового режима приняло участие 3765 видео и фотографий. Анализ осуществлялся через программу Atlas.ti.

Анализ материалов исследования позволил выявить следующие смыслы.

¹ Фраза из социальной рекламы конца 90-х гг. XX в.: *Заплати налоги и спи спокойно.*

Недоверие правительству из-за несправедливости распределения налоговых средств. В информационных материалах сети интернет это отражалось через то, что с бедных последнее забирают, а богатые уходят от любых налогов. Результатом этого может стать неверие в то, что уплаченные налоги пойдут туда, куда должны пойти, а не в карманы тех, у кого денег еще больше. Это так называемый эффект перцепции несправедливости. (рис. 1).



Рис. 1. Распределение налогов по социальным группам: как результат – недоверие правительству

Страх перед налогами и налоговыми органами. Чаще возникает из-за незнания или непонимания налоговой системы, налоговых принципов (рис. 2). Отсутствуют реальные знания и происходит опора на слухи и домыслы, а также на собственные ошибки в налоговых отчислениях, заполнении деклараций и проч., которые сформировались опять же из-за незнания.

Финансовые трудности связанные с внешними (военная операция, экономические санкции и т. д.), и внутренними (личные, семейные проблемы) условиями (рис. 3).

Личная стратегия – неуплата налогов как *желание сэкономить*. Надежда на то, что неуплату не обнаружат и можно будет обойти данные выплаты (рис. 4).

То, что подобная информация наполняет медиaproстранство, определяют общественные представления о налогах, нежелание платить налоги и соблюдать налоговый режим, так как смысл в этом теряется, а информационные сообщения только это подтверждают. В результате этого – меньше платится налогов и не соблюдается налоговый режим все большим количеством наших сограждан.



Рис. 2. Страх перед налогами



Рис. 3. Финансовые трудности в медиапространстве



Рис. 4. Личные желания и реальность налоговая

Данную ситуацию изменить – необходимо выстроить новую информационную политику государства, по соблюдению налоговых выплат, повышения уровня грамотности населения в сфере налогов, активного использования социальной рекламы для повышения мотивации выплаты налоговых отчислений и т. д. Чтобы представления общественности изменились – необходимо реализовывать продуманную политику государства, которая на данный момент реализуется только репрессивными методами, а просветительские и более гуманистические отодвинуты подальше.

Литература

1. Ардашев Р. Г. Воздействие СМИ на иррациональность общественного сознания // Социология. 2021. № 3. С. 53–61.
2. Ардашев Р. Г. Трансформация мышления россиян в цифровую эпоху // Стратегия и тактика социально-экономических реформ: национальные приоритеты и проекты : материалы IX Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Вологда, 2021. С. 367–369.
3. Ардашев Р. Г. Феноменология рационального и иррационального мышления // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. 2021. Т. 21, № 2. С. 120–124.
4. Палашенко Е. В. Несоблюдение налогового контроля в дискурсе печатных СМИ // Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы, перспективы : материалы IX Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. О. А. Полюшкевич. Иркутск, 2023. С. 184–187.
5. Палашенко Е. В. Несоблюдение налогового контроля как социальная угроза стабильности общества // Методология предотвращения угроз в XXI в. : сб. науч. тр. Иркутск, 2022. С. 296–300.
6. Палашенко Е. В. Представления о налогах и налоговом контроле: анализ печатных СМИ // В поисках социальной истины : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. О. А. Полюшкевич. Иркутск, 2022. С. 269–272.
7. Палашенко Е. В. Теория социального действия Т. Парсонса: через призму неуплаты налогов и несоблюдения налогового контроля // Социология. 2023. № 3. С. 120–127.
8. Палашенко Е. В. Экспертная оценка причин неуплаты налогов в современном обществе // Экспертные институты в XXI веке: цивилизационные и цифровые концепции меняющегося мира : сб. науч. тр. Второй междунар. науч.-практ. конф. / науч. ред. Т. И. Грабельных. Иркутск, 2023. С. 399–402.
9. Полюшкевич О. А. Социальное моделирование информационно-аналитическими данными: истина в потоке или результате? // В поисках социальной истины : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. О. А. Полюшкевич. Иркутск, 2022. С. 343–345.
10. Полюшкевич О. А. Социальное управление через призму норм // Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы, и перспективы : материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. О. А. Полюшкевич. Иркутск, 2022. С. 195–199.
11. Скуденков В. А. Влияние уровня тревожности, вызванной мобилизацией на экономические притязания россиян // В поисках социальной истины : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. О. А. Полюшкевич. Иркутск, 2022. С. 293–297.
12. Скуденков В. А. Правовые и этические нормы в период пандемии // Социальные институты в правовом измерении: теория и практика : материалы III Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием / под общ. ред. О. А. Полюшкевич, Г. В. Дружинина. Иркутск, 2021. С. 137–138.
13. Скуденков В. А. Экономические и социальные притязания в условиях виртуализации образа жизни молодежи // Социальная реальность виртуального пространства : материалы IV Междунар. науч. конф. Иркутск, 2022. С. 168–173.
14. Скуденков В. А. Экономические притязания в условиях мобилизации // Социология. 2022. № 5. С. 80–87.

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА МАССОВОЕ СОЗНАНИЕ

УДК 339.138

Г. В. Дружинин, *Саратов*
Р. С. Бойких, *Иркутск*

О субъектах имиджевой коммуникации

Статья посвящена вопросам субъектного состава имиджевой коммуникации. Отмечается, что процесс имиджевой коммуникации сопровождается передачей информации между субъектами. Доказывается, что к субъектам имиджевой коммуникации относятся: имидженоситель (субъект – носитель образа) – некоторый субъект, образ которого необходимо сформировать; субъект потребляющий имидж (целевая аудитория или аудитория имиджа) – социальная группа, на которую ориентировано действие имиджа; агент имиджа – создатель образа.

Ключевые слова: имидж, образ, бренд, имиджевая коммуникация, информационный обмен, носитель образа, лидер общественного мнения.

G. V. Druzhinin, *Saratov*
R. S. Boykikh, *Irkutsk*

About the Subjects of Image Communication

The article is devoted to the issues of the subject composition of image communication. It is noted that the process of image communication is accompanied by the transfer of information between subjects. The subjects of image communication include the image bearer (the subject of the image carrier) – some subject whose image needs to be formed; the subject consuming the image (the target audience or audience of the image) – the social group on which the action of the image is focused; the image agent – the creator of the image.

Keywords: image, image, brand, image communication, information exchange, image carrier, public opinion leader.

В современном мире неуклонно увеличивается объем информации, в связи сопряжено и развитие такого социального явления как «имидж». Данное явление стремительно осваивает новые сферы жизнедеятельности современного информационно-коммуникативного общества, о чем говорят такие вполне устоявшиеся словосочетания, как имидж государства, имидж территории, имидж компании, имидж партии, имидж сетевого сообщества, имидж пользователя. В научной области данному явлению

нию также посвящены ряд научных работ: Е. Н. Антонова [1], Н. В. Антонова [2], И. А. Базавовой [3], М. В. Берлинских [4], Е. А. Брянцевой [5], И. С. Важенина [6], Д. А. Горбаткин [7], Н. И. Григорьева [8].

Становление информационного общества сопровождается рождением новых видов коммуникации. Разработка и поддержание имиджа общественных акторов выступает закономерным следствием таких процессов. Работа с имиджем суть неотъемлемая часть имиджевой коммуникации (ИК).

К дефиниции. Имиджевая коммуникация – это формирование и поддержание устойчивой и эффективной связи, разработка средств для установления ценностного контакта ее основных участников – имидженосителя и аудитории имиджа под контролем агента имиджа. В приведенном определении не отражается полный перечень признаков имиджевой коммуникации; таковое труднореализуемо по причине многогранности настоящего феномена, в противном случае определение будет перенасыщено. Сформулируем более полный перечень признаков ИК.

К признакам имиджевой коммуникации относится сам имидж (суть образ), он же является составляющей ИК. Целью ИК является создание образа (имиджа) имидженосителя. Описание непосредственно образа нецелесообразно, потому агент имиджа конструирует образ посредством имиджирующей информации (ИИ); ИИ подводит к образу, но не является частью образа. Контакт имидженосителя и аудитории имиджа может быть как непосредственным, так и опосредованным; единственно верного способа формирования в общественном сознании имиджа не существует. Еще одним признаком ИК – точнее, ИИ – является ее знаковый (символический) характер; совокупность символов формирует образ, из образа следует социальный миф. Понятие имиджевой информации связано с термином «имиджевое сообщение». Признаками ИК также являются ее участники: имидженоситель (субъект – носитель образа) – некоторый субъект, образ которого необходимо сформировать; субъект потребляющий имидж (целевая аудитория или аудитория имиджа) – социальная группа, на которую ориентировано действие имиджа; агент имиджа – создатель/оформитель образа. О них речь пойдет далее.

Полагаем, что в ходе установления и развития ИИ вовлекается большое количество лиц, которые в зависимости от своего отношения к имиджу

Придерживаясь условного обозначения имиджа как образа, у субъектов, во-первых, возникает разное психоэмоциональное восприятие к такому образу, во-вторых, на основе такого восприятия определяется их отношение к образу, которое выражается в четком функциональном назначении к последнему. Субъект, с которым установлен контакт с имиджем, имеет следующее психоэмоциональное восприятие: расположен к имиджу и имеет положительное отношение, остается безразличен к образу,

сохраняя нейтралитет, либо имеет негативное восприятие, т. е. отрицает и не приемлет имидж.

В зависимости от функционального назначения по отношению к имиджу выделяются следующие субъекты: субъект – носитель образа, субъект – потребляющий образ, субъект – поддерживающий и (или) транслирующий образ, субъект – конструирующий образ.

Субъект – носитель образа. Именно он выступает источником, благодаря которому формируется образ и в дальнейшем конструируется имидж. Субъект-носитель выступает основой (фундаментом) своего образа, а своими волевыми усилиями посылает соответствующие сигналы иным участникам имиджевой коммуникации. В таких сообщениях заложена информация о самом субъекте. Субъект-носитель всегда вовлечен в процесс формирования образа, и всегда транслирует свой образ, когда вступает в связи с иными субъектами. Обусловлено это тем, что образ – есть результат реконструкции объекта в сознании человека. Однако транслирование образа может протекать осознанно и бессознательно (стихийно). При бессознательном субъект-носитель посылает любые сигналы и представляет все доступные сведения о себе.

При осознанном формировании образа транслируется только определенная информация, необходимая носителю. В этом процессе субъект-носитель начинает работать с информацией: осмысливает какие сведения допустимо и недопустимо распространять, какие сведения необходимо утаить, на какие сведения намеренно направить внимание иных субъектов, в какой форме и через какие каналы связи донести информацию, в каком свете ее преподнести. При целенаправленном формировании образа важную роль занимает субъект – поддерживающий и (или) транслирующий образ, т. е. в некоторых случаях носитель имиджа может выступать и его агентом. К участникам ИК стоит отнести и распространителей имиджа, т. е. тех, кто доводит образ носителя до аудитории имиджа, однако при непосредственном контакте субъекта имиджа с аудиторией или отсутствует распространитель, или в этом качестве предстает носитель имиджа.

Субъект – поддерживающий и (или) транслирующий образ является вспомогательным в социальной связи: носитель образа – потребитель образа, потому может как взаимодействовать с целевой аудиторией (аудиторией потребителей, так и не взаимодействовать. Вспомогательная функция заключается в распространении образа, либо помощи носителю в его трансляции.

Субъект – потребляющий образ (целевая аудитория). К данным субъектам могут быть отнесены как вся целевая аудитория, выступающая единым и коллективным субъектом со своими закономерностями внутри

сообщества, так и единоличный субъект – физическое лицо, относящееся к целевой аудитории. Отличительной особенностью такого субъекта выступает свойство лояльности. Лояльность (фр. loyal «верный») – благосклонное отношение к кому или чему-либо. Лояльность является существенным признаком субъекта-потребляющего образ.

Ее суть заключается в приверженности к предлагаемому образу. Приверженность может иметь различные формы своего проявления и выражаться во вне, например, посредством устойчивого интереса к образу (психологический аспект), отождествление себя с образом (социологический аспект), уважение к образу и его сохранению (духовно-нравственный аспект), поддержка образа в целях его функционирования (экономический аспект).

Таким образом, напрашивается следующие выводы.

Во-первых, в зависимости от способа передачи имиджевого сообщения, между субъектом и аудиторией может находиться посредник, например, в виде лидера мнения.

Во-вторых, функционал посредника сводится к доведению имиджа до аудитории, однако эту функцию могут выполнять одновременно носитель имиджа, его агент и лидер мнения.

В-третьих, по прошествии времени аудитория реагирует на имидж (требуется время, чтобы информационный сигнал дошел до аудитории и был обработан. При этом реакция может быть нейтральной, позитивной или негативной. В то же время реакция аудитории выступает одновременно запросом на корректировку сообщения. В зависимости от реакции аудитории, субъект корректирует имиджевое сообщение и цикл повторяется.

Литература

1. Антонов Е. Н. Социальные технологии управления процессом формирования имиджа некоммерческих организаций Санкт-Петербурга : дис. ... канд. социол. наук : 22.00.08. СПб., 2009. 243 с.
2. Антонова Н. В. Личностные истоки имиджа // Имиджелогия: современное состояние и перспективы развития / под ред. Е. А. Петровой. М. : Альфа, 2003. С. 37–40.
3. Базавова И. А. Социокультурные факторы конструирования имиджа политика в современной России : дис. ... канд социол. наук : 22.00.06. Ростов н/Д, 2006. 144 с.
4. Берлинских М. В. Формирование имиджа организации: социологический анализ : автореф. дис. ... канд. социол. наук : 22.00.04. Екатеринбург, 2012. 25 с.
5. Брянцева Е. А. Социология имиджа: постановка проблемы // Вестник Московского университета. Серия 18, Социология и политология : науч. журнал. 2008. № 1. С. 105–118.
6. Важенина И. С. Концептуальные основы формирования имиджа и репутации территории в конкурентной среде : автореф. дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05. Екатеринбург, 2008. 41 с.
7. Горбаткин Д. А. Имидж организации: структура, механизмы функционирования, подходы к формированию : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05. М., 2002. 169 с.
8. Григорьева Н. И. Имиджи и симулякры в социально-коммуникативной среде современной цивилизации : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11. Нижний Новгород, 2010. 20 с.

УДК 336.74

К. А. Егазьянц, *Санкт-Петербург*

Эффект материальности денег: анализ влияния физической составляющей валюты на экономическое поведение индивидов

В статье раскрывается эффект материальности денег, показываются глубокие психологические механизмы взаимодействия человека с финансовыми ресурсами. Проводится анализ этого явления, рассматривая, как конкретная форма валюты влияет на экономические решения людей и как это понимание может служить основой для разработки эффективных экономических стратегий.

Ключевые слова: материальность денег, платежи, способы оплаты, валюта.

К. А. Egazaryants, *Saint Petersburg*

The Materiality Effect of Money: Analyzing the Influence of the Physical Component of Currency on the Economic Behavior of Individuals

The materiality effect of money, which is at the heart of our examination, unveils profound psychological mechanisms of human interaction with financial resources. In this article, we present an analysis of this phenomenon, exploring how a specific form of currency affects people's economic decisions and how this understanding can serve as a foundation for devising effective economic strategies.

Keywords: materiality of money, payments, payment methods, currency.

Деньги, в их современном понимании, представляют собой результат длительной эволюции, корни которой уходят в глубокую древность. Их развитие тесно связано с социальными, экономическими и культурными изменениями в обществе. Для анализа влияния физической составляющей валюты на экономическое поведение индивидов необходимо привести краткую историческую справку об эволюции денег. В начальные этапы экономического развития общества доминировала система бартера, где товары и услуги обменивались напрямую без универсального эквивалента. С развитием экономических отношений и потребности в стандартизированном средстве обмена появились первые формы денег: ракушки, металлические слитки, и в конечном счете – монеты. Позднее монеты были замещены бумажными деньгами. Затем наличные деньги стали постепенно замещаться безналичными деньгами, которые, благодаря развитию информационных технологий, были позднее переведены в цифровой формат [1; 4]. Наконец, в XXI в., в дополнение к централизованным деньгам, выпускаемым государством, появились децентрализованные деньги (криптовалюты), также функционирующие в цифровой форме [2; 5; 6]. В разные исторические эпохи деньги приобретали различные коннотации. Если в древних культурах они могли быть связаны с религиозными или духовными практиками, то в средние века деньги стали инструментом накопления и усиления власти. В новое время деньги стали

символом капиталистической системы, ассоциируясь с эксплуатацией и социальным неравенством.

Разберем некоторые психологические аспекты восприятия физической составляющей денег. Деньги, в их физической форме, играют важную роль в психологическом восприятии индивидов. На психологическом уровне деньги не являются просто средством обмена или мерой стоимости. Они также выполняют роль символа, который может вызывать различные эмоции, от безопасности до тревоги. Физическая составляющая денег, будь то монета, бумажная купюра или цифровой код, влияет на их восприятие. Например, наличные деньги могут ассоциироваться с реальностью и непосредственностью, в то время как цифровые деньги могут казаться менее «реальными». Физическое взаимодействие с деньгами, такое как чувство бумажных купюр или монет в руке, вызывает различные психологические реакции.

Разберем некоторые исследования, которые анализируют восприятие наличных и безналичных денег с разных сторон.

В работе [9] описывается эксперимент, в котором участникам предлагалось сделать ставки на аукционе. Оказалось, что участники, которым предлагалось платить с помощью кредитных карт, делали более высокие ставки по сравнению с теми, кто платил наличными.

Авторы исследования [10] анализировали связь между способом оплаты и выбором продуктов питания и обнаружили, что потребители, использующие кредитные карты, склонны тратить больше на нездоровую пищу, по сравнению с теми, кто платит наличными. Решение о покупке нездоровой пищи покупателем зачастую принимается импульсивно, и основная идея исследования заключается в том, что кредитные карты снижают «боль от расходов», а это, в свою очередь, способствует принятию импульсивного решения. Эти выводы подтверждаются данными из четырех исследований, представленных в статье. В условиях, с одной стороны, активного использования безналичных платежей, а с другой – роста интереса пользователей к здоровому питанию и к экологическим ценностям, результаты этого исследования создают важные вызовы для маркетологов, финансистов и государства как регулятора рынка.

Исследование [8] рассматривает, как различные механизмы оплаты могут влиять на восприятие продуктов потребителями. Авторы предполагают, что потребители, которым были предложены кредитные карты (наличные), больше фокусируются на преимуществах (затратах) при оценке продукта. В результате экспериментов было выявлено, что участники, которым были предложены кредитные карты, делали больше ошибок при необходимости вспомнить атрибуты стоимости и быстрее реагировали на преимущества, чем на затраты. Эта разница в распределении

внимания привела к тому, что потребители, предпочитающие кредитные карты, делали другой выбор продуктов по сравнению с теми, кто предпочитал наличные, а также останавливали свой выбор на более дорогих продуктах [9].

Исследование [11] сфокусировано на изучении того, как тип денег (наличные против цифровых) влияет на воспринимаемую покупательную способность (ППС) потребителей, а также на опосредующие механизмы психологической сопричастности и психологической дистанции. Три лабораторных эксперимента подтвердили, что наличные деньги дают более высокую ППС, чем цифровые, и что как психологическое владение, так и психологическая дистанция вносят свой вклад в влияние типа денег на ППС.

Исследования подчеркивают сложное и многогранное влияние способов оплаты на поведение потребителей и показывают, что физическое взаимодействие с наличными деньгами может усиливать чувство реальности и ценности транзакции, в то время как цифровые формы валюты могут вызывать чувство отчуждения или дистанции. Это связано с тем, что наличные деньги предоставляют тактильный опыт, который может усилить восприятие их ценности.

Не менее важно при оценке эффекта материальности денег учитывать, что восприятие денег в разных культурных контекстах имеет свои особенности. Культурные различия влияют на то, как люди воспринимают и используют деньги, а также на их отношение к различным формам валюты. В восточных культурах, например, в Китае и Японии, наличные деньги традиционно ассоциируются с уважением и доверием. Подарки в виде наличных денег в красных конвертах на праздники или особые события являются символом благосостояния и благопожеланий [7]. В этих культурах наличные деньги часто воспринимаются как более «реальные» и ценные. В западных же культурах, таких как США и Европа, безналичные платежи становятся все более популярными, и многие люди предпочитают кредитные карты наличным деньгам (что подтверждается исследованиями, представленными выше). Это связано с удобством и безопасностью безналичных платежей, а также с изменением восприятия роли денег в обществе. Тем не менее, даже внутри одной культуры могут существовать различия в восприятии денег. Например, старшее поколение может предпочитать наличные деньги, в то время как молодежь может быть более склонна к использованию цифровых платежей. Важно отметить, что культурные особенности и ментальность также влияют на экономическое поведение индивидов. В некоторых культурах экономить деньги и избегать долгов считается важным, в то время как в других культурах потребительский кредит и заемные средства могут быть более рас-

пространены. Для многонациональных государств (к числу которых относится и Россия), а также с учетом активно идущей миграции, эту разницу в культурном восприятии денег необходимо принимать во внимание.

Эффект материальности денег оказывает прямое воздействие на потребительское поведение. Для бизнеса это подразумевает, что предоставление различных методов оплаты влияет на решения покупателей относительно количества и типа приобретаемых товаров или услуг (и даже на готовность клиента совершить покупку). Государственные органы должны учитывать эффект материальности при разработке экономической политики. Внедрение новых форм валюты или изменение правил безналичных платежей приводит к широким социальным и экономическим последствиям, влияя на сберегательное поведение, уровень инфляции и экономический рост [4].

Таким образом, исследование материальности денег дает нам ценное понимание того, как физическая форма валюты воздействует на экономическое и потребительское поведение. Физическая форма валюты оказывает прямое воздействие на экономические решения людей. Наличные деньги, благодаря своей тактильности и непосредственности, усиливают ощущение реальности транзакции, что часто приводит к более осознанным и обдуманым решениям о расходах, в то время как безналичные платежи и цифровые валюты, убирая этот тактильный аспект, снижают ощущение непосредственных расходов, что может способствовать импульсивным покупкам и менее строгому контролю своего бюджета. Культурные различия также влияют на восприятие материальности денег, что, в свою очередь, ведет к различиям в использовании денег в экономических и социальных взаимодействиях. С учетом того, что в настоящее время финансовая отрасль и система денежного обращения активно трансформируются под влиянием новых технологий (включая появление инновационных форм денег) [3], государству и бизнесу нужно обращать пристальное внимание на то, как экономические агенты используют деньги. Для государства это связано с необходимостью разработки нормативно-правового аппарата для денежного обращения в условиях цифровой экономики, тогда как бизнесу важно обеспечить использование денег потребителями с максимальной выгодой для себя.

Литература

1. Алесина Н. В., Чуйков А. С., Безматерных Н. Э. Роль электронных платежных систем в процессе цифровой трансформации экономики // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. № 2(84). С. 10–13. <https://doi.org/10.24412/2411-0450-2022-284-10-13>.
2. Жилинкова И. Н., Хван Т. М. Особенности конвергенции криптовой валюты в фиатную кредитно-денежную систему страны // Инновационные кластеры цифровой экономики: драйверы развития : тр. науч.-практ. конф. с междунар. участием, Санкт-Петербург, 17–21 мая

- 2018 года / под ред. А. В. Бабкина. СПб. : С.-Петерб. политехн. ун-т Петра Великого, 2018. С. 418–430. <https://doi.org/10.18720/IEP/2018.3/54>.
3. Котляров И. Д. Цифровая трансформация финансовой сферы: содержание и тенденции // Управленец. 2020. Т. 11, № 3. С. 72–81. <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2020-11-3-6>.
 4. Куликова О. М., Суворова С. Д. Применение QR-платежей в сфере товарного обращения // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. № 2-1(72). С. 125–128. <https://doi.org/10.24412/2411-0450-2021-2-1-125-128>.
 5. Липатников В. С. Перспективы применения криптовалют в Российской Федерации // Информационное общество. 2019. № 6. С. 42–48.
 6. Розин В. М., Голубкова Л. Г. Криптовалюты и обычные деньги: свой среди чужих, чужой среди своих // Идеи и идеалы. 2018. Т. 2, № 3(37). С. 24-38. <https://doi.org/10.17212/2075-0862-2018-3.2-24-38>.
 7. Социально-экономические и культурно-исторические особенности стран Дальневосточного региона (Китай, Корея, Япония) : справ. пособие. Хабаровск : Дальневост. юрид. ин-т МВД РФ, 2014. 76 с.
 8. Chatterjee P., Randall R. L. Do Payment Mechanisms Change the Way Consumers Perceive Products? // Journal of Consumer Research. 2012. Vol. 38, N 1. P. 1129–1139. <https://doi.org/10.1086/661730>
 9. Prelec D., Simester D. Always Leave Home Without It: A Further Investigation of the Credit-Card Effect on Willingness to Pay // Marketing Letters. 2001. Vol. 12. P. 5–12. <https://doi.org/10.1023/A:1008196717017>
 10. Thomas M., Desai K., Seenivasan S. How Credit Card Payments Increase Unhealthy Food Purchases: Visceral Regulation of Vices // Journal of Consumer Research. 2010. Vol. 38. P. 126–126. <https://doi.org/10.1086/657331>
 11. Zhou K., Ye J., Liu Xx. Is cash perceived as more valuable than digital money? The mediating effect of psychological ownership and psychological distance // Mark Lett. 2023. Vol. 34. P. 55–68. <https://doi.org/10.1007/s11002-022-09624-9>

УДК 338.43

А. А. Журавлев, *Иркутск*

Роль медиапространства в формировании оценок общественного мнения о политике импортозамещения

Рассматриваются особенности формирования оценок общественного мнения о политике импортозамещения через образы медиапространства. Анализируются ответы экспертов, опубликованные в открытых источниках, позволяющие сформировать мнение общественности о политике импортозамещения, а также при помощи трансимволического анализа проведен качественный анализ слов, чаще всего используемых при описании политики импортозамещения. На основании полученных данных сформированы механизмы конструирования общественного мнения через ресурсы медиапространства.

Ключевые слова: политика импортозамещения, общественное мнение, медиаресурсы, контент-анализ, медиасреда.

A. A. Zhuravlev, *Irkutsk*

The Role of the Media Space in Shaping Public Opinion on Import Substitution Policies

The article examines the features of forming public opinion assessments about the import substitution policy through images of the media space. Expert responses published in open sources are analyzed, allowing to form public opinion on the import substitution policy, and using transsymbolic analysis, a qualitative analysis of the words most often used to describe the import substitution policy is carried out. Based on the data obtained, mechanisms for constructing public opinion through the resources of the media space have been formed.

Keywords: import substitution policy, public opinion, media resources, content analysis, media environment.

Импортозамещение как социальная политика стартовала в 2014 г. и на сегодняшний момент уже сложились определенные образы ее восприятия в общественном сознании россиян. Медиаресурсы подчеркивают разные процессы, связанные с политикой импортозамещения и фиксируют социальные смещения и моменты разнообразных интерпретаций данного положения вещей.

По данным ВЦИОМ, россияне в подавляющем большинстве полагают, что российские производители скорее смогут заменить зарубежные фирмы в сегментах производства продуктов питания (94 %), предметов гигиены (91 %), бытовой химии (90 %), строительных и отделочных материалов (86 %). Чуть реже выражали мнение о возможности импортозамещения в производстве медикаментов и лекарств (смогут 69 % vs не смогут 24 %), в авиационной отрасли (66 % vs 22 %), изготовлении промышленного оборудования (63 % vs 29 %) [7].

Примерно половина граждан считают, что отечественные производители скорее смогут заместить иностранное медицинское оборудование (55 %), треть считают, что это скорее невозможно (34 %). Мнение о возможности успешного замещения иностранных брендов в производстве бытовой техники и электроники высказывают также половина опрошенных (54 %), 37 % считают, что заместить товары в этой категории российские компании скорее не смогут. В вопросе импортозамещения автомобилей и автозапчастей мнения разделились: 50 % считают, что российские компании скорее смогут заменить иностранные, 40 % – скорее не смогут.

В случае выбора продуктов российского или зарубежного производства при условии равной цены граждане чаще ориентированы на выбор отечественного продукта (67 %), скорее импортный товар выберут 18 %. В вопросе качества российский производитель также выигрывает, по мнению 56 %; каждый пятый считает импортные продукты более качественными (22 %) [7].

Это данные масштабного исследования 2022 г. Мы позволили себе посмотреть – что стоит за этими цифрами, как сформировались общественные представления, для этого детально проанализировали медиасреду.

Поиск ответов показал, что в современной медиасреде находится множество знаковых форм и символов, фиксирующих в нужном ключе информацию, публичные персоны высказывают свои оценки и суждения, что формирует восприятие обывателя. На иррациональном уровне включается механизм доверия / недоверия получаемой информации (Р. Г. Ардашев [1-4]) и последующий выбор того или иного сценария развития. В последующем это приводит к формированию «своих» и «чужих»

(О. А. Полюшкевич [6; 8; 9]) и последующему выбору жизненного сценария в условиях экономического кризиса, санкций, пандемии и проч. (В. А. Скуденков) [10–13], а также работе автора показаны особенности воздействия медиасреды [5]. Таким образом, разные авторы подчеркивают различные стратегии и механизмы воздействия на общественное сознание.

В нашем анализе приняло участие 6508 публикаций с 2014 по 2022 гг., размещенных на разных ресурсах масс-медиа, как официальных страницах изданий печатных газет, так и в блогах, страницах социальных сетей и других источниках медиaprостранства. Поиск публикаций проходил через поисковую строку браузера www.google.com – в анализ включались первые 10 публикаций, попадающих под критерии поиска (оценка общественного мнения, политика импортозамещения, оценка разными социальными и профессиональными группами). Последующий анализ публикаций проводился при помощи программы Atlas.ti, а также использовался транссимволический анализ.

В результате анализа публикаций мы смогли выделить несколько их типов воздействия на общественное сознание: идеолого-патриотический, экономико-стратегический, управленческий, личный пример, экспертная оценка.

Идеолого-патриотический тип публикаций направлен на патриотическую риторику значимости производства отечественной продукции и важности поддержания отечественного производителя как государственная и/или национальная стратегия развития территории страны.

Политика импортозамещения это возможность получить независимость и стабильность развития. (АиФ, 2022).

Для восстановления экономики нам необходима политика импортозамещения. Без нее невозможно представить перспективы развития всех социальных институтов (Блогер, 2015).

Экономико-стратегический тип публикаций направлен на формирование новых сфер занятости и производства, развитие кластеров на разных территориях, организация производств и создания стратегических рабочих мест в тех районах страны, где ранее либо ничего не было, либо было производство до распада СССР, а потом сошло на нет.

Политика импортозамещения повышает качество жизни, дает новые возможности и формирует перспективы не только для предприятия и его сотрудников, но и для всего региона в целом. (руководитель градообразующего предприятия, АиФ, 2020).

Изменять социальную структуру, строить новую инфраструктуру не просто, поэтому политика импортозамещения становится опорой развития общества. (руководитель крупного предприятия, работающего в программе импортозамещения, Областная газета, 2016).

Управленческий тип публикаций направлен на формирование управленческих решений позволяющих прямо сейчас почувствовать перемены от внедрения политики импортозамещения и сформировать основу для будущего управления на новом уровне или вывести отрасль или территорию на новый уровень жизни. Также в этом типе акцентируется внимание на развитие человеческого капитала территории как основной задачей управления.

Быть ответственным не только за себя, но и за весь регион – это бремя, но и возможность изменить жизни тысяч людей к лучшему. (губернатор, Сайт Администрации области, 2023).

В условиях политики импортозамещения начинаешь думать иначе, жить иначе, принимать управленческие решения иначе, так как мир меняется не потому, что кто-то издал приказ, а потому что люди в него верят и начинают что-то по-другому делать, иначе мыслить, иначе чувствовать и в результате – общество меняется, предприятия начинают работать иначе и жизнь жителей всей страны меняется. (предприниматель, руководитель предприятия занятого в сфере импортозамещения, 2018).

Личный пример как тип публикаций рассматривает истории жизни предпринимателей начавших свое дело в рамках поддержки предприятий занимающихся в сфере импортозамещения и получивших поддержку от государства на развитие своего предприятия. Рассматриваются трудности, победы и перспективы развития импортозамещения через личные истории руководителей коллективов, работающих в сфере импортозамещения.

Моей возможностью для того, чтобы удержаться на рынке стала политика импортозамещения, и я ей воспользовался. Ничуть не жалею. (предприниматель, руководитель предприятия занятого в сфере импортозамещения, 2019).

В любые времена не просто выживать – свои трудности есть всегда. Политика импортозамещения для многих дала второй шанс, и кто смог воспользоваться – воспользовался, это стало благом для всех, кто работает на него и в целом хорошо для города или региона, где находится предприятие. (предприниматель, руководитель предприятия занятого в сфере импортозамещения, 2022).

Экспертная оценка как тип публикаций отражает позиции значимых на определенных территориях персон (губернаторы, мэры, директора и управляющие градообразующих предприятий и т. д.), где реализуется более успешно политика импортозамещения.

Участковать в реализации политики импортозамещения – это не только восстанавливать экономику, но и способствовать солидарности общества, формировать патриотизм и гордость наших граждан за отечественное качество производимых товаров. (губернатор, Сайт Администрации, 2018).

Чтобы жизнь менялась – надо менять систему управления и мотивации, труда и занятости граждан. Политика импортозамещения этому очень хорошо помогает и регулирует социальные отношения. (предприниматель, руководитель предприятия занятого в сфере импортозамещения, 2018).

В табл. 1 представлено распределение типов публикаций о политике импортозамещения и ее результатах по годам публикаций (в разные года общественное мнение конструировалось под влиянием разнообразных условий и механизмов общественного воздействия).

Таблица 1

Соотношение типов публикаций с 2022 по 2014 г. (в %)

Тип	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Идеолого-патриотический	24	22	21	24	30	40	50	50	60
Экономико-стратегический	17	20	21	19	25	31	30	35	29
Управленческий	19	20	23	22	20	14	10	7	5
Личный пример	22	20	18	15	10	5	3	3	1
Экспертная оценка	18	18	17	20	15	10	7	5	5

Как видно из таблицы, что с первых лет введения доминируют идеолого-патриотические и экономико-стратегические задачи, а чем ближе к настоящему времени, тем более разнообразны типы публикаций и более системно формируется отношение населения через управленческие решения, личные примеры и экспертные оценки, помимо первых типов публикаций, которые также остались в информационном поле.

Используя механизмы трансимволического анализа, мы выявили основные когнитивные (существительные), аффективные (прилагательные), деятельностные (глаголы) символы, позволяющие судить о символическом содержании медийной представленности информации в публикациях о политике импортозамещения (табл. 2).

Таблица 2

Медийная представленность информации в публикациях о политике импортозамещения (в %)

Смыслы	Положительные коннотации	Отрицательные коннотации
Когнитивные	прорыв (76) развитие (74) ресурс (73)	ограниченность (24) бедность (26) разорение (27)
Аффективные	длительный (75) постепенное (74) мощный (73)	технологическая (25) повсеместная (26) тотальное (27)
Деятельностные	меняет (74) трансформирует (72) усиливает (70)	останавливает (26) тормозит (28) опустошает (30)

Иными словами, информационная составляющая, отражающая те или иные контексты политики импортозамещения, содержит как позитивные, так и негативные коннотации. Позитивных в три раза больше, чем негативных (73 и 27 % соответственно). Позитивные коннотации ориентированы в будущее и связаны с возможностями реализации и развития потенциала сейчас и потом, тогда как отрицательные несут отпечаток прошлой непродуктивной политики, разрушения достижения советского прошлого и непродуманной политики начала и середины 90-х гг. XX в. Позитивные чаще слышны от представителей власти и рядовых граждан, мнения которых как-то отражены в информационном сообщении. Отрицательные возникают как результат неудовлетворенности эффектом реализации у предпринимателей или экспертов вовлеченных в оценку этих процессов.

При этом методами трансляции указанных выше символов были достаточно очевидные приемы: внушение, заражение, подражание и убеждение.

Внушение (18 %) – когда читатель или зритель безусловно с доверием воспринимает получаемую информацию. Тут важно чтобы доверие было к тому, кто ее доносит и как, какие примеры или данные использует. Часто данный метод используется представителями власти, транслирующими новые условия и механизмы реализации политики импортозамещения.

Заражение (23 %) – когда читатель эмоционально вовлекается в «беды региона» или «конкретного человека», который решил все изменить в регионе или личной жизни и начал проект реализации в рамках импортозамещения. Этот механизм чаще всего используется при описании жизненного пути и успехах конкретного предпринимателя и становления его импортозамещающего производства, которое положительно влияет и на экономику региона, и на его жителей, и на самого руководителя.

Подражание (27 %) – когда читатель сравнивает успешный опыт реализации и работы компаний в рамках импортозамещения в других регионах и включается в поддержание создания производств в своем. Этот механизм часто используют представители власти и руководители бизнеса, который только начинается, зарождается в регионе для формирования возможных ориентиров изменения ситуации в этом регионе, по примеру других.

Убеждение (32 %) – когда читатель последовательно (в серии статей или зритель в серии выпусков) получает разную информацию по задачам, возможностям, проблемам, рискам импортозамещения и его «подводят» к нужному решению этих непростых моментов – предлагая в конце тот или иной сценарий.

Таким образом, медиапространство наполнено образами популяризации проекта импортозамещения, а также формирования социальных

представлений и поддержки данной политики в целом в разных отраслях и сферах жизни реализуется достаточно традиционными способами, опирается на авторитет публичных значимых персон для каждого региона в отдельности и страны в целом, опирается на традиционные способы воздействия на массовое сознание, социальные установки и стереотипы, позволяющие формировать оценку политики импортозамещения в нужном ключе. Единичные отзывы о негативных процессах и состояниях, вызванные политикой импортозамещения скорее осуждаются в общественном мнении, чем возводятся в социально значимые величины, способные вызвать негативную волну отклика или интерпретаций в отрицательных критериях анализа последствий политики импортозамещения.

Литература

1. Ардашев Р. Г. Воздействие СМИ на иррациональность общественного сознания // Социология. 2021. № 3. С. 53–61.
2. Ардашев Р. Г. Иррационализация массового сознания и СМИ // ЛОМОНОСОВ-2022 : материалы Междунар. молодеж. науч. форума. 2022.
3. Ардашев Р. Г. Особенности сознания россиян: стратегии восприятия будущего // Социология. 2021. № 2. С. 60–67.
4. Ардашев Р. Г. Феноменология рационального и иррационального мышления // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. 2021. Т. 21, № 2. С. 120–124.
5. Журавлев А. А. Политика импортозамещения: конструирование общественного мнения через медиаресурсы // Социология. 2023. № 4. С. 86–92.
6. Ким А. С., Полошкевич О. А. Идентичность как способ восприятия чужих и своих // DIXI-2019 : идеи, гипотезы, открытия в социально-гуманитарных исследованиях : сб. науч. тр. Хабаровск : Хабаров. гос. ун-т экономики и права. 2019. С. 94–100.
7. Мониторинг мнений (ВЦИОМ): май-июнь 2022 // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2022. № 3. С. 175–188.
8. Полошкевич О. А. «Свои» и «чужие»: социокультурные маркеры // Дискуссия. 2011. № 5. С. 84–89.
9. Полошкевич О. А. Общественное недовольство в городском пространстве // Актуальные проблемы гуманитарных и социальных исследований : материалы XVII Всерос. науч. конф. молодых ученых в области гуманитарных и социальных наук / редкол.: В. В. Петров, А. Н. Артемова, О. А. Персидская, А. А. Санжениакова. 2019. С. 171–174.
10. Скуденков В. А. Последствия экономического кризиса: анализ коллективных эмоций // Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы и перспективы : материалы VI Всерос. науч.-практ. конф. 2020. С. 187–190.
11. Скуденков В. А. Роль экономических санкций против России в жизненных сценариях молодых людей // Глобальные вызовы и региональное развитие в зеркале социологических измерений : материалы V Междунар. науч.-практ. интернет-конф. В 2 ч. 2020. С. 254–257.
12. Скуденков В. А. Трансформация жизненных целей молодежи под влиянием экономических санкций против России // Социология. 2020. № 1. С. 341–344.
13. Скуденков В. А. Экономические притязания: эффекты трансформаций в современном обществе // Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы, и перспективы : материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. О. А. Полошкевич. Иркутск, 2022. С. 104–109.

УДК 811.53

А. С. Зудина, Р. Р. Газизов, *Казань*

Медийные манипулятивные технологии в политическом дискурсе

Статья посвящена определению специфики манипулятивных технологий, используемых при отражении политических событий российскими общенациональными масс-медиа. Данная проблематика выявляется на примере газеты «Аргументы и факты» – крупного и влиятельного СМИ. В ходе анализа внимание обращено на языковые и содержательные аспекты медиатекстов. Установлено активное применение фразеологизмов, выборочного подбора, тактики поляризации и других приемов. Обращается внимание на специфику иллюстративной составляющей и ее значение в медиатексте.

Ключевые слова: манипулятивные технологии, масс-медиа, политический дискурс в журналистике, газета «Аргументы и факты», Финляндия.

A. S. Zudina, R. R. Gazizov, *Kazan*

Media Manipulative Technologies in Political Discourse

The article is devoted to defining the specifics of manipulative technologies used in the reflection of political events by Russian national mass media. This issue is revealed on the example of the newspaper *Argumenty and Facts* a fairly large and influential media. In the course of the analysis, attention is drawn to the linguistic and content aspects of media texts. The active use of phraseological units, selective selection, polarization tactics and other techniques has been established. Attention is drawn to the specifics of the illustrative component and its significance in the media text.

Keywords: manipulative technologies, mass media, political discourse in journalism, *Argumenty i Fakty* newspaper, Finland.

Проблема манипулирования массовой информацией является распространенным явлением в журналистике и привлекает внимание медиаисследователей, стремящихся понять ее сущность. Отличительная особенность представленного исследования заключается в его практическом характере, основанном на анализе медийного контента. Проблемно-тематический ракурс работы определяется политическим дискурсом, что связано с его значением и масштабами распространения в современных СМИ.

Политический дискурс СМИ рассматривался широким кругом российских и международных ученых. Определяются языковые аспекты [7; 8] и общие закономерности функционирования политического дискурса в СМИ [9–11]. Отмечается, что в исследованиях часто обращается внимание на исследование избирательных кампаний как разновидности политических процессов, освещаемых в масс-медиа [2–4].

В данном исследовании рассматривается медиaprактика применения технологий манипулирования на примере федеральной общественно-политической газеты «Аргументы и факты». Исследование показывает, что в материалах политической тематики обнаруживается большое разнообразие технологий манипулирования аудиторией, поскольку функция

воздействия – ключевая в политической сфере, а манипулятивные тактики, как правило, позволяют добиваться ожидаемого результата.

Выбранная тематика исследования медиаманипуляций – вступление Финляндии в Организацию Североатлантического альянса – чрезвычайно важна для нашего государства. Между Россией и Финляндией – около 1 тыс. 300 незащищенных километров границы, пролегающие от Мурманска до Санкт-Петербурга, которые, в связи с указанными нововведениями, необходимо будет оборудовать различными средствами военной защиты. Важным аспектом данного события является вопрос мобилизации финских солдат: по подсчетам экспертов, Финляндия могла бы мобилизовать, по разным оценкам, около 280 тыс. военнослужащих, что достаточно масштабно для современной Европы. Кроме того, в результате вступления Финляндии в альянс, НАТО теперь проще проводить военные операции в Балтийском море, что представляет угрозу и создает дополнительные трудности российскому военному резерву.

Проанализируем наиболее характерные публикации издания по данной проблематике. Одним из первых появился материал «Кажется, дождь начинается! Разговоры НАТО о погоде встревожили МИД РФ» [1], представляющий собой анализ обстановки с комментариями представителей Министерства иностранных дел РФ.

Вынося цитату из популярного советского мультфильма в заголовок, автор вызывает у читателя ощущение тревожности на фоне предстоящих перемен в политической жизни страны. Такой «кричащий» заголовок, призванный привлечь внимание читателя, является характерным приемом манипулирования общественным сознанием. Следует отметить, что на протяжении всего материала автор использует яркие фразы из кинематографа и литературы, а также фразеологизмы, что придает тексту характер некоторой эмоциональности и образности. Например: «В МИД РФ уверены, что переливать из пустого в порожнее на сей раз уже нет никакого смысла». Комментарии официальных лиц в дополнении с фразеологическими приемами, с нашей точки зрения, служат приемом упрощения проблемы в представленном материале.

Анализируя визуальную составляющую медиатекста, рассмотрим иллюстрацию – изображение флагов России и НАТО в виде граффити на кирпичной стене. Подчеркнуто проведенная граница между ними словно символизирует коллизии во взаимоотношениях двух акторов международной политики. Каменная стена, на которую в стилистике граффити нанесены оба флага, возможно, служит символом современной международной обстановки, где нет места гибкости и компромиссам.

Следующий авторский материал, который был рассмотрен на предмет манипулятивных уловок, – интервью ««Накроется медным тазом».

Что потеряет Финляндия из-за членства в НАТО» [6] с генерал-лейтенантом запаса Е. Бужинским. В первую очередь обращаем внимание на заголовок, в основе которого – фразеологизм: важный компонент манипуляции, акцентирующий внимание на дипломатических связях России и Финляндии.

Следующий медиатекст – «Несогласным заткнули рты. Что думают жители Финляндии о вступлении в НАТО?» – появился уже после вступления северного государства в альянс [5]. Обратим внимание на лид: «4 апреля Финляндия поставила крест на своем 70-летнем периоде нейтралитета, и впервые после союза с нацистской Германией вступила в военно-политический блок НАТО», где усматривается такая манипулятивная тактика, как «зацепка» за прецедентный текст, при которой современная ситуация сопоставляется с фактами истории. Материал иллюстрирует фото с изображением военных учений. С первого взгляда может показаться, что это российские военнослужащие, отрабатывающие тактическую стрельбу в полевых условиях, но флаговая нашивка на рукавах спецформы указывает на то, что это финские военные. Характер снимка соотносится с тематикой текста, где обсуждается тема вступления Финляндии в НАТО и возможные последствия данного события для России.

Анализ показывает, что наиболее распространенным является применение фразеологизмов, технология «зацепки» за прецедентный текст, манипуляции в заглавиях. Использование данных технологий можно связать со стремлением редакции повысить доступность и образность массовой информации, а значит, и эффективность воздействия на читательскую аудиторию.

Литература

1. Воробьев В. Кажется, дождь начинается! Разговоры НАТО о погоде встревожили МИД РФ. URL: https://aif.ru/politics/world/kazhetsya_dozhd_nachinaetsya_razgovory_nato_o_pogode_vstrevozili_mid_rf/ (дата обращения: 06.08.2023).
2. Газизов Р. Р. Манипулятивные технологии региональных СМИ: тенденции и направления развития в политическом дискурсе 2007–2008 гг. // Ученые записки Казанского государственного университета. Т. 151. Серия Гуманитарные науки. Книга 5, ч. 1. Казань, 2009. С. 92–98.
3. Газизов Р. Р. Практики участия периодических изданий Республики Татарстан в избирательных кампаниях // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева. 2014. № 2(82). С. 89–94.
4. Ибрагимова Р. Р. Роль средств массовой информации в избирательных процессах Республики Татарстан // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 21 (312). Филология. Искусствоведение. Вып. 80. С. 226–229.
5. Карельский А. Несогласным заткнули рты. Что думают жители Финляндии о вступлении в НАТО? URL: https://spb.aif.ru/politic/nesoglasnym_zatknuli_rty_chno_dumayut_zhiteli_finlyandiya_o_vstuplenii_v_nato (дата обращения: 08.08.2023).
6. Кожемякин В. «Накроется медным тазом». Что потеряет Финляндия из-за членства в НАТО. URL: https://aif.ru/politics/world/nakroetsya_mednym_tazom_chno_poteryaet_finlyandiya_iz-za_chlenstva_v_nato (дата обращения: 07.08.2023).

7. Маслова В. А. Политический дискурс: языковые игры или игры в слова? // Политическая лингвистика, 2008. № (1)24. С. 43–47.

8. Михневич О. И. Особенности языковой игры в массмедийном политическом дискурсе // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т. 2015. № 1. С. 99–104.

9. Сулина О. В. Политический медиадискурс как элемент дискурсивного пространства // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2014. № 1. С. 217–222.

10. Тутарашвили Р. Ю., Гуцина Л. В. Манипуляции общественным сознанием в рамках политического дискурса: роль СМИ в манипулировании общественным сознанием, основные виды манипулятивных технологий // Международный научно-исследовательский журнал. 2015. № 3-2 (34). С. 85–88.

11. Федорова С. В. Коммуникативные технологии в политическом дискурсе // Вестник Чувашского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2006. № 6. С. 242–248.

УДК 811.23

Э. И. Киселева, Р. Р. Газизов, *Казань*

Тематические и языковые особенности авторского telegram-канала Марины Ахмедовой

Рассматривается практика функционирования авторского telegram-канала Марины Ахмедовой. Анализируются структурные, содержательные, языковые составляющие контента. Уделяется внимание определению методов подачи сообщений. Оцениваются интерактивные возможности взаимодействия с массовой аудиторией.

Ключевые слова: telegram-канал, Марина Ахмедова, мессенджеры, медиаконтент, медиатекст, медиаязык.

E. I. Kiseleva, R. R. Gazizov, *Kazan*

Thematic and linguistic features of Marina Akhmedova's author's telegram channel

The presented material discusses the practice of functioning of the author's telegram channel Marina Akhmedova. The structural, content, linguistic components of the content are analyzed. Attention is paid to the definition of methods for submitting messages. The interactive possibilities of interaction with a mass audience are evaluated.

Keywords: telegram channel, Marina Akhmedova, instant messengers, media content, media text, media language.

Тенденции развития современной медиасреды, анализ их показателей их результативности показывают рост популярности telegram-каналов. Данный сегмент публичных коммуникаций активно исследуется учеными. Выявлены следующие приоритетные направления современных медиаисследований: telegram-каналы как часть цифровой медиасреды [2; 3; 5]; тематические telegram-каналы (политические, молодежные, музыкальные и т. п.) и специфика их функционирования [1; 7; 8]. Кроме того, рассматриваются языковые аспекты, проблематика, анализируются интерактивные практики и мультимедийный контент, методы воздействия на массовую аудиторию.

Для анализа был выбран авторский telegram-канал главного редактора российского информационного агентства и интернет-издания Regnum Марины Ахмедовой, на которую подписано более 71 тыс. подписчиков. Посты набирают в среднем до 15–20 тыс. просмотров.

Общая информация в описании канала гласит: авторский канал Марины Ахмедовой. Член Совета по правам человека при президенте РФ, главный редактор ИА Regnum, автор журнала «Эксперт» [9]. Также о Марине Ахмедовой известно, что она писатель и журналист, дважды отмечена наградой в области журналистики «Искра». Основная тематика канала – реакция на различные политические, экономические, культурные явления, как российские, так и зарубежные, а также зарисовки из жизни жителей территорий, недавно вошедших в состав России, и бойцов, которые учувствуют в специальной военной операции.

Канал состоит из авторских сообщений, а также из репостов из telegram-канала информагентства Regnum, которое возглавляет Марина Ахмедова: «Посыпалась и Арбенина со своими концертами. «За размытую позицию». Я могла бы препарировать ее ситуацию и объяснить, почему с ней так произошло, но мне уже и лень на все это реагировать. Скажу коротко – не надо хитрить» [6]. Также присутствуют репосты из каналов других СМИ, которым автор дает комментарии: ими М. Ахмедова делится регулярно. Например, репост из канала «Специально для RT» с оценкой действий комиков А. Долгополова и Г. Оганесяна, которые спародировали момент передачи статуетки погибшему от взрыва Владлену Татарскому.

Отметим, что иллюстрации и видео попадают в канал крайне редко. Чаще всего посты представляют собой текст от одного до пяти параграфов. Фотографии появляются лишь при необходимости, например, есть снимок к посту: «В Польше начали осквернять памятники папе Римскому». На фотографии изображен оскверненный памятник.

Марина Ахмедова в своем канале часто использует афоризмы: «По факту “свое” потом можно трактовать и в ту, и в эту сторону – в зависимости от того, куда ветер подует», нередко сопоставляет события: «Эти события – моление женщины у Лавры и теракт в Санкт-Петербурге – сплелись в моей голове, и уже представляются мне даже не звеньями одной цепи, а единым целым». Нарочито уничижительно относится к тем, кто не разделяет ее взгляд на ситуацию, например, в посте про россиян, которые покинули страну. не называет их имена, обходится фамилиями. Об одном из иноагентов, например, она написала: «Чел, ты ничего не помнишь потому, что ты очень глупый. Как рыбка – вижу помню, не вижу нет». Кроме того, в текстах достаточно широко используются манипулятивные технологии, достаточно рассмотреть один абзац из поста: «Кроме

того, певица поверхностного жанра (а теперь я так и буду ее называть) сообщила, что ноги ее не будет в России, пока та не признает свою вину. А вот за это отдельное спасибо». Здесь присутствуют приемы «выбор без выбора» и использование «громких слов».

Порой Марина Ахмедова пишет текст, по форме напоминающий рецензию на то или иное событие, где она дает оценки персонам и их действиям, открыто поддерживает или, наоборот, обличает тех или иных людей.

По нашим наблюдениям, отдельные резонансные посты, где обсуждение идет бурно, там можно встретить до 600 комментариев. Например, бурное обсуждение вызвал пост с видео, где на женщину напал пес, а мужчины вокруг только прятались. Риторика в комментариях была обращена к двум проблемам: бездомным животным и мужчинам, которые не способны помочь. Изредка автор канала сама подталкивает своих подписчиков к рассуждениям, задавая риторические вопросы в постах [4].

Преимущества этого канала в том, что оперативно приводится отклик на какую-либо ситуацию. Марина Ахмедова пишет то, что многие хотят услышать: резкая критика или, наоборот, безоговорочная поддержка. В постах используется лаконичный слог, достаточно много афоризмов, метафор и прочих художественных приемов.

Рассмотрев авторский telegram-канал Марины Ахмедовой, можно сделать вывод, что это востребованный аккаунт, представляющий авторский взгляд на широкую панораму российских и зарубежных событий.

Литература

1. Газизов Р. Р. Специфика функционирования telegram-каналов в медиасистеме Республики Татарстан // *Modern Humanities Success*. 2023. С. 61–64.
2. Градюшко А. А. Развитие Telegram-каналов в системе цифровых медиа (на примере Республики Беларусь) // *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2021. № 2 (40). С. 48–54. <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2021-10205>
3. Коноплев Д. Э. Telegram как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях // *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2017. № 3 (25). С. 198–200.
4. Морозова А. А., Попова С. Н. Контент в социальной сети: критерии качества // *Вестник Воронежского государственного университета*. Серия: Филология. Журналистика. 2020. № 1. С. 120–124.
5. Олешкевич В. В. Телеграм-журналистика: информационные проекты в мессенджерах как новые массмедиа // *Меди@льманах*. 2022. № 5 (112). С. 74–84
6. Регнум. URL: https://t.me/na_regnum/3726 (дата обращения: 15.05.2023).
7. Садыков Б. Р., Газизов Р. Р. Своеобразие и структура контента регионального тематического Telegram-канала // *Новые тренды журналистики и медиакоммуникаций* : сб. науч. ст. II Междунар. науч.-практ. конф. Москва, 14 апр. 2023 г. / отв. ред. Д. В. Неренц. М. : РГГУ, 2023. С. 70–73.
8. Светличная Е. С., Газизов Р. Р. Структура и наполнение авторского telegram-канала *Music Legends* // *Медиапространство Российской Федерации: глобальный и национальный аспекты* : материалы V Междунар. науч.-практ. конф. Уфа, 16 мая 2023 г. / отв. ред. Р. Д. Мустафина. Уфа : РИЦ УУНИТ, 2023. С. 135–137.
9. Marina Akhmedova. URL: <https://t.me/s/Marinaslovo> (дата обращения: 16.05.2023).

УДК 141.32

В. А. Скуденков, *Иркутск*

Медиаконструирование страхов в современном обществе

Проводится анализ современных медиа-потоков, выделяются основные формы и способы воздействия на массовое сознание, выделяются специфические особенности и уникальные закономерности трансформации социальных представлений под влиянием медиапотоков современного мира. Приводятся результаты собственного исследования, позволяющие выявить типы медиа-страхов, способы их внедрения в общественное сознание и изменение социальных ожиданий.

Ключевые слова: медиаконструирование, страхи, СМИ, интернет, современное общество, управление массами, толпа.

V. A. Skudenkov, *Irkutsk*

Media Construction of Fears in Modern Society

The article analyzes modern media flows, highlights the main forms and ways of influencing mass consciousness, highlights specific features and unique patterns of transformation of social representations under the influence of media flows of the modern world. The results of their own research are presented, which make it possible to identify the types of media fears, the ways of their introduction into the public consciousness and the change in social expectations.

Keywords: media construction, fears, mass media, Internet, modern society, mass control, crowd.

Медиадискурс во многом определяет повседневную жизнь, начиная от социальных ожиданий и установок, заканчивая моделями поведения и проживаемыми эмоциями. Многие коллективные эмоции формируются через позитивные и негативные сообщения из СМИ и сети Интернет. Поэтому становится важным моментом понимание того через какие механизмы это воздействие осуществляется, что оно активизирует и как этим управлять.

Медиаконструирование страхов играет важную роль в современном обществе. С одной стороны, СМИ содействуют распространению информации об угрозах и опасностях, которые могут возникнуть в жизни людей. Например, телевизионные новости сообщают о терактах, наводнениях, пожарах и других стихийных бедствиях, которые происходят в разных уголках мира. Эта информация стимулирует людей к осторожности, предосторожности и прививает им осознание того, что окружающий мир не безопасен.

С другой стороны, СМИ могут увеличивать чувство страха и неуверенности в будущем у людей. Реклама страховых компаний и новостные материалы о катастрофах могут поддерживать убеждение, что риск и неопределенность являются неотъемлемой частью жизни и что только купленная страховка может обезопасить людей от возможных угроз. В этом случае СМИ, неожиданно для себя, выступают источником страха и неуверенности.

По этой причине медиаконструирование страхов требует более глубокого анализа и понимания со стороны общества, и различных групп интересов. Каждый человек должен быть способен не только видеть угрозы, но и предоставлять себе возможность принять рациональное решение о том, как иметь дело с риском и как оценить свою собственную способность регулировать свою жизнь в условиях неопределенности и изменчивости.

Основные состояния общества конструируются через СМИ: тревожность, беспокойство, апатия, инфантильность и проч. Информация и информационные потоки в целом конструируют поле социальных ожиданий и представлений, позволяющее принимать те или иные решения, регулировать собственное поведение, а также понимать поведение различных сообществ в определенных условиях. Медиадискурс позволяет управлять состояниями, мыслями, чувствами и действиями отдельных людей и целых социальных групп. Это один из способов мягкого управления толпой.

В теоретическом осмыслении данные проблемы достаточно разнообразно исследовались как зарубежными, так и отечественными учеными. Подход Дж. Гербнера [1], в рамках теории культивирования раскрывается через то, что зрители видят мир таким, каким видят его по ТВ (при том, что транслируемые символы далеко не всегда соответствуют реальности). Более того, по ТВ чаще обсуждается негативная информация и это приводит к тому, что мир кажется более агрессивным и опасным. Если мы слышим о преступлениях, потом в реальной жизни их находим; смотрим передачи о разрушении семейных ценностей, то потом в своей семье сами находим условия разрушения семейных ценностей и деградации личных отношений.

Полагаем, есть серьезная связь между тем, что не только сама фиксация каких-то негативных событий вызывает тревожные состояния (преступления, пандемия, экологические или техногенные катастрофы, военные действия, экономический кризис и проч.). Стоит понимать, что призыв к гражданам: принять новый порядок, решения власти, реформы, направленные на обеспечение безопасности, вызывают такую же, а может еще большую тревогу и опасения за свое неопределенное будущее. Как это развивается в современном российском обществе показано в работе М. К. Горшкова [9].

В работах А. М. Цуладзе [18] рассматривается страх как элемент социально-политического мифотворчества, который реализуется через СМИ и решения власти. В исследовании С. Г. Кара-Мурзы [14] рассматривается страх в социокультурном аспекте как элемент психологического стресса, возникающий в результате ситуации нестабильности, в это время

максимально можно внушить большим массам населения что-либо и достаточно легко управлять общественным вниманием и сознанием, управлять поведением масс на большой территории достаточно длительное время. В исследованиях Р. Г. Ардашева [2–5] прослеживается иррациональное конструирование эффектов сознания. В исследованиях Д. Н. Барина [6–8] и М. Р. Желтухиной [10] анализируются эффекты создания и развития страхов на психоэмоциональном уровне через медиаконструирование информационных потоков.

Конструирование страха и тревожности происходит через лингвистический (языковой) или психологический контекст, а также фактические последствия социально-экономического и политического воздействия на аудиторию. Это происходит через сознательное конструирование «*образа врага*» в негативном ключе (страхотенный контент). Также работает и обратная картина – когда целенаправленно формируется позитивный образ человека, ситуации, места или проблемы.

Социальная коммуникация, которая осуществляется через страховую стратегию, приводит к внутреннему напряжению, разобщенности и дезорганизации общества или отдельных социальных групп. Это проявляются аффективно-когнитивные состояния общества, нашедшие отражение в групповых и индивидуальных процессах людей, вовлеченных в разные сообщества, позволяющие им находить хотя бы иллюзорные формы и символы опоры, понимания того, что происходит или придумывания этого понимания.

Субъектами массовой коммуникации выступают индивиды, сообщества и группы, обладающие своими интересами, мировоззрением и ценностями, что позволяет им занимать определенное положение в системе социальных связей и благодаря СМИ подтверждать это положение регулируя те или иные отношения. Это политические, экономические или какие-то другие группы интересов, которые стремятся оказать влияние на общественные настроения через СМИ. Качество, механизмы и методы этого воздействия зависят от морально-этических норм, идеологических убеждений, законодательства, социальными интересами и проч. Информационная политика того или иного средства СМИ осуществляет отбор и фиксирует ракурс трансляции информации – что в конечном счете влияет на массовую аудиторию и зачастую соответствует интересам определенной группы.

Развитие интернета и социальных медиа привело к изменению эффективности механизма целенаправленного воздействия на аудиторию (от вертикального влияния ранее – на горизонтальное сейчас, что способствует развитию институтов гражданского общества, социальной активности и общественному плюрализму). На сегодняшний день, во многих

сферах – информация из сети интернет стала более востребованной и актуальной, чем из СМИ.

Актуальной задачей для государства становится контроль над интернет-пространством, так как оттуда может приходиться информация, способствующая развязыванию войн, революций, социальных бунтов, актов массового или личного насилия и т. д. Одним из вариантов решения этого вопроса выступает создание альтернативной всему миру модели виртуального пространства (такой как в Китае, где есть защита (запрет) от перехода на запрещенные иностранные сайты), хотя, бесспорно, имеются и ограничения данного явления.

Любому издателю, будь то печатное или виртуальное СМИ законы рынка диктуют то, что, прежде всего, нужна «острая», «актуальная», «проблемная» и «уникальная» информация, что позволит поразить аудиторию, переключить ее внимание и т. д. – все, что принесет прибыль в будущем. Самые шокирующие гипотезы», «Военная тайна», «Засекреченные списки», «Еда массового поражения» – названия телепередач на РЕН ТВ, являющиеся примером такой стратегии. Коммерческий успех в медиапотоках – это умение не просто найти информацию, но и преподнести ее так, чтобы остался отклик у читателей или зрителей.

Страх – один из самых рентабельных способов привлечения внимания аудитории и следовательно – зарабатывания денег. Это эффект сознания. Нас объединяет или радость или беда – так вот транслируемый через медиaprостранства сигнал увеличивает потребность сообществ в консолидации. И страх не только распространяется через криминальную хронику, но и через множество передач про здоровье (с Еленой Малышевой, с доктором Комаровским и проч.) – это страх болезни и качества жизни, а также передачи о культуре или судьбах России (Н. Михалков) – страх потерять свою гражданственность, культурную идентичность и т. д. В работах О. А. Полюшкевич [15–17], Р. В. Иванова [11–13] об идеологической пропаганде и патриотическом кинематографе это раскрывается наиболее подробно.

Еще одним способом управления страхами населения выступает переключение внимания с глобальных проблем (морального разложения, идеологической пропаганды и т. д.) к локальным (сведение частных проблем к общезначимым, социально важным). Например, программа «Окна», «Пусть говорят», «Дом 2» где истории конкретных людей привлекают внимание больше, чем общие рассуждения или даже собственная жизнь. Эти передачи управляют страхом населения – переключая ажиотаж, и внутренние процессы переживания за свое будущее, на «реальные» проблемы других конкретных людей, связанные с межличност-

ными отношениями, бытовыми и семенными проблемами, установлением родства и изменами и проч.). В этих передачах не просто рассказывается то, что беспокоит россиян, но и то, по поводу чего стоит беспокоиться (навязанный контент). Это позволяет переключить внимание от сложных социальных, экономических, политических проблем на уровень повседневности.

Особенности исследования

Исследование проводилось в 2023 г. в виде опроса россиян через онлайн-платформу опросов www.google.com, в нем приняли участие 1850 чел. в возрасте от 18 до 75 лет, 55 % женщин и 45 % мужчин, проживающие в разных регионах РФ. Выборка квотная, многоступенчатая: пол, возраст, регион проживания, просмотра ТВ и/или интернет-новостей и телепередач или сообщений не менее 1–2 часов в день. Данный показатель был введен как ключевой элемент гипотезы – анализа конструирования социального самочувствия и фиксации страхов россиян через информационные потоки масс-медиа.

Анализ результатов исследования

Россиян, прежде всего, волнуют проблемы здоровья своего и близких (40 %), свое будущее и будущее детей (33 %), безденежье (27 %). Эти страхи указывают на социальную пассивность в сфере политики, отсутствия социальной активности и проч. Масс-медиа заполняют информационные потоки, влияющие на уровень осознанности и качественного осмысления происходящих процессов.

Страхи этой группы конструируются во вне, но варианты решения лежаться на плечи россиян самостоятельно, как *личная стратегия ответственности* – 47%, выбор, который остается за каждым.

При этом отмечается важность реализации государственной политики через военную операцию (44 %), приоритеты национальной и экономической безопасности нашей страны во внешней политике и политике импортозамещения (32 %), соблюдения норм социального здоровья (борьба с пандемией) – 24 %. Эти моменты указывают на поддержку общегосударственной стратегии, которая позиционируется на основных телеканалах страны и ряде интернет-ресурсов.

Страхи этой группы также конструируются внешними институтами и транслируются масс-медиа, но варианты решения возлагаются на власть, как *социальная стратегия – ответственен тот, кто обладает статусом, властью, правом и проч.* – 45%, позволяющая доверять социальным институтам и реализовывать потенциал социальных задач кому-то другому.

Только 3 % опрошенных не смогли определиться – к какому варианту лично они ближе.

На эмоциональном уровне, просмотр телепередач и информационных постов в сети Интернет формирует у большинства респондентов негативные, депрессивные установки (64 %), заставляет искать позитивные моменты в своей жизни (23 %) и 13 % стараются не сильно задумываться о том, что видят, слышат, читают, только в формате отслеживания информации (чтобы быть в курсе). Любая из этих реакций является результатом психоэмоционального воздействия информационных потоков масс-медиа на личность отдельного человека, сообщество и общество в целом. Благодаря этому информационному вакууму формируются общие негативные социальные настроения, состояние уныния и тревоги, культивирования страхов и социальной деструктивной стагнации.

Респонденты выделили следующие механизмы медиаконструирования страхов:

1. Выбор темы (32%). СМИ могут сознательно выбирать темы, которые вызывают страх и беспокойство у людей. Например, когда новости сообщают о катастрофах, терактах или распространении инфекционных заболеваний, это может вызвать у людей чувство опасности и страха. Этот механизм одинаково влияет и на мужчин, и на женщин (48% и 52 % соответственно), также на представителей всех возрастов, участвующих в исследовании (18–35 лет – 30 %, 36–55 лет – 33 %, 56 лет и старше – 37 %).

2. Подача материала (26%). Способ, которым СМИ сообщают информацию, также может влиять на поддержание чувства страха и неуверенности у людей. Например, использование ярких и запоминающихся изображений, таких как кадры пожаров или крушения самолетов, может подчеркнуть опасность и вызвать беспокойство. Этот механизм медиаконструирования наиболее воздействует на женщин (70 %), чем на мужчин (30 %). И более точно влияет на людей среднего и старшего поколения, чем на молодежь (18–35 лет – 20 %, 36–55 лет – 35 %, 56 лет и старше – 45 %).

3. Язык и кадры (24 %). Кадры и язык, используемый в новостях и рекламе, также могут быть использованы для усиления страха у зрителей и читателей. Например, использование темных цветов или зловещей музыки может усилить эффект информации, делая ее более страшной. Наиболее подвержены этому механизму женщины – 66 % и меньше мужчины – 44 %, а также люди среднего и старшего возраста (18–35 лет – 15 %, 36–55 лет – 35 %, 56 лет и старше – 50 %).

4. Манипуляция данными (18 %). СМИ могут умышленно манипулировать данными для создания впечатления, что определенный риск намного выше, чем на самом деле. Например, использование абсолютных

чисел, вместо относительных, может сделать риск угрозы более драматичным и страшным, чем он на самом деле есть. Наиболее подвержены данному механизму воздействия мужчины – 65 и 35 % женщин, наиболее остро это касается людей среднего возраста (18–35 лет – 20 %, 36–55 лет – 60 %, 56 лет и старше – 20 %).

В результате всех этих механизмов медиаконструирования страхов, люди могут считать, что мир опасен и непредсказуем, и что они не могут справиться с жизненными угрозами. Это может приводить к чрезмерному использованию страховых продуктов и услуг, что может быть дорогим и не всегда необходимым. Так как, на прямой вопрос о том, на основе чего вы судите об окружающем мире – 65 % указало на СМИ и сеть Интернет, 22 % на личный опыт, 13 % на опыт родственников и друзей.

Эти данные фиксируют прямую зависимость нашего сознания от того, что мы потребляем, какие смыслы и контексты усваиваем, что становится значимым и важным, почему. И собственно этот опыт и определяет то, что мы из себя представляем как личности и как члены определенной группы. Это то, что может стать основой для выделения круга «своих» и «чужих» и определить основные приоритеты и перспективы личного и социального развития.

Выводы

СМИ в значительной мере формируют общественное сознание и могут влиять на формирование страхов и их значимости. Информация, представленная в СМИ, может влиять на то, как люди реагируют на потенциальные угрозы и как они оценивают риски. Информация более точно усваивается и воспринимается как истинная – чем меньше в ней неточностей и многозначности (концепция К. Шенона). Сегодняшнее ТВ предлагает однонаправленный поток точной информации, но фокусирующий сознание зрителей на «нужных» объектах. В условиях ситуации неопределенности (чрезвычайных ситуаций, вызванных экологическими проблемами, пандемией, военной операцией) формируется потребность в информации, позволяющей понимать суть происходящих событий, и соответственно этому принимать решения, касающиеся жизни аудитории и их близких.

Поэтому, вполне понятен интерес людей к новостям по экономическим изменениям, ликвидацией экологических катастроф, положением дел наших войск на территории военной операции и т. д. Но в то же время – это искусственная фиксация внимания аудитории на этих проблемах, благодаря которым будет возможно ввести новые налоги или какой-то закон, трансформировать социально-политические механизмы и усло-

вия партнерства в разных сферах жизни. СМИ не только позволяют «разбираться» в нужных вопросах, но и подсказывают и показывают, как это стоит делать.

Медиаконструирование страхов в современном обществе развивается достаточно активно и становится инструментом регулирования поведения толпы. Чем точнее отслеживать механизмы воздействия, тем точнее можно прогнозировать поведение больших сообществ людей, отслеживать их мировоззренческие и эмоциональные трансформации и приводить к нужному состоянию общественного развития. Это может быть полезно как теоретикам, рассматривающим механизмы и стратегии управления, так и практикам (психологам, священникам, социальным работникам), помогающим конкретным людям преодолевать их личные жизненные кризисы и изменения.

Литература

1. Growing up with television: Cultivation processes / G. Gerbner [et al.] // *Media effects: Advances in theory and research*. New Jersey : L. Erlbaum associates, 2002. P. 43–67.
2. Ардашев Р. Г. Кино как источник формирования иррационального сознания россиян // *Социальная реальность виртуального пространства* : материалы IV Междунар. науч. конф. Иркутск, 2022. С. 197–201.
3. Ардашев Р. Г. Аффект через призму общественных настроений // *Проблема соотношения естественного и социального в обществе и человеке*. 2021. № 12. С. 85–90.
4. Ардашев Р. Г. Виртуализация в новых смысловых ориентациях россиян // *Глобальные и региональные воздействия в системе современных обществ* : сб. науч. тр. Иркутск, 2021. С. 130–134.
5. Ардашев Р. Г. Воздействие СМИ на иррациональность общественного сознания // *Социология*. 2021. № 3. С. 53–61.
6. Баринов Д. Н. Воздействие медиановостей на эмоциональное самочувствие региональной аудитории СМИ // *Психология и психотехника*. 2016. № 7. С. 582–586.
7. Баринов Д. Н. Природа массовой коммуникации и медиаконструирование страхов // *Вопросы теории и практики журналистики*. 2021. Т. 10, № 3. С. 469–486. [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2021.10\(3\).469-486](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2021.10(3).469-486)
8. Баринов Д. Н. Социальное настроение тревоги и страха: сущность, структура, особенности функционирования // *Социодинамика*. 2019. № 7. С. 39–53. <https://doi.org/10.25136/2409-7144.2019.7.30136>
9. Горшков М. К. Фобии, угрозы, страхи: социально-психологическое состояние российского общества // *Социологические исследования*. 2009. № 7. С. 26–32.
10. Желтухина М. Р. Эффективное воздействие в масс-медиа: моделирование страха // *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2016. № 3 (23). С. 25–28.
11. Иванов Р. В. Виртуальное взаимодействие: истинность и ложность // *Гуманитарное знание и духовная безопасность* : сб. материалов VII Междунар. науч.-практ. конф. Грозный – Махачкала, 2020. С. 161–165.
12. Иванов Р. В. Иррациональность общественного сознания россиян: реальность постпандемического общества // *Социология*. 2021. № 3. С. 148–149.
13. Иванов Р. В., Полошкевич О. А. Патриотизм и идентичность в современных российских фильмах // *Известия Иркутского государственного университета. Серия: Политология. Религиоведение*. 2016. Т. 18. С. 44–55.
14. Кара-Мурза С. *Манипуляция сознанием*. М. : Родина, 2020. 527 с.

15. Полошкевич О. А. Духовно-идеологические основы формирования мировоззрения через патриотический кинематограф // Гуманитарное знание и духовная безопасность : сб. материалов IX Междунар. науч.-практ. конф. Махачкала, 2022. С. 278–282.
16. Полошкевич О. А. Идеологическая пропаганда: анализ фильмов Н. Михалкова // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. 14, № 4. С. 127–143.
17. Полошкевич О. А. Новая идентичность в современном патриотическом кинематографе // Гуманитарный вектор. 2022. Т. 17, № 2. С. 192–202.
18. Цуладзе А. М. Политическая мифология. М. : Эксмо, 2003. 384 с.

СОЦИАЛЬНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ВИРТУАЛЬНОСТИ

УДК 316.647.5(73)

Ю. Б. Дюндик, *Иркутск*

Репрезентация Asian Hate Crimes в медиапространстве США

Показывается, что расизм по отношению к американцам азиатского происхождения (в том числе гражданам, рожденным уже в США) как явление наблюдается в США уже на протяжении многих веков. Доказывается, что во время пандемии коронавируса, когда общение в соцсетях вынужденно получило массовое распространение, антиазиатский расизм приобрел в США более явный и открытый характер, появились новые формы его проявления. Целью статьи является выделение основных видов дискриминации, а также анализ репрезентации интолерантности, а именно Asian Hate Crimes, в американском медиапространстве с позиции самих американцев азиатского происхождения, т. е. их восприятия враждебной действительности.

Ключевые слова: азиаты, американцы азиатского происхождения, США, преступления на почве ненависти, язык вражды, социальные сети, массмедиа.

Yu. B. Dyundik, *Irkutsk*

Asian Hate Crimes Representation in American Mass Media

Anti-Asian, especially Anti-Chinese Racism, including those born in America, has existed in the USA for many centuries. During the pandemic of coronavirus, when people's communication took place mostly online, virtually, Anti-Asian racism became more undisguised and widely-spread, its new forms came into being. The aim of the present article is to provide the main types of discrimination and to analyze how intolerance (or Asian Hate Crimes precisely) is represented in American Mass Media revealing how Asian Americans perceive it.

Keywords: Asians, Asian Americans, USA, hate crimes, hate speech, social media, Mass Media.

Проблема толерантности/интолерантности была и остается одной из наиболее актуальных в течение долгого времени во всем мире, однако с развитием виртуального пространства она выходит на совершенно новый уровень и, получив дополнительные способы распространения, приобретает новые формы. Проблема (ин)толерантности неразрывно связана с проблемой дискриминации. Под дискриминацией (лат. *discriminatio* – различение) понимают ограничение или лишение прав определенной ка-

тегории граждан по признаку расовой или национальной принадлежности, по признаку пола и т. д., а также установление для представителей, организаций или граждан одного государства меньших прав, чем для представителей, организаций или граждан другого государства. В современном мире, согласно законодательству, любые виды дискриминации (расовая, по происхождению и национальности, возрасту, полу и т. д.) являются незаконными, однако, продолжают существовать и возникают все новые виды и формы дискриминации.

В данной статье мы остановимся на репрезентации ситуаций дискриминации азиатов, представленных в американском обществе в малочисленном количестве, как жертв преступлений ненависти в массмедиа. Материалом данного исследования послужили статьи в медиапространстве США, в основном написанные американскими авторами азиатского происхождения, посвященные данной проблеме, при проведении исследования мы использовали метод сплошной выборки практического материала из текстов медиапространства США.

По определению ФБР, hate crimes (преступления ненависти) это “criminal offense(s) – against a person or property motivated in whole or part by an offender’s bias against race, religion, disability, sexual orientation, ethnicity, gender or gender identity (National Institute of Justice, 2021). В марте 2020 г. ФБР выпустило предупреждение о том, что вероятен всплеск дискриминации и насилия по отношению к азиатам в связи с тем, что начавшаяся пандемия COVID-19 для многих ассоциируется с Китаем и китайским населением [19]. Стоит отметить, что ненависть, направленная изначально на выходцев из Китая, распространилась на азиатов в целом, без разбора их происхождения: You didn’t have to be Chinese to be targeted – you just had to look vaguely East Asian [17; 27].

Насилие по отношению к азиатам в США имеет довольно длительную историю, его можно наблюдать начиная с XVIII–XIX вв. с началом активной иммиграции китайского населения в США, при этом они стали одной из наиболее быстрорастущих этнических групп. По мере того, как росло количество азиатов, увеличивалось и количество преступлений против них. Периоды насилия имеют волнообразную историю, но в целом можно говорить о том, что до начала пандемии COVID-19 американцы азиатского происхождения, насчитывая порядка 23 миллиона человек, вполне гармонично сосуществовали со в значительной степени разнородным населением Америки. Антикитайские настроения, или синофобия, приобрели более выраженную форму в период пандемии COVID-19, поскольку, как известно, нулевой пациент и дальнейшее распространение вируса было зафиксировано в материковом Китае. Согласно Anti-Asian Hate Crime Report (2021), преступления по отношению к азиатам выросли

на 145 % в 16 крупнейших городах США в 2020 г. по сравнению с 2019 [10]. Также отмечается, что более 30 % опрошенных считают азиатов ответственными в распространении вируса COVID-19 [12]. В целом по стране за трехмесячный период, с марта по июнь, было зарегистрировано более 2100 преступлений на почве ненависти к азиатам [8], при этом также отмечается, что высок процент Asian Americans hate crimes в школах [31, с. 457].

Таким образом, многие американцы азиатского происхождения смогли ощутить на себе ненависть и предубеждения по расовому признаку со стороны остального населения Америки, появились массовые сообщения о физических нападениях, вандализме, расистских оскорблениях, отказе в обслуживании / непредоставлении какого-либо сервиса, случаях издевательств в школах, недопусках в некоторые публичные места, необоснованном увольнении с работы и других негативных действиях [1]. Необходимо отметить, тем не менее, что насилие по отношению к азиатам не отличается в значительной степени от форм насилия, применяемого, например, к афроамериканцам или испаноговорящим американцам [31, с. 441].

Приведем несколько примеров из массмедиа-источников, где азиаты, подвергнувшиеся hate crimes, описывают ситуации, произошедшие с ними: *Across the US, Asian American communities have been gripped by anger and despair as hate crimes against them have increased sharply [5]; In New York, the most pressing issues Yoo has seen include food insecurity, financial struggle and lack of healthcare access among the many Asian workers whose industries were disproportionately affected by the pandemic (eg. Nail salons, restaurants, and other service-based industries) [5]; Especially with the rise in hate crimes against Asians, I will say that getting on the subway is more terrifying these days, in comparison to being worried about getting the coronavirus,” said Yagi... [25]; *The AAPI community is tired of being afraid. We want solutions that actually make a difference and focus on prevention* [23]; *Asian America can feel nebulous, lumping together people as varied as a third-generation Chinese American landlord and a Hmong refugee [26]; We are afraid that, more and more, the actions and the language of the government is premised on the assumption that just because we are Chinese or have cultural ties to China that we could be disloyal, or be spies, or be under the influence of a foreign government* [9]; *But as the country wrestles with China’s influence as a competitive global power, caught in the middle are tens of millions of Americans like Min who, thanks to their appearance, may now face greater suspicion or hostility than they experienced even during the pandemic, according to Asian American lawmakers, civil society groups and ordinary citizens* [9]; *Rising tensions with China have clearly led to an increase in anti-Asian**

xenophobia that has real consequences for our communities [9]; We know from experience in the United States that once you demonize Chinese people, all Asian people living in this country face the brunt of that rhetoric [9]; Looking back, I can remember the low-level racism of my youth, the stupid jokes told by my Catholic-school classmates, like “Is your last name Nam?” and “Did you carry an AK-47 in the war?” as well as more obscene ones [21]. Как видно из приведенных примеров, обострение насилия наблюдается с ростом тревожности в виртуальной среде при распространении COVID-19 и имеет разнообразные проявления, что мы рассмотрим ниже.

Наиболее распространенный и широко наблюдаемый вид дискриминации во время локдаунов – это hate speech. Термин hate speech (язык ненависти, вражды) определяется как все формы самовыражения, включающие провоцирование, стимулирование, распространение или оправдание ксенофобии, расовой нетерпимости, антисемитизма и иных проявлений враждебности в отношении меньшинств, мигрантов или лиц с эмигрантскими корнями [3]. В основе hate speech или «риторики ненависти» также лежит отсутствие толерантности. К данному виду насилия относятся вербальная агрессия, призывы к применению насилия, в основе которых лежит неприязнь на этнической, расовой, религиозной или иной социальной почве в современной коммуникации, которая может проходить как в виде межличностного общения офлайн, так и общаясь онлайн (виртуально) на различных медиаплатформах во все более активно развивающейся сети Интернет, что способствует более глобальному распространению проблемы в условиях тотальной цифровизации общества. Зачастую непосредственной целью данного инструмента манипуляции может быть отдельный человек или небольшая группа людей, вред, нанесенный «языком вражды», может распространяться на целые этносы, народности, расы, религиозные и другие сообщества и т. д. и, как следствие, быть причиной как внутренних, так и международных конфликтов [2].

В последние годы социальные медиаплатформы стали наиболее распространенным местом и инструментом выражения своего мнения, реакции, мыслей, чаще негативных, на любые происходящие события, особенно в период локдауна, когда люди были ограничены в общении и посещении любых публичных мест, практически все общение протекало онлайн. Соответственно, медиаплатформы стали прекрасной почвой для возвращения ненависти, которая впоследствии могла найти выход в реально совершаемых преступлениях. Согласно недавно проведенному исследованию, 41 % американцев подвергаются онлайн-агрессии, 30 % которой основано на расовой и/или этнической неприязни [16].

Безусловно, всплеск преступлений по отношению к азиатам (чаще китайского происхождения) можно связать с высказываниями экс президента США Дональда Трампа, когда он в своих речах употребил выражение «китайский вирус» (China virus, Wuhan Virus, kung flu), несмотря на то, что ВОЗ (WHO) рекомендовала СМИ называть новый вирус как “COVID-19” (coronavirus / коронавирусу), безотносительно места происхождения вируса и избегать таких названий, как ‘Wuhan Virus,’ ‘Chinese Virus’ либо ‘Asian Virus’ [30]. Общеизвестно, что мы все зависимы от медиа и подвержены воздействию и активному восприятию, не всегда критическому. Способность медиа влиять на наше восприятие только возрастает с развитием технологий. Так, в социальных сетях увеличилось количество публикаций с расистскими хештегами что, в свою очередь, повлекло за собой рост числа преступлений: например, в один из дней марта в одной из популярных социальных сетей количество упоминаний термина “Chinese virus” и подобных ему возросло на 650 %, 9 марта уже на 800 % [7, с. 870], участились случаи кибербуллинга, однако не менее редко можно встретить непосредственные вербальные оскорбления и офлайн, в любом общественном месте: *Anti-Chinese sentiment is not exclusive to Chinese Americans, and members of other AAPI ethnicities are often categorized with Chinese Americans. In February 2020, a Thai woman was subjected to a racist tirade from a fellow rider on a Los Angeles subway. The man shouted at the passengers, repeating old tropes such as the idea that Chinese people were natural carriers of infectious disease: “Every disease has ever come (sic) from China... because they’re [expletive] disgusting” [6]; Early in the pandemic, a group of strangers harassed Zhang’s fiancée, calling her “coronavirus” while she walked on the Lower East Side [27].* В массмедиа текстах при описании чувств жертв, ожидаемо, в основном используются слова, указывающие на их негативные эмоции как реакцию на происходящее, связанные преимущественно со страхом: *I was stunned by her words and caused me to fear and be more alert of my surroundings, feel outraged, Asian Americans were anxious or depressed, widespread fear, scared – frightened or worried, feared being threatened or physically attacked, a year filled with so much grief and fear...*

Ситуации непосредственного физического насилия также становятся более частотны с началом пандемии. Случаи смерти жертв(ы) в ситуации преступлений ненависти не являются распространенными, тем не менее, имеют место: *Chinese American man was beaten to death by two white auto-workers who took him for Japanese and blamed Japan for the car industry’s struggles. They were merely fined \$3,000 each for the killing [5].* Одно из самых жестоких и обсуждаемых преступлений произошло 16 марта 2020 г., когда 21-летний белый мужчина убил восемь человек в массажном

салоне, шесть из них – женщины азиатского происхождения. Однако наиболее распространенными преступлениями, совершаемыми на почве ненависти, являются преступления, связанные с физическим насилием невысокой степени тяжести, а также преследованием (*be attacked, be spit, be punched, be kicked, be chased*). Азиаты обвиняются не только в распространении вируса, нападающие находят любую причину, чтобы выместить на них свои проблемы, зачастую физическое насилие сопровождается словесными оскорблениями: *In New York, pandemic-era violence against Asians started more than a month before lockdown: The first widely reported attack occurred on February 2, 2020, when a man called a woman wearing a face mask “a diseased bitch” and punched her in the head [27]. Газета New York Times приводит подборку преступлений подобного характера по городам:*

Chicago:

A 60-year-old Chinese-American man out for a run was spit at by two women who threw a log at him, accused him of being sick and told him to “go back to China.”

Manhattan:

A 59-year-old man was kicked in the back and told to go back to his country by a teenager who also used an expletive to make a racist comment about the coronavirus.

Bronx:

A 52-year-old woman on a bus was attacked by a group of teenage girls who accused her of spreading the coronavirus. One of them hit her with an umbrella.

Manhattan:

A 34-year-old woman was attacked on the street by another woman who spit on her, pulled her hair and told her, “You are the reason we have the coronavirus.”

Manhattan:

A 23-year-old Korean student was grabbed by the hair and punched in the face by a woman who yelled expletives at her and said, “You’ve got coronavirus.”

Miami Beach:

An older woman was chased around by a man with a bottle of hand sanitizer who used vulgar language to say she needed to clean herself.

Midland, Texas:

Three family members, including a 2-year-old baby, were stabbed by a 19-year-old in a grocery store because he thought they were “Chinese and infecting people with the coronavirus.”

Manhattan:

An Asian man had a bucket of water thrown on him because “he has coronavirus” while standing and smoking on the sidewalk [29].

Согласно статистике, чаще нападениям (как словесным, так и физическим) подвержены пожилые (*During the course of the COVID-19 pandemic, New York City saw a sharp increase in harassment and violence against Asian people and communities, especially Asian elders [24]; Elderly people who have stopped leaving their homes [5],* либо женщины азиатского происхождения (*As 74 % of Asian American and Pacific Islander women report having personally experienced racism or discrimination in the past year, community members are pushing leaders to do more to address public safety; Racism and sexism against Asian American women intensified with the start of the pandemic as the community was scapegoated [15].* Тем не менее дети-азиаты сталкиваются с подобного рода отношением уже в школе, хотя подобные случаи не достаточно широко освещены в массмедиа: *In 1989, years before Columbine and other schools shootings made headlines, a gunman shot and killed five southeast Asian schoolchildren at an elementary school in Stockton, California. These children were targeted because they were Vietnamese and Cambodian refugees from the Vietnam War, Nguyen said [4]; She realized that even in her children’s predominantly Asian school – let alone the predominantly white school she had attended growing up – Asian Americans were not reflected in the curriculum, contributing to their image as “forever foreigners” – not part of the American story, and therefore, not deserving of the same treatment as other Americans [5]; In a Los Angeles-area middle school, an Asian student was physically attacked by classmates, who were making unfounded accusations of his being infected with COVID-19. The boy’s injuries were serious enough to be sent to an emergency room [6]; “It was a sad reality to say that as much as we want our family close to us and their grandchildren, they will be safer in Korea,” Min said [9]; 83 percent of Asian American parents are concerned that their children may be bullied because of their race or ethnicity [28].*

Далее приведем примеры некоторых других преступлений, совершаемых против азиатов в США. Так, вандализм, а именно преднамеренная порча и умышленное разрушение каких-либо материальных или духовных ценностей, – также достаточно распространенное правонарушение, которое испытали на себе азиаты: *Growing up in Pennsylvania, Min was no stranger to racially motivated violence: Her home was regularly vandalized with eggs, tomatoes and epithet-laden graffiti (“Go home, gooks”); her father once discovered a crude homemade explosive stuffed in his car [9]; On June 18, a home for sale on the 15300 block of Inverness Street had a realtor sign vandalized with graffiti that included an anti-Asian racial epithet [20]; “This*

wasn't just a simple rock being thrown," Chan told NBC Asian America. "Someone took the time in the middle of the night to smash the windows in hard, very forcefully, five times" [22]; To San Antonio restaurateur Mike Nguyen, the threat was clear. Alongside the racist graffiti covering the windows of his ramen shop – "Kung flu," "Commie," "Ramen noodle flu" – were these words, spray-painted in red: "Hope u die" [13]; Two Asian seniors in their 60s and 70s were woken up Saturday morning to flames consuming their cars outside their Oakland homes [18]; Graffiti, often linking Asians to Covid-19 or using other derogatory language, has become prevalent on people's homes, businesses and cars, as well as on public property. In one instance, for example, "Kill all Chinese people" was written on the wall of a New York subway station [29].

Отказ от обслуживания / непредоставление сервиса, недопуск в общественные места, а также проблемы на рабочем месте вплоть до необоснованного увольнения также становятся достаточно распространенной ситуацией: *A bill introduced in the Texas Senate in late December has been gaining steam over the past month, and it came as a bombshell to Asian Americans and others across the state. The legislation, SB 147, would make it illegal for Chinese citizens to buy any property in Texas, including homes [26]; Sakura Yagi, chief operating officer of T.I.C. Restaurant Group, a collection of nine Japanese restaurants in New York City, is worried about her dad, who is the owner, her employees and even herself, amid growing anti-Asian sentiment [25]; Yagi heard of an individual who threw firecrackers into the indoor dining area of a Japanese restaurant located on the same block as one of her own in the East Village [25]; T.I.C. (Restaurant Group) had 14 restaurant locations in the city before Covid, but has been forced to shutter five of them since Marc [25]; In February, a customer left a mutilated cat in their parking lot, invoking a racist stereotype of Asians [13].*

В результате подобной дискриминации жизнь азиатов изменилась коренным образом, они вынуждены прятаться дома, избегая появления на людях, стали бояться выходить на улицу, на работу, в школу и даже на прогулку с собакой: *"I have experienced more of these incidents, back to back, in the last two weeks than I have in the entire last decade of my life," Phetmisy said. "[I'm] scared every day and feeling anxious every day, even to just walk my dog" [14]; Children kept home from school by fearful parents [5]; I get a lot of emails saying, my boss is asking us to come back to work but I'm afraid to ride the subway [5]; они вынуждены отказываться от любых напоминаний о том, к какой культуре они принадлежат: *Shum has removed most of her mother's Chinese brush paintings and other cultural I to make the business appear "less Asian" [13], при этом большинство из них боятся официально заявлять о подобного рода дискриминации: Wayne Ho, president**

*of the Chinese-American Planning Council, a social services agency, said many of his Asian colleagues were verbally harassed during the pandemic but chose not to alert law enforcement because they worried the perpetrators, who were often people of color, could be mistreated by the police [11]. Стоит отметить, что случаи дискриминации не приходится считать чем-то необычным, особенно в период пандемии, практически всему азиатскому сообществу в Америке пришлось испытать на себе негативное отношение в той или иной мере: *A couple of Asian-American students talked to me afterward and said they still felt it. The vibe. The feeling of being foreign, especially if they were, or were perceived to be, Muslim, or brown, or Middle Eastern. The vibe. Racism is not just the physical assault. I have never been physically assaulted because of my appearance. But I had been assaulted by the racism of the airwaves, the ching-chong jokes of radio shock jocks, the villainous or comical japs and chinks and gooks of American war movies and comedies. Like many Asian Americans, I learned to feel a sense of shame over the things that supposedly made us foreign: our food, our language, our haircuts, our fashion, our smell, our parent [21].**

С целью оказать помощь и поддержку жертвам насилия в период пандемии, создается специальный веб-сайт, благодаря которому становится возможным распространить информацию о преступлениях по отношению к людям азиатской внешности: у жертв насилия появилась возможность анонимно сообщить о нападении. Стоит отметить, что сообщить о насилии можно не только на английском языке, но и на любом из одиннадцати азиатских языков. В первые же часы работы сайта (март 2020 г.) приходят сообщения о 40 нападениях, при этом более половины сообщений принадлежали женщинам. Начинается движение Stop Asian Hate, но, несмотря на огласку и масштабные протесты в поддержку азиатов, уровень преступности против азиатского населения не снизился, а напротив, зафиксировал рост. Байден создал инициативу относительно представителей американских азиатов (Asian Americans, Native Hawaiians, and Pacific Islanders (WHIAANHPI)), а также Президентскую комиссию с целью оказать им помощь (Asian Americans, Native Hawaiians, and Pacific Islanders (PACAANHPI)). Многие штаты, города и организации выпустили резолюции, осуждающие насилие по отношению к азиатам. Группа из 26 губернаторов выпустила совместное заявление в солидарность подвергаемым насилию, Иллинойс и Нью Джерси издали законопроект, который обязует школы обучать детей азиатско-американской истории начиная с 2022/2023 учебного года. Однако с окончанием пандемии снижения уровня насилия относительно азиатов не фиксируется, на сегодняшний день сказывается также общая геополитическая и экономи-

ческая ситуация в мире, когда мы наблюдаем нарастающее противостояние между США и Китаем, что также способствует росту напряженности и агрессии по отношению к азиатам.

Таким образом, можно говорить о том, что азиатское население подвергалось дискриминации в течение долгого времени, однако во время пандемии, когда большая часть общения вынужденно перешла в виртуальное пространство, люди находились в крайне стрессовой ситуации и пытались найти виновных в происходящем, зарождались всевозможные теории заговора, тревога и страх распространялись и нарастали именно в сети. Социальные сети стали плодотворной почвой для развития многих негативных эмоций, в результате чего с каждым днем Anti-Asian crimes становились все более распространенными, при этом особое развитие получила так называемая hate speech, как наиболее простой способ выразить свои эмоции и мысли.

Литература

1. Болдоханова Т. Ч., Дюндик Ю. Б. Asian hate crimes в США: истоки и современное состояние // Географические исследования в контексте социально-экономического развития регионов : материалы Всерос. науч.-практ. конф. Грозный : Чечен. гос. ун-т им. А. А. Кадырова», 2022. С. 180–183.
2. Василенко Е. Н. Лингвистический аспект правового статуса «языка вражды» // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия А. Гуманитарные науки. 2020. № 2. С. 71–76.
3. Рекомендация Комитета министров Совета Европы № R 97 (20) от 30.10.1997 // Council of Europe. URL: <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/> (дата обращения: 06.07.2023).
4. Author Viet Thanh Nguyen on the ‘deep well’ of anti-Asian racism in the U.S. URL: <https://www.pbs.org/newshour/nation/author-viet-thanh-nguyen-on-the-deep-well-of-anti-asian-racism-in-the-u-s> (дата обращения: 15.07.2023).
5. Chao E. ‘The fear is very real’: how Asian Americans are fighting rising hate crime. URL: <https://www.theguardian.com/society/2022/apr/23/asian-american-fighting-rising-hate-crime> (дата обращения: 18.07.2023).
6. COVID-19 and the rise in anti-Asian hate. URL: <https://www.aapihatecrimes.org/facts> (дата обращения: 09.07.2023).
7. Darling-Hammond S., Michaels E. K., Allen A. M. [et al.] After “The China Virus” Went Viral: Racially Charged Coronavirus Coverage and Trends in Bias Against Asian Americans // Health Education & Behavior. 2020. Vol. 47(6). P. 870–879.
8. Donaghue E. 2,120 hate incidents against Asian Americans reported during coronavirus pandemic. URL: <https://www.cbsnews.com/news/anti-asian-american-hate-incidents-up-racism/> (дата обращения: 12.07.2023).
9. Fung B. Asian Americans are anxious about hate crimes. TikTok ban rhetoric isn’t helping. URL: <https://edition.cnn.com/2023/03/26/tech/asian-americans-tiktok/index.html> (дата обращения: 12.07.2023).
10. Han S., Riddell J. R., Piquero A. R. Anti-Asian American Hate Crimes Spike During the Early Stages of the COVID-19 Pandemic. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9168424/> (дата обращения: 10.07.2023).
11. Hong N., Bromwich J. E. Asian-Americans Are Being Attacked. Why Are Hate Crime Charges So Rare? URL: <https://www.nytimes.com/2021/03/18/nyregion/asian-hate-crimes.html> (дата обращения: 08.07.2023).
12. Ipsos. (2020). New center for public integrity / Ipsos poll finds most Americans say the Coronavirus pandemic is a natural disaster. URL: <https://www.ipsos.com/en-us/news-polls/center-for-public-integrity-poll-2020> (дата обращения: 16.07.2023).

13. Jan T. Asian American businesses are defending themselves against rise in anti-Asian violence. URL: <https://www.washingtonpost.com/business/2021/03/25/asian-owned-businesses-hate-crimes/> (дата обращения: 16.07. 2023).
14. Kang E. Y. Asian Americans Feel The Bite Of Prejudice During The COVID-19 Pandemic. URL: <https://www.npr.org/local/3/09/2020/03/31/824397216/asian-americans-feel-the-bite-of-prejudice-during-the-c-o-v-i-d-19-pandemic> (дата обращения: 26.07. 2023).
15. Kaur H. Attacks on Asian American women are igniting a conversation about public safety. URL: <https://edition.cnn.com/2022/03/15/us/asian-american-women-attacks-public-safety-ccc/index.html> (дата обращения: 21.08. 2023).
16. League, A. D. (2020). Online Hate and Harassment. The American Experience 2021. Center for Technology and Society. URL: www.adl.org/media/14643/download (дата обращения: 25.07. 2023).
17. Lee J. Confronting the invisibility of anti-Asian racism. URL: <https://www.brookings.edu/articles/confronting-the-invisibility-of-anti-asian-racism/> (дата обращения: 27.07.2023).
18. Lim D. 2 Asian seniors believe they were targeted after car fires in Oakland. URL: <https://abc7news.com/car-fire-oakland-asian-american-attack-hate-crimes-aapi/10457383/> (дата обращения: 28.07. 2023).
19. Margolin J. FBI warns of potential surge in hate crimes against Asian Americans amid coronavirus. URL: <https://abcnews.go.com/US/fbi-warnspotential-surge-hate-crimes-asian-%20americans/story?id=69831920> (дата обращения: 12.07. 2023).
20. Neighbor arrested in anti-Asian graffiti vandalism at San Leandro home. URL: <https://www.cbsnews.com/sanfrancisco/news/anti-asian-graffiti-vandalism-san-leandro-home-neighbor-arrested-nicholas-swyer/> (дата обращения: 05.08. 2023).
21. Nguyen V. T. Asian Americans Are Still Caught in the Trap of the ‘Model Minority’ Stereotype. And It Creates Inequality for All. URL: <https://time.com/5859206/anti-asian-racism-america/> (дата обращения: 03.08. 2023).
22. Peng Sh. Smashed windows and racist graffiti: Vandals target Asian Americans amid coronavirus. URL: <https://www.nbcnews.com/news/asian-america/smashed-windows-racist-graffiti-vandals-target-asian-americans-amid-coronavirus-n1180556> (дата обращения: 10.08. 2023).
23. Rios E. Hate incidents against Asian Americans continue to surge, study finds. URL: <https://www.theguardian.com/us-news/2022/jul/21/asian-americans-hate-incidents-study> (дата обращения: 09.08. 2023).
24. Stop Asian Hate. URL: <https://www.nyc.gov/site/cchr/community/stop-asian-hate.page> (дата обращения: 07.09.2023).
25. Tsai K. Rise in anti-Asian violence puts added strain on struggling NYC restaurants. URL: <https://www.cNBC.com/2021/03/10/rise-in-anti-asian-violence-is-putting-strain-on-nyc-restaurant-owners.html> (дата обращения: 10.07.2023).
26. Venkatraman S. Chinese citizens in Texas are incensed over a proposal to ban them from buying property in the state. URL: <https://www.nbcnews.com/news/asian-america/chinese-citizens-texas-are-incensed-proposal-ban-buying-property-state-rcna70836> (дата обращения: 15.07.2023).
27. Wang E. How to Hit Back The desperate, confused, righteous campaign to stop Asian hate. URL: <https://nymag.com/intelligencer/article/stop-asian-hate-crimes-politics.html> (дата обращения: 17.07.2023).
28. Wang F. Kai-Hwa How violence against Asian Americans has grown and how to stop it, according to activists. URL: <https://www.pbs.org/newshour/nation/a-year-after-atlanta-and-indianapolis-shootings-targeting-asian-americans-activists-say-we-cant-lose-momentum> (дата обращения: 12.07.2023).
29. Weiyi Cai, Audra D. S. Burch and Jugal K. Patel Swelling Anti-Asian Violence: Who Is Being Attacked Where. URL: <https://www.nytimes.com/interactive/2021/04/03/us/anti-asian-attacks.html> (дата обращения: 15.07.2023).
30. World Health Organization. URL: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019> (дата обращения: 10.07.2023).
31. Zhang Ya., Zhang L., Benton F. Hate crimes against Asian Americans // American Journal of Criminal Justice. 2022. Vol. 47, N 3. P. 441-461.

УДК 334.78

О. А. Карпенко, *Самара*

Роль виртуального пространства в создании и реализации социальных и общественных проектов на примере социального проекта «ДОМ»

Подробно рассматривается социальный проект «ДОМ», направленный на социальную поддержку и защиту людей (семей с детьми), оказавшихся в трудной жизненной ситуации, в том числе помощь в преодолении такой ситуации, социальное сопровождение, содействие в социальной и трудовой адаптации, в трудоустройстве гражданам ЛНР, ДНР на территории Самарской области. Также определяется роль современного виртуального пространства и социальных сетей в создании и реализации социальных и общественных проектов.

Ключевые слова: социальный проект, социальный капитал, социальный проект, предпринимательство.

О. А. Karpenko, *Samara*

The Role of Virtual Space in the Creation and Implementation of Social and Public Projects on the Example of the Social Project “HOUSE”

The work examines in detail the social project “HOUSE”, aimed at social support and protection of people (families with children) who find themselves in a difficult life situation, including assistance in overcoming such a situation, social support, assistance in social and labor adaptation, employment for citizens of the LPR, the DPR in the Samara region. The paper also defines the role of modern virtual space and social networks in the creation and implementation of social and community projects.

Keywords: social project, social capital, social project, entrepreneurship.

В настоящее время происходит бум развития социальных сетей, в которых идет даже деловое общение. В них освещаются многие общественные и социальные акции, мероприятия, встречи и т. п. И особенно важным является освещение в них проведения социальных проектов, его встреч и мероприятий. Рассмотрим социальный проект ДОМ (полное наименование «Дипломатия. Общество. Молодежь»), который планируется к широкому освещению в социальных сетях и направлен на содействие культурной интеграции и социальной адаптации семей с детьми и молодежи ДНР и ЛНР посредством внесения собственного вклада в выстраивание единого коммуникационного пространства, участия в совместных творческих и профориентационных мероприятиях, совместного участия в волонтерской, трудовой и предпринимательской деятельности [1, с. 43].

Проект подается от ООО «Союз женщин Самарской области» и является инициативой в сфере социального предпринимательства, он позволит привлечь на развитие области дополнительные средства и обеспечить занятость беженцев.

Руководителем и лидером проекта является депутат Думы г. о. Самара, лидер общественного мнения, спикер, предприниматель, психолог, преподаватель и член Правления указанной организации С. В. Макушева

Реализация проекта предполагает работу с молодежью Самарской области, передачу прогрессивного опыта социального развития молодежи ДНР и ЛНР от 14 до 35 лет и поддержку семей с детьми до 14 лет, семей приехавших на территорию Самарской области из ДНР и ЛНР [4]

Команда проекта включает координатора, куратора, методиста, тележурналиста, технического специалиста, спикеров и консультантов.

Командой проекта было проведено исследование, которое показало, что 98 % от 14 до 35 лет не взаимодействовало с молодежью ДНР и ЛНР [2], но 80 % считают, что при общении и взаимодействии возникнут сложности.

Молодежь ДНР и ЛНР от 14 до 35 лет и родителей волнует как вопрос безопасности, так и перспектив будущего и трудоустройства.

В июле 2022 г. был проведен первый телемост с участием молодежи г. Снежное (ДНР), общение в рамках которого подтвердило потребность в создании общего коммуникационного пространства и передаче опыта социального развития.

В рамках проекта предполагается [4]:

1) подготовить активную молодежь Самарской области к выстраиванию коммуникаций, культурной интеграции с молодежью и беженцами из ДНР, ЛНР и содействовать созданию между ними общего коммуникационного пространства и занятости,

2) провести совместные творческие и профориентационные мероприятия с участием семей с детьми, молодежи ДНР, ЛНР и молодежи Самарской области,

3) содействовать социальной интеграции молодежи ДНР, ЛНР посредством привлечения их к социальной и трудовой деятельности совместно с молодежью Самарской области,

4) создать качественный контент о взаимодействии и совместных мероприятиях молодежи ДНР и ЛНР и Самарской области с целью продвижения идеи культурной интеграции и распространения его в информационном поле.

Поддержать семьи с детьми, молодежь ДНР и ЛНР, снизить уровень их тревоги о будущем и установить контакт молодежи Самарской области поможет их совместное участие в творческих и профориентационных мероприятиях. Совместные волонтерские мероприятия и совместный труд позволит укрепить социальные связи и обозначить вектор будущего развития территорий.

В период реализации проекта планируется собрать команду молодежи, которая под руководством профессионального тележурналиста будет создавать качественный видео контент, рассказывающий о событиях проекта, о коммуникационной культуре, и о тех темах, которые интересны участникам проекта, что будет интегрировано в информационное

поле Самарской области, размещаться в СМИ, социальных сетях и на ресурсах существующих и будущих партнеров.

Результатом проекта будет установление длительного контакта между молодежью Самарской области, ДНР и ЛНР, общение и обмен опытом онлайн/офлайн, совместные волонтерские мероприятия и при желании трудовая деятельность [3].

Срок реализации проекта предполагается 1 год.

Командой проекта проведено исследование, в котором приняло участие 250 чел. – жителей Самарской области в возрасте от 14 до 35 лет. В результате проведенного опроса 100 % человек знают, что в Самарскую область приезжают вынужденные переселенцы из ДНР и ЛНР, а 98 % опрошенных не взаимодействовали [5]. 80 % считают, что возникнут сложности в общении.

Вместе с тем с участием социальных сетей проведено 7 глубинных интервью молодых людей Самарской области, в результате которых выявлен страх во взаимодействия и коммуникации с жителями ДНР и ЛНР, люди опасаются агрессивной реакции и не знают каких тем в разговоре можно касаться.

Командой проведено 8 глубинных интервью с беженцами ДНР и ЛНР, основная проблема – трудоустройство и выраженная тревога за свое будущее.

Наряду с этим, согласно опросам, проведенным с психологами и социальными работниками ПВР (пунктов временного размещения) также с участием социальных сетей отмечается, что среди тех, кто приехал с территории ДНР и ЛНР одни проявляют социальную агрессию, замкнуты и нуждаются в помощи в социальной адаптации, а другие – в помощи в трудоустройстве и дополнительном заработке на территории РФ. Вместе с тем со справкой о временном размещении на территории РФ возможно устроиться на работу, но только по усмотрению работодателя, что не позволяет гарантировать трудоустройство для тех, кто хочет найти работу.

Целью проекта является содействие культурной интеграции и социальной адаптации семей с детьми и молодежи ДНР и ЛНР посредством участия с молодежью Самарской области в совместных мероприятиях, волонтерской и трудовой деятельности

Задачами проекта являются [4]:

- 1) подготовить активную молодежь Самарской области к выстраиванию коммуникаций, культурной интеграции с молодежью и беженцами из ДНР, ЛНР и содействовать созданию между ними общего коммуникационного пространства и содействовать занятости;

2) провести совместные творческие и профориентационные мероприятия с участием семей с детьми, молодежи ДНР, ЛНР и молодежи Самарской области;

3) содействовать социальной интеграции молодежи ДНР, ЛНР посредством привлечения их к социальной и трудовой деятельности совместно с молодежью Самарской области;

4) создать качественный контент о взаимодействии и совместных мероприятиях молодежи ДНР, ЛНР и Самарской области с целью продвижения идеи культурной интеграции и распространения его в информационном поле.

Проектом предусмотрено создание видео контента, и сопровождение профессиональным тележурналистом, которая долгий период работала шеф-редактором на ВГТРК. Видео контент будет распространяться на интернет-площадках информационных партнеров и сообществ региона.

Проектом предусмотрено достижение следующих количественных результатов:

– количество участников и просмотров в сети (онлайн/офлайн) мероприятий, направленных на подготовку молодежи Самарской области к выстраиванию коммуникаций и содействию участия в культурной интеграции молодежи и беженцев из ДНР, ЛНР – 15 000;

– количество детей до 14 лет с родителями из ДНР, ЛНР участвующих в творческих мероприятиях, организованных совместно с молодежью Самарской области – 100;

– количество участников мероприятий (молодежь от 14 до 35) из Самарской области и беженцы ДНР, ЛНР по поиску дополнительного заработка, в том числе трудоустроенных – 50;

– количество участников в волонтерских мероприятиях – 100;

– количество участников профориентационных мероприятий (онлайн/офлайн) – 100.

Также предусмотрено достижение качественных результатов и способов их измерения:

1. Молодежь Самарской области выработает четкую обоснованную позицию по взаимодействию с беженцами из ДНР и ЛНР и содействию их социальной адаптации и культурной интеграции.

В завершении реализации проекта будут проведены опрос участников проекта и глубинные интервью, чтобы выявить качественные изменения по вопросу коммуникаций и взаимодействия с беженцами из ДНР и ЛНР.

2. Участие в творческих и профориентационных мероприятиях семей с детьми ДНР и ЛНР окажет на них как психологически терапевтический эффект, так и позволит родителям шире посмотреть на перспективы будущего.

В результате будут самоотчеты участников и план действия на будущее.

3. Вовлечение молодежи Самарской области, ДНР, ЛНР в совместную волонтерскую и трудовую деятельность поможет выстроить коммуникации для дальнейшей интеграции ДНР, ЛНР в социокультурную среду РФ.

Результатом будут самоотчеты участников, созданный информационный контент в социальных сетях «Вконтакте» и «Телеграмме».

Среди мероприятий проекта закладываются следующие, при этом планируется широкое освещение каждого мероприятия в социальных сетях, с фотографиями и видео:

1. Проведение презентаций проекта.

Здесь планируется подготовка к презентации проекта. Подготовили пресс релизы к мероприятию по презентации проекта и провели предварительные встречи, созвоны с молодежными организациями и пригласили на презентацию проекта (не менее 7 встреч / созвонов с лидерами молодежных объединений). Провести рекламную кампанию презентации проекта в Самарской области группе в VK, настроить рекламу с помощью таргетолога (за счет собственных средств) с охватом 10 тыс. чел.

2. Создание нативного креативного патриотического, событийного контента и интеграция его в информационно-медийное поле.

Планируется создание творческого пространства – медиастудии для создания нативного контента в рамках реализации проекта.

3. Встречи с молодежью Самарской области по вопросу создания СММ-команды.

Здесь планируется проведение презентации проекта в виде онлайн-трансляции и офлайн встречи с молодежью Самарской области, которая активно участвует в общественно-политической жизни Самарской области, молодежью ДНР и ЛНР.

Будет создана коммуникационная площадка-чат в телеграмм и привлечено в него не менее 50 % очных участников находящихся в Самарской области и онлайн-участников из ДНР и ЛНР (при содействии и контроле представителей органов местного самоуправления в ДНР, ЛНР). Онлайн-участие/просмотров презентации проекта не менее 5 тыс. чел.

4. Встреча с молодежью Самарской области по вопросу создания СММ-команды.

5. Проведение цикла мероприятий для молодежи Самарской области с участием психологов, политиков и экспертов (онлайн и оффлайн) по выстраиванию эффективных коммуникаций с молодежью и беженцами ДНР, ЛНР, конфликтологии и открытый диалог с политиками в формате вопрос – ответ по новой геополитической ситуации и перспективам будущего.

6. Цикл мероприятий по созданию видео контента, способствующего культурной интеграции молодежи Самарской области, ДНР, ЛНР, Запорожской и Херсонских областей.

Мероприятия будут касаться не только технической составляющей создания контента, но и формирования смыслового культурного содержания контента.

В результате проведенного цикла мероприятий молодежью Самарской области под руководством профессионального тележурналиста будет создано не менее 7 актуальных видео продуктов, касающихся взаимодействию и совместных мероприятиях молодежи ДНР, ЛНР, Самарской области с целью продвижения идеи культурной интеграции и с размещением в социальных сетях. Данный материал будет размещен на собственных информационных площадках и площадках партнеров с охватом не менее 30 000 просмотров в социальных сетях.

7. Проведение цикла профориентационных мероприятий: профориентационного мероприятия офлайн/онлайн об актуальных трендах на рынке труда и игр «Атласа будущих профессий» совместно для молодежи 14–35 лет Самарской области, ДНР, ЛНР онлайн/оффлайн в зависимости от действующих ограничений в период проведения.

8. Проведение не менее 3 волонтерских и экологических акций. Совместное участие молодежи – участников проекта в Самарской области в волонтерских и экологических акциях.

9. Проведение волонтерской экологической акции по посадке деревьев участниками проекта в честь дружбы народов (место посадки предварительно «Парк дружбы народов», место может быть изменено по согласованию с Администрацией города).

10. Проведение волонтерской экологической акции по посадке деревьев участниками проекта в честь дружбы народов (место посадки предварительно «Парк дружбы народов», место может быть изменено по согласованию с Администрацией города).

Сроки зависят от погодных условий и сроков согласования участия почетных гостей. Планируется, что участие приняло не менее 25 чел. очно. Трансляцию/просмотров не менее 3 тыс. чел. Молодежью Самарской области, ДНР/ЛНР в честь дружбы народов высажена аллея Дружбы, как созидательный символ объединения молодежи Самарской области, ДНР, ЛНР.

11. Цикл мероприятий по трудоустройству и поиску дополнительного заработка.

Планируется, что проведено не менее 3 мероприятий по трудоустройству и поиску дополнительного заработка оффлайн/онлайн для молодежи Самарской области, ДНР, ЛНР (по запросу – может быть до 9 мероприятий), чтобы они выстраивали вектор в будущее, участвуют в мероприятиях по поиску работы вместе. В мероприятиях по взаимодействию с работодателями приняло участие не менее 50 чел. Не менее 20 % участников получило возможность дополнительного заработка и дальнейшего взаимодействия с работодателями по вопросам трудоустройства и участия в волонтерской деятельности организаций, и привлечения их в качестве партнеров.

12. Итоговые завершающие мероприятия, встречи, подведение итогов, награждение наиболее активных и отличившихся граждан, на котором будут подведены итоги проекта, вручены памятные призы и подарки.

В дальнейшем в результате реализации проекта сформируется молодежный актив, количество партнеров-работодателей будет увеличено и проект перейдет на этап, когда молодежный актив будет развивать и углублять сотрудничество с молодежью ДНР, ЛНР в рамках создания совместных социальных и предпринимательских проектов, и они будут находить новые области самореализации и источники дохода. В дальнейшем молодежный актив сможет обеспечивать себе финансовую устойчивость за счет сотрудничества с работодателями, получая комиссию и привлекая новых партнеров к волонтерной деятельности и также будет активно освещаться в социальных сетях.

Литература

1. Карпенко О. А. Развитие социальных инновационных проектов Самарской области // Сборник научных статей Международной научно-практической конференции. Курск, 2021. С. 41–45.
2. Карпенко О. А. Президентский грант как источник финансирования современных социально-экономических проектов, имеющих общественную значимость // Экономика регионов: источники роста : сб. науч. ст. III Всерос. науч.-практ. конф. Курск, 2022. С. 110–122.
3. Карпенко О. А. Государственная поддержка современного предпринимательства как фактор экономического развития и социального благополучия // Социальная работа и социальное благополучие в изменяющемся обществе : сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Киров, 2022. С. 15–20.
4. Результаты социологических опросов. Фабрика будущих профессионалов. URL: <https://vk.com/tobeprofi63> (дата обращения: 15.02.2023).
5. Самарская область в цифрах // Министерство экономического развития и инвестиций Самарской области. URL: https://economy.samregion.ru/activity/ekonomika/values_so/ (дата обращения: 09.02.2023).
6. Фонд президентских грантов // Официальная страница Фонда-оператора президентских грантов. URL: <https://vk.com/pgiants> (дата обращения: 28.01.2023).
7. Фонд президентских грантов // Официальный сайт. Мои проекты. URL: <https://президентскиегранты.рф/application/action-plan?applicationId=3295e055-48af-4d02-a702-c69b3ce24cf2> (дата обращения: 16.02.2023).

УДК 332.14

Ю. В. Катрашова, *Санкт-Петербург*

Роль креативных индустрий в социально-экономическом развитии регионов

Рассмотрен потенциал социального развития регионов через креативные индустрии в ключевых городах. Доказывается, что формирование сектора креативной экономики и его поддержка со стороны органов государственной власти не только способствует созданию значительного количества новых рабочих мест за счет развития креативного предпринимательства, но и также влияет на социальную инфраструктуру, повышая привлекательность того или иного региона с точки зрения постоянного проживания, работы и развития туристского потенциала.

Ключевые слова: креативная экономика, экономическое развитие, креативный капитал, креативные индустрии.

Yu. V. Katrashova, *Saint Petersburg*

The Role of Creative Industries in the Socio-Economic Development of Regions

The article considers the potential for social development of regions through creative industries in key cities. It is proved that the formation of the creative economy sector and its support from the state authorities not only contributes to the creation of a significant number of new jobs through the development of creative entrepreneurship, but also affects the social infrastructure, increasing the attractiveness of a particular region in terms of permanent residence, work and development of tourism potential.

Keywords: creative economy, economic development, creative capital, creative industries.

Социальное развитие региона – это процесс улучшения уровня благосостояния населения, улучшения качества жизни, социальной защищенности и развития социальной инфраструктуры в рамках определенной территории. При этом государство выступает гарантом создания благоприятных условий социального развития. Экономическое развитие региона – это процесс улучшения количественных и качественных характеристик экономической системы субъекта, что реализуется за счет грамотного и рационального использования ресурсов региона в целях удовлетворения потребностей населения, проживающего на его территории. Одним из ключевых факторов экономического развития региона является привлечение инвестиций. Для этого необходимо создание благоприятной инвестиционной среды, в том числе улучшение инфраструктуры и условий для бизнеса. Одним из главных факторов развития региона является развитие малого и среднего бизнеса.

Социальное развитие и экономическое развитие – взаимосвязанные многоаспектные процессы, требующие комплексного системного подхода и совместных усилий со стороны государства, бизнеса и населения. Повышение уровня благосостояния и качества жизни населения – важнейший интегральный показатель оценки эффективности стратегий социально-экономического развития и достижения стратегических целей региона.

В эпоху, когда знания и информация – главный ресурс производства, то приоритеты развития постепенно меняют вектор изменений. Современные условия для социально-экономического развития сопряжены с продвижением на первый план качественно иных, в сравнении с эпохой индустриальной экономики, условий и факторов развития.

Таким образом, одним из важнейших условий для успешного процветания региона в социально-экономическом развитии является набор качеств и характеристик индивидов, проживающих на территории данного региона и использующих свой потенциал в профессиональной деятельности и в развитии местности. В постиндустриальный этап экономического развития интеллектуальный и креативный капитал играет важную роль [6]. Необходимо обеспечивать системные меры поддержки талантов, что в последствии принесет плоды для социально-экономического развития региона.

Во многих исследованиях на тему формирования региональных ключевых компетенций главная роль отводится нематериальным активам, в частности тем, которые напрямую связаны с реализацией человеческого капитала. Именно региональные ключевые компетенции во многом закладывают фундамент для использования конкурентных преимуществ территории и, как следствие, повышения ее конкурентоспособности. При этом такое человеческое качество, как креативность относится к числу важнейших факторов регионального развития.

Традиционные факторы социально-экономического развития, к которым относят инфраструктуру, местоположение, природные ресурсы, в контексте постиндустриального уклада экономической системы оттесняются такими факторами, как человеческие способности, талант, мотивации и отношение к творчеству. Творческая деятельность от пассивной позиции перешла к кооперационным формам сотрудничества, партнерству с различными сферами социально-экономической системы. Данная предпосылка во многом определила важность развития креативной экономики, ядром которой являются креативные индустрии.

Креативные индустрии – один из наиболее развивающихся быстрыми темпами секторов хозяйства. Некоторые исследователи называют их «полюсом регионального роста» исходя из той логики, что креативные индустрии создают большое число положительных эффектов развития креативного сектора, обретающих свое проявление и в других отраслях экономической системы [3; 5; 7].

Важно отметить роль креативных индустрий для жизни общества. Креативные индустрии в аспекте общественной значимости [4; 8]:

– могут составлять значительную часть экономики региона и обеспечивать занятость его населения (автономно и/или в тесной связи с другими отраслями, такими как туризм, крупные и малые творческие предприятия);

– вносят значительный вклад в социальное благополучие, при этом обеспечивая социальную коммуникацию, улучшение настроения и самочувствия людей;

– обеспечивают кооперационный эффект, создавая условия для развития взаимосвязанной экосистемы, которая включает государственные и некоммерческие организации, фрилансеров, независимых художников, исполнителей и других творческих профессионалов.

Развитие креативной экономики обеспечивает возможности регионам с точки зрения усиления производственного потенциала, развития сферы туризма, малого и среднего предпринимательства, повышения уровня занятости, особенно среди молодежи, женщин и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Кроме того, значимость развития и поддержки креативных индустрий и культурного наследия заметно проявляется в ключевых трендах, которые направлены на формирование качественных характеристик человеческого капитала, в частности, в растущей ориентации на ценности wellbeing, т. е. на ценности состояния благополучия современного человека «здесь и сейчас», как в профессиональной, так и досуговой сферах деятельности, а также в динамичном развитии сектора edutainment, т. е. обучении через развлечение, включающее креативные игровые практики, геймификацию и мультимедийные технологии. Современные научные подходы к развитию человеческого капитала акцентируют вклад креативных индустрий в следующих направлениях [7]:

– развитие креативных компетенций специалистов;

– стимулирование развития инновационных продуктов и услуг;

– повышение уровня благосостояния населения и качества жизни;

– формирование идентичности подрастающего поколения;

– развитие социальной сплоченности, чувства единства и толерантности;

– гармонизация человеческих отношений, формирование справедливого общества и равных возможностей.

К числу важнейших задач на сегодняшний день задач с точки зрения формирования института поддержки развития креативных индустрий является рассмотрение лучших региональных практик. Уникальный опыт развития креативных индустрий как в нормативно-правовом поле, так и в практическом прикладном аспекте имеется в ряде субъектов России.

Достаточно большое внимание в регионах уделяется проектированию и строительству инфраструктуры креативных индустрий, так называемым креативным кластерам. Креативные кластеры чаще всего строят на территории заброшенных зданий, нефункционирующих бывших производственных предприятий, что в результате повышает привлекательность облика городского пространства. На их месте появляются творческие пространства, на территории которых открывают рестораны, кафе, дизайнерские магазины, организуют выставки, проводят мастер-классы и открытые лекции, создают творческие мастерские и школы, исполняют камерные концерты. Число креативных кластеров с каждым годом растет. Среди самых известных таких творческих пространств – культурные центры «Гараж», «Флакон» и «Артплей» в Москве, «Севкабель Порт», «Берггольд-центр», «Третье место» в Санкт-Петербурге, «Домна» в Екатеринбурге, «Октава» в Туле, арт-завод «Доренберг» в Иркутске и Ярославская большая мануфактура [7].

По последним данным на сегодняшний день креативные кластеры имеются в 28 городах нашей страны, но только четверть (24%) из них расположены за пределами Москвы и Санкт-Петербурга. 42 % россиян, которые не посещали креативные кластеры, не имеют представления о них [7].

На рис. 1 представлены результаты опроса, проводимого в 2020 г. Национальным агентством финансовых исследований (НАФИ) на тему того, с какой целью россияне посещают креативные кластеры [7].

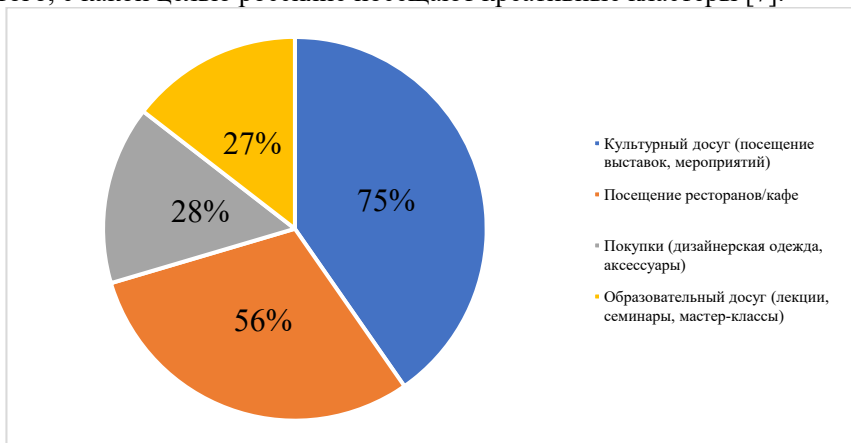


Рис. 1. Результаты опроса «С какой целью вы посещали креативные кластеры?», в % от опрошенных посетителей креативных кластеров (возможен был выбор нескольких вариантов ответа)

Согласно данным опроса, креативные кластеры привлекают россиян особой творческой атмосферой, большим количеством активностей в рамках одного пространства, широким и необычным спектром услуг. Однако отсутствие четкой терминологии и позиционирования по креативным пространствам вызывает недопонимание концептуальной составляющей таких мест среди посетителей.

Как мы уже выяснили, создание креативных продуктов и услуг создает условия для раскрытия творческого потенциала и повышения уровня комфорта среды проживания. Данный эффект благоприятно сказывается на привлекательности городов для творческих людей и субъектов предпринимательства, что, в конечном счете, ведет к росту конкурентоспособности регионов. В связи с этим, развитие креативных индустрий – это еще и опора для создания устойчивого бренда территории [5]. К примеру, реконструкция и восстановление заброшенных производственных предприятий с целью их использования под площадки для организации выставочной деятельности, открытия ресторанов, кафе, создания творческой атмосферы, проведения культурно-развлекательных мероприятий улучшает внешний облик населенного пункта, делает его более привлекательным как для коренных жителей, так и для туристов [5]. При этом для улучшения городского пространства не обязательно создавать что-то новое, можно трансформировать среду исходя из имеющихся на территории объектов. Для этого необходимо лишь предложить креативную идею и заручиться поддержкой региональных органов власти и органов местного самоуправления.

Эффект синергии творческого потенциала людей, предприимчивости бизнесменов и административной регламентации в рамках реализации креативных проектов открывает широкие возможности создания бренда территории путем определения уникальных ресурсов, их грамотного использования и нормативно-правового сопровождения.

Значимость роли креативных индустрий в развитии бренда территории подтверждается примером еще до недавнего времени неприметного и забытого поселка в Мурманской области на берегу Баренцева моря – Териберка. Он обрел популярность после того, как здесь провели съемки фильма «Левиафан», который привлек внимание не только российских кинокритиков, но и зарубежных, вследствие чего данное место стало пользоваться спросом у туристов. На данный момент в Териберке происходит реализация 18 проектов на привлеченные инвестиции в размере 3 миллиардов рублей [5]. Росту популярности Териберки способствовал не только фильм и выгодное природно-географическое местоположение, но и активное развитие креативных индустрий. В Териберке ежегодно проводят Арктические фестивали, на которые съезжаются туристы с разных

уголков земли. В рамках данного фестиваля проходят дискуссии о жизни на севере в малых городах, концертные мероприятия и мастер-классы. Кроме того, в этом поселке реализуются и планируются другие мероприятия, которые имеют креативную направленность.

Таким образом, бренд Териберки, возникший благодаря фильму, в настоящее время активно поддерживается за счет развития креативных индустрий. Разумеется, не про все поселки нашей страны снимают фильмы, однако креативные стратегии могут способствовать развитию региональных брендов и в других городах, что позволит повысить качество жизни местного населения и привлекательность этих городов для туристов.

Анализируя роль креативных индустрий в социально-экономическом развитии Санкт-Петербурга, стоит отметить вектор смещения с индустриального типа экономической системы на постиндустриальный тип. Безусловно, роль традиционных отраслей экономики, таких как промышленное производство, оптовая и розничная торговля, строительство, транспорт в ВРП региона составляют большую долю [2]. В городе на промышленность приходится примерно четверть ВРП, а доля налоговых отчислений составляет порядка 30 % в общем объеме доходов бюджета Санкт-Петербурга. При этом в отраслевой структуре ВРП на профессиональную, научную и техническую деятельность приходится 8,5 %, что на 4,6 % ниже доли ВРП, приносимой отраслью креативных индустрий [2].

Креативные индустрии, отличающиеся гибкостью и динамичностью, менее подвержены колебаниям на мировых рынках, что значительно снижает риски от последствий кризисных ситуаций, даже масштабного характера, для региона или страны в целом. Более того, кризисы в какой-то степени дают толчок к росту новых проектов и бизнесов в сфере креативных индустрий. Также ниша креативных индустрий более лояльна к молодежи, лицам с ограниченными возможностями с точки зрения предоставления рабочих мест.

На рис. 2 представлены секторы с наибольшим потенциалом притяжения субъектов креативных индустрий по количеству организаций в Санкт-Петербурге [2].

Санкт-Петербург является одним из крупнейших центров IT-разработки в России. За последние несколько лет город значительно увеличил свою долю на рынке разработки программного обеспечения. По данным Федеральной службы государственной статистики на 2022 г., в Санкт-Петербурге работает более 12,4 тыс. IT-компаний, занимающихся разработкой программного обеспечения. Согласно исследованию компании SuperJob, в 2021 г. средняя зарплата программиста в Санкт-Петербурге составляет около 120 тыс. руб. в месяц, что на 25 % выше, чем в других

крупных городах России, таких как Москва, Новосибирск или Казань [1]. Разработка программного обеспечения в Санкт-Петербурге имеет большое значение для экономики города. ИТ-компании в Санкт-Петербурге привлекают в регион приток инвестиций, создают новые рабочие места и способствуют развитию инновационных технологий.

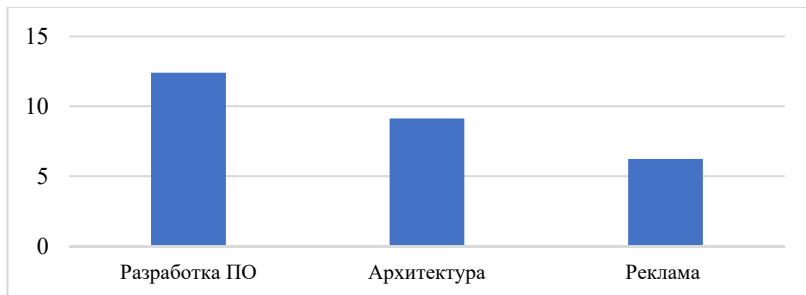


Рис. 2. Топ-3 секторов креативных индустрий Санкт-Петербурга по количеству организаций (тыс.)

В архитектурной отрасли задействовано 9,3 тыс. компаний. Стоит отметить, что Санкт-Петербурге находится более 8 тыс. объектов культурного наследия, которые включены в список Всемирного наследия ЮНЕСКО [2]. Город является одним из лидеров России по количеству зданий, включенных в реестр объектов культурного наследия федерального значения. Отрасль архитектуры играет важную роль в социально-экономическом развитии города. Благодаря ей Санкт-Петербург привлекает множество туристов, что способствует развитию туристической индустрии и увеличению за счет этого доходов города.

На рекламную отрасль приходится 6,23 тыс. организаций. Санкт-Петербург является одним из крупнейших центров рекламной индустрии в России. Реклама занимает значительную долю в экономике города. Отрасль рекламы способствует развитию туризма и привлечению инвестиций в город. Одним из примеров успешной рекламной кампании в Санкт-Петербурге является проект «Белые ночи». Благодаря рекламной кампании, проводимой в рамках «Белых Ночей», город получает дополнительный доход за счет притока туристов и укрепляет свою репутацию как культурная столица России.

Таким образом, креативные индустрии в Санкт-Петербурге являются важным фактором в привлечении туристов как из других регионов, так и из зарубежных стран. Город славится своим культурным наследием, а креативные индустрии создают еще более привлекательный имидж для туристов, поскольку многие туристы посещают город с целью посещения

выставок, ознакомления с работами творческих профессионалов, получения новых знаний в рамках специально организуемых форумов и конференций [11].

Креативные индустрии стимулируют развитие инноваций в регионе. Сектор креативных индустрий приносит пользу и для других секторов экономики путем создания новых технологий, которые могут быть использованы в других сферах. Креативные индустрии развивают малый и средний бизнес, что создает новые рабочие места и увеличивает доходы населения.

Благодаря креативным индустриям развивается городская инфраструктура. Креативные кластеры, строящейся на месте производственных зданий и заводов, преобразуют городскую среду. Наличие таких кластеров привлекает в город творческих людей, наполненных идеями, которые могут принести пользу городу, и, воплощая их, создают новые бизнесы и проекты, способствуют улучшению качества жизни. Креативные города привлекают молодых людей и талантливых профессионалов, поскольку в таких городах такие люди видят перспективы для карьерного роста и личного развития [9; 10].

Креативные индустрии способствуют развитию образования и культуры. Создавая новые возможности и благоприятные условия для развития креативных проектов людей, способствуя коллаборативному эффекту с представителями разных структур и бизнес-сообществ, становится больше возможностей для обмена полезным опытом и повышения уровня знаний в той или иной сфере. Креативные индустрии обогащают культурную жизнь города, предоставляя возможности для создания шедевров и произведений искусства, которые приносят эстетическое удовольствие.

Таким образом, креативные индустрии играют значительную роль в социально-экономическом развитии регионов. Они способствуют созданию новых рабочих мест, развитию инноваций, городской инфраструктуры, образования и культуры. В связи с этим поддержка и развитие данной отрасли должны оставаться приоритетными задачами для органов власти.

Литература

1. Аналитический отчет НИУ ВШЭ. Креативные специализации российских городов. Научный дайджест. Спецвыпуск. URL: https://www.hse.ru/data/2022/02/16/1747107914/Human_Capital_NCMU_Digest_Special_Issue_Creative_Cities_02-2022.pdf (дата обращения: 24.08.2023).
2. Атлас креативных индустрий. URL: <https://asi.ru/library/main/192164/> (дата обращения: 25.08.2023).
3. Каверина Н. А., Гретченко А. И., Гретченко А. А. Современное развитие креативных индустрий в России (опыт столицы и регионов) // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 019. № 1(75). С. 58–64.
4. Катрашова Ю. В. Развитие креативной экономики: меры государственной поддержки // Молодежная Неделя Науки Института промышленного менеджмента, экономики и

торговли : сб. тр. Всерос. студенческой науч.-учеб. конф. Санкт-Петербург, 29 ноября 2022 г. Ч. 5. СПб. : С.-Петерб. политехн. ун-т Петра Великого, 2022. С. 32–34.

5. Катрашова Ю. В. Роль креативных индустрий в формировании бренда территории // Брендинг как коммуникационная технология XXI века : материалы IX Междунар. науч.-практ. конф., СПб., 27 февраля – 2 2023 года. СПб. : С.-Петерб. гос. экон. ун-т, 2023. С. 238–239.

6. Котляров И. Д. Накопление нематериального капитала: новая эра в развитии капитализма // Социальная реальность виртуального пространства : материалы IV Междунар. науч. конф., Иркутск, 26 сентября 2022 г. Иркутск : Иркут. гос. ун-т, 2022. С. 363–366.

7. Материалы заседания Совета по развитию социальных инноваций субъектов Российской Федерации при Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации. URL: <http://council.gov.ru/media/files/cArZsej5uEzf7rYuwTsdULBf0bgYRUj.pdf> (дата обращения: 25.08.2023).

8. Морданов М. А. Креативные индустрии как драйвер экономического роста // Креативная экономика. 2021. Т. 15, № 10. С. 3725–3740.

9. Полошкевич О. А. Креативная среда городского пространства // Креативные стратегии и креативные индустрии в экономическом, социальном и культурном пространствах региона : материалы IV междунар. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. С. 230–238.

10. Полошкевич О. А. Креативность публичного пространства провинциальных городов // Креативные стратегии и креативные индустрии в экономическом, социальном и культурном пространствах региона : материалы Третьей региона. науч.-практ. конф. Иркутск : ИГУ, 2021. С. 30–35.

11. Полошкевич О. А. Просоциальные практики в провинциальном городе: креативность и профанность публичного пространства // Социология. 2021. № 4. С. 129–135.

УДК 004.738.5

А. В. Копылова, С. А. Королёв, М. А. Лавыгина, *Иркутск*

Популяризация социального контракта в интернет-пространстве как действенный метод охвата аудитории нуждающихся

Исследование посвящено анализу социального контракта как меры социальной поддержки, широко представленной в виртуальной среде. Представлены результаты исследования с использованием таких методов, как опрос и интервьюирование. Полученные данные подчеркивают важность информационных технологий в процессе социальной помощи, а также информировании населения. Проведен анализ приложения, созданного для упрощения процедуры заключения социального контракта. Сделаны выводы о преимуществах развития мер социальной поддержки населения в виртуальной среде.

Ключевые слова: социальный контракт, социальная помощь, информирование населения, социальные сети, виртуальное пространство.

A. V. Kopylova, S. A. Korolev, M. A. Lavygina, *Irkutsk*

Popularization of the Social Contract in Internet Resources as an Effective Method of Reaching an Audience of Those in Need

The study is devoted to the analysis of the social contract as a measure of social support widely represented in the virtual environment. The article presents the results of a scientific study using such methods as a survey and interviewing. The data obtained underline the importance of information technology in the process of social assistance, as well as informing the population. The article analyzes the application created to simplify the procedure for concluding a social contract. Conclusions are drawn about the advantages of developing social support measures for the population in a virtual environment.

Keywords: social contract, social assistance, informing the population, social networks, virtual space.

В настоящее время мы можем наблюдать повсеместное и полномасштабное развитие цифровых технологий. Социальная сфера не стала исключением в данном процессе. Все больше и больше услуг, предоставляемых государством, трансформируются в виртуальный формат. Министерство социального развития, опеки и попечительства Иркутской области активно отражает свою деятельность в рамках официального сайта, социальных сетей и мессенджеров. Проанализировав сайт министерства и сообщество в социальной сети «ВКонтакте», можно отметить, что значительное количество публикаций связаны с социальным контрактом – мерой социальной поддержки населения, внедренной в 2013 г. с целью повышения качества оказания государственных услуг. Данная социальная технология представляет собой соглашение между гражданином и органом социальной защиты населения на основе которого орган социальной защиты населения обязуется оказать гражданину государственную социальную помощь, а гражданин – реализовать мероприятия, предусмотренные программой социальной адаптации [2]. Существует четыре направления для реализации социального контракта. Лицо, выполнившее все необходимые условия для получения такой государственной помощи может пройти профессиональную переподготовку и найти работу по новому профилю или на основе повышения квалификации; открыть собственное дело; потратить средства на ведение личного подсобного хозяйства; реализовать другие меры для преодоления трудной жизненной ситуации, с которой он не в силах справиться самостоятельно [1]. Социальный контракт является действенной мерой социальной поддержки населения. Данный механизм позволяет активизировать внутренний потенциал клиента, тем самым снижая уровень иждивенчества, безработицы и бедности среди населения. И на данный момент данная мера социальной поддержки активно подлечит процессу цифровизации [3].

Мы провели научное исследование, целью которого является изучение социального контракта как формы социальной помощи. В ходе исследования методом интервью было опрошено 24 чел. (100 %) из них 8 мужчин (33 %) и 16 женщин (67 %) в возрасте от 18 до 46 лет, которые сталкивались в своей жизни с социальным контрактом; также было опрошено 4 специалиста в области социальной работы с населением.

Людям, которые заключали социальный контракт, был задан вопрос «Из каких источников Вы узнали о социальном контракте?». Большая часть респондентов 12 чел. (70,6 %) отвечали «...от коллег, друзей, знакомых, членов семьи». Вторым по важности источником для респондентов являются «Средства массовой информации» (ответили 7 чел., или 41,2 %), а третьим «Социальные сети» (ответили 6 чел., или 35,3 %). Ос-

новываясь на ответах, можно сказать, что, наибольшая часть респондентов получила информацию о социальном контракте от близких к ним людей. Тем не менее, наблюдается значительное влияние сетевой сферы (в совокупности 76,5 %): именно благодаря доступу в медиапространство эти люди узнали о социальном контракте и заключили его.

Помимо прочего, мы интересовались у респондентов, какие мероприятия, по их мнению, могут способствовать повышению уровня информированности о социальном контракте среди населения. Респонденты ответили, что, по их мнению, наиболее значимым способом информирования является популяризация в социальных сетях всех возможностей социального контракта (ответило 22 чел., или 91,6 %). Таким образом, мы понимаем, что социальные сети, за счет огромного количества пользователей, способны в большей мере окружить аудиторию социального контракта, помочь ей узнать о такой социальной услуге, правилах ее заключения и т. д.

В ходе экспертного интервью, на вопрос «Какие сложности, на Ваш взгляд, возникают у людей при заключении социального контракта?», один из экспертов ответил: «Отсутствие возможности или знаний для выхода в виртуальное пространство...»; другой эксперт ответил: «Отсутствие преактивного информирования со стороны органов государственной власти для привлечения мотивированных граждан к заключению социального контракта с учетом ресурсности самого гражданина или семьи...».

Данные примеры говорят нам о том, что специалисты в области социальной работы с населением понимают важность виртуального пространства в информировании населения и помощи ему в условиях цифрового общества, однако в аудитории нуждающихся в социальном контракте находятся люди, которые не могут по различным причинам выйти в сеть Интернет, что также осложняет работу социальных служб.

На вопрос «По Вашему мнению, каким образом можно увеличить результативность социального контракта?», эксперты предлагали множество вариантов улучшения социального контракта: «...перейти от набора получаемых услуг к составлению программы самообеспечения...», «Ограничить иные меры социальной поддержки...», «...наладить четкое межведомственное взаимодействие между органами социальной защиты и органами занятости...», «...обмен опытом с теми, кто успешно реализовал социальный контракт...». Тем не менее, все эксперты в различных формулировках также говорили о проведении масштабной информационной компании, включающую множество способов, в том числе информирование в интернете и социальных сетях.

На сегодняшний день создаются платформы, на которых происходит взаимодействие гражданина и государственных органов в виртуальном пространстве. Примером такой платформы может послужить приложение активное пока только в нескольких областях Российской Федерации, но при этом активно развивающееся – «Социальный контракт». На данной площадке происходит информирование о возможностях заключения и сам процесс заключения одноименной меры социальной поддержки. Мобильное приложение предоставляет новые возможности потенциальным кандидатам на заключение социального контракта. Так, в приложении помимо представленных направлений по которым можно заключить социальный контракт есть возможность определить подходит ли гражданину такая мера социальной поддержки благодаря специальному калькулятору среднедушевого дохода и представления всех условий необходимых для достижения результата, получения денежных средств. Площадка также содержит ресурс полезный и для тех, кто уже реализует социальный контракт предоставляя информацию о поддержке предпринимателе, возможностях рынка сбыта сельскохозяйственной продукции и пр.

Такой формат развития социальной поддержки в виртуальной сфере оказывает значительное влияние на деятельность органов социальной защиты в целом. Благодаря таким платформам растет скорость и качество межведомственного взаимодействия, теперь получателю государственной поддержки нет необходимости посещать различные учреждения с целью сбора пакета документов. Также повышается самостоятельность и уровень информированности и образованности в вопросе прав и возможностей доступных для гражданина государства.

Таким образом, мы приходим к выводу, что на данный момент есть острая необходимость в совершенствовании услуг, предоставляемых государством в социальной сфере. На примере социального контракта видно, что такие нововведения оказывают, по нашему мнению, положительный эффект, формируя доверительные и более прочные связи между гражданином и органами государственной власти, путем повышения информированности населения. Эксперты в сфере социальной защиты населения также указывают на значимость виртуализации и популяризации данного механизма работы с различными категориями населения. Однако эксперты также говорят и о том, что среди тех, кому необходим социальный контракт, находятся люди, которые по различным причинам не имеют доступа в интернет-пространство, что осложняет работу по информированию. Поэтому важно в дальнейшем изучать и совершенствовать это направление социальной работы.

Литература

1. О государственной социальной помощи : федер. закон от 17 июля 1999 г. № 178-ФЗ (ред. от 24.07.2023) // КонсультантПлюс : справ.-поиск. система. URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=452696&dst=0&edition=etD&rnd=UtVPkNTMv1Y0vu432#NznPknTWi4N1T31t> (дата обращения: 20.02.2023).
2. Меринова В. Н. Социальный контракт как один из способов выхода из трудной жизненной ситуации // Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы, перспективы : материалы IX Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2023. С. 245–252.
3. Социальный контракт – инструмент государственной социальной помощи / А. Н. Аверин, А. В. Понеделков, П. С. Колимбет, Н. Д. Никоненко // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2020. № 8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnyy-kontrakt-instrument-gosudarstvennoy-sotsialnoy-pomoschi/viewer> (дата обращения: 22.02.2023).

УДК 17.022.1

А. Г. Косиченко, Алматы, Республика Казахстан

Какого человека формирует глобальная сеть?*

В статье показывается, что глобальная сеть – доминирующая реальность нашего времени. Доказывается ее разнообразное содержание и структура, при этом указывается, что человек, погруженный в нее, остается в горизонте неглубокого бытия; высшие измерения человека не задействуются и не развиваются в сети, нравственно-духовное состояние пользователя поверхностно. Показывается воздействие виртуального пространства на унификацию личности человека. Делается вывод о необходимости сохранения духовной сущности человека и раскрытия ее в виртуальной реальности.

Ключевые слова: глобальная сеть, глобализация, духовная сущность человека, личность, нравственность.

A. G. Kosichenko, Almaty, Republic of Kazakhstan

What Kind of Person Forms a Global Network?

The article shows that the global network is the dominant reality of our time. Its diverse content and structure are proved, while it is indicated that a person immersed in it remains in the horizon of shallow being; the higher dimensions of a person are not involved and do not develop in the network, the moral and spiritual state of the user is superficial. The influence of virtual space on the unification of a person's personality is shown. It is concluded that it is necessary to preserve the spiritual essence of a person and reveal it in virtual reality.

Keywords: global network, globalization, spiritual essence of a person, personality, morality.

Всемирная сеть стала реальностью нашего времени. Это относительно новая реальность, и чем далее, тем в большей мере она становится доминирующей реальностью для современного человека. Хотя человек ее создал, она начинает жить по своим, не вполне ясным для человека законам. Человек чувствует, что его втягивают в виртуальную реальность и принуждают следовать ее законам. Глобальной сети трудно, невозможно

* Статья подготовлена в рамках финансирования КН МНВО РК (Грант № AP09260036 «Светские и религиозные ценности в современном Казахстане: взаимодействие и влияние на политику РК в сфере религии»)

противостоять. Хочешь быть современным, актуальным – соответствуй правилам сети. Не хочешь – становишься маргиналом.

Человек не случайно «уходит» в виртуальное пространство. Если вначале это был удел или «продвинутых», или психологически слабых людей, то сегодня в сети «сидят» почти все. Реальность сети абсолютна. Ей верят больше, чем окружающему миру. При том, все знают, что сеть полна выдумки, неправды, сознательной и несознательной лжи. Те, кто задумал и реализовал глобальную сеть, знал, что делает. Изобретен и осуществлен способ эффективного увода людей от человеческой, осмысленной, созидательной жизни. Как, скажут многие, разве сетевое пространство придумано с некой неясной нам целью, разве оно не есть результат естественного научно-технического прогресса, естественного хода вещей? Да, виртуальное пространство, сеть, интернет – естественный результат прогресса, такой же, как и атомная бомба. В том-то и состоит умение творцов новой реальности, что и бомба, и всемирная сеть, и глобализация выглядят как объективный ход вещей, как результат прогресса. А почему они выглядят таковыми? Потому, что они таковы и есть. Вот ловкость – представить новую античеловеческую реальность как результат естественного развития человечества. И не против кого протестовать, не к кому предъявить претензии. К естественному ходу вещей разве уместно предъявлять претензии?

И вновь может возникнуть вопрос: почему автор утверждает, что посредством сети реализован способ увода людей от человеческой, осмысленной, созидательной жизни? Ведь глобальная сеть тоже есть элемент человеческой, созидательной жизни, просто на новом этапе развития человечества, а об отсутствии смысла в сети и говорить глупо: сколько интеллектуальных усилий затрачено, сколько умных и даже гениальных ученых и изобретателей работали и продолжают работать в этой сфере, и что они все делали не осмысленно, не прилагая ума? Ума-то как раз приложено много, а результатом стала уничтожающая человека реальность, почему выше мы и сравнили сеть с атомной бомбой. Сам по себе ум мало что значит, если он не одухотворен, если он является рабочим инструментом зла, если он не сопряжен с мудростью. А в данном случае ум как раз таков. Можно, конечно, возразить: почему мы утверждаем, что в форме виртуального пространства создана и продолжает умножаться античеловеческая реальность? Это по-настоящему значащий вопрос.

Попытаемся ответить на него. Человек – существо свободное, мыслящее, творческое. Он способен к саморазвитию, он реализует собой все или почти все: во всяком случае, все, что мы видим вокруг – все результаты цивилизационного развития, вся культура, все способы социально-политического, экономического бытия, вся история, наконец, – все есть

результат его, человека, деятельности. И вот на современном этапе исторического развития человек еще одним небольшим шагом в научно-техническом и технологическом развитии создал компьютер, создал всемирную сеть, развил виртуальную реальность. Что здесь плохого, в чем мы видим опасность и античеловечность этого шага?

Уверен, многие помнят с каким восторгом была встречена новая наука – кибернетика, как обсуждали идеи Норберта Винера, какие споры шли по поводу возможностей и пределов искусственного интеллекта, как зачитывались писателями-фантастами, Айзеком Азимовым, например, который уже тогда заговорил о границах контроля человеком за саморазвитием искусственного интеллекта и возможных угрозах человеку, исходящих от роботов. Человечество встретило этот новый мир с восторгом. Вот тогда было оправдано говорить о кибернетике как о прогрессе науки и техники.

Сегодня ситуация иная. Тогда человек не был втянут в эту «кибернетическую реальность». Она была результатом его технического развития, она была помощницей человеку, от нее ждали реализации давешней мечты человечества – освободиться от монотонной работы, передать функции конвейера роботам. А человек, согласно К. Марксу, получит освобождение (вот на чем поймали и в этот раз человека – на свободе) от рутинного труда, труд его станет творческим, у человека появится много свободного времени, которое он употребит на саморазвитие, на углубление и реализацию своей сущности – быть свободным творцом себя. Разве не гуманно звучит, кто может быть против?

Использовать себе на пользу (в достаточно высоком смысле термина «польза») возможности искусственного интеллекта – это, безусловно, хорошо. Но есть маленькое условие – при этом надо быть «хозяином» положения, надо чтобы искусственный интеллект служил людям, они оставались при этом людьми, развивались далее в пространстве человеческих смыслов и ценностей, оставались субъектом такого развития. Но люди оказались втянуты сетью в отнюдь не человеческую реальность; сейчас возникла ситуация, когда не искусственный интеллект служит человеку, а человек служит искусственному интеллекту. И это мы видим только начало этого бесчеловечного процесса. Уже просматривается дальнейший путь подчинения человека сети и виртуальному пространству: «Люди становятся похожими на роботов. Теряют способность к суждению. Через несколько лет рассуждать смогут только те, чья профессия связана с исследованием. Остальные станут как машины» [2]. Глобальная сеть создает особую эмоциональную атмосферу. В ней мало радости, мало добра, много зла, осуждения близких и далеких, эгоизма, акцента на

ничтожных вопросах, предметах. Воспитывается человек с примитивными желаниями и мнимыми ценностями. Конечно, есть и небольшой культурный и нравственный сегмент сети (сайты по культуре, духовные проповеди, видеоэкскурсии по музеям, обучающие программы), но этот сегмент ничтожно мал. Потребляя примитивный контент, человек утрачивает возвышенные устремления.

Вот почему мы именуем эту ситуацию и ее развитие бесчеловечной, а какова же она? Причем не надо быть гением, чтобы увидеть, что весь данный процесс идет – и чем далее, тем в большей мере будет идти – в нарастающем темпе, как раз таким, чтобы у человека не было возможности осмыслить его опасность, и противодействовать ему. Человек в самом деле пойман в сеть, и это не метафора.

Нельзя сказать, что человечество не предчувствовало некой опасности, исходящей от развития искусственного интеллекта. Как сегодня чувствует оно опасность от «цифровизации». Как предчувствует опасность от «цифровых валют». Но вот, человечество чувствует эту опасность, и что? Оно может остановить маховик цифровизации? Нет, не может. Вновь нам говорят о том, что кто не успеет «оседлать цифру», тот проиграл. Точно также, как недавно говорили, что кто не успеет встроиться в глобализацию, тот навсегда останется на обочине исторического прогресса. Ну вот, мы встроились, и где успех? Только сейчас стали понимать, что глобализация является новой формой колониализма; понимаем, но уже втянуты. Также и с виртуальным пространством – мы уже втянуты, и непонятно как использовать сеть во благо человека и общества, и не оказаться вновь в «колониальной» зависимости от строителей нового мирового порядка.

Виртуальное пространство есть глобализация в сфере информации. Недаром оно именуется глобальной сетью. А глобализация унифицирует все, в том числе и личность. Глобализация и является предельной формой унификации человека и продуцирования пассивности человека во всемирном масштабе. В этом и заключается основной ее негативный смысл. Она посягает на сущность человека – быть ответственным творцом своей жизни. Те горизонты развития, которые процессы современности (синтезируемые глобализацией) оставляют человеку, примитивны. «Человек, и чем дальше, тем более, унифицируется, утрачивает личностную специфику, предает себя, выступает противником глубокобытийственного многообразия, которое является условием обретения человеком своей сущности» [6].

Личностное содержание человека вообще становится обременительным и для среднестатистического человека современного мира и для общества, в котором он существует. Унифицирующая логика глобализма

добралась до самых глубоких и интимных пластов человеческой личности. Нет нужды повторять здесь хорошо известный набор средств такой унификации: от электронных паспортов (на которых зашифрованы все данные на человека вплоть до самых интимных) до идей трансгуманизма, которые уже стали воплощаться. Самое печальное, что и сам человек уже согласен на утрату личностной специфики – это легче, чем вести изнуряющую каждодневную борьбу за личностное достоинство.

В этой связи, стоит внимательнее присмотреться к, казалось бы, ниоткуда не следующим предсказаниям и полу-пророчествам таких теоретиков нового мирового порядка, как Жак Аттали. Он в ряде своих книг с какой-то обескураживающей легкостью описывает как бы подсмотренную им картину уже осуществившегося будущего. Жак Аттали не угадывает это будущее, он его именно передает. Вот образец стиля Жака Аттали. «Государственные образования ослабеют. Нанотехнологии позволят снизить потребление энергии. Произойдут изменения в сфере здравоохранения, образования, безопасности, суверенитета. Появятся новые средства наблюдения за человеком – для измерения собственных показателей здоровья и контроля над их отклонением от нормы. Каждый будет сам себе доктор, преподаватель и контролер... Самоконтроль превратится в высшую форму свободы, а страх несоответствия нормам будет ее ограничивать. Прозрачность и открытость информации станет обязательной: люди, скрывающие свое происхождение, социальное положение, состояние здоровья или уровень образования, априори будут вызывать подозрение... Государства ослабеют перед лицом корпораций и городов. Гиперкочевники будут управлять гиперимперией – открытой империей без четких границ и определенного центра... Люди перестанут доверять друг другу... Законы заменят на контракты, судебную систему – на арбитраж, полицию – на наемников. Возникнут новые порядки. Представления и спортивные состязания станут частью индустрии развлечений и будут транслироваться для жителей, практически не выходящих из дома. Остальные – инфракочевники, представители беднейших слоев населения – будут скитаться на задворках в поисках пропитания. Управление миром перейдет в руки страховых компаний, устанавливающих свои законы, которым должны будут подчиняться государства, корпорации и люди. Соблюдение этих законов будут контролировать частные силовые структуры. Ресурсы истощатся, и появится много роботов... В один прекрасный день каждый сможет заниматься самолечением, изготавливать себе протезы для разных частей тела, а затем и клонироваться» [1].

Сказанное относительно унификации личности в процессах глобализации и построении ею будущности человека, в полной мере относится и к глобализации в целом, и к глобальной сети, как форме глобализации.

Что можно противопоставить этой, казалось бы, неизбежности? Надо вспомнить о том, что человек не сводится к внешним своим проявлениям и функциям. В человеке наличествуют глубокие ценностные и духовно-нравственные измерения, которые и глобализация, как центральный процесс современности, и глобальная сеть сначала деформируют и предельно искажают, а затем пытаются изгладить вовсе. Поэтому человеку следует актуализировать эти свои нравственные и духовные измерения, в последнее время вытесненные из содержания его личности. «Человеку надо быть развитым, и тогда можно использовать виртуальное пространство, не опасаясь деформации личностного содержания. То есть, виртуальное пространство надо использовать, но не принадлежать ему, ему надо отводить подчиненную роль. Надо все время помнить, что виртуальное пространство – подсобное средство, а не главенствующая реальность. Принято считать, что виртуальное пространство расширяет возможности человека; и это так, если эти возможности соотносить только с самим виртуальным пространством. Вместе с тем при этом с очевидностью сужается присутствие человека в мире прежней реальности. Когда человек проявляет активность в виртуальном пространстве, погружен в него, в своей обыденной жизни он являет нарастающую пассивность» [5].

Пассивность человека приводит к тому, что он легко принимает навязываемые ему ложные идеалы и мнимые ценности, к примеру, идеологию потребления. Выдвинув и навязав людям идеалы потребления, требующие для своего осуществления изматывающих и чаще всего бесплодных усилий, а также немалых денег, идеологи этой стратегии одновременно создали систему, при которой доступ к деньгам очень ограничен. Человек, воспринявший потребительское мировоззрение, оказался в ситуации, когда эту навязанную ему ориентацию он не в силах реализовать, так как у него нет средств для подобной реализации. Подвергнувшись двойному обману-давлению: сначала усвоением ложного смысла, а затем невозможностью реализации этого смысла, человек приходит к весьма очевидному решению отказаться от какого бы то ни было смысла вообще. Подчеркнем, что это очень массовое мировоззрение – абсолютно смазанный смысл жизни, вплоть до утраты всякого смысла; вместо смысла все расширяющееся потребление. Идеология потребления делает человека рабом потребляемых им вещей. «Подлинно, ничто так не делает человека рабом, как множество потребностей; и ничто так не делает свободным, как довольство лишь необходимым... Подлинно, ничто не придает душе столько силы, как свобода от забот, и ничто столько не делает ее слабою, как бремя забот» [4].

Надежда на нравственно-духовные ценности в вопросах очеловечивания виртуальной реальности, обращает наше внимание на религию, как на сферу, которая делает духовное содержание человека своим прямым предметом. Даже не погружаясь глубоко в содержание религиозных норм и требований, но разделяя духовные ее идеалы, человек обретает опору в его стремлении очеловечить виртуальную реальность. Проблема только в том, что «Современный европейский человек потерял веру, которой он пытался в прошлом веке заменить христианскую веру. Он не верит больше в прогресс, в гуманизм, в спасительность науки, в спасительность демократии, он сознает неправду капиталистического строя и изверился в утопии совершенного социального строя» [3].

Для удержания глобальной сети в горизонте хотя бы минимальной нравственности и духовности, необходимо вернуть человеку веру, если не в Бога, что трудно в наш секулярный век, то в хотя бы в себя, человека, но человека не гордого устроителя «нового чудного мира», опирающегося на произвол своей искаженной эгоизмом воли, а на человека, обращающегося к своим сущностным духовным основаниям. Духовная сущность человека неуничтожима, и если именно с этой сущностью и соотносит человека, принявшего реальность виртуально пространства и пребывающего в нем, то остается надежда на неустранимость глубинных пластов человеческой личности в любых обстоятельствах. Это – хорошая основа для оптимизма нашего времени.

Литература

1. Аттали Ж. Краткая история будущего. СПб. : Питер, 2014. 288 с.
2. Афонские старцы о спасении и современном мире. М. : Святая Гора, 2016. 144 с.
3. Бердяев Н. А. Духовное состояние современного мира // Бердяев Н. А. Смысл творчества: Опыт оправдания человека. Харьков : Фолио ; М. : АСТ, 2002. 688 с.
4. Иоанн Златоуст. Беседы на псалмы. Беседа на 109 псалом // Иоанн Златоуст. Полное собрание творений. В 12 т. Т. 5. М. : Свято-Троицкая Сергиева Лавра, 2012. 1005 с.
5. Косиченко А. Г. Виртуальная реальность: возможности и вызовы для человека // Социальная реальность виртуального пространства : материалы IV Междунар. науч. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. С. 46.
6. Косиченко А. Г. Личностные аспекты глобализации // Материалы II Международного научного конгресса «Глобалистика – 2011: пути к стратегической стабильности и проблема глобального управления». В 2 т. Т. 1. М. : МАКС Пресс, 2011. С. 52.

УДК 613.34

И. А. Кузнецова, О. В. Трихин, *Рязань*

Адаптация к цифровой среде

Исследуется процесс адаптации человека к цифровым системам в современной жизни общества, его проблемы и преимущества. Рассмотрены отрицательные факторы, влияющие на процесс психофизиологической адаптации сотрудника в служебное время при использовании компьютерной техники. Положительно отмечены варианты применения чат-ботов в период адаптации на рабочем месте, во время вынужденной удаленной организации работы. Приведены примеры внедрения цифровых инструментов в привычную социальную среду человека.

Ключевые слова: цифровая среда, психофизиологическая адаптация, чат-бот, личная информация.

I. A. Kuznetsova, O. V. Trikhin, *Ryazan*

Adapting to the Digital Environment

The article discusses the process of human adaptation to digital systems in the modern life of society, its problems and advantages. The negative factors influencing the process of psychophysiological adaptation of an employee during working hours when using computer technology are considered. Positively noted are the options for using chatbots during the period of adaptation at the workplace, during the forced remote organization of work. Examples of the introduction of digital tools into the familiar social environment of a person are given.

Keywords: digital environment, psychophysiological adaptation, chatbot, personal information.

Процесс адаптации к цифровой среде происходит в большинстве сфер нашего общества, затрагивает граждан разного возраста, образования, вероисповедования, культурных и интеллектуальных предпочтений. Особенно активно человек стремится приспособиться к цифровой среде в профессиональной деятельности, поскольку освоение компьютерных компетенций предоставляет явные преимущества в конкурентной борьбе на рынке труда. В профессиональной деятельности невозможно скрыть незнание необходимых современных офисных программ. Обработка документов, перевод текстов, деловая переписка ведется в виртуальной среде, при помощи искусственного интеллекта возможно даже писать книги. Многочасовая работа за компьютером имеет, в том числе, и свои отрицательные характеристики.

Социолог Л. С. Ковальжинатранслирует мысль, что в процессе психофизиологической адаптации происходит освоение совокупности всех условий, оказывающих различное психофизиологическое воздействие на сотрудника во время труда: физические и психические нагрузки, уровень монотонности труда, санитарно-гигиенические нормы производственной обстановки, ритм труда, удобство рабочего места, внешние факторы воздействия (шум, освещенность, вибрация и т. п.) [3, с. 354]. Следует заметить, постоянный шум, издаваемый компьютерной системой, частое мелькание точек на мониторе и другие внешние факторы оказывают влияние на состояние здоровья человека, нервную систему, зрение и т. д.

Согласно нормам «Инструкции по охране труда для менеджеров по работе с клиентами» сотрудник организации, работающий на компьютерном устройстве, должен быть предупрежден, что в течение рабочего дня на него воздействуют опасные и вредные производственные факторы [2, с. 1]. Повышенное значение напряжения в электрической цепи, недостаточная освещенность рабочей зоны, пониженная контрастность, прямая и отраженная блёскость монитора и нервно-психические перегрузки являются, признанными российским законодательством, обстоятельствами, ухудшающими состояние здоровья человека с течением времени.

Частные организации для сокращения времени нахождения работников за компьютером, например, HR-специалистов, сотрудников кадровых служб используют для прочтения и обработки большого количества резюме чат-боты, цифровые программы с использованием искусственного интеллекта. Они хорошо зарекомендовали себя при подборе рядового персонала для торговых сетей. Следует заметить, что при поиске специалистов, обладающих отличной, профессионально углубленной квалификацией, с навыками творческой либо изобретательской деятельности, требуется личное собеседование.

Чат-боты являются хорошим помощником в преодолении ступеней адаптации для вновь принятых в коллектив сотрудников [1, с. 70]. У руководителя отдела порой не хватает возможности постоянно консультировать работника, находящегося на испытательном сроке либо имеющего большой перерыв в работе после пребывания в отпуске по уходу за ребенком. Программное обеспечение, информационные базы, профессиональные компетенции, информация законодательного поля, часто в области цифровой среды, могут обновляться. Для нового работника сокращаются стрессовые моменты, связанные с адаптацией, обращение к помощи чат-бота не несет психологического неудобства, страха вызвать раздражение многократным повторением информации, кризисным периодом времени общения.

Условия трудовой деятельности в период локдауна, вынужденной дистанционной работы, вызванного вирусной инфекцией COVID-19, заставили в кратчайший срок пересмотреть мнение об эффективности использования чат-ботов, виртуальных собеседников для удаленных консультаций. Исследователи экономики труда и управления персоналом А. В. Пеша, А. Д. Берсенева представили научную работу «Изучение влияния мотивационного чат-бота на процесс адаптации новых сотрудников (на примере группы магистрантов 1 курса Уральского государственного экономического университета)», в которой, в том числе, справедливо обосновали необходимость применения чат-ботов для адаптации сотруд-

ников в кризисных условиях [4, с. 128]. В свою очередь респонденты отметили как фактор – позитивное влияние на настроение человека использование чат-бота для оказания круглосуточной информационной поддержки, поскольку особенностью удаленной работы является смещение графика работы сотрудника, вызванное дезориентацией, нарушением привычного плана действий при посещении места службы, включающего психологическую настройку во время поездки на работу. На интеллектуальную деятельность в период кризиса и неопределенности ситуации может оказывать серьезное влияние психологическая дезадаптация, вызванная нервным напряжением, страхом угрозы жизни, эмоциональными скачками, индивидуальными особенностями тревожности психики.

В исследовании применили инструмент запуска чат-бота: Telegram, чат-бот сгенерирован при помощи сайта <https://aimylogic.com/> [4, с. 127]. Для опроса респондентов выбрали эмоциональную характеристику настроения, которую символизировали животные, изображенные на картинках: жираф, лиса, тигр, ленивец, попугай с соответствующими характерными чертами и образом жизни. Респонденты признали положительные моменты участия в исследовании с применением технологии чат-бот.

Психологическая адаптация урбаниста либо сельского жителя к цифровой среде включает не только освоение компьютерных устройств, но и использование в денежно-товарном обороте банковских карт. Возрастные участники процесса, пенсионеры часто предпочитают разовое снятие наличных в банкомате ежемесячной суммы и последующий расчет наличными при оплате коммунальных услуг, покупке товаров, медикаментов и другое. Поскольку испытывают страх истратить деньги нецелевым образом, а под влиянием эмоционального порыва на фоне «выгодных» предложений по телефону либо рекламы в магазине. Популярными маркетинговыми ходами предполагают определенный подтекст, когда человек легче расстается с деньгами, если они существуют в виртуальном числе на карте, а не в натуральном виде в кошельке. У человека снижается уровень психологического контроля над ситуацией. Беспроцентная банковская рассрочка на длительный период времени от 120 до 365 дней так же формирует данную психологическую ловушку в форме постоянных новых покупок. Недаром их возможно осуществлять только у фирм-партнеров банка. В конечном итоге индивид участвует в товарообороте бесконечный период времени, а прибыль банка уже заложена в сумму каждой покупки.

Следующим моментом участия человека в виртуальной жизни городов является система безопасности, построенная на сборе информации с камер наблюдения на всех значимых и многолюдных объектах. Федеральный закон № 441-ФЗ предполагает создание Единой биометрической

системы, обязывая, например, банки собирать личную информацию и передавать организациям, отвечающим за внешнюю и внутреннюю государственную безопасность [5, с. 1]. Данная практика используется во многих научно-технически развитых странах мира, когда сбор личной информации осуществляется при регистрации пользователя в системе интернет. Наблюдение за действиями граждан при использовании возможностей виртуальных сетей является законодательно признанной практикой властных структур, необходимой вследствие возрастания кризисных ситуаций в стране.

Учитывая возрастающий уровень внедрения виртуальной среды в урбанистическую и общегосударственную жизнь общества адаптация к цифровым технологиям происходит уже с крайне малого возраста индивида. Обратим внимание, что даже прогноз погоды с утра человек получает при использовании возможностей космических спутников и цифровой связи. Глобальные виртуальные возможности изменяют человеческую жизнь, облегчают многие процессы. Однако необходимо соблюдать баланс в их повсеместном использовании, чтобы не впасть в постоянную панику или не разучиться мыслить самостоятельно.

Литература

1. Гладкая К. В. Использование виртуальных технологий в управлении персоналом // Инновационное управление персоналом. М. : Государственный университет управления, 2019. С. 70–72.
2. Инструкция по охране труда для менеджера по работе с клиентами // Главная/Библиотека/Инструкции по ОТ. URL: https://ohranatruda.ru/ot_biblio/instructions/165/147370/(дата обращения: 23.08.2023).
3. Ковальжина Л. С. Трудовая адаптация персонала компании в контексте цифровой трансформации // Социальные и экономические системы. 2022. № 5 (29). С. 352–363.
4. Пеша А. В., Берсенева А. Д. Поддержание мотивации сотрудников в период адаптации с применением чат-бота // Социальные и экономические системы. 2020. № 4 (13). С. 124–132.
5. О внесении изменений в статью 15-3 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и статьи 3 и 5 Федерального закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации : федер. закон от 30 дек. 2021 г. № 441-ФЗ // Официальный интернет портал правовой информации//Общество. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202112300008>(дата обращения: 23.08.2023).

УДК 316.023.6:316.454.7

Н. В. Надточаева, *Минск*

Трансформация больших социальных групп в контексте институционализации виртуального пространства

В работе описывается трансформация больших социальных групп в контексте их активного включения в онлайн-пространство. Под большими социальными группами понимаются множества индивидов, изначально имеющих демографические и социально-психологические предпосылки для формирования общности. Рассматриваются изменения, которые оказала институционализация виртуальной реальности на процесс генезиса больших социальных групп, на их «качественные характеристики» (нормы, ценности, модели поведения и т. д.). Также характеризуются последствия интеграции обозначенных групп в цифровое пространство для общества в целом.

Ключевые слова: большие социальные группы, виртуальное пространство, социальная трансформация, социальная структура.

N. V. Nadtochayeva, Minsk

Transformation of Large Social Groups in the Context of the Institutionalization of Virtual Space

The paper describes the transformation of large social groups in the context of their active inclusion in the online space. Large social groups are understood as sets of individuals who initially have demographic and socio-psychological prerequisites for the formation of a community. The changes that the institutionalization of virtual reality had on the process of the genesis of large social groups, on their «qualitative characteristics» (norms, values, behavior patterns, etc.) are considered. The work also characterizes the consequences of the integration of these groups into the digital space for society as a whole.

Keywords: large social groups, virtual space, social transformation, social structure.

Большие социальные группы представляют собой довольно широкое понятие. Различают значительное количество видов данных групп: профессиональные, социально-демографические, формальные, неформальные и т. д. Как правило, критерий, по которому выделяется конкретная социальная общность, зависит непосредственно от цели исследования. В то же время, практически любую большую социальную группу можно описать как множество индивидов, объединенных каким-либо признаком. Однако наличие общего «формального» признака не всегда говорит о «качественном» сходстве. Поэтому далее речь пойдет о больших группах, которые, с одной стороны, активно включены в онлайн-среду, а, с другой, изначально имеют демографические и социально-психологические предпосылки для создания общности (регион проживания, возраст, схожесть ценностей, интересов, социального опыта и т. д.).

Появление виртуального пространства оказало существенное влияние на процесс генезиса больших социальных групп и на их «качественные характеристики» (групповые нормы, ценности, интересы, модели поведения и др.):

Во-первых, формирование группы стал происходить быстрее в силу распространения технологий, способных объединять людей, проживающих на большом расстоянии друг от друга.

Во-вторых, процесс становления и развития социальной общности – формирование и трансформация их «качественных характеристик» – значительно упростился, поскольку в конкретном онлайн-пространстве (комплексе близких по тематике онлайн-сообществ, транслирующих сходный контент в сходной парадигме) сконцентрированы люди, обладающие сопоставимыми матрицами восприятия.

Это обусловлено тем, что лицам, изначально имеющим схожие взгляды, ценности и т. д., «пересечься» в виртуальной реальности заметно проще, поскольку они с высокой вероятностью будут потребителями идентичной культурной продукции и участниками одних онлайн-сообществ. Немалую роль в данном аспекте играют алгоритмы, которые на основе цифрового следа пользователя рекомендуют ему контент, который потенциально мог бы его заинтересовать [1]. Также виртуальное пространство предоставляет широкие возможности для конструирования «локальной» культуры группы посредством развлекательного контента, мемов и т. д. Наличие общей «локальной» культуры, в свою очередь, может оказывать немалое влияние на самоидентификацию представителей общности.

Здесь важно отметить, что прохождение идентификации с группой также стало значительно проще. Идентификация является важным фактором, от которого зависят многие «качественные признаки» группы. Так, при сильной идентификации с группой индивид с большой вероятностью будет воспроизводить свойственные для данной общности модели поведения.

В-третьих, изменился характер внутренних связей группы. С одной стороны, увеличилась консолидированность и адаптивность больших социальных групп: нахождение в едином онлайн-пространстве способствует формированию среди участников общих норм, моделей поведения, а также выработке ими сходного взгляда на различные феномены. С другой стороны, в связи с заметным упрощением и ускорением организации групп, упростился и процесс возникновения среди них различных течений, подгрупп, что сделало большие группы несколько более подверженными изменениям.

Говоря о последствиях для общества трансформации больших социальных групп, вызванной институционализацией виртуального пространства, необходимо отметить некоторые ключевые аспекты:

Во-первых, нахождение в цифровой реальности заметно упростило коммуникацию между различными социальными группами, а также

трансляцию сообщений от одних социальных субъектов к другим, что увеличило динамичность социума.

Во-вторых, трансформировалось воспроизводство социальной структуры общества. Поскольку общество представляет собой в первую очередь систему, его фундаментальным свойством является самовоспроизводство [2]. Другими словами, попадая в различные социальные общности, индивид сталкивается со сложившимися и устоявшимися формальными и неформальными правилами их функционирования. Вступая во взаимодействие в рамках системы, он воспроизводит данные правила и ожидает от других их выполнения. Следовательно, если в процессе развития социума в нем определились модели восприятия какой-либо общности, самовосприятию ее представителей, их нормы поведения и т. д., ее новые члены по мере вхождения в группу «усваивают» существующие модели. Если для группы были свойственны сильные внутренние связи, определенное положение в социальной структуре, данные черты воспроизводятся и в дальнейшем. Однако включение групп в виртуальную реальность может способствовать изменению сложившихся моделей.

Таким образом, интеграция больших социальных групп в онлайн-пространство способствует увеличению динамичности и изменчивости как их «качественных характеристик», так и общества в целом как большой социальной группы. Вместе с тем групповые процессы вне зависимости от их направленности (консолидация группы, дезинтеграция и т. д.) стали более выраженными.

Литература

1. Добринская Д. Е. Что такое цифровое общество? // Социология науки и технологий. 2021. № 2. С. 112–129.
2. Луман Н. Социальные системы. СПб. : Наука, 2007. 333 с.

УДК 316.75

А. К. Полянина, *Нижний Новгород*

К вопросу понимания качества информации и виртуальной среды

Поднимаются вопросы оценки качества информационной среды, которая осуществляется в процессе интериоризации смысла воспринимающим субъектом и зависит как от объема воспринятых данных, так и от результата сопоставления их с системой ценностей, т. е. оценки релевантности данных. Отмечается имеющаяся дифференциация критериев оценки в связи с субъективной природой как способностей к рецепции информации, так и особенностей компонентов ценностной системы у разных людей и их выраженности.

Ключевые слова: информация, медиареальность, медиатизация, качество информации, ценности.

А. К. Polyamina, *Nizhny Novgorod***On the Issue of Understanding the Quality of Information and the Virtual Environment**

The author raises the issues of assessing the quality of the information environment, which is carried out in the process of internalizing meaning by the perceiving subject and depends both on the volume of perceived data and the result of comparing them with the value system, that is, assessing the relevance of data. The existing differentiation of evaluation criteria is noted in connection with the subjective nature of both the ability to receive information and the features of the components and the severity of the value system in different people.

Keywords: information, mediareality, mediatization, information quality, values.

Привычная трактовка информации базируется на содержательном аспекте, определяемом в качестве «сведений² (сообщений, данных) независимо от формы их представления²» или «сведений, воспринимаемых человеком или специальными устройствами как отражение фактов материального мира в процессе коммуникации³». Философия информации также выдвигает на первый план ее семиотическую функцию. Подход к пониманию информации в кибернетике базируется на свойстве информации устанавливать коммуникацию, адаптировать данные к миру чувств, т. е. изменять систему в направлении самосохранения, а также уменьшать неопределенность и энтропию [5]. Существует мнение, что универсального понятия информации не может быть, а интерпретация информации связана с ее функциональностью и способностью указывать на обстоятельства, необходимые для принятия решения. Другими словами качество информации зависит от того, какое «решение она может обеспечить» [9]. «Информация, не являясь «ни материей, ни энергией», способна существовать только в зафиксированном состоянии» [14], а внешнее ее проявление есть «данные», допускающие различные манипуляции. Международные стандарты в области информационных технологий говорят об информации как «о знаниях о предметах, фактах, идеях, которыми могут обмениваться люди в рамках конкретного контекста»⁴, а также как об интерпретации формы представления данных⁵.

Этимология «информации» (от лат. *informare* – «придавать вид, форму, обучать; из in- «в» + forma «форма, вид») указывает на то, что информация есть то, что поступает извне и входит в сознание путем обретения формы, доступной для принятия сознанием. Поэтому интерпретация

² Об информации, информационных технологиях и о защите информации: федер. закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ // КонсультантПлюс : справочная правовая система.

³ ГОСТ 7.0-99 Информационно-библиотечная деятельность, библиография. Термины и определения. Принят Межгосударственным Советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протокол № 15-99 от 26-28 мая 1999 г.) // КонсультантПлюс : справочная правовая система.

⁴ ISO/IEC 10746-2:1996

⁵ ISO/IEC 2382:2015

данных реципиентом в определенном контексте делает из них информацию, меняет систему ориентации, изменяет состояние энтропии, влияет на степень структурированности системы знаний. Вполне оправданно различать информацию в широком смысле – «без смысла», как отражение материи, воспринимаемое сознанием, и в узком смысле – как значимое изменение системы, т. е. воспринятое знание [13].

При этом качество информации соотносится с ее ценностью для воспринимающего субъекта, и с тем, насколько она ориентирует действие, способствующее выживанию и развитию воспринимающего субъекта, поэтому информация может быть вредной или полезной. Фиксация информации сознанием происходит через ее декодирование (обусловливание): это «событие» [2], которое меняет структуру сознания в сторону развития или деградации, усложнения или упрощения. Фактически информация представляет собой психическую интернализацию смысла отдельными субъектами, детерминируемую психической спецификой этих субъектов. Она предстает феноменом внутренней и внешней среды личности и не существует без интерпретирующего (воспринимающего) субъекта [15]. «Самоотражающий» эффект информации заключен в отборе воспринимающим субъектом понятного и релевантного, того, что он «способен видеть» и «различить», т. е. в «становлении тождества». Речь идет о сопоставлении «увиденной» индивидом информации с его системой ценностей и оценке релевантности данных именно по отношению к укреплению или, напротив, девальвации личных ценностей.

Гиперболическое увеличение коммуникационных каналов и технических средств, обеспечивающих их, меняет информационное поведение социальных групп и в целом выступает ведущим фактором цивилизационных изменений [4]. Канал движения информационного потока описывается в научной литературе через значение понятия «медиа», до настоящего времени не имеющего однозначной трактовки. Медиа исследуется с точки зрения влияния массовых взаимодействий на массовое сознание, определяющего культурно-исторический тип общества, возникновение сетевого общества с особой мозаичной структурой и преобладанием горизонтальных связей, децентрализацией традиционных СМИ и их конвергенцией [3].

Медиаальный поворот культуры, отмечаемый современной философской мыслью, означает становление медиа как «универсальной формы опосредования» всего, не просто канала передачи контента, а репрезентацией новой реальности [10], не только «перемещением некоторого сообщения, остающегося адекватным самому себе, из сознания адресанта в сознание адресата», но «переводом текста с языка моего «я» на язык тво-

его «ты»» [8]. Самостоятельное значение медиасфера приобретает благодаря осмыслению соединения человека с техникой коммуникации. Особенно это заметно в образе, господство которого в визуальном пространстве современного человека становится очевидным [11; 12]. Через «гипертрофированную эксплуатацию двух каналов восприятия – аудио и видео» реализуется, как отмечает В. В. Савчук, новая форма насилия. В контексте поставленной темы это означает давление виртуальной среды в силу высокой концентрации контента (данных) любых форм на изменение ценностной картины.

Социологическая интерпретация медиа сосредоточена вокруг анализа коммуникации и ее средств и рассматривается в рамках социологии массовых коммуникаций. Социальная обусловленность и социальные последствия медиакommunikаций, аудитория и структура медиа как института, средства его функционирования [6] входят в предметное поле социологического осмысления природы медиа. Медиасоциология возводит медиа до уровня социально-культурного феномена, т. е. «явления, охватывающего весь комплекс коммуникационных технологий», «оказывающего существенное влияние на саму коммуникацию и общество, в котором эта коммуникация свершается» [7]. Анализ рисков, связанных с формированием нового культурно-технического пространства, выступает составной частью прогностической функции, проявляющейся в возможности описать «прогноз развития общества как целостной коммуникативной системы» [6]. Иными словами, процесс виртуализации жизненного пространства меняет структуру коммуникации как базиса общества.

Трансформация социальных институтов, процессов и систем под влиянием медиа и логики медиа, конкурирующей с прежними принципами их функционирования, представляет собой особый тренд – медиатизацию жизни [1]. Медиатизация происходит через внедрение технологий в домохозяйства и межличностную коммуникацию; технологий, «преодолевающих границы пространства и времени», воплощенных в интерактивной коммуникации, как отрицающей централизованную [7]. Медиатизация порождает тип восприятия, конструирует фокус зрения и определяет характеристики рецепции, т. е. создает условия новой социальной среды – медиареальности [10].

Поскольку информация и медиа немислимы одно без другого, невозможна действительность информации вне канализации от источника к потребителю. Конструируемая индивидом медиасреда является составной частью глобальной медиасферы, которая, подобно кровеносной системе, охватывает весь общественный организм, интегрируется и самоорганизуется. И в этом широком смысле даже индивид, пропуская через

себя информацию и преобразуя ее, становится медиа. Непрерывное расширение медиасферы, экспансия логикой медиаструктур социальной жизни есть следствие «нового масштаба, привносимого каждой новой технологией» [3]. Пониманию медиа как детерминанты социокультурных процессов, «мутагена» цивилизации, соответствует представление об угрозах, обусловленных высоким суггестивным потенциалом уплотняющихся коммуникаций, выразившемся в появлении в публицистической литературе термина «медиабезопасность».

Таким образом, качество – ценность, а ценность психическую интернализацию смысла. Именно поэтому качество информации и качество виртуальной среды как основной на сегодняшний день среды производства и потребления информации определяется личной интерпретацией принятых ценностей.

Литература

1. Cloudry N. Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling // *New Media & Society*. 2008. 10(3). P. 373–391
2. Luhmann N. *Soziale Systeme*. Frankfurt, 1987. С. 102.
3. McLuhan M. *Understanding Media: The Extensions of Man*. Cambridge; London : MIT Press, 1994. 355 p.
4. Polianina A. K., Grudzinsky A. O. *Media Communication Management: A New Trajectory// Atlantis Press (France). Advances in Economics, Business and Management Research*. Vol. 114. 2019. P. 481–482.
5. Shannon C., Weaver W. *Mathematical Theory of Communication*. Urbana, IL: The University of Illinois Press. 1964. P. 117
6. Гостенина В. И. Социология массовой коммуникации : учеб. пособие для студентов вузов. М. : ИНФРА-М, 2013. 335 с.
7. Коломиец В. П. *Медиа социология: теория и практика*. М. : НИПКЦ Восход-А. 2014. 328 с.
8. Лотман Ю. М. *Об искусстве*. СПб. : Искусство. 1998. 704 с.
9. Моисеев Н. Н. *Люди и кибернетика* М. : Мол. Гвардия. 1984. 224 с.
10. Савчук В. В. Медиа внутри нас // *Медиа философия*. 2012. № 8. С. 25–44.
11. Савчук В. В. Медиа реальность. Медиа субъект. Медиа философия // *Медиа философия*. 2009. № 2. С. 226–241.
12. Савчук В. В. *Медиа философия: приступ реальности*. СПб. : Изд-во РХГА. 2014. 348 с.
13. Филатова О. Г. *Социология массовой коммуникации : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 040201 Социология*. М. : Гардарики. 2006. 303 с.
14. Чернавский Д. С. *Синергетика и информация: динамическая теория информации*. М. : URSS. 2009. 300 с.
15. Эрштейн Л. Б. Об определении понятия информация // *Метафизика*. 2018. № 3. С. 21–30.

УДК 631.1

О. Н. Пряжникова, *Москва*

Цифровое сельское хозяйство на Африканском континенте: ключевые особенности

Рассмотрены особенности развития цифрового сельского хозяйства в странах Африки. Отмечены основные направления использования цифровых инструментов в агросекторе африканских стран и их положительное влияние на развитие сельскохозяйственного производства и социально-экономического развитие в целом.

Ключевые слова: цифровизация, цифровое сельское хозяйство, страны Африки, цифровые инструменты.

O. N. Pryazhnikova, Moscow

Digital Agriculture on the African Continent: Key Developments

The features of the development of agriculture in African countries are considered. The main directions of using digital tools in agribusiness of African countries, their positive impact on the development of agricultural production and socio-economic development in general are presented.

Keywords: digitalization, digital agriculture, African countries, digital tools.

Цифровизация играет определяющую роль в росте производительности аграрного сектора современной экономики. Ее вклад реализуется посредством разработки и внедрения в сельское производство инновационных решений в сфере ИКТ (информационные и коммуникационные технологии). Это может быть применение специальных девайсов, коммуникационных цифровых сетей, сервисных цифровых продуктов, приложений для смартфонов, технологий по обработке данных, прогнозированию экономических эффектов и поддержке операционной деятельности фермы [7; 4].

Рассматривая внедрение цифровизации в аграрный сектор стран Африки и формирование на континенте цифрового сельского хозяйства важно отметить распространение предоставляемых цифровыми платформами сервисов по консультированию, финансовому обслуживанию, выстраиванию рыночных связей, поддержке цепочек поставок. Число такого рода платформ увеличилось в регионе с 390 до 461 в период с 2019 по 2021 г. [5]. Количество африканских фермеров-пользователей цифровых сервисов росло в 2016–2019 гг. В настоящий момент доступом к цифровым услугам имеют более 33 млн африканских фермеров [6].

В целом наиболее активно процессы цифровизации сельскохозяйственного производства в странах Африки распространяются в таких сферах, как консультационные и информационные услуги, построение рыночных связей, управление цепочками поставок, доступ к финансовым услугам, сбор и анализ макро данных.

Благодаря развитию возможностей сбора, анализа и доставки информации с помощью цифровых технологий повышается экономическая эффективность сельского хозяйства в африканских странах. Цифровизация разнообразных процессов в агросекторе приводит к:

1) снижению операционных расходов, более быстрому доступу на рынки сбыта, продаже товаров по лучшей цене и соответственно росту доходов сельхозпроизводителей;

2) улучшению качества сельхозпродукции и состояния почв, ввиду расширения возможностей принимать более эффективные решения благодаря использованию цифровых технологий;

3) принятию оптимальных решений официальными лицами в рамках политики развития сельского хозяйства, так как цифровые каналы дают возможность получать и использовать оперативно актуальную информацию, выявлять новые тенденции, прогнозировать экономические показатели, оценивать климатические риски и т. д.

4) повышению продовольственной безопасности, так как цифровые инструменты позволяют с большей точностью оценивать погодные изменения и прогнозировать их;

5) решению вопросов актуализации геопространственных данных, картирования земельных угодий, уточнению прав собственников земли;

6) повышению качества управления земельными ресурсами и эффективности реализации программ в сфере землеустройства благодаря фиксации прав собственности на земельные угодья.

Вместе с тем расширение использования цифровых инструментов в рамках цифрового сельского хозяйства, с одной стороны, сталкивается с объективными препятствиями, с другой стороны, генерирует ряд проблем и рисков.

1. Темпы распространения цифровых инструментов растут медленно из-за затрудненного доступа жителей африканских стран к ИКТ технологиям и еще не везде доступной мобильной связи (по данным на 2018 г. в странах Северной Африки услугами мобильной связью пользовались 64 % жителей; в странах к югу от Сахары – 44 %) [9].

2. Огромное количество жителей стран Африки (по некоторым оценкам 900 млн человек) до сих пор не имеют возможности пользоваться интернетом. Это обусловлено отсутствием интернет-сигнала, низкой грамотностью населения, недоступностью электросетей, высокой стоимостью мобильной и интернет-связи, отсутствию широкополосного подключения к интернету [8].

3. Имеет место значительный цифровой разрыв между городским и сельским населением и отдельными регионами Африки.

4. Цифровые решения, которые могут быть использованы в аграрном комплексе стран Африки, требуют уровень квалификации и навыки, которыми пока не владеют как фермеры, так и чиновники, контролирующие их внедрение.

5. Отсутствие адекватной инфраструктуры для внедрения цифровых инструментов.

6. Низкое качество статистики и объективной информации о состоянии аграрного сектора в странах Африки тормозит внедрение цифровых сельскохозяйственных технологий.

7. Невозможность для многих аграрных компаний пользоваться цифровыми услугами и соответственно получать цифровую аналитическую поддержку из-за нехватки финансовых ресурсов. Это в свою очередь ограничивает возможности компаний, оказывающих цифровую поддержку сельскохозяйственной отрасли, монетизировать свой потенциал и расширять свою деятельность.

С точки зрения социально-экономического развития рост цифрового сельского хозяйства может стимулировать увеличение безработицы среди сельского населения на фоне автоматизации и компьютеризации рабочих мест [1]. Вместе с тем появятся новые рабочие места в таких сферах, как проектирование и разработка программного обеспечения и оборудования для сельскохозяйственных работ, техническое обслуживание и ремонт цифровой инфраструктуры (мобильных телефонов, дронов, датчиков сбора и анализа данных и т. д.). Таким образом, очевидна потребность для населения сельских районов африканских стран в овладении цифровыми и техническими навыками, что откроет для них возможности найти свое место в качестве рабочей силы в цифровом сельском хозяйстве. Это в свою очередь поставит вопрос о необходимости расширения возможностей доступа к качественному образованию для молодежи стран Африки, а также для создания условий для обучения рабочей силы на протяжении всей жизни ввиду быстро меняющегося спроса на трудовые навыки.

В заключение отметим, что применение цифровых инструментов в сельском хозяйстве открывает возможности для увеличения урожайности, получения работниками современных трудовых навыков и умений, совершенствования бизнес процессов, предполагающих построение связей между географически рассредоточенными участниками производственно-сбытовых цепочек.

В условиях цифрового сельского хозяйства становится широко доступной информация для принятия более эффективных решений по использованию ресурсов. В результате ускорится экономический рост и рост доходов населения, занятого в сельском хозяйстве африканских

стран, за счет повышения эффективности и объемов производства, а также сокращения логистических издержек. Специалисты указывают на то, что развитие цифрового сельского хозяйства поможет в решении таких актуальных проблем Африканского континента, как изменение климата, сокращение биоразнообразия, засухи, опустынивание, а также внесет вклад в развитие торговли продукцией агросектора, обеспечение продовольственной безопасности, вовлечение в качестве рабочей силы, занятой в сельском хозяйстве, молодежи и женщин [3].

На государственном уровне (на макроуровне) посредством цифровизации открываются новые возможности сбора всеобъемлющих и качественных данных по различным типам фермерских хозяйств и сельскохозяйственных угодий, что повышает качественный уровень макроанализа [2]. Все это способствует совершенствованию подходов к разработке и реализации национальных программ развития агроотрасли, а также повышению эффективности принимаемых макроэкономических решений на национальном уровне для решения более широких социально-экономических вопросов.

Литература

1. Пряжникова О. Н. Будущее трудовой деятельности: занятость, навыки и карьерная стратегия в условиях четвертой промышленной революции. Реферат на: «The future of jobs: employment, skills and workforce strategy for the Fourth industrial revolution: Global challenge insight reports» / Ed. by K. Schwab, R. Samans / World Economic Forum. Geneva, 2016. vi, 159 p. // Социальные и гуманитарные науки. отечественная и зарубежная литература. Серия 2: Экономика. Реферативный журнал. 2017. № 1. С. 139–143.
2. Пряжникова О. Н. Цифровое сельское хозяйство в Африке: Основные направления развития // Экономические и социальные проблемы России. 2023. № 1. С. 86–100.
3. Byte by byte: Policy innovation for transforming Africa's food system with digital technologies / Malabo Montpellier Panel. Dakar, 2019. v, 73 p.
4. Digital agriculture // Agribook.digita. URL: <https://www.agribook.co.za/services-and-technologies/digital-agriculture/> (дата обращения: 18.08.2023).
5. Digital innovation strategy for agrifood systems in Africa – Abridged version 2021–2025 / Food and Agriculture Organization of the UN. Accra, 2022. v, 18 p.
6. The digitalisation of African agriculture report, 2018-2019 / Tsan M., Totapally S., Hailu M., Addom B. / Technical centre for agricultural and rural cooperation (CTA). 2021. 238 p. P. 26. URL: <https://www.cta.int/en/digitalisation-agriculture-africa> (дата обращения: 18.08.2023).
7. E-agriculture strategy guide: a summary / Food and Agriculture Organization of the UN, International Telecommunication Union. Bangkok, 2017. 35 p.
8. Friederici N., Wahome M., Graham M. Digital entrepreneurship in Africa: How a continent is escaping Silicon Valley's long shadow / Massachusetts Institute of Technology. Cambridge (Massachusetts), London (England): The MIT Press, 2020. xi, 323 p.
9. Megatrends in Africa / Vastapuu L., Mattlin M., Hakala E., Pellikka P. / Ministry for Foreign Affairs of Finland. 2019. 56 p. URL: https://um.fi/publications/-/asset_publisher/TVOLgBmLyZvu/content/kehityspoliittinentilausselvitys-afrikan-megatrendit-v-c3-a4est-c3-b6nkasvu-ilmastonmuutos-kaupungistuminen-muuttoliike-tekno-logian-kehitys-ja-demokr (дата обращения: 18.08.2023).

УДК 111.35

Л. Н. Соловьева, *Серпухов*

Виртуальная реальность как пространство виртуального бытия в информационную эпоху

Статья посвящена философскому осмыслению виртуальной реальности как пространства виртуального бытия современного человека. Показано, что в условиях информационной современности информационно-коммуникационные технологии обуславливают активные процессы цифровизации и виртуализации жизни, выступая не только фактором трансформации социума, культуры, человека, но и детерминируя новые модусы бытия человека. Обосновано, что виртуальная реальность выступает пространством локализации виртуального бытия человека современной информационной эпохи. Освещены основные аспекты виртуального бытия и обозначены угрозы, деструктивно влияющие на человека.

Ключевые слова: виртуальная реальность, виртуальное бытие, виртуализация, человек, информационная эпоха, глобальное информационное пространство.

L. N. Solovieva, *Serpukhov*

Virtual Reality as a Space of Virtual Existence in the Information Age

The article presents a philosophical understanding of virtual reality as a space of virtual existence of a modern person. It is shown that in the conditions of information modernity, information and communication technologies determine the active processes of digitalization and virtualization of life, acting not only as a factor in the transformation of society, culture, and man, but also determining new modes of human existence. It is proved that virtual reality acts as a localization space for the virtual existence of a person of the modern information age. The main aspects of virtual existence are highlighted and threats that destructively affect a person are identified.

Keywords: virtual reality, virtual being, virtualization, man, information age, global information space.

На рубеже тысячелетий человечество вступило в эпоху глобальных трансформаций, детерминировавших вступление в информационную эпоху, и запустивших механизм кардинальных изменений социума, культуры, человека и самой реальности. Ведущим локомотивом современного развития являются техника и обусловленные ею технологии. Особым статусом в наши дни обладают компьютеры, компьютерная техника и информационно-коммуникационные технологии, олицетворяющие Четвертую Промышленную революцию и детерминирующие ключевые векторы современного социотехнического и социокультурного развития.

Всестороннее, наполнив жизнь современного человека, информационно-коммуникационные технологии спровоцировали возникновение новых онтологических феноменов, вне которых не мыслится информационная современность, – виртуальная реальность, виртуальная коммуникация, цифровая личность. Это позволяет квалифицировать виртуализацию не только как детерминанту современного социокультурного развития, но и как важное измерение онтологии современного человека. Виртуальная реальность становится новым жизненным пространством современного человека, обуславливая как новые виды человеческой деятельности,

межличностного взаимодействия – цифровые, так и новую цифровую атрибутику – цифровые профили, аккаунты, цифровые подписи, аватарки и т. п., дополняющую традиционную антропологию. Многие элементы виртуальной реальности стали неотъемлемыми элементами повседневной жизни и значимость их только усиливается. Это актуализирует целый комплекс философских проблем: онтологических, экзистенциальных, аксиологических проблем, требующих детального анализа и всесторонней философской рефлексии. Целью данной статьи является философское осмысление виртуальной реальности как нового пространства бытия человека информационной эпохи. Теоретико-методологическим базисом исследования выступили теоретические труды отечественных и зарубежных исследователей виртуальной реальности, что позволило оценить современное состояние проблемы, а также определить ее предметные границы. Исследование виртуальной реальности как пространства виртуального бытия конструируется благодаря методологическому потенциалу системного, диалектического и междисциплинарного подходов и общенаучных методов – анализа, синтеза, индукции, дедукции.

Начало XXI в. ознаменовалось беспрецедентно стремительными изменениями в области информационно-коммуникационных технологий, став отправной точкой современной цифровой революции, ведущим достижением которой является не только переход к цифровым способам хранения и передачи информации, но и сделавшей всемирную сеть Интернет «глобально доступной» и важнейшим инструментом коммуникации. Виртуальная среда глобального информационного пространства представляет собой уникальный феномен, искусственно сгенерированный при помощи компьютеров и компьютерных технологий, который оказывает трансформирующее воздействие на общество, социальные отношения, культуру и человека.

Изначально виртуальная реальность понималась исключительно как технологический феномен, что вполне закономерно, поскольку происхождение данного термина связано с технологическими решениями, которые погружали пользователя в виртуальный мир объектов, порождаемых компьютером, и для взаимодействия с ним – перчатки, шлемы-дисплеи. Авторство термина закрепилось за известным специалистом в области компьютерных технологий Дж. Ланье, который в 1984 г. использовал понятие виртуальной реальности для обозначения нового компьютерного продукта, генерируемого исключительно технологическими возможностями компьютера [4, с. 125]. В этом смысле виртуальная реальность – это радикальный способ внедрения пользователя в виртуальное пространство, расположенное у него перед глазами на мониторе, с помо-

щью специальных очков или шлема. В результате чего пользователь оказывается в пространстве двух амбивалентных миров – привычного физического мира, дополненного виртуальными элементами, однако благодаря все более совершенствующимся технологиям виртуальной реальности формируется ощущение подлинной физической реальности.

По мере усиления темпов технологического развития, становления информационного общества и активного вхождения информационно-коммуникационных технологий в повседневную жизнь человека виртуальная реальность стала осмысливаться и интерпретироваться социально-гуманитарными науками, и со временем обрела статус подлинно философской категории, став предметом особой философской рефлексии. Наиболее универсальное определение виртуальной реальности сформулировано основоположником российской виртуалистики Н. А. Носовым, который понимал виртуальную реальность как совокупность виртуальных объектов относительно порождающей реальности [3].

В настоящее время смысл данной категории в значительной степени расширился и обусловлен прежде всего процессами тотальной виртуализации, предоставляющей возможности непосредственного взаимодействия с символическими структурами на всех уровнях бытия человека. Теперь, помимо обработки, хранения и передачи символических структур, стала возможной их интеграция в само действие. Подлинность и достоверность генерируемого виртуального мира столь высока, что человеку зачастую сложно отличать реальный мир от искусственно созданного. Современные технологии позволяют достигать физиологического контакта с симулируемым миром, например, в компьютерных играх, интерактивном кино, оказывать влияние на течение виртуальных событий. Таким образом бытие человека современной информационной эпохи локализовано пределами реального и виртуального миров, что Б. Латур называет «гибридной» реальностью [2].

Виртуальная и дополненная реальности кардинальным образом преобразуют и видоизменяют опыт взаимодействия человека с внешней средой. Типичным примером «гибридной» реальности может считаться «расширенная», или «дополненная» реальность, которая широко применяется в наши дни и представляет собой своеобразный синтез элементов вещественного физического мира и генерируемых компьютером виртуальные элементов, таких как графика, видео, звук, данные GPRS. Специфика этой новой реальности в том, что она усиливает чувственное и эмоциональное мировосприятие. Изначально это применялось в игровой и развлекательной сфере, но со временем стало использоваться в образовании, науке, бизнесе, строительстве и т. д.

Сегодня технологии виртуальной реальности выступают не просто новыми способами испытания цифровых сред, а выступают платформами, обеспечивающими создание, распределение и обмен ценностями, – это своего рода новый канал восприятия мира и взаимодействия с ним. Из-за эффекта присутствия технологии виртуальной, дополненной и смешанной реальностей будут больше, чем другие цифровые каналы размыывать границу между искусственными технологиями, внешним миром и ролью человеческой интуиции и субъективности, затрагивая важнейшие вопросы о мироощущении человека [6, с. 205].

В контексте вышеизложенного целесообразно зафиксировать ряд угроз, которые кроются кажущейся иллюзорностью, мнимой свободой виртуального мира.

Во-первых, в результате глубокого погружения и длительного пребывания в виртуальном мире оказывает трансформирующее воздействие на органы чувств, в значительной степени ослабляя их и притупляя чувства, после чего реальный мир уже не кажется таким красочным, насыщенным, эмоционально привлекательным, что в конечном итоге ведет к разочарованию и непреодолимому устремлению в мир виртуального.

Во-вторых, технологический инструментарий виртуальной реальности, отличающийся неисчерпаемым многообразием вариантов, форм, образов и т. д. в значительной степени нивелирует креативное мышление, творческие способности и интуицию. В этой связи Э. Абдулаева констатирует, что виртуализация «... ослабляет механизмы рефлексии, ограничивая способность человека к критическому мышлению, стандартизируя модели поведения, мировоззрение, идентичность <...> духовность подменяется духовностью виртуальной, синтетической» [1, с. 9–10].

В-третьих, неопределенность границ допустимого и отсутствие нормативности остро актуализируют проблему границ допустимой свободы, что влечет за собой формирование деструктивного поведения [5]. В глобальном виртуальном пространстве можно быть кем угодно, выглядеть как угодно и иметь какую угодно биографию, что ведет к достаточно быстрому формированию устойчивого ложного ощущения свободы и вседозволенности и в конечном итоге – к необратимым процессам разрушения личности.

Таким образом, на основе проведенного анализа следует заключить, что в условиях становления общества нового информационного порядка и обусловленных этим цифровых трансформаций виртуальная реальность становится новым жизненным пространством современного человека, порождая принципиально новое онтологическое измерение человека – информационное, цифровое, выступая новым модусом бытия че-

ловека современной информационной эпохи. Это порождает целый комплекс новых экзистенциальных и мировоззренческих проблем, требующих всесторонней философской рефлексии и безотлагательного научного решения, поскольку от этого будет зависеть не только цифровое будущее, но и цифровое настоящее человеческой цивилизации, существование человека в принципе.

Литература

1. Абдулаева Э. С. Влияние виртуальной реальности на бытие и сознание человека // Социальная реальность виртуального пространства : материалы IV Междунар. науч. конф., Иркутск, 26 сентября 2022 г. / под общ. ред. О. А. Полюшкевич. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. 174–177.
2. Латур Б. Нового времени не было. Эссе по симметричной антропологии. СПб. : Изд-во Европ. ун-та в Санкт-Петербурге, 2006. 240 с.
3. Носов Н. А. Манифест виртуалистике. М. : Путь, 2001. 17 с.
4. Пол К. Цифровое искусство. М. : Ад Маргинем Пресс, Музей современного искусства «Гараж», 2020. 272 с.
5. Полюшкевич О. А. Иррациональные основы формирования социальной идентичности под влиянием виртуальности // Социология. 2020. № 5. С. 163–176.
6. Шваб К., Дэвис Н. Технологии Четвертой промышленной революции. М. : Эксмо, 2022. 320 с.

УДК 004.9

А. Р. Харисова, *Санкт-Петербург*

Формирование цифрового общества: новые компетенции

Исследуются вопросы цифровизации различных сфер российской экономики в силу того, что изменения технологий прямо или косвенно определяют новые навыки, умения и компетенции сотрудников и руководителей. Представлены современные тенденции развития цифровизации образовательного направления в Российской Федерации. Представлен обзор востребованных компетенций в условиях высокой турбулентности в системе образования.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровизация, технологии, образование, формирование компетенций.

A. R. Kharisov, *St. Petersburg*

Formation of a Digital Society: New Competencies

The article deals with the digitalization of the branches of the Russian economy. Changes in technology directly or indirectly determine new skills, abilities and competencies of employees and managers. The relevance of the chosen topic is undeniable, given the peculiarities of the development of skills profiles of employees and managers in the current conditions of digital transformation of the economy and other areas of life. The paper presents current trends in the development of digitalization of the educational direction in the Russian Federation. An overview of the competencies in demand in the conditions of high turbulence in the education system is given.

Keywords: Digital economy, digitalization, technologies, education, competencies formation.

Цифровая экономика стремительно набирает обороты. По мнению экспертов, к 2030 г. темп роста ВВП более 50 % будет связан с цифровизацией [1]. В долгосрочной перспективе цифровизация является важным фактором развития экономического сектора страны. В связи с этим требуются высококвалифицированные сотрудники с определенным набором навыков. Так Министерство труда и социальной защиты России (Минтруд) оценили расходы на программу собственной цифровой трансформации на период 2021–2023 гг. в 55,9 млрд руб., немалая доля предусматривается для финансирования переобучения специалистов в условиях цифровизации. При внедрении цифровых технологий возникают следующие изменения в подборе специалистов:

- снижение потребности в транзакциях, предполагающих выполнение повторяющихся операций;
- необходимость овладения Soft Skills и Hard Skills;
- увеличение спроса на специалистов, обладающих компьютерными навыками, например, знанием искусственного интеллекта, аналитики больших данных, робототехники, виртуальной и дополненной реальности, а также объекта интернета вещей;
- появление новых профессий (архитекторы интернета вещей, журналисты данных, разработчики нейроинтерфейсов, цифровые маркетологи и т. д.).

По некоторым данным, более 30 % функций различных профессий будут оцифрованы [2]. Навыки и способности к творческому и критическому мышлению, гибкость, сотрудничество, адаптивность, новаторство, эмоциональный интеллект, подготовленная психология, ответственность, поиск информации, упрощение ее для решения конкретных задач, организация принятия управленческих решений – все это относится к тем самым навыкам XXI в. кадры цифровой экономики века [3]. Soft skills – это набор неспециализированных навыков, важных для профессионала, ответственного за успешное участие в рабочем процессе и достижение высокой производительности. Эти навыки включают в себя:

- коммуникативные навыки: установление и поддержание контактов, ораторское искусство, четкая речь;
- эмоциональный интеллект: эмпатия, осознание собственных эмоций, мотивация, стрессоустойчивость и управление конфликтами;
- управленческие навыки: постановка целей, планирование, управление проектами, управление командой и делегирование полномочий;
- эффективное мышление: активная жизненная позиция, стратегическое видение ситуаций, системный подход.

Hard skills также имеют большое значение для будущих специалистов цифровой экономики. Это специализированные и технические навыки, такие как работа с облачными хранилищами, алгоритмами искусственного интеллекта, криптографией, управлением бизнес-процессами, так как для обеспечения гарантии цифровой трансформации необходима четкая стратегия управления.

Педагогический процесс подготовки менеджеров в условиях цифровой экономики очень сложен. По проекту Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации подчеркивается важность реструктуризации образовательного процесса с целью подготовки профессионалов, отвечающих тренду цифровизации общества. Основными задачами отдела «Кадры и образование» в рамках национального проекта «Цифровая экономика» являются: совершенствование системы образования, создание условий для интеграции молодых специалистов и др. Для этого необходимо разработать теоретико-методические основы исследовательской диагностики, самообразования, личностного, творческого и профессионального развития, обобщения уже имеющейся информации по творческому менеджменту, профессиональному управлению руководящим составом, внедрению инновационных моделей образовательного процесса. использование различных форм дистанционного и индивидуального обучения. В настоящее время этот вид образования представлен миру как часть самой известной гуманитарной программы – программы, развивающей личность ученика, обучая его критическому мышлению и умению выражать свои мысли. Эта программа позволяет студентам выбрать определенную группу курсов и заниматься по своим индивидуальным планам, чтобы студенты по окончании курса понимали, какими навыками они обладают [1].

Поэтому, исходя из современных тенденций развития цифровой экономики, предполагается масштабная подготовка кадров, создание системы, соответствующей образовательному стандарту. Цифровые навыки: системное мышление, эмоциональный интеллект, способность адаптироваться и работать в неопределенных условиях, способность к непрерывному обучению, стали неотъемлемой частью жизни в век цифровых технологий.

Новый тип лидерства в цифровом ландшафте, где работа опосредована информационными технологиями, высокой сложностью и постоянно меняющейся рабочей средой, требует от лидеров изменения своих способов ведения дел, отношения и поведения для обеспечения организационной устойчивости. Традиционных навыков лидерства может быть недостаточно в новую цифровую эпоху.

По мнению многих исследователей, в новой электронной среде руководители не только создают позитивную атмосферу, используя цифровые методы коммуникации как внутри группы, так и с внешними аудиториями (клиентами, клиентами, партнерами), но и обеспечивают своих сотрудников определенными ресурсами (например, автономия, гибкость рабочих процессов, определение ролей и т. д.), но также уметь определять потребность в изменениях и внедрять инновации в организации и в своей команде. Проявление таких лидерских качеств поможет не только поддержать компанию в период кризиса, но и подготовить ее к другим вызовам.

Литература

1. Амирханова Л. Р., Харисова А. З. Об одном подходе к оценке и исследованию конкурентоспособности вуза в условиях уровневой подготовки // Вестник УГУЭС. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. 2013. № 1 (3). С. 82–87.
2. Коблов С. В. Цифровая трансформация как фактор адаптации персонала для реализации производственного потенциала в условиях пандемии // Вестник университета. 2021. № 9. С. 43–52. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2021-9-43-52> (дата обращения: 06.08.2023).
3. Юдина Т. Н. Осмысление цифровой экономики // Теоретическая экономика. 2016. № 3. С. 12–16.

УДК 316.42

Л. В. Чеснокова, *Омск*

Виртуальное пространство как новая социальная реальность: возможности и риски

В статье описываются изменения, происходящие в последние десятилетия в связи с развитием новых информационных и коммуникационных технологий. Отмечается, что хотя сам термин «социальное пространство» уже давно используется в науках об обществе, развитие интернета способствует появлению новой онтологической реальности – виртуального социального пространства. Доказывается, что между обществом и пространством существуют реципрокные отношения: социум создает пространство, которое, в свою очередь, участвует в формировании человеческой ментальности, заставляя придерживаться определенных социокультурных норм. Показывается, что то же самое касается и виртуального пространства, которое оказывает влияние на общественные отношения; новые технологии, с одной стороны, предлагают людям новые возможности в сферах общения, работы, поиска информации, досуга, а, с другой стороны, таят в себе новые опасности. Делается вывод, что происходит размывание границ публичного и приватного пространства и утрата информационной приватности.

Ключевые слова: информационные технологии, виртуальное социальное пространство, информационная приватность, социальные сети.

L. V. Chesnokova, *Omsk*

Virtual Space as a New Social Reality: Opportunities and Risks

The article describes the changes taking place in recent decades due to the development of new information and communication technologies. Although the term "social space" has long been used in

the sciences of society, the development of the Internet contributes to the emergence of a new ontological reality – virtual social space. There are reciprocal relations between society and space: society creates a space, which then, in turn, participates in the formation of human mentality, forcing it to adhere to certain socio-cultural norms. The same applies to virtual space, which has an impact on public relations. New technologies, on the one hand, offer people new opportunities in the fields of communication, work, information retrieval, leisure, and, on the other hand, they are fraught with new dangers. There is a blurring of the boundaries of public and private space and the loss of information privacy.

Keywords: information technologies, virtual social space, information privacy, social networks.

Внедрение компьютерных и коммуникационных технологий внесло значительные изменения в наш жизненный мир. С начала 90-х гг. XX столетия распространение информационных и коммуникационных технологий приобрело всеобъемлющий масштаб. Сегодня человек проводит значительную часть своей жизни в виртуальном пространстве. Согласно данным, ВЦИОМ, «74 % россиян ежедневно заходят в глобальную сеть, при этом доля heavy users – тех, кто в интернете проводит более четырех часов в день, – составила 35 %, это каждый третий. За пять лет доля ежедневных пользователей выросла на 12 п. п. именно за счет heavy users (2018 г. – 23 %, 2019 г. – 27 %, 2020 г. – 31 %, 2023 г. – 35 %), т. е. пользование интернетом стало более интенсивным. Не пользуются сетью совсем 16 % (–3 п. п. к 2018 г.)»⁶.

На заре информационной эпохи исследователи полагали, что интернет предлагает новые возможности, будучи новым публичным пространством, свободным от цензуры и государственного контроля. Практика показала, что интернет несет в себе как новые возможности, так и новые опасности. Действительно, интернет обеспечивает быстроту и легкость коммуникаций, создавая новые возможности для взаимодействия. Распространение интернета способствует развитию новой формы общения – коммуникации в виртуальных социальных сетях. В том случае, если индивиду с трудом дается общение в реальном мире, он может найти знакомых в интернете. Виртуальное пространство дает возможность реализовать потребности в общении, внимании и одобрении со стороны других людей и стремление к самовыражению. Общение в сети объединяет людей, территориально расположенных в разных точках географического пространства, что приводит к созданию единой глобальной виртуальной территории. Происходит размывание государственных и географических границ.

Бурное развитие интернет-технологий ставит перед представителями социальных и гуманитарных наук задачу осмысления новой онтологической реальности: виртуального социального пространства. Соци-

⁶ Цифровой детокс – 2023: о пользовании интернетом и отдыхе от него. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/cifrovoi-detoks-2023-o-polzovanii-internetom-i-otdykhe-ot-nego>

альное пространство – термин, давно используемый в науках об обществе. Пространство является результатом взаимодействия человека и общества. «Восприятие пространства всегда формируется в результате социальных связей и отношений» [6, с. 203]. Пространство – биосоциальный продукт, так же и человек, являющийся существом и биологической, и социальной природы. По мнению А. Лефевра, пространство «связывает между собой ментальное и культурное, социальное и историческое, объединяя их в единую практику» [4, с. 11].

Социальное пространство занимает важное место в трудах П. Бурдьё. Будучи биологическим существом, человек перемещается в материальном, физическом пространстве. По аналогии с физическим пространством можно исследовать и социальное пространство и положение человека в нем по отношению к другим социальным акторам. «Социальные агенты помещены в некое место социального пространства, которое может быть охарактеризовано через его относительное положение по сравнению с другими местами (выше, ниже, между и т. п.) и через дистанцию, отделяющую это место от других» [1, с. 50]. Индивид в социуме, так же как и в физическом пространстве, может подниматься наверх и спускаться вниз, оплачивая эти перемещения своими усилиями и временем.

Между обществом и пространством существуют реципрокные отношения. С одной стороны, человек создает пространство, окружающий его культурно-географический ландшафт, а, с другой стороны, пространство влияет на его мысли и поступки. Люди по-разному себя ведут в разных видах пространства (например, в публичных и частных), каждый из которых требует своего образца поведения. В качестве публичного пространства выступает, как правило, «внешнее» пространство: улицы, площади, парки, в то время как частное пространство – это в первую очередь жилище индивида или семьи.

Связь пространства с социальными правилами и нормами следует понимать как конструкцию для создания образцов поведения. Считается, что в публичном пространстве индивид в большей степени склонен следовать социокультурным нормам, играя социальную роль, в то время как в собственном доме он может позволить себе вести себя естественно и непринужденно.

Как отмечает И. Гоффман, можно выделить «зону переднего плана» – публичное пространство и зону заднего плана» – «кулисы» или частное пространство. Человек использует два языка поведения, сообщаясь с правилами социального пространства, в котором он находится. Если в зоне переднего плана используется официальный язык и формальные правила поведения, то «за кулисами» стиль общения состоит из «вза-

имных обращений просто по именам, откровенных замечаний сексуального характера, ворчания, курения, небрежного стиля одежды, «кисельной» осанки, употребления диалектной или ненормативной лексики, бесцеремонности поведения» [2, с. 165].

При этом пространство не выступает как нечто неизменное, неподвижное, существующее изначально, а является результатом социокультурных процессов. «Так как материальное пространство не производит само из себя публичность и приватность, а общественная практика должна через атмосферу, дискурс, действие и т. п. наполнить его смыслом и значением» [8, с. 94–95].

Сегодня под влиянием новых информационных и коммуникационных технологий общество подвергается структурной трансформации: появляются новые пространственные формы и процессы. Возникает новая форма пространства – киберпространство. Символическая и семантическая среда приобретают большее значение. Как отмечает М. Кастельс, «пространство есть выражение общества. Поскольку наши общества подвергаются структурной трансформации, разумно предположить, что в настоящее время возникают новые пространственные формы и процессы» [3, с. 384]. Наше общество – гибридное виртуального и физического пространств в их взаимодействии.

В настоящее время происходит переход к новому типу общества, отличающемуся от ранее существовавших. Хотя все общества на протяжении истории использовали информацию, в настоящее время знания и информация превращаются в главную движущую силу. В глобальном мире успешность зависит от умения создавать, обрабатывать и распространять информацию. Поэтому Кастельс называет современное общество информационным и сетевым: в отличие от иерархического принципа построения основные процессы и функции протекают по принципу сетей. Они гибкие, подвижные, динамичны, построены на горизонтальных связях и отношениях. «Главные доминирующие процессы в нашем обществе отчетливо выражаются в сетях, которые связывают различные места и наделяют каждое из них ролью и весом в иерархии создания богатства, обработки информации и создания власти, которые, в конечном счете, и обуславливают судьбу каждой местности» [3, с. 388]. Сетевое общество основано на пространстве потоков. Географические пространства включаются в сети, через которые проходят потоки информации, изображений, символов, технологий, капиталов и т. п.

Благодаря информационно-коммуникационным технологиям происходит размывание границ географического пространства. Происходит изменения и в различных видах человеческой деятельности, в частности,

трансформация сферы труда, для которой характерно сокращение занятости в промышленной сфере и рост высококвалифицированной деятельности в сфере компьютерных технологий. Важной чертой трансформации труда является рост рабочей силы, отличающейся гибкостью формирования рабочего времени и предпочтением неполной занятости и возможностью работы из дома. В условиях распространения мобильных средств коммуникации и сети Интернет, позволяющих быть на связи 24 часа в сутки семь дней в неделю, стираются границы между личным, семейным и рабочим временем и пространством.

Стремительное развитие новых информационных и коммуникационных технологий подвергает опасности информационную приватность. С дигитализацией многих областей жизни более невозможно гарантировать безопасность личных данных и контроль над информацией, которую различные институты и лица имеют об индивиде. «Утрата этого контроля может иметь негативные последствия. Контроль над чужим знанием о собственной личности обеспечивает безопасность жизни в социуме» [5, с. 151].

Вследствие осознания возможного риска наблюдения за собственной персоной у человека вырабатываются различные формы послушания. Возникает самоцензура, вследствие которой индивид не рискует высказать свое мнение из страха, что это повлечет для него негативные последствия. Состояние постоянной поднадзорности ввергает субъекта в интернализированный процесс самоконтроля. «Ввиду того, что средства для цифрового надзора в виде смартфонов, «умных домов», интернет-банкинга и т. п. сегодня omnipresentны в культуре и доступны многим, можно говорить о постпаноптикуме, который обладает властью, не будучи связанным с какой-то конкретной территорией» [7, с. 11].

Таким образом, пространство не является застывшим и неизменным. Оно постоянно меняется под воздействием социальных процессов и практик, конструируется в результате действий социальных акторов и, в свою очередь, само влияет на их поведение. В последние десятилетия происходит процесс формирования нового социального пространства – виртуальной реальности. Это несет значительные изменения нашего повседневного мира. С одной стороны, значительно упрощаются возможности коммуникации и получения информации, появляются различные сервисы, облегчающие повседневную жизнь, а, с другой стороны, возникают новые опасности, в первую очередь связанные с угрозой утраты информационной приватности.

Литература

1. Бурдые П. Социология социального пространства. М. : Ин-т экспериментальной социологии ; СПб. : Алетейя, 2007. 288 с.

2. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М. : КАНОН-пресс-Ц, 2000. 304 с.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М. : ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.
4. Лефевр А. Производство пространства. М. : Strelka Press, 2015. 432 с.
5. Чеснокова Л. В. Информационная приватность: защита свободы и автономии личности // Цифровой ученый: лаборатория философа. 2021. Т. 4, № 2. С. 145–157. DOI: 10.32326/2618-9267-2021-4-2-145-157.
6. Чеснокова Л. В. Приватность и публичность как социально-пространственные категории // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2021. Вып. 2. С. 202–211. DOI: 10.17072/2078-7898/2021-2-202-211.
7. Beyvers E., Helm P., Hennig M., Keckeis C., Kreklin J. Einleitung // Räume und Kulturen des Privaten (hrsg. von E. Beyvers, P. Helm, M. Hennig, C. Keckeis), S. 1–17.
8. Ruhne R. Raum. Macht. Geschlecht. Zur Soziologie eines Wirkungsgefüges am Beispiel von (Un)sicherheiten im Öffentlichen Raum. Wiesbaden: VS Verlag, 2011. 238 S.

ВИРТУАЛЬНАЯ СОЦИАЛИЗАЦИЯ И ОБРАЗОВАНИЕ

УДК 336.74

Н. В. Баранова, М. В. Борисова, *Иркутск*

Управление развитием российской сферы образования

Представлены результаты исследования вопросов взаимодействия органов власти и образовательных организаций в регионе, рассмотрена статистика деятельности образовательных организаций в России, выявлены их основные проблемы.

Ключевые слова: сфера образования, подготовка кадров, профессионализм, публичная власть, образовательная организация.

N. V. Baranova, M. V. Borisova, *Irkutsk*

Management of the Development of the Russian Education Sector

The article examines the issues of interaction between authorities and educational organizations in the region, examines the statistics of educational organizations in Russia, identifies their main problems.

Keywords: education, personnel training, professionalism, public authority, educational organization.

В последнее десятилетие прошлого века перед российским образованием встала необходимость в реформировании. В первую очередь это было связано со сломом прежних общественных парадигм ценностей, которые прямо касались и образования. Однако, не отрицая необходимость расширения (в первую очередь гуманитарной составляющей) системы образования, было важным сохранить опыт функционирования советской системы образования, взять из последней самое лучшее, сохранить преемственность в разумных пределах.

2022 г. стал важным и переломным для сферы образования: введение новых ФГОС, отказ от Болонской системы. Пересмотр процесса образования ставят перед государственными органами управления образованием важные задачи, решение которых невозможно без пересмотра политики управления сферой образования на местах.

По состоянию на сегодняшний день идет постоянная разработка и внедрение учебно-педагогических комплектов, которые направлены на формирование непрерывного образования от общего среднего и заканчивая высшим образованием. Соответственно, данные комплексы имеют место быть как на государственном, так и на муниципальном уровнях.

Сюда же можно отнести и единую нормативную базу, которая относится к управлению образованием. Соответственно, на федеральном уровне применяются наиболее общие, рамочные нормы, а также принципы закрепляются в федеральных законах. На уровне министерств существует подзаконное нормотворчество, в котором происходит конкретизация федерального законодательства. Далее уже через исполнительные органы в сфере образования на уровне субъектов и местном уровне происходит дальнейшая конкретизация и применением указанных норм, в том числе выражающаяся в форме создания образовательных комплексов.

Тем не менее, в настоящий момент остается больше количество нерешенных проблем в сфере управления образованием, которые связаны с достаточно обширным комплексом вопросов как в сфере разделения полномочий в трехуровневой системе управления образованием, так и иными вопросами организации образования, которые и формируют актуальность настоящего исследования.

В наш век информации у каждого человека есть уже вполне ставшая базовой потребность в информации. С этой потребностью прямо связано и образование, через которое происходит общее развитие человека.

Традиционно организация образования в России строится в соответствии с трехуровневым делением публичной власти: федеральным, региональным и местным. Первые два уровня соответствуют государственной власти. Соответственно, и правовое регулирование на этих уровнях различно, идущее, как правило, от общего к частному [1].

Представляется верным, что государство стремится сделать сферу образования гармоничной и само образование непрерывным, а также соответствующим мировым стандартам. И несмотря на то, что последний год запомнился нам и выходом из Болонской системы образования, хочется верить, что интеграция в мировую систему образования снова будет одним из приоритетов государственной политики в сфере образования.

В предварении в жизнь указанных задач участвуют не только правотворческие органы и чиновники, но и непосредственно преподавательский состав на всех уровнях образования.

Целостная система управления развития образования в государстве немислима без связи средств, способов воздействия на первую, а также связи между подсистемами, находящимися в иерархических отношениях.

Сфера основного общего образования насчитывает 41,3 тыс. общеобразовательных организаций, которые находятся в региональном и муниципальном подчинении. В данных организациях постоянно проходят обучение около 16,1 млн детей, педагогический состав данных организаций насчитывает более 1,3 млн чел.

Вместе с тем не решена проблема обучения в 2-ю и 3-ю смены в школах. Так, в 2022/23 учебном году в одну смену работает аж 74,2 % школ (около 31 тыс.), что представляет собой существенную проблему, носящую комплексный характер.

Вместе с тем число учащихся в одну смену составило более 13 млн чел., что больше на 353,4 тыс. чел. по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Одновременно сократилось количество школ, которые осуществляют образовательную деятельность в две смены, – с 8,4 тыс. в 2018 г. до 8,3 тыс. школ в 2022 г. Число учеников во вторую смену составило около 2 млн чел. И всего в 113 школах (16,6 тыс. детей) дети получают общее образование в три смены [1].

Интересным будет тот факт, что феномен образования рассматривается двояко в зависимости от субъекта. Так, государство рассматривает образование как непосредственный двигатель экономики, т. е. определяет первое исключительно в макроэкономическом смысле. Но для обычного индивида образование – это необходимое условие жизни и жизненного планирования, которое тоже измеряется качественной характеристикой [2; 3].

Таким образом, можно заключить, что система образования является краеугольным камнем развития современного российского общества. Представляется верным, что обеспечение населением качественным образованием является одним из приоритетных направлений деятельности органов публичной власти. От этого напрямую зависит судьба нашего общества и страны в целом.

В то же время необходимо обратить внимание на подготовку, точнее, непрерывное воспроизводство профессионалов в сфере педагогического образования. Однако в условиях постоянного дефицита финансирования отрасли образования и просвещения, выполнение данной задачи с каждым годом становится все более затруднительным. Необходимо менять подход в данной области, используя самые передовые теории и практику в целях совершенствования российской системы образования.

Литература

1. Основные показатели в сфере образования по Российской Федерации // Росстат : офиц. сайт. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/education>. (дата обращения: 01.09.2023).
2. Журавлева И. А. Особенности экспертного сообщества в высшем образовании // Экспертные институты в XXI веке: принципы, технологии, культура : сб. науч. тр. / науч. ред. Т. И. Грабелных. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. С. 47–50.
3. Журавлева И. А. Оценка развития государственной образовательной политики (экспертный анализ) // Социология. 2021. № 4. С. 63–74.

УДК 67.43

Л. И. Грошева, Тюмень

Специфика девиации в виртуальной среде дискретного типа

Рассмотрены основные характеристики современных дискретных виртуальных сообществ, сформированных на фоне роста информационной насыщенности интернет-пространства. Приведены результаты исследования, позволяющие рассмотреть основные различия в восприятии девиантного поведения между молодыми людьми разных возрастных групп. Представлены наиболее значимые формы девиантного поведения в зависимости от опоры на оценочный или инструментальный характер использования информации. Сформулированы качественные параметры усвоения предлагаемых виртуальных данных.

Ключевые слова: социальная норма, девиация, социальные коммуникации, виртуальное пространство, молодежь.

L. I. Grosheva, *Tyumen*

Deviation Specifics in a Discrete-Type Virtual Environment

The article presents the main characteristics of modern discrete virtual communities formed against the backdrop of growing information saturation of the Internet space. The author presents research data that allow us to consider the main differences in the perception of deviant behavior between young people of different age groups. The most significant forms of deviant behavior are presented, depending on the reliance on the evaluative or instrumental nature of the use of information. The qualitative parameters of assimilation of the proposed virtual data are formulated.

Keywords: social norm, deviation, social communications, virtual space, youth.

Современное социальное пространство формирует у молодых людей специфическое восприятие действительности в условиях их параллельного включения в систему реальных и виртуальных коммуникаций. Разнообразие последних обусловлено возможностью взаимодействия не только с позиции обмена информацией, но и в рамках виртуальных игровых пространств, а также в ходе привлечения в качестве информационной и технической поддержки систем искусственного интеллекта. Несмотря на тот факт, что со стороны государства и общественных организаций предпринимаются активные попытки формировать социально активные группы в оффлайн действительности, виртуальное взаимодействие остается более доступным ввиду различного рода ограничений: объем располагаемого свободного времени, территориальная удаленность от социально интегрированных локаций, временные или системные физиологические проблемы и т. п.

В то время как виртуализация коммуникаций имеет устойчивую тенденцию расширения охвата возможностей для самореализации, также она определяет и выход девиации на более широкий круг целевой аудитории без учета национальной и гражданской специфики социальной среды, что имеет как конструктивный, так и рисковый потенциал.

Исследователи отмечают, что одна из причин роста девиантных настроений в виртуальной среде в целом обусловлена экстенсивным расширением ее функционала, который формируется как результат цифровизации межличностных интеракций [1]. Таким образом, его проявление рассматривается как непосредственное отражение востребованных форм поведения в обычной жизни. Однако результаты исследований в ряде регионов Азии показывают, что интенсификация девиантных настроений выступает в качестве своеобразного результата размывания понятия девиантности с точки зрения его положительных и деструктивных проявлений. В значительной мере установка на индивидуальность утрачивает морально-этический инструментарий ее достижения, так как в виртуальном пространстве социальный контроль реализует свою функцию условно и дискретно [3].

В ходе многочисленных исследований было установлено, что специфика сохранения и воспроизводства негативных форм девиации во многом связана с мембранным эффектом виртуальных сообществ, что не только не позволяет осуществлять своевременную коррекцию феномена в рамках социальных санкций, но и репродуцирует и институционализирует определенную систему мышления и восприятия среди молодежи. В значительной мере, мембранность обусловлена избирательностью и узкой профильной ориентацией сообществ, которые благодаря контекстной рекламе и субъектным рекомендациям, позволяют привлекать в свою среду тех участников, которые либо изначально разделяют определенные ценности, либо готовы их воспринять в попытках обозначить свою принадлежность референтной группе [5]. В таких случаях средства социального контроля демонстрируют низкий уровень эффективности, так как ввиду общего количества разнообразных сообществ, агенты контроля не всегда имеют возможность обнаружить специфические объединения, эффективно идентифицировать социально вредные компоненты. Вторым аспектом проблемы в исследовательских работах выступает стремительное увеличение доли авторских объединений, которое с одной стороны, позволяет рассредоточить целевую аудиторию, с другой – определяет невозможность технической их проверки относительно безопасности и рациональности предлагаемого контента [2].

Ученые полагают, что накопление авторских объединений будет иметь тенденцию к расширению. Если на конец 2021 г. в виртуальном пространстве от всей совокупности сообществ в социальных сетях и мессенджерах на долю авторских персонифицированных страниц приходилось 37 %, то по состоянию на декабрь 2022 г. нейросети насчитывали до 45 % подобных объединений. Этот факт так или иначе обозначает качественно иной тренд виртуального пространства: персонифицированную

фрагментацию, в рамках которой тематические сообщества по численности будут уступать личным страницам, ориентированным на публичное взаимодействие. Доля анонимных личных страниц в социальных сетях также характеризуется интенсивным ростом (на 2–3 % ежемесячно) при обратном пропорциональном сокращении официально подтвержденных личных аккаунтов [5]. Отличие публичных страниц от профилей в социальных сетях заключается в сокращении представления личной информации, интенсивным ее замещением на формируемый образ (творческий, игровой и пр.), которому придаются как характерные свойства личные, так и референтные признаки сторонних образов, в том числе художественных [4]. Актуализация подобных ресурсов в свою очередь повышает девиантный потенциал виртуального пространства, так как в отличие от анонимных вредоносных страниц, они нацелены на длительный и системный контакт с аудиторией.

С целью анализа специфики тематической востребованности данных ресурсов авторами статьи было проведено исследование методом фокус-групп (N = 42, в каждой группе по 5–7 участников), которые включали в равных долях представителей двух возрастных групп: 16–20 лет (учащаяся молодежь), 21–35 лет (работающая молодежь). В ходе отбора участников применялся ряд установленных критериев: принадлежность к полным благополучным семьям, отсутствие официальной и неофициальной занятости для младшей категории, вовлеченность в виртуальное пространство не менее 4 часов в день (социальные сети, мессенджеры), ежедневное ознакомление с материалом не менее 25 групп и сообществ (каналов) или наличие собственного авторского канала или сообщества. В рамках данного исследования основное внимание уделялось характеристикам и восприятию девиантных форм поведения. Возрастные группы выделены на основе кластерного анализа.

В значительной мере различаются характеристики интереса, проявляемого к подобным авторским страницам. Если младшие группы предпочитали сообщества, связанные с художественными продуктами, авторскими изделиями («мерч»), посвященными персонажам популярных мобильных игр или мультипликационных произведений, то работающие молодые люди в большей степени интересовались тематикой путешествий, временной или постоянной релокацией, жизнью в определенных условиях (в том числе социально неблагополучных). В связи с этим существенно различается оцениваемое соотношение позитивного и негативного контента. Если учащиеся отмечают превалирование положительно окрашенных сообщений и поднимаемых тем (на пять положительных молодые люди могли подобрать два отрицательных примера), то в

старшая категория склонна обращать внимание на социально отрицательные факты (1:2). Соответственно, феномен отклоняющегося поведения старшая группа относила к нормализованным (хотя и нежелательным).

Учащиеся посчитали нормальным (допустимым) проявления различных форм ЛГБТ поведения (высказываний, действий, изображений и пр.), в том числе и порнографического характера. Каждый четвертый отмечал наличие подобных тематических сообществ в ежедневном «чек-листе». В то же время, лишь четверо из опрошенных выражали готовность реализовать увиденные образцы поведения на практике.

Однозначных ответов касательно готовности участвовать в травле и иных проявлениях виртуальной агрессии получить не удалось, тем не менее каждый третий оправдывает подобные поступки. Четверть участников отметили непосредственную вину жертвы (слабость характера, неумение вести дискуссию, отсутствие готовности включаться в виртуальное взаимодействие и пр.). И лишь 12 % согласились с исключительной виной агрессора и недопустимостью подобного поведения в принципе. 48 % участников состоят или состояли в сообществах авторских страниц, где в правилах взаимодействия была указана возможность травли или проявления агрессии по отношению к членам группы, при этом сам факт этой возможности воспринимался опрошенными как норма ввиду характера объединения. Молодые люди отметили, что для них имело значение не столько возможность проявлять собственную агрессию, сколько наблюдать столкновения со стороны, т. е. потреблять конфликтогенный контент. Следует отметить, что почти в трети случаев эта установка в косвенном обозначении имела прикладной характер в формате обучения методам противостояния агрессии. Данный факт имеет и содержательное подтверждение, так как более половины участников хотя бы единожды выступали в качестве жертвы агрессивного поведения в виртуальной среде.

Исследование показало, что младшая категория молодежи также положительно оценивает публикацию художественных материалов, отражающих чрезмерное употребление алкоголя и ряда наркотических веществ, промискуитет. Измененное состояние сознания они обозначают как определенное проявление свободы и независимости от общественных правил. Косвенные вопросы позволили определить, что в среднем 25-30 % знакомых в непосредственном окружении в той или иной форме пытались реализовывать демонстрируемые образцы. Следует также отметить, что попытки реализовать положительные образцы так же были упомянуты (самостоятельные попытки рисовать, писать музыку, лепить, изготавливать изделия на продажу, танцевать или участвовать в социальных движениях) – однако данные акты рассматривались как временные и недостаточно эффективные для самореализации, ввиду необходимости затратить на достижение определенного уровня мастерства значительные усилия.

Работающая молодежь ввиду структурно отличных интересов также показала несколько иное отношение и к описываемым образцам девиантного поведения. В среднем, только 12 % участников готовы реализовать себя в виртуальном пространстве в качестве положительного девианта. В отличие от младшей группы основная причина соотносилась с отсутствием достаточного времени и финансовых ресурсов. Интерес к агрессии участники практически не проявили. Хотя треть опрошенных отметили внимание, уделяемое спорам в комментариях или характеру формируемого поста, в целом их интерес сосредотачивался на анализе возможных рисков и угроз, соотносящихся с их собственным жизненным опытом.

Тем не менее, зафиксирована высокая нормализация чрезмерного употребления алкоголя, низкой ответственности перед партнером и мелких экономических преступлений и проступков. В то время, как только 20 % готовы столкнуться с подобным со стороны близкого человека, 45 % рассматривают возможность реализации подобного поведения со своей стороны при условии наличия «хорошей подготовленности» (учета изученного опыта авторов в социальных сетях) и благоприятных обстоятельств. Несмотря на полученный результат, следует предполагать гипотетичность данных утверждений, так как лишь 17 % участников применяют подобные формы поведения на регулярной основе. В значительной мере готовность обусловлена детализированными описаниями поступков в сообществах, которые хотя и могут рассматриваться как инструктирующий материал, в большинстве случаев не создают достаточной мотивации для конкретного действия. Поэтому наиболее востребованной с точки зрения прикладной реализации было обозначено виртуальное «пиратство», которое молодые люди посчитали примером конструктивной (положительной) девиации как со стороны создателей контента, так и со стороны пользователей.

В заключение следует подчеркнуть, что среди старшей группы молодежи широко распространены депрессивные установки, что прямо или косвенно связано с описанием негативных девиантных поступков в социальных сетях. Превалирование негативного контента формирует у молодежи убежденность в низком качестве современного общества в целом, и отсутствии возможности сохранять нормативное поведение при наличии планов на достижение успешности, в особенности финансового благополучия. Подобные факты стимулируют развитие установок на отказ от включения в социальную активность и максимальное снижение объема и качества социальных контактов, что препятствует формированию эффективного социального капитала.

Литература

1. Мишанкина Н. А. Социальные нормы в интернет-коммуникации: социолингвистический аспект // Гуманитарная информатика. 2013. № 7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-normy-v-internet-kommunikatsii-sotsiolingvisticheskiy-aspekt> (дата обращения: 30.08.2023).
2. Реутов Е. В. Факторы формирования социального доверия и недоверия в российском обществе // Среднерусский вестник общественных наук. 2018. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-formirovaniya-sotsialnogo-doveriya-i-nedoveriya-v-rossiyskom-obschestve> (дата обращения: 28.08.2023).
3. Dehghani F., Mahmoodabadi H. Z. The Effect of Using Virtual Social Networks on Depression, Anxiety, and Stress among Young Adults // Social Behavior Research and Health. 2018. URL: https://applications.emro.who.int/imemrf/Soc_Behav_Res_Health/Soc_Behav_Res_Health_2018_2_1_174_180.pdf (дата обращения: 16.08.2023).
4. Social Media Use and Its Connection to Mental Health: A Systematic Review. Cureus / F. Karim, A. A. Oyewande, L. F. Abdalla, E. R. Chaudhry, S. Khan // National library of health. 2020 Jun. N 15; 12(6). URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7364393/> (дата обращения: 27.08.2023).
5. Steinsbekk S., Nesi J., Wichstrom L. Social media behaviors and symptoms of anxiety and depression. A four-wave cohort study from age 10–16 years. // Computers in Human Behavior. 2023. Vol. 147. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563223002108> (дата обращения: 19.08.2023).

УДК 331.52

И. А. Журавлева, Иркутск

Образовательные и трудовые стратегии молодежи в 2018 и 2023 гг.

Раскрываются особенности развития образовательных и трудовых стратегий молодежи. Приводятся результаты исследования о трансформации образовательных и трудовых стратегий молодежи с 2018 по 2023 г. под влиянием внутренних или внешних условий. Делается вывод об увеличении количества молодых людей с модернистскими взглядами и стабильном функционировании традиционалистов, что говорит о мягких стратегиях изменения образовательных и трудовых ориентиров молодых людей за рассматриваемый период.

Ключевые слова: образовательные стратегии, трудовые стратегии, молодежь.

I. A. Zhuravleva, *Irkutsk*

Educational and Labor Strategies for Youth in 2018 and 2023

The article reveals the features of the development of educational and labor strategies for young people. The results of a study on the transformation of educational and labor strategies of youth from 2018 to 2023 are presented. The conclusion is made about the increase in the number of young people with modernist views and the stable functioning of traditionalists, which indicates soft strategies for changing the educational and labor orientations of young people during the period under review.

Keywords: educational strategies, labor strategies, youth.

В современном обществе надо меняться к новым реалиям. Особенно поменялись стандарты образования и работы. Молодежь становится той средой, где изменения в условиях и формах образования и перспективах работы меняет повседневный уклад жизни, мировоззрение и ценности. В данной работе мы проанализируем образовательные и трудовые стратегии российской молодежи в 2018 и 2023 гг.

Модернизация системы образования, ее сильные и перспективные проекты, наряду с провалами и достаточно противоречивыми перспективами отражены в ряде публикаций И. А. Журавлевой [5–10], С. В. Малых [11–13], роль образования и ценности молодежи отражены в работах А. В. Колесникова, А. С. Степаненко и О. А. Полюшкевич [14–16], возможности виртуализации общества через призму образования в исследованиях Р. Г. Ардашева [1–4].

В исследовании 2018 приняли участие 1800 молодых людей в возрасте от 17 до 25 лет, обучающихся в вузах г. Иркутска на разных специальностях, в 2023 г. то же количество студентов вузов Иркутска.

Респондентов мы смогли разделить на «традиционалистов» и «модернистов». Традиционалисты – те, кто придерживается сложившихся траекторий и руководствуется общепринятыми ценностями. «Модернисты» – те, кто предпочитает разрушать устоявшиеся уклады и формирует новые рамки и стратегии социальной адаптации. Для них более характерна социальная ответственность, инициативность, независимость, стремление к профессиональному совершенствованию, открытость новому опыту, толерантность к окружающим и уважительное отношение к законам.

По результатам опроса 2018 г., демонстрируют модернистские поведенческие намерения 34 % респондентов и 38 % – традиционалистские. У остальных наблюдается смешанный тип поведенческих паттернов (28 %). В 2023 г. – модернистов 49 %, традиционалистов 40 %, смешанный тип – 11 %. Модернисты за счет усиления значимости новых условий и форматов жизни, новых стратегий адаптации становятся более проявленными в социальном взаимодействии.

В ходе исследования мы интересовались наиболее важными событиями, произошедшими с ними за последние годы, а также просили оценить, улучшилась или ухудшилась их жизнь за это время, удалось ли им реализовать задуманное. Помимо этого, мы интересовались образовательными и профессиональными планами молодых людей.

Молодые люди «модернистского направления» рассматривают возможность нестандартных видов занятости (неполный рабочий день, неформальная занятость, фриланс, удаленная работа и т. д.). Это позволяет апробировать и воплотить в жизнь альтернативные модели успешности.

«Я точно знаю, что не буду работать с 9 до 17. Мне нужен свободный график и гибкий подход к работе» (А. В., 19 лет). *«Я хочу жить у океана и работать в удовольствие, а не из необходимости»* (О. А., 20 лет).

«Традиционалисты» ориентированы на привычные и типичные сферы деятельности: работа по найму, социальный пакет и т. д.

«Я хочу стабильности и предсказуемости. Работать на государственном предприятии – лучшее, что могло бы быть» (Т. Е., 25 лет). *«Я хотел бы работать на государственной службе: стабильно, понятно, оправданно»* (Я. С., 24 года).

Необходимость постоянного обучения отмечают и традиционалисты, и модернисты. При этом модернисты готовы учиться сразу по нескольким специальностям и курсам, тогда как традиционалисты – за последовательное и выборочное образование.

«Чтобы успеть со временем – надо параллельно получать знания в разных сферах. Я учусь на юриста и психолога и думаю о магистратуре экономиста и юриста» (А. Д., 21 год). *«Я закончу бакалавриат, потом поработаю, а после определюсь со специальностью обучения в магистратуре»* (Д. А., 23 года).

В 2018 г. среди модернистов 30 % имели свое дело и 50 % жили независимо от родителей и 10 % жило в общежитии. В 2023 г. среди модернистов практически все (95 %) независимы от родителей и имеют свой доход, тогда как среди традиционалистов таких лишь 10 %.

«Быть независимым и самостоятельным – это залог ответственности и успеха» (Д. А., 21 год). *«Я люблю комфорт и хочу жить в нем. Независимо от того, кто что думает»* (С. Е., 22 года).

Для «модернистов» образование достаточно ценно само по себе – оно выступает вкладом в будущее, ресурсным состоянием. Оно вписывается в план их карьеры. Они как правило четко знают, что, где и как хотят получить. *«Я ценю свое время и свои знания. Они есть, потому что я получил хорошее образование.»* (С. С., 24 года).

«Традиционалисты», получая хорошее образование не всегда понимают, где смогут работать, как применять полученные знания и навыки. *«Я не уверен, что смогу устроиться по специальности, так как на хорошие места берут своих»* (Т. И., 24 года).

Анализируя ответы респондентов, можно сказать, что «традиционалисты» в большей степени оторваны от реальности, они защищены родителями, рамками, идеалами, которые не всегда могут быть достаточными для того, чтобы противостоять тем реалиям жизни, в которые они входят сегодня. И более чем у половины «традиционалистов» в планы не входит работа по специальности.

«Модернисты» же более гибкие, активные, целеустремленные, готовы меняться и подстраиваться под те требования, что предъявляет им жизнь, но и они от нее хотят получить по максимуму. Они хотели бы реализовать свой потенциал по основной специальности или смежной с ней сферой, найти реализацию и практическое воплощение тех знаний, что получили за годы обучения.

Для «традиционалистов» продолжение образования в аспирантуре – это способ защититься, не принимать решений, которые могут изменить их жизнь. Для «модернистов» – магистратура – это новая ступень для роста, возможности апробировать свои идеи, получить определенную известность и авторитет в своих кругах.

«Хорошая работа» в представлениях «модернистов» и «традиционалистов» также отличается. Для модернистов она – необычная, креативная, интересная, постоянно требующая принятия нестандартных решений. Среди них около 40 % тех, кто готов работать на «ответственной» или «интересной», но перспективной должности при скромном вознаграждении, если это принесет свои плоды в будущем.

«Я хочу выходить за принятые рамки, нарушать границы – от этого ловлю кайф» (С. С., 25 лет). *«Я вижу перспективы от того, чему сейчас учусь и где прохожу стажировку. Они стоят того, что сейчас тяжело»* (А. А., 24 года).

Для «традиционалистов», «хорошая работа» – это «не напряжная» и «хорошо оплачиваемая». Они готовы быть «не на самой престижной должности», но зато «хорошо оплачиваемой». *«Мне достаточно хорошего заработка, чтобы быть довольным работой»* (С. В., 23 года). *«Лучше мало, но стабильно. Чем много, но не гарантированно»* (А. В., 21 год).

Среди наиболее важных событий, произошедших в их жизни за последние годы, «модернисты» нередко называли достижения в области саморазвития, что говорит о высоком инновационном потенциале этой группы молодежи. Одни акцентировали внимание на прочитанных книгах, полученных знаниях, пройденных тренингах, стажировках или практиках и освоенных навыках (изучение иностранных языков, приобретение хобби, открытие в себе новых способностей и т. п.); по словам других, узнанное настолько повлияло на их мировоззрение, что способствовало формированию иного взгляда на окружающий мир, что повлекло за собой открытие бизнеса, поступление на другую специальность и т. д.

«Для меня важным событием стало посещение тренингов Азата Валеева – я иначе посмотрел на свою жизнь, понял, что могу в ней поменять. И сделал это. Ничуть не жалею, что стал менять и меняться» (П. А., 25 лет). *«Я прочитала книгу «Бедный папа. Богатый папа» – и это перевернуло мое представление о том, кто я, где я и что делаю. Я начала небольшой бизнес – мое хобби стало приносить мне стальные, пусть и не очень большие деньги, но каждый месяц (по 40 тыс.). Я получила новый толчок и интерес к обучению, к знаниям, которые я получаю и как их могу применять в своей жизни»* (В. Е., 22 года).

Между тем ни один «традиционалист» не посчитал нужным рассказать о своем интеллектуальном и духовном росте за прошедшие годы.

Среди этой группы, важными событиями стали – семейный отдых за границей (как правило, Турция или Таиланд, реже Корея).

«Важное событие – это поездка в Турцию этим летом. Солнце, море и песок – вот это красивая жизнь...» (М. Т., 21 год). *«Я очень ждала поездки в Таиланд на этот новый год – столько эмоций я не получила еще никогда в жизни»* (С. Е., 23 года).

Интересно сравнить планы на будущее «модернистов» и «традиционалистов». На наш взгляд, планы первых амбициознее и имеют более четкие очертания, однако и они недолгосрочны (в среднем – на три года). Что касается «жизненных проектов» традиционно ориентированной молодежи, то они отличаются осторожностью, но при этом более долгосрочны – на 10–15 лет.

Модернисты: *«Я хочу расширения и масштабирования своего бизнеса в сети Интернет»* (А. А., 22 года). *«Я хочу заниматься тем, что мне интересно и приносит известность, славу и почет»* (Н. Я., 19 лет).

Традиционалисты: *«Я пойду по стопам отца и деда – буду работать на заводе»* (А.Д., 22 года). *«Хочу стабильной и прогнозируемой карьеры»* (А. И., 20 лет). *«Я мечтаю о том, как буду сдавать квартиру бабушки жить на эти средства»* (А. А., 22 года).

Таким образом, «модернистов» от «традиционалистов» прежде всего отличают стремление к стратегическому планированию карьеры и принципиально иное – более серьезное и уважительное – отношение к образованию, выбору профессии, содержанию выполняемой работы, получаемым навыкам, они готовы и хотят применять на практике все то, чему они научились в процессе обучения. Желанию самостоятельно чего-то добиться, быть независимыми и ответственными уже на этапе обучения в вузе.

В то время как многие «традиционалисты» не только не намерены «делать карьеру», но и воспринимают труд как обременительную повинность; их мечта – быть свободными от каких-либо трудовых обязанностей, живя, например, на средства от сдачи доставшейся в наследство недвижимости. Образование они получают, потому что «надо» и там, где захотели родственники. Свои желания или не ставят во главу угла или их вовсе не имеют.

Для «модернистов» более приемлем так называемый калейдоскоп карьеры – трудовой стратегии, учитывающей индивидуальные особенности личности и позволяющей адаптировать профессиональный маршрут к происходящим в жизни человека переменам [9]. Они будут более адаптивны и востребованы на рынке труда, а «традиционалисты» в силу своей ригидности далеко не всегда смогут встроиться в новые, постоянно меняющиеся реалии жизни.

Перспективы социального моделирования [6], могут сформировать новые условия для социокультурного воспроизводства для молодых людей нового типа, где «традиционалистам» станет все труднее вписаться в новые реалии жизни, а более адаптивны будут «модернисты». Социальные рамки для молодежи расширяются, поэтому важно понимать, как они смогут их использовать для личностного развития и успешной социализации. Ориентиры и ожидания будущего формируются в социальных условиях общественного моделирования.

Литература

1. Ардашев Р. Г. Виртуализация в новых смысложизненных ориентациях россиян // Глобальные и региональные воздействия в системе современных обществ : сб. науч. тр. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2021. С. 130–134.
2. Ардашев Р. Г. Изменение сознания в эпоху постпандемического общества // Глобальные вызовы и региональное развитие в зеркале социологических измерений : материалы VI международ. науч.-практ. интернет-конф. : в 2 ч. Вологда : Вол РАН НЦ, 2021. С. 76–79.
3. Ардашев Р. Г. Особенности развития сознания горожан в пандемическом обществе // Социология. 2022. № 1. С. 79–86.
4. Ардашев Р. Г. Сознание горожан в постпандемическом обществе // Креативные стратегии и креативные индустрии в экономическом, социальном и культурном пространствах региона : материалы Третьей регион. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2021. С. 125–128.
5. Журавлева И. А. Идентичность региональной молодежи в условиях многополярного мира // Этнопсихологические и кросс-культурные проблемы и ресурсы становления многополярного мира (восточный и западный подходы) : материалы Международ. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2023. С. 20–25.
6. Журавлева И. А. Модернисты и традиционалисты: образовательные траектории российской молодежи // Alma mater (Вестник высшей школы). 2019. № 6. С. 31–34.
7. Журавлева И. А. Образование в ресурсном пространстве молодежи // Актуальные проблемы гуманитарных и социальных исследований : материалы XVII Всерос. науч. конф. молодых ученых в области гуманитарных и социальных наук. Новосибирск : НГУ, 2019. С. 136–139.
8. Журавлева И. А. Перспективы образования и занятости молодежи // Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы, и перспективы : материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф. ; под общ. ред. О. А. Полошкевич. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. С. 275–279.
9. Журавлева И. А. Ресурсы классического университетского образования для «модернистов» и «традиционалистов» // Классический университет: история и современность : материалы II Всерос. с междунар. участием науч.-практ. конф., посвящ. 90-летию Удмурт. гос. ун-та. Ижевск : УГУ, 2021. С. 262–269.
10. Журавлева И. А. Социальные рамки образовательных и трудовых перспектив российской молодежи // Проблема соотношения естественного и социального в обществе и человеке. 2019. № 10. С. 264–274.
11. Малых С. В. «Справедливое образование»: современные реалии отечественных университетов // Социальная несправедливость в социологическом измерении: вызовы современного мира : сб. материалов. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2018. С. 1233–1234.
12. Малых С. В. Академическая мобильность как ресурс интернационализации университетов // Социология. 2018. № 3. С. 222–226.
13. Малых С. В. Университетское образование и профессиональная карьера // Высшее образование, социальные науки и национальная безопасность : материалы конф. Иркутск : ИГУ, 2018. С. 210–212.
14. Основы социального моделирования: учебное пособие / О. А. Полошкевич, Ю. В. Борисова, Л. Н. Батянова, Р. В. Иванов. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2017. 198 с.
15. Полошкевич О. А., Колесников В. А. Роль образования в жизненном мире молодежи // В мире научных открытий. 2013. № 3-1 (39). С. 312–327.
16. Полошкевич О. А., Степаненко А. С. Трансформация ценностей россиян: герои и обыватели // Политика и общество. 2012. № 9 (93). С. 4–13.

УДК 378.147

Т. С. Коломейцева, И. И. Бабенко, *Томск*

**«Алиса» в онтологиях:
модульно-блочная технология для работы инофонов
с голосовыми помощниками на уроках русского языка
как иностранного**

Рассмотрены современные методики преподавания РКИ (в том числе с использованием голосовых помощников) как часть повседневной жизни человека, включенные в его коммуникации с миром, поэтому их использовать нужно в первую очередь для реализации коммуникативного подхода в обучении языку. Показано, как с их помощью удержать внимание аудитории, снизить стресс и закрепить интерес к такому сложному предмету, как русский язык, а также лучше понять русскую культуру. Представлена модульно-блочная технология для работы с голосовым помощником «Алиса» от «Яндекса», приведены задания и контрольно-измерительные материалы по блокам. Предложено введение в практику преподавания РКИ обучение основам создания онтологий для лучшего понимания работы поисковиков и голосовых помощников, благодаря чему у обучающихся складывается более полное представление о коммуникативной ситуации с голосовыми помощниками. В заключении вводится понимание коммуникативного акта, где одна из сторон – голосовой помощник, как коммуникативного акта нового типа.

Ключевые слова: голосовой помощник «Алиса», голосовые помощники, РКИ, русский как иностранный, модульно-блочная технология, онтологий.

T. S. Kolomeitseva, I. I. Babenko, *Tomsk*

**“Alice” in Ontologies: Module-Block Technology for the Work of Inophones
with Voice Assistants in Russian as a Foreign Language Lessons**

Today's methodology of teaching RSL provides the teacher with an extensive set of techniques, approaches and aids, including the use of voice assistants. On the one hand, the article considers such technologies as a part of a person's everyday life, included in communications with the world, so they should be used, first of all, to realize the communicative approach in language teaching. On the other hand, the article shows how to use them to keep the audience's attention, reduce stress and fix interest in such a difficult subject as Russian language, as well as to better understand Russian culture. The study presents module-block technology for working with the voice assistant Alice by Yandex, including a discussion of tasks and control and measurement materials by blocks. Training in the basics of ontology creation is introduced to capture the work of search engines and voice assistants, so that learners have a better understanding of the communicative situation with voice assistants. Finally, an idea of a new type of communicative act is introduced: one of the sides is a voice assistant.

Keywords: voice assistant Alice, voice assistants, RSL, Russian as a foreign language, module-block technology, ontologies.

Голосовые помощники постепенно входят в быт и повседневную жизнь россиян. Звонок в банк, в управляющую компанию ЖКХ, обращение за медицинскими услугами, а также во многие фирмы и офисы сегодня предполагает общение с голосовыми помощниками. Поэтому использование голосовых помощников на уроках русского как иностранного – это часть технологической палитры, которая сегодня доступна педагогу, со своей спецификой, преимуществами и ограничениями. Работа инофонов с самым популярным в России голосовым помощником «Алиса» от «Яндекса» – это и усвоение новейших данных об общении с «Алисой» и

с голосовыми помощниками в целом, и понимание такого общения как культурного феномена, а также овладение определенными техническими средствами (голосовые помощники и поисковики).

Задачей данной статьи является выявление особенностей использования голосовых помощников на уроках РКИ и исследование коммуникативной ситуации, в которую вовлечены голосовые помощники, в том числе в целом такого коммуникативного акта, а также представление методических приемов, как можно включить голосовые помощники в ткань урока и с их помощью показать ученикам и студентам связь РКИ с другими предметами и отраслями знаний, в том числе, с помощью изучения создания онтологий (слов и связей между ними в какой-либо области), на основе которых работают поисковики.

За последние пять лет в России вышло много статей о голосовых помощниках и их дидактическом потенциале для преподавания РКИ. Они выделяют голосовой помощник «Алиса» компании «Яндекс» как наиболее подходящий по сравнению с другими аналогичными отечественными и зарубежными продуктами, даже давая «Алисе» характеристику “носитель языка” [1]. В первую очередь методические рекомендации по работе с «Алисой» посвящены работе с фонетикой, с интонацией [1], отработке произнесения речевых образцов [9; 10]. В части заданий есть указание: “Читать и понимать ответы Алисы необязательно” [1; 8].

В литературе уже встречаются предложения с помощью программирования создавать свои собственные дополнения к работе «Алисы» (навыки «Алисы») – специальный термин, обозначающий новые шаблоны ее функционирования, которые можно создать вручную для личного пользования, а также с возможностью общего доступа к ним всех пользователей) [5]. Технологии программируемого обучения развивались еще в Советском союзе в 1960-е гг. [2] Они не получили свое развитие в позднем СССР. Однако сегодня навыки программирования стали гораздо доступнее, чем в те времена, когда компьютеры занимали целые комнаты. Особенно если учитывать то, что можно самостоятельно программировать навыки «Алисы», можно сказать, что работа с «Алисой» в таком ключе – это продолжение традиций этой школы.

В работах об использовании «Алисы» на уроках РКИ есть стремление включить голосовой помощник в учебный процесс как объект познания для того, чтобы повысить интерес к занятиям (создается и обсуждается даже некий портрет «Алисы» [1]). В таком подходе «Алиса» – это уже не просто фонетический или языковой тренажер. Используя понятийный аппарат когнитивной науки, можно сказать, что здесь применяется новый фрейм: методисты предлагают обучающимся подойти к голосовому помощнику как к части коммуникативной ситуации. Приобретение

навыков общения голосовыми помощниками является не только полезным для выполнения конкретных повседневных дел, но это и освоение русского языка как иностранного в коммуникативном подходе.

В данной статье представлена методическая разработка «Общаемся с Алисой» для овладения студентами среди уже описанных в методической литературе навыков взаимодействия с «Алисой» нового навыка – создания онтологий, которые лежат в основе работы поисковиков и голосовых помощников. С точки зрения овладения языковой функцией, изучение онтологий направлено на закрепление грамматических навыков, совершенствование представления о синтаксисе и логике связи слов между собой в русском языке. С точки зрения формирования коммуникативной функции, развитие у обучающихся представления, как работают голосовые помощники и поисковики, нацелена на улучшение представления о коммуникативной ситуации, где одна из сторон – голосовой помощник.

Задания к метапредметной теме «Общаемся с Алисой» построены по модульно-блочной системе. Целевой контингент: учащиеся уровня В1-В2. Уроки организованы в модульно-блочную систему из 7 блоков. Контрольное занятие внутри каждого блока и общее контрольное занятие делают системным проверку знаний и навыков. Седьмой блок полностью посвящен контролю знаний и навыков, и в конце каждого из первых пяти блоков есть урок для контроля по урокам блока.

В основу разработки положена методическая работа Г. Г. Скоробогатовой [5]: в центре внимания находится «процесс познания», а «не преподавания» (с. 3), это управление деятельностью учеников через модули, больше возможностей для индивидуального подхода к ученикам, укрупнение материала в блоки приводит к более эффективной организации времени обучения. Также среди общеметодических источников разработки хочется отметить монографию В. В. Молчановского [3]. Этот источник полезен тем, что обращает внимание не только на методические компетенции учителя РКИ, но и на психологические, и в определенном смысле духовные, что представляется важным для реализации модульно-блочной технологии, когда в центре преподавания – потребности и возможности ученика, его познавательный процесс.

Методическая разработка «Общаемся с Алисой» представляет собой модуль из семи блоков, в первых пяти блоках по 5 уроков, в остальных двух – по одному.

Первый блок «Знакомство с Алисой» нацелен на то, чтобы увлечь аудиторию взаимодействием с голосовым помощником на русском языке: исследуется, что может сделать «Алиса» (ответить на вопрос о погоде, включить лампочку и т. д.). Работа осуществима даже для классов

со слабой технической оснащённостью. Если использовать голосовой помощник на протяжении всех пяти уроков нет возможности, можно провести этот модуль под названием «Игра в Алису», моделируя коммуникативные ситуации (подготовка и имитация поискового запроса, подготовка и имитация ответа «Алисы», вопросы и ответы, вопросы и последующие действия). Такой вариант знакомства будет интересен в технически оснащённом классе: дать роль «Алисы» одному из учеников, чтобы сравнить, чем отличается ответ на запрос человека, вжившегося в роль голосового помощника, и настоящей «Алисы».

Таблица 1

Методическое оформление разработки «Алиса»: блок 1

№ блоков	Тема	Модульный цикл (часы)
I	Знакомство с Алисой	5
II	Играем в Алису: выделяем ключевые слова	5
III	Играем в Алису: создаем тезаурусы	5
IV	Играем в Алису: создаем онтологии	5
V	Играем в Алису: создаем новый навык для Алисы	5
VI	Контроль	1
VII	Коррекция	1

Начиная со второго блока, происходит изучение того, по каким законам работает «Алиса». Сначала ученики знакомятся с тем, как в русском языке можно выделить ключевые слова текста, и узнают, что поиск, по ключевым словам, заложен в работу голосовых помощников. Поэтому блок назван «Играем в Алису: выделяем ключевые слова».

Таблица 2

Типы и темы уроков с использованием «Алисы»: блок 2

Тип урока	Модульный цикл (часы)	Тема
ИНМ (Изучение нового материала)	1	Голосовые помощники в разных языках. О чем можно спросить Алису?
УО (Урок общения)	1	Поговорим с Алисой
УЗ (Закрепление знаний)	1	Как аукнется – так и откликнется
ОП (обобщающее повторение, коррекция)	1	О чем ты можешь спросить Алису?
Контроль	1	Эссе «Голосовые помощники: “за” и “против”». Мой опыт общения с голосовыми помощниками на родном языке и на русском языке»

Таблица 3

Типы и темы уроков с использованием «Алисы»: блок 3

Тип урока	Модульный цикл (часы)	Тема
ИНМ (Изучение нового материала)	1	Что такое ключевые слова и зачем они нужны?
УО (Урок общения)	1	Ключевые слова в небольших текстах: выделяем на слух
УЗ (Закрепление знаний)	1	Ключевые слова в небольших текстах: выделяем на бумаге
ОП (обобщающее повторение, коррекция)	1	Ключ к любому вопросу
Контроль	1	Задания на выделение ключевых слов в небольших текстах

Третий блок «Играем в Алису: создаем тезаурусы» продолжает обсуждение темы связей между словами, ученики знакомятся со словарями нового типа и тезаурусами. В современном лингводидактическом дискурсе глоссарий и тезаурус интерпретируются как взаимозаменяемые и синонимичные понятия, называющие специализированные словари, построенные по тематическому принципу. И глоссарий, и в тезаурус активно используются в учебных целях. Однако это различные лингводидактические инструменты. Тезаурусы используются при создании систем искусственного интеллекта. После знакомства с темой можно перекинуть мостик между современностью и историей культуры, актуализировав знания о русском фольклоре. Интересно привлекать неадаптированные тексты, чтобы студенты создавали к ним тезаурусы.

Четвертый блок «Играем в Алису: создаем онтологии» предполагает моделирование внутри какой-либо темы основных слов и связей между ними, т. е. онтологий. Это смысловая кульминация всего модуля. Интерес к тому, что может ответить «Алиса», сознанный в предыдущих блоках, здесь используется, чтобы показать: ответы «Алисы» зависят от того, какие онтологии лежат в основе работы поисковика. Особенности русского языка, связанного с порядком слов в предложении, диктуют отличия естественной речи от того, что говорит «Алиса»: грамматика и семантика ее ответов восходит к тем онтологиям, которые заложены в поисковиках «Яндекса». Можно вспомнить «Игру в Алису» из первого блока и попробовать сочинить ответ «Алисы» после моделирования онтологий по какому-либо запросу. В зависимости от технической оснащённости класса возможно создание онтологий «от руки» на бумаге и на доске, демонстрация работы уже созданных онтологий в специальных программах и создание онтологий с помощью программного обеспечения. В процессе построения онтологий актуализируются знания о синтаксисе русского языка, поскольку необходимо создать связи между словами. Это работа, задействующая логический аппарат, пространственное воображение.

Таблица 4

Типы и темы уроков с использованием «Алисы»: блок 4

Тип урока	Модульный цикл (часы)	Тема
ИНМ (Изучение нового материала)	1	Что такое тезаурус? Тезаурусы и словарь нового типа
УО (Урок общения)	1	Тезаурусы для повседневной жизни
УЗ (Закрепление знаний)	1	Тезаурусы для русского фольклора
ОП (обобщающее повторение, коррекция)	1	Тезаурусы и словарь нового типа для работы с русским фольклором
Контроль	1	Задание на создание тезауруса к тексту о русском фольклоре

Пятый блок «Играем в Алису: создаем новый навык для Алисы» нацелен на то, чтобы использовать то, с какой легкостью сегодня возможно запрограммировать «Алису» на тот или иной ответ или действие. Изучение русского языка становится частью такого учебного процесса, где можно увидеть связи между предметами гуманитарного и технического профилей.

Таблица 5

Типы и темы уроков с использованием «Алисы»: блок 5

Тип урока	Модульный цикл (часы)	Тема
ИНМ (Изучение нового материала)	1	Что такое онтология? Русский синтаксис и связи между словами
УО (Урок общения)	1	Спроси о сложном точно и связно
УЗ (Закрепление знаний)	1	Создаем онтологию для русского фольклора
ОП (обобщающее повторение, коррекция)	1	Онтологии и синтаксис в работе с текстом по русскому фольклору
Контроль	1	Задание на создание онтологии к тексту о русском фольклоре

Шестой блок посвящен контролю, седьмой блок – коррекции знаний по результатам контроля.

Таблица 6

Типы и темы уроков с использованием «Алисы»: блоки 6 и 7

Тип урока	Модульный цикл (часы)	Тема
ИНМ (Изучение нового материала)	1	Пусть Алиса скажет, что мы захотим
УО (Урок общения)	1	Диалоги с Алисой: какой ответ Алисы нам нужен. Создание комических ситуаций
УЗ (Закрепление знаний)	1	Создаем новый навык для Алисы

Окончание табл. 6

Тип урока	Модульный цикл (часы)	Тема
ОП (обобщающее повторение, коррекция)	1	Общаемся с Алисой: разговариваем с Алисой по созданным в группе навыкам
Контроль	1	Задание на моделирование юмористических ответов Алисы на предложенные вопросы по типу чат-бота «Олег» от «Гинькофф» (углубленный уровень: создание нового навыка с юмористическим ответом)

Таким образом, можно сделать несколько общих выводов. Ученики и студенты как субъекты учебного процесса могут делать выбор в пользу более вовлеченного участия в занятиях, интенсивной подготовки и продолжения изучения русского языка как иностранного в течение жизни. Чтобы способствовать этому, представляется перспективным использовать голосовые помощники в работе педагога. Вовлечение таких технических средств может воплощаться не только на уровне использования их как речевых тренажеров, но и как объектов познания, как стороны коммуникативной ситуации. Если научить инофонов вручную программировать голосовой помощник «Алиса», то она будет общаться с ними по их плану: это выход на учет индивидуальных особенностей любых учеников и работу с любыми группами, а также перспективно и практически осуществимо для индивидуальной настройки «Алисы» под методические задачи любого учителя

Для лучшего представления студентов о том, как коммуницирует «Алиса», студентам можно предоставить данные о методологии компьютерной лингвистики (ключевые слова, тезаурусы, онтологии, которые лежат в работе поисковиков и систем искусственного интеллекта). Модульно-блочная технология позволяет представлять такой материал постепенно, ориентируясь на темп учеников, на скорость освоения ими материала.

Общение с «Алисой» – это коммуникация с машиной наиболее человеческим способом: голосовой помощник вовлечен в общение антропологически соразмерным способом в ходе речевого взаимодействия. Это коммуникативный акт нового типа. «Алиса» от компании «Яндекс» озвучивает фразы, исходя из того, что алгоритм ей подсказывает релевантным для той или иной задачи. Сегодня учащиеся всех возрастов пользуются поисковиками, учатся с детства формулировать запросы к голосовым помощникам. Очевидно, что обучающиеся при этом понимают, что коммуникация с людьми и с голосовыми помощниками («Алиса») поддер-

живает имитацию коммуникативной ситуации диалога) строится по разным правилам. Поэтому для работы с ней полезно учить инофонов общему представлению об алгоритмах ее работы.

Когда ребенок-носитель языка учится формулировать запрос на родном языке, он выделяет слова, которые являются самыми важными и формулирует связи между ними [4]. Так он на практике начинает формулировать онтологии, которые лежат в основе работы поисковиков. Можно высказать предположение, что если давать иноязычным учащимся теоретические знания о создании онтологий, т. е. давать им теоретические основы успешного поискового запроса, то это будет полезно в изучении иностранных языков, поскольку, во-первых, расширит их представление о специфике коммуникативной ситуации между людьми и в случае общения с машиной, и, во-вторых, станет интересным поводом актуализировать их представления о синтаксисе и стилистике русского языка. Такая работа находится в русле коммуникативного подхода, поскольку эти навыки позволят учащимся осознанно, оптимально и эффективно осуществлять поиск информации в интернете.

Литература

1. Аль-Кайси А. Н., Архангельская А. Л., Руденко-Моргун О. И. Интеллектуальный голосовой помощник Алиса на уроках русского языка как иностранного (уровень А1) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019.С. 239-244.
2. Бахтиярова Х. Ш., Шукин А. Н. История методики преподавания русского языка как иностранного : учеб. пособие. Киев : Выща шк. Головное изд-во, 1988. 178 с.
3. Молчановский В. В. Преподаватель русского языка как иностранного. Опыт системно-функционального анализа. М., 1998. 320 с.
4. Ратникова А. Г., Ратников М. О. Игровые методики с применением голосового помощника при обучении РКИ // Методика сотрудничества в обучении русскому языку. Материалы международной научно-практической конференции. М. : МПГУ, 2022 С. 333–338.
5. Скоробогатова Г. Г. Проблемная, проектная, модульная и модульно-блочная технологии в работе учителя. М. : МИОО, 2002. 71 с.
6. Цветкова Т. И., Макеева М. С. Потенциал использования интеллектуального голосового помощника Алиса на уроках русского языка как иностранного на начальном этапе обучения // Психология. Педагогика. Лингвокультурологические взгляды : материалы X Всерос. науч.-практ. конф. Ростов н/Д : Манускрипт, 2022. С. 131–135.
7. Чафонова А. Г., Ратников М. О. Работа с речевыми образцами на занятиях по русскому языку в иностранной аудитории с использованием виртуального голосового помощника “Алиса” // Славянская культура: истоки, традиции, взаимодействие. XX Кирилло-Мефодиевские чтения : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (в рамках Международного Кирилло-Мефодиевского фестиваля славянских языков и культур) / гл. ред. М. Н. Русецкая. М. : Гос. ин-т рус. яз., 2019. С. 751–754
8. Чафонова А. Г., Ратников М. О. Роль информационных технологий в преподавании РКИ (на примере использования голосовых помощников как дополнительного средства обучения) // Проблемы модернизации современного высшего образования: лингвистические аспекты : сб. материалов V Междунар. науч.-метод. конф. Омск, 2019. С. 250–352

УДК 378.147

М. И. Кузнецов, *Рязань*

Перспективы развития современного образования в цифровой среде

Анализируются возможности развития образовательных институтов страны в современных условиях. Рассматриваются особенности освоения потенциала цифровых компетенций как одна из ведущих задач отечественного образования. Выявляются особенности STEM-обучения, которое соединяет в себе междисциплинарный и проектный подход. Обосновывается необходимость интеграции естественных наук в технологии, инженерное творчество и математику. Раскрывается основное содержание Федерального проекта «Развитие кадрового потенциала ИТ-отрасли» национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации». Приводятся примеры разработки новых форм образовательной деятельности в контексте цифровой трансформации социальной среды, аргументированными запросами общества.

Ключевые слова: образование, цифровая среда, STEM-обучение, ИТ-специальности.

M. I. Kuznetsov, *Ryazan*

Prospects for the Development of Modern Education in the Digital Environment

The article analyzes the possibilities of development of educational institutions of the country in modern conditions. Mastering the potential of digital competencies is one of the leading tasks of domestic education. The features of STEM-learning, which combines an interdisciplinary and project approach, are considered. Its basis is the integration of natural sciences into technology, engineering creativity and mathematics. The main content of the Federal project “Development of human resources in the IT industry” of the national program “Digital Economy of the Russian Federation” is revealed. Examples of the development of new forms of educational activity in the context of the digital transformation of the social environment, reasoned by the demands of society, are considered.

Keywords: education, digital environment, STEM training, IT specialties.

В настоящее время все глобальные изменения, происходящие в поле образовательной среды, направлены на изучение и развитие возможностей среды цифровой. Освоение потенциала цифровых компетенций является ведущей задачей образования, в контексте первоочередных поручений, поставленных российской экономикой.

Инициатива бизнес-сектора реализует собственное видение образовательных структур, необходимых для решения особой миссии развития отрасли. Группа «Тинькофф» в лице председателя правления С. Ближняку на сессии компании Tinkoff Media Dome в Санкт-Петербурге анонсировала открытие в 2024 г. «Центрального университета», который будет специализироваться на цифровых компетенциях на основе STEM-модели (Science, Technology, Engineering, Mathematics) [4, с. 1]. Университет компании готовится реализовывать задачи, поставленные промышленным бизнесом и ИТ-отраслью, делая упор на взаимосвязь науки, технологий, инжиниринга и математики по специальности «Математика и компьютерные науки». Таким образом, компания «Тинькофф» планирует закрыть потребность в ИТ-специалистах с учетом вектора изменения и развития персональной инфраструктуры, намереваясь выпустить на рынок

труда специалистов с востребованной специализацией и практическими профессиональными навыками.

Отличительной чертой образовательного процесса, базирующегося на STEM-программе, являются гарантии создания безопасной среды для студентов в контексте многократного повторения опыта. STEM-образование подчеркивает важность текущей операционной неудачи как учебного упражнения, которое позволяет учащимся принимать ошибки как обычный сегмент учебного процесса. Благодаря этому студенты приобретают уверенность в себе и устойчивость к типовой процедуре освоения нового материала с различным процентом неудачных результатов, что способствует совершенствованию полученных ими знаний без психологической реакции торможения, остановки. В конце концов, неудача – это та часть процесса, которая в итоге приводит к успеху [1, с. 49].

STEM-обучение соединяет в себе междисциплинарный и проектный подход, основой которого становится интеграция естественных наук в технологии, инженерное творчество и математику. При этом эффективно преобразуется учебный план, целью чего является отмена преподавания вышеупомянутых дисциплин в качестве самостоятельных и отвлеченных [6, с. 225].

Процесс STEM-обучения структурируется из шести этапов: вопрос (дилемма), дебаты, дизайн, устройство, тестирование и совершенствование. Освоение знаний в симбиозе, при применении различных возможностей и научных подходов, становится базисом решений в русле фундаментальной науки, одновременно дает возможности для рождения частиц материи пространственного мышления, создаваемых в другой системе координат. Таким образом, благодаря STEM-занятиям происходит постепенное формирование понимания единства информационных принципов строения и функционирования самоуправляемых систем различного происхождения, процессов управления в природе, технике и социуме, побуждая обучающихся к изучению точных и естественных наук [6, с. 227].

Развитие цифровой образовательной среды затрагивает различные социальные группы, изменяет возможности генерации индивида, особенности мышления, восприятия профессиональной среды как источника развития, достижения результатов, самореализации.

В рамках анализа новых форм образовательной среды обратим внимание на государственные программы, направленные на преодоление трудностей в кадровом сегменте, дефиците профессионалов ИТ-сферы. Федеральный проект «Развитие кадрового потенциала ИТ-отрасли» национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации», реализуемый в рамках перечня инициатив социально-экономического развития Российской Федерации до 2030 г., утвержденной распоряжением

Правительства Российской Федерации от 6 октября 2021 г. № 2816-р, направлен на создание возможностей для формирования востребованных рынком труда цифровых компетенций [5, с. 1]. Информация для обучения граждан представлена на портале «ГОСУСЛУГИ» в разделе «Цифровые профессии». Используя технологичные ссылки, можно переместиться на официальные сайты обучающих организаций, задействованных в национальном образовательном проекте.

Учебный курсовой процесс осуществляют организации, находящиеся на территории Российской Федерации, подчиняющиеся юрисдикции российского законодательства. В реализации проекта принимают участие ведущие университеты страны в сегменте ИТ-профессий: финансовый университет при Правительстве РФ [10, с. 1], Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого [7, с. 1], Национальный исследовательский университет ИТМО [9, с. 1], АНО высшего образования «Университет Иннополис» [8, с. 1]. Организаторы национального образовательного проекта активно взаимодействуют на поле цифровых образовательных платформ: Российская платформа Skillbox участник Skolkovo, [12, с. 1], цифровая образовательная платформа «Корпоративный университет Сбербанка» [2, с. 1], цифровая образовательная платформа «Нетология» [3, с. 1], платформа «Яндекс. Практикум» [11] в сегменте АНО ДПО «ШАД», «Школа анализа данных» [12, с. 1]. Дефицит кадров в цифровой сфере является мировой проблемой, связанной с динамикой развития научно-технических разработок, потребностями создания множества компьютерных программ, обеспечивающих деятельность всех сфер цифровой среды. Новизна ИТ-компетенций предполагает отсутствие достаточного состава преподавателей в цифровом сегменте, обладающих верхним уровнем технических знаний, так как процесс обучения требует не только владения материалом, но и способностей, профессиональных умений передачи знаний. Большая часть специалистов ИТ-отрасли, обладающие наивысшим уровнем компетенций в практической деятельности, отличаются замкнутым поведением, недостаточными педагогическими навыками для обучения широкой аудитории. В этой связи обучение с использованием онлайн-трансляций является эффективным способом преодоления проблемы дефицита преподавательского состава ИТ-отрасли, преобладающим в отдаленных территориально от центров развития технологий населенных пунктах нашей страны.

Трансформация образовательной среды становится неизбежным процессом в контексте аргументированных запросов общества к получению современной профессии как средству адаптации, психологической и

финансовой безопасности индивида в профессиональных сегментах государства, приобретения востребованной социальной роли, перспектив развития и самореализации в желаемом профессиональном окружении.

Литература

1. Игинсон К. С. STEM-образование: истоки возникновения и перспективы применения // Региональный вестник. 2020. № 4(43). С. 49–50.
2. Корпоративный университет сбербанка // Официальный портал АНО ДПО «Корпоративный университет Сбербанка»/курсы/. URL: <https://sberuniversity.ru/> (дата обращения: 01.07.2023).
3. Нетология // образовательная платформа Нетология/курсы. URL: <https://netology.ru/> (дата обращения: 01.07.2023).
4. Петров И. Группа «Тинькофф» основала частный университет //Официальный сайт Ведомости/Общество/Частная инициатива. URL: https://www.vedomosti.ru/science/private_initiative/articles/2023/06/14/980329-gruppa-tinkoff-osnovala-chastnii-universitet (дата обращения: 01.07.2023).
5. Развитие кадрового потенциала ИТ-отрасли // официальный сайт Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ /деятельность/ направления деятельности/«Цифровая экономика РФ». URL: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/1085/> (дата обращения: 01.07.2023).
6. Репин А. О. Преимущества STEM-образования как приоритетного направления образовательной политики в Российской Федерации // Современные проблемы подготовки специалистов для предприятий атомной отрасли : сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. Димитровград : Димитровград. инж.-технол. ин-т – филиал ФГАОУ ВО Нац. исслед. ядер. ун-та «МИФИ», 2017. С. 225–228.
7. Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого // Официальный портал ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого». URL: <https://www.spbstu.ru/> (дата обращения: 01.07.2023).
8. Университет Иннополис // Официальный портал АНО ВО «Университет Иннополис»/курсы. URL: <https://innopolis.university/> (дата обращения: 01.07.2023).
9. Университет ИТМО // Официальный портал федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский университет ИТМО». URL: <https://itmo.ru/ru/> (дата обращения: 01.07.2023).
10. Финансовый университет при Правительстве РФ // Официальный портал ФГАОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации». URL: <http://www.fa.ru/Pages/Home.aspx>(дата обращения: 01.07.2023).
11. Образовательная платформа Яндекс.Практикум. URL: <https://practicum.yandex.ru/> (дата обращения: 01.07.2023).
12. Skillbox // цифровая образовательная платформа Skillbox. URL: <https://skillbox.ru/> (дата обращения: 01.07.2023).

УДК 613.64

Е. А. Кузнецова, *Байкальск*

Особенности виртуальной социализации современников

Рассматриваются особенности виртуальной социализации наших современников, выявляются причины и последствия внедрения в виртуальность основных сфер жизни современников. На основе проведенного исследования делается вывод о масштабности и распространенности процессов виртуальной социализации современников.

Ключевые слова: виртуальность, социализация, виртуальная социализация, современники, процессы развития, процессы деградации.

Е. А. Kuznetsova, *Baikalsk*

Features of the Virtual Socialization of Contemporaries

The article discusses the features of the virtual socialization of our contemporaries, identifies the causes and consequences of the introduction of the main spheres of life of contemporaries into virtuality. On the basis of the study, a conclusion is made about the scale and prevalence of the processes of virtual socialization of contemporaries.

Keywords: virtuality, socialization, virtual socialization, contemporaries, development processes, degradation processes.

Виртуальность играет значительную роль в жизни молодежи в современном мире. Она становится пространством, где учится, работает и отдыхает современная молодежь. Информационные и коммуникативные возможности виртуальности создают массу возможностей для личной и социальной реализации молодых людей в разных социальных взаимодействиях.

Более того, виртуальная социализация определяет контекст и условия развития социальных технологий и перспектив общественного воспроизводства. Цифровой мир – это место для новых возможностей заявления о себе.

В литературе, вопросами социализации в цифровую эпоху занимались разные авторы. Например, Р. Г. Ардашев [1–7] говорит об изменении сознания в эпоху виртуальности; Н. А. Голубева [10] и О. А. Полюшкевич [15–17] о становлении виртуальной идентичности. Процессы осуществления цифровой социализации освещены в работах М. А. Головчина [8; 9], Г. Я. Гревцевой [11], О. В. Дудиной [12], Р. В. Ершовой [13] и других. Типология пользователей сети представлены, а работе А. Морозовой [14], сеть как пространство социализации в исследовании В. С. Собкина и А. В. Федотовой [18], цифровая социализация в культурно-исторической парадигме в работе Г. У. Солдатовой [19].

Особенности исследования

Мы провели опрос россиян на платформе www.google.ru в возрасте от 18 до 75 лет, проживающих в разных регионах РФ. Всего приняло участие 55 % женщин и 45 % мужчин. Выборка квотная, многоступенчатая (пол, возраст, регион проживания, участие в цифровом взаимодействии).

Анализ результатов исследования

Виртуальная социализация осуществляется через следующие процессы.

1. Коммуникация и социальные связи. Благодаря наличию виртуальных платформ осуществляется взаимодействие с семьей и друзьями на больших расстояниях, осуществляется возможность постоянно быть на связи (быть онлайн). Более того, через те же каналы коммуникации возможно установление новых знакомств и взаимодействий с людьми из одного города или разных стран. Территориальные границы в виртуальном общении стираются.

Среди опрошенных, 72 % общаются с членами своей семьи через мессенджеры (WhatsApp, Viber) и социальные сети; 95 % через те же цифровые коммуникаторы общаются с друзьями; у 44% нашлись партнеры (в личной интимной жизни) через виртуальные площадки общения.

2. Развлечения и культура как способ досуга и образования переплетаются на принципиально новом уровне. Виртуальные игры, видео и музыка предлагают молодежи разнообразные способы развлечения и отдыха. Они могут играть в онлайн-игры, смотреть фильмы, сериалы и концерты виртуально, посещать виртуальные музеи и выставки, а также погружаться в виртуальную реальность. Это расширяет их сознание, создает возможности для осмысления совершенно новых процессов и инструментов социального развития не там, где получится, а там и так как хочется.

Более молодые респонденты (18–35 лет) указывали, что используют виртуальное пространство в качестве досуга в 75 %, а как культурный компонент самообразования – в 32 %; представители среднего возраста (36–55 лет) в качестве досуга виртуальность используют в 60 %, а как образовательный культурный потенциал в 20 %; представители старшего возраста (56 лет и старше) – как досуг – 29 %, как культурный проект – 35 %.

3. Образование и самообразование. Получение знаний там, где хочется через онлайн-курсы, вебинары, видеоуроки и другие образовательные ресурсы. Благодаря цифровым библиотекам и ресурсам, таким как Google Books, Project Gutenberg или SciHub, можно получить доступ к широкому спектру электронных книг, научных статей и других материалов. Молодежь может учиться в своем темпе, изучать разные предметы и получать доступ к экспертным знаниям без географических, языковых или временных ограничений. Это возможность выхода на принципиально новый уровень и формат получения знаний, усвоения и освоения их.

Получают новые знания в виртуальности чаще более молодые респонденты (18–35 лет) – 65 %, представители среднего возраста (36–55 лет) – 35 %, старшего возраста (56 лет и старше) – 11 %.

4. Творчество и самовыражение как форма личного признания и заявления о себе, через развитие своих творческих способностей. В виртуальном пространстве можно рисовать картины, создавать музыку, писать блоги, публиковать свои работы, делиться своими идеями и получать обратную связь от других пользователей. Более того, в виртуальной среде молодые люди могут получать признание не только от своих друзей и знакомых, но и совершенно незнакомых, принадлежащих к разным профессиям, статусам, местам жительства людям.

В этом пункте, также лидируют более молодые респонденты (18–35 лет) – 72 %, представители среднего возраста (36–55 лет) – 31 %, старшего возраста (56 лет и старше) – 17 %.

5. Карьера и работа. Виртуальность также открывает новые возможности для молодежи в сфере работы и построения карьеры. Многие молодые люди запускают свои интернет-стартапы, создают онлайн-магазины, выполняют удаленную работу и через фриланс. Виртуальность позволяет им находить клиентов и свою аудиторию во всем мире, не имея никаких ограничений.

Более молодые респонденты мобильны, активны, инициативны, поэтому работу и карьеру они также более активно могут строить в виртуальном мире, нежели чем их старшие родственники или знакомые (18–35 лет) – 57 %, представители среднего возраста (36–55 лет) – 29 %, старшего возраста (56 лет и старше) – 14 %.

Что эти процессы меняют в жизни современников? Меняют все: образ жизни, жизненные цели и стратегии, формы и условия реализации, восприятие того, кто они сами и кто те, кто их окружает в реальном и виртуальном мирах.

Мы живем в то время, когда старые нормы и ценности уже перестали быть регуляторами морали и закона, определяющими жизненные миры россиян, но и ценности нового виртуального мира еще не установились. Поэтому, процессы виртуальной социализации требуют пристального внимания и изучения, так как полное их понимание приведет к осознанию того, как понимать и как управлять теми, кто сегодня осваивает виртуальную среду как сферу и форму жизни.

Литература

1. Ардашев Р. Г. Метаморфозы сознания: образы идентичности в виртуальном пространстве // Социальная реальность виртуального пространства : материалы II Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2020. С. 25–28.
2. Ардашев Р. Г. Новые смыслы в сознании молодежи: влияние виртуальности // В поисках социальной истины : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2021. С. 152–156.

3. Ардашев Р. Г. Особенности сознания и психологического здоровья в условиях виртуализации // Гуманистические и экологические ресурсы Байкала в укреплении социального здоровья и межнационального согласия в молодежной среде : материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием : темат. сб. ст. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2021. С. 141–144.
4. Ардашев Р. Г. Трансформация сознания молодежи в эпоху виртуальности // Alma Mater (Вестник высшей школы). 2021. № 5. С. 31–34.
5. Ардашев Р. Г. Трансформация сознания после пандемии: новые грани виртуальности // Социальная реальность виртуального пространства : материалы II Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2020. С. 56–63.
6. Ардашев Р. Г. Феноменология рационального и иррационального мышления // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. 2021. Т. 21, № 2. С. 120–124.
7. Ардашев Р. Г. Киберсуицид и кибербуллинг в современном обществе // Социология. 2022. № 6. С. 32–38.
8. Головчин М. А. Влияние интернет-активности на жизнь в эпоху цифровизации общества и экономики: на данных регионального исследования // Актуальные проблемы экономики и права. 2019. Т. 13, № 3. С. 1356–1369. DOI: 10.21202/1993-047X.13.2019.3.1356-1369
9. Головчин М. А. Проявления цифровой социализации в молодежной среде: на данных пилотного опроса старшеклассников // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2022. Т. 15, № 5. С. 237–256. DOI: 10.15838/esc.2022.5.83.13
10. Голубева Н. А. Особенности цифровой идентичности подростков и молодежи в современном технологическом обществе // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». 2020. № 1. С. 130–150.
11. Гревцева Г. Я. Цифровая социализация личности в образовательной среде // Вестник ЮУрГУ. Серия: Образование. Педагогические науки. 2022. № 1. С. 40–49.
12. Дудина О. В. К вопросу о структуре цифровой социализации в контексте современного образования // Вестник ЧГПУ им. И. Я. Яковлева. 2021. № 3 (112). С. 161–166.
13. Ершова Р. В. Цифровая социализация личности в эпоху глобальных перемен // Прикладная психология на службе развивающейся личности. Коломна : Государственный социально-гуманитарный университет. 2019. С. 49–54
14. Морозова А. Типология пользователей социальной сети // Мультимедийная журналистика / под ред. В. П. Воробьева. Минск : Изд. центр БГУ. 2018. С. 225–229
15. Полошкевич О. А. Виртуальная самопрезентация в период пандемии COVID-19 и после ее // Гуманитарное знание и духовная безопасность : сб. материалов VII Междунар. науч.-практ. конф. Грозный – Махачкала, 2020. С. 303–307.
16. Полошкевич О. А. Виртуальная составляющая социальной идентичности // Социальная реальность виртуального пространства : материалы II Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2020. С. 10–25.
17. Полошкевич О. А. Иррациональные основы формирования социальной идентичности под влиянием виртуальности // Социология. 2020. № 5. С. 163–176.
18. Собкин В. С., Федотова А. В. Сеть как пространство социализации современного подростка // Консультативная психология и психотерапия. 2019. Т. 27, № 3. С. 119–137. DOI: 10.17759/spp.2019270308
19. Соддатова Г. У. Цифровая социализация в культурно-исторической парадигме: изменяющийся ребенок в изменяющемся мире // Социальная психология и общество. 2018. Т. 9, № 3. С. 71–80. DOI: 10.17759/sps.2018090308

УДК 376.54

Н. И. Лебедева, *Иркутск*

Компьютерная азбука. Обучение основам компьютерной грамотности детей с умеренной умственной отсталостью в условиях дома-интерната

В статье рассматриваются особенности развития компьютерной азбуки у детей с умеренной умственной отсталостью. Анализируются возможные технологии развития компьютерной грамотности в условиях дома-интерната. Делаются выводы о перспективах развития компьютерной грамотности у детей с умеренной умственной отсталостью.

Ключевые слова: компьютерная азбука, компьютерная грамотность, дом-интернат, умственная отсталость, обучение.

N. I. Lebedeva, *Irkutsk*

Computer Alphabet. Teaching the Basics of Computer Literacy to Children with Moderate Mental Retardation in a Boarding School

The article discusses the features of the development of the computer alphabet in children with moderate mental retardation. Possible technologies for the development of computer literacy in a boarding school are analyzed. Conclusions are drawn about the prospects for the development of computer literacy in children with moderate mental retardation.

Keywords: computer alphabet, computer literacy, boarding school, mental retardation, learning.

Компьютерные технологии в современном мире используются практически во всех сферах деятельности человека, а их применение становится одной из важных составляющих при получении образования, в том числе и детьми с особыми образовательными потребностями. В связи с этим информационная подготовка детей с нарушением интеллекта приобретает важнейшее значение. Включение информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в специальное обучение связано с расширением поставленных задач: научить детей пользоваться новыми инструментами деятельности, использовать компьютерные технологии в целях коррекции нарушений и общего развития детей с интеллектуальной недостаточностью.

Для детей с умеренной умственной отсталостью характерен ряд серьезных проблем, связанных с развитием моторных, сенсорных функций, психических процессов: восприятия, внимания, памяти, мышления, речи. У многих отмечается повышенная утомляемость, страдает произвольная регуляция деятельности, а это требует поиска дополнительных путей повышения эффективности всей коррекционно-развивающей работы [1; 4]. Коррекционная деятельность при работе с детьми с интеллектуальной недостаточностью предполагает вовлечение как можно большего числа сенсорных механизмов, развитие мелкой моторики и артикуляции, зрительного восприятия и узнавания, зрительной памяти и внимания, слухового внимания и памяти, наглядно-образного мышления и так далее.

Отечественные и зарубежные исследования по внедрению компьютерных технологий в коррекционно-образовательный процесс (С. Новоселова, И. Пашелите, Г. Петку, С. Пейперт, Б. Хантер и др.), подтверждают их важную роль в развитии интеллекта, речи, высших психических функций и в целом, личности ребенка. Использование игровых возможностей компьютера в сочетании с дидактическими принципами (индивидуально-дифференцированный подход, наглядное представление информации, обеспечение обратной связи между учебной программой и детьми, разнообразные поощрения правильных действий) способствует мотивации закрепления знаний, полученных на традиционных занятиях школы.

Воспитанники с интеллектуальной недостаточностью не могут освоить компьютер на уровне профессионального пользователя. Им достаточно уметь делать то, что пригодится в жизни с помощью компьютера: набирать и редактировать текст, переносить и хранить в памяти компьютера и USB – флеш-накопителя нужную информацию, в том числе личные видео, фото, рисовать с помощью графического редактора Paint и т. п. Кроме того, обучение детей в умеренной умственной отсталостью элементам компьютерной грамотности осуществляется с целью формирования надпредметных, общедеятельных информационных знаний и умений, необходимых для жизни в современном информационном обществе. Априори работа за компьютером вызывает у детей живой интерес преимущественно как игровая деятельность, а затем в процессе систематической работы и как учебная [2]. Именно интерес лежит в основе формирования таких важных структур, как познавательная мотивация, произвольная память и внимание [3]. Компьютерные игры способствуют развитию и волевых качеств (самостоятельность, усидчивость и другие), преодолению трудностей, контролю выполнения действий, умению оценки результатов самостоятельной деятельности.

Кроме того, в процессе игр дети соперничают, оказывают помощь героям, окунаются в сказочную атмосферу, тем самым обогащая свой опыт по окружающему миру.

В настоящее время дополнительное образование несет в себе огромные возможности в деле адаптации детей с умеренной умственной отсталостью. В ОГБУСО «Иркутский детский дом-интернат № 1 для умственно отсталых детей» разработана и адаптирована дополнительная образовательная программа «Компьютерная азбука». Данная программа призвана содействовать подготовки к самостоятельной активной общественной жизни воспитанников детского дома-интерната. Обучение по программе «Компьютерная азбука» позволяет детям идти в ногу со временем. Компьютер пришел в науку, культуру, экономику и образование. И сегодня уже трудно представить себе хоть одну сферу деятельности человека, в которой не было бы компьютерных технологий.

Программа «Компьютерная азбука» построена таким образом, чтобы помочь воспитанникам с умеренной умственной отсталостью заинтересоваться информатикой и найти ответы на вопросы, с которыми им приходится сталкиваться в повседневной жизни при работе с большим объемом информации. Научиться общаться с компьютером, который ничего не умеет делать, если не умеет человек. Современный период развития общества характеризуется процессом информатизации. Информатизация образования создает предпосылки для широкого внедрения в практику психолого-педагогических разработок, обеспечивающих переход от механического усвоения знаний к овладению умением самостоятельно приобретать новые знания.

Детям с умеренной умственной отсталостью сложно выучить и понять такие абстрактные понятия, как «информация», «алгоритм», «программа». Поэтому обучение должно проходить в форме игры, где на основе ситуаций, близких и понятных ребенку, рассматриваются основные понятия. Важно дать ребенку не название того или иного явления, а сформировать понимание информационных процессов и свойств информации и научить пользоваться полученными знаниями в повседневной деятельности. Для подготовки детей к жизни в современном информационном обществе необходимо развивать логическое мышление, способность к анализу (вычленению структуры объекта, выявлению взаимосвязей и принципов организации) и синтезу (созданию новых моделей). Введение в программу обучения умственно-отсталых детей информатики в силу своих структурных особенностей и общеразвивающего содержания открывает широкие возможности для интеллектуального развития ребенка [6]. В целом можно сказать, что обучение «особых» детей работе на персональном компьютере при правильной организации является развивающим для всех компонентов мыслительной деятельности: мотивационного, регуляционного и операционного.

В работе с умственно-отсталыми подростками особое внимание необходимо уделять не столько теоретическому материалу программы, сколько развивающим возможностям компьютера. С учетом этого в программе достаточный объем теоретических знаний, который целиком отводится на освоение детьми способов работы с персональным компьютером, изучение управляющих клавиш, изучение графических редакторов, азам текстового редакторов, знакомство с алфавитно-цифровой клавиатурой, в небольшом объеме включаются творческие задания, работа со словом, текстовый редактор Word, работа в графических редакторах. Ребенок с умеренной степенью умственной отсталости может освоить компьютер как инструмент решения самых трудных для него учебных и житейских задач, поэтому компьютер для такого ребенка не должен быть

только развлечением и игрушкой. Такими инструментами увлекательного познания являются специализированные компьютерные программы [7]. Упражнения выстраиваются таким образом, что ребенку кажется, что он играет с героем программы, разговаривает с ним, спорит, собирается на прогулку, читает занимательные истории, разбирается в календаре, смотрит мультфильм, однако на самом деле он учится и каждое упражнение продвигает ребенка на пути его развития. Интеллектуальная недостаточность воспитанников, возникшая в результате первичного дефекта – органического поражения головного мозга, порождает вторичные нарушения высших форм познавательных процессов (активного восприятия, словесно-логического мышления, речи, произвольных форм памяти), проявляющиеся в процессе социального развития.

Компьютер помогает преодолеть эти трудности. Разумеется, компьютерные технологии не способны избавить ребенка с интеллектуальной недостаточностью от его недостатка и снять все возникающие, в связи с этим проблемы. Однако осознание того, что ему становятся доступны неведомые раньше знания, умения, формы общения, игры, управление непосредственно окружающей его обстановкой, дает ему веру в свои силы, а также помогают педагогу решать задачи развития и обучения.

У воспитанников с умеренной степенью умственной отсталости уже кругозор, часто они не знакомы со многими элементарными бытовыми проблемами, явлениями окружающей среды, хорошо известными каждому школьнику, живущему в нормальной семье. Это приводит к однообразию, шаблонности и стереотипности содержания сюжетно-ролевых игр, сюжетных рисунков, к скудности речевых средств, используемых учеником, как в быту, так и на уроках [8]. Компьютерные технологии обеспечивают дополнительную учебную мотивацию и активизируют познавательную деятельность воспитанников с умеренной степенью умственной отсталости. Большинство детей не умеют проблемы с чтением (дислексия), не любят читать. С экрана ребята будут охотно читать, полагая при этом, что они играют, «смотрят кино».

Основной целью программы является повышение социальной компетентности воспитанников с умеренной умственной отсталостью посредством использования методических приемов работы на компьютере.

Для реализации цели предполагается решение трех групп основных задач:

– *обучающие* (теоретические) – знакомство воспитанников с простейшими основами работы на компьютере для повышения мотивации к учебно-трудовой деятельности; обучение применению компьютерных технологий в различных жизненных ситуациях для дальнейшего социального развития и совершенствования адаптационных возможностей;

– *коррекционно-развивающие* – развитие высших психических функций (памяти, мышления, внимания, воображения, зрительного восприятия), мелкой моторики, познавательной деятельности; формирование самоконтроля и умения планировать свою деятельность на основе ИКТ;

– *воспитательные* – подготовка детей с умеренной умственной отсталостью к практической деятельности в компьютерном мире; создание ситуации успеха, развитие положительного отношения к своей работе и учебе; формирование учебной и трудовой мотивации, уверенности в себе; отработка навыков культурного общения со сверстниками и окружающими.

Данная программа актуальна, так как практически полностью отсутствуют специальные программы по изучению ИКТ для воспитанников с умеренной степенью умственной отсталости. Для данной категории детей персональный компьютер является своеобразным пробелом в системе коррекционно-развивающего обучения. Сочетание традиционных методов обучения и современных информационных технологий, в том числе и компьютерных, помогают решить проблему общения ребенка с компьютером. Использование компьютера на занятиях позволяет сделать процесс обучения мобильным, творческим, индивидуальным и дифференцированным. Программа подразумевает индивидуальный подход.

Деятельность педагога должна заключаться в формировании у детей практических навыков работы с компьютером, но это не значит, что теоретический материал как основу знаний об информационных процессах можно не преподавать. Теоретические знания должны базироваться на конкретных жизненных примерах, близких и понятных детям и только потом следует вводить термины, которыми могут оперировать дети.

Занятия по информатике должны стать местом, где дети могут не только получать новые знания, но и отдыхать, общаться, обмениваться информацией и опытом. Для педагога важно создать приемлемый психологический климат на занятиях. И ко всему этому заниматься тем, чем им интересно, причем это могут быть виды деятельности и творчества, не только непосредственно связанные с компьютером, но и с другими областями знаний, дабы расширять общий кругозор детей [9].

В основе программы лежит ряд принципов:

- *Простота и наглядность.* Для преподавания данной программы учитывается недостаточная возможность восприятия воспитанниками содержания теоретического материала по слуху. Поэтому основные знания демонстрируются на примере конкретных и жизненных ситуаций (с использованием игровых форм деятельности, игровых программ, предназначенных для освоения компьютеров, познавательных презентаций и фильмов), которые воспитанники могут понять и увидеть. По содержа-

нию материала программа отличается простотой изложения, неформальными заголовками тем и практических заданий, что гораздо облегчает процесс усвоения материала для данной категории детей. Занятия в режиме онлайн поддерживают принцип простоты и наглядности – в мультипликационной форме с забавными героями, простыми по усвоению терминами и советами.

- *Практическая направленность.* Полученные знания могут впоследствии применяться на практике: например, простейшие навыки работы с клавиатурой используем для написания и оформления поздравительных открыток, печати стихов и сценариев мероприятий. Ориентирование в программах творческой направленности помогают в раскрытии творческих способностей воспитанников, при помощи которых дети самостоятельно и с огромным желанием создают свои работы.

- *Соответствие содержания возможностям детей с особыми образовательными потребностями.* Разделы и темы, которые предлагает программа, ориентированы на нужды и интересы воспитанников с умеренной степенью умственной отсталости, так как в ней имеется большой выбор получения и применения практических знаний.

Нужно учесть, что дети с интеллектуальной недостаточностью не всегда воспринимают специальные термины, формулировки и, соответственно, связанные с этим абстрактные понятия. Поэтому, программа разработана с упором на прикладную деятельность. Кроме того, при восприятии нового материала воспитанники с умеренной умственной отсталостью при наличии каких-либо трудностей в усвоении теряют интерес, становятся пассивными. Выход из этой ситуации я нашла при помощи постоянно меняющихся форм преподнесения нового материала, при которой новая деятельность способствует активизации мыслительных и творческих возможностей воспитанников. Интернет и его возможности позволили шире взглянуть на использование разнообразных форм преподавания материала по информатике и компьютерной грамотности. Творческая направленность программы отражается в темах по созданию самостоятельных творческих проектов.

- *Коллективная и индивидуальная форма занятий.* Занятия по программе «Компьютерная азбука», проводятся в форме фронтальных и подгрупповых занятий с сохранением принципа индивидуализации процесса обучения. При этом ведущая роль принадлежит педагогу. Для обучения создаются такие условия, которые дают возможность каждому работать в доступном темпе, проявляя возможную самостоятельность. Педагог подбирает материал по объему и компоует по степени сложности, исходя из особенностей развития каждого ребенка [5]. Изучаемый материал постоянно повторяется в различных предметно-практических и игровых ситуациях.

• *Межпредметные связи.* Для усвоения материала в программе предлагается использовать понятия и термины других предметов (чтение, развитие речи, счета, письма, знаний об окружающем мире), так как неоднократное повторение и совершенствование знаний компенсируется высокими результатами. Также возможности использования интернета и ЭОР (электронные образовательные ресурсы) позволяют затрагивать и использовать знания познавательного характера вспомогательных дисциплин: история, искусство, рисование, прикладное творчество, музыка, литература.

Систематическая кропотливая работа по обучению детей с умеренной степенью нарушения интеллекта элементам компьютерной грамотности по дополнительной программе «Компьютерная азбука» дает положительные результаты, способствуя ослаблению недостатков в познавательной деятельности и формированию личностных качеств. Даже самые незначительные успехи в овладении компьютером повышают самооценку детей, способствуют возникновению эмоционального комфорта, чувства более полноценной жизни. Кроме того, дети получают новые знания, учатся пользоваться современным оборудованием. В целом развитие навыков работы за компьютером может помочь воспитанникам с интеллектуальной недостаточностью усвоить определенный круг образовательных знаний, умений, навыков, которые они смогут применить к условиям социальной среды, т. е. более успешно социально адаптироваться.

Литература

1. Богатырев А. Н., Некрасова Г. Н. Знакомьтесь: компьютер. М. : Радуга, 2009. 186 с.
2. Баширова Т. Б., Соколова С. М. Обучение детей с умеренной и выраженной умственной отсталостью в 1–4 классах. Иркутск : ИРО, 2011. 128 с.
3. Диагностика-коррекция развитие / Л. Б. Баряева [и др.]. СПб. : ЦДК, 2010. 415 с.
4. Забрамная С. Д. Психолого-педагогическая диагностика умственного развития детей : учебник для студентов дефектол. фак. педвузов и ун-тов. 2-е изд., перераб. М. : Просвещение : Владос, 1995. 180 с.
5. Коч Л. А., Бревнова Ю. А. Дошколенок + компьютер. Перспективно-тематическое планирование. Конспекты занятий с детьми 5–7 лет. Волгоград : Учитель, 2011. 179 с.
6. Кривич Е. Я. Компьютер для дошколят. М. : Эксмо, 2005. 192 с.
7. Программа факультативного курса «Компьютер как средство развития высших психических функций, личностного роста и резервных способностей у учащихся с нарушением интеллекта». URL: https://www.ug.ru/method_article/611
8. Развитие логического мышления в процессе подготовки детей к школе с использованием новых информационных технологий. URL: <https://nsportal.ru/detskiy-sad/raznoe/2016/03/10/razvitiye-ogicheskogo-myshleniya-v-protsesse-podgotovki-detey-k-shkole>
9. Симонович С. В. Компьютер для детей. Моя первая информатика. М. : АСТ-ПРЕСС ШКОЛА, 2005. 80 с.

УДК 378.147

О. Е. Макаркина, *Псков*
М. И. Кузнецов, *Рязань*

Трансформация детской социальной среды: цифровые приоритеты

Анализируются некоторые аспекты цифровизации социальной среды несовершеннолетних. Рассмотрены тенденции использования цифровых устройств детьми, отмечено возникновение кибер-угроз. В качестве положительного примера по нейтрализации угроз цифровой среды обобщен опыт деятельности компании «Ростелеком».

Ключевые слова: детская социальная среда, цифровые устройства, социальные сети.

О. Е. Makarkina, *Pskov*
M. I. Kuznetsov, *Ryazan*

Transformation of Children's Social Environment: Digital Priorities

The article analyzes some aspects of digitalization of the social environment of minors. Trends in the use of digital devices by children are considered, the emergence of cyber threats is noted. As a positive example of neutralizing threats to the digital environment, the experience of Rostelecom is considered.

Keywords: children's social environment, digital devices, social networks.

Образование личности берет свои истоки из самого раннего детства, когда социальная среда, окружающая ребенка, закладывает основы и стереотипы мышления и поведения. Уровень общения родителей, родственников, приоритеты, выделяемые ими в поведении, взаимном уважении, отношении к социальной среде за пределами семейных границ сохраняются в памяти ребенка в качестве маркеров выживания. В настоящий момент в эту конструкцию настойчиво внедряется цифровая среда, как воспитательный и развлекательный инструмент, занимая все большее количество времени активного бодрствования маленького человека. В последующем времени уже школьник, подросток воспринимает информацию, полученную от «гуру» социальных сетей, как более современную, прогрессивную и более значимую [1].

На основании исследования ученых Института статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» можно констатировать, что дети являются главными катализаторами внедрения цифровой среды, мотиваторами подключения интернет связи в современных семьях. 30 % детей в возрастной категории 3–6 лет имеют в личном пользовании смартфон, 13 % обладают планшетом, 5 % располагают переносным устройством (ноутбук, нетбук и др.), 4 % распоряжаются стационарным компьютером [3, с. 1].

В возрастной категории 12–14 лет тенденция к увеличению времени нахождения в цифровой среде только увеличивается, до 90 % возрастает количество личных смартфонов у детей. К 6 классу школьного обучения

домашние задания по гуманитарным предметам становятся все более информативными, значительный объем рефератов заполняется из интернет-источников. Данный фактор толкает родителей к приобретению личных устройств цифровизации для несовершеннолетних: планшет (21 %), ноутбук (20 %) и/или стационарный компьютер (19 %) [3, с. 1]. Школьная программа по многим параметрам стимулирует проведение подростком часов, предназначенных на социализацию и отдых, в интернет среде, в частности, влияет ограниченность времени на приготовление домашнего задания по всем предметам. По итогу такой жесткой направленности на предоставление большого объема выполненных работ к определенному часу, подкрепленного карательными санкциями в виде низких отметок, получается отрицательный психологический результат. Ребенок не может исправить конкретную отметку, вызывающую негативные, подавляющие эмоции, поскольку образовательная программа не построена с учетом повторения пройденного материала в ближайшем отрезке времени. Более углубленное изучение вопроса, через достаточно значительный для детской памяти промежуток времени, неэффективно как процесс обучения для большинства учеников. Данный фактор заставляет родителей обращаться к социальному явлению в образовании – репетиторской помощи. Явление приобрело массовый характер и поднимает вопрос об эффективности методов проведения учебных занятий школьной программы.

Отдельно следует сказать об использовании подростками в качестве социальной площадки платформ социальных сетей. Явление стало доступным и востребованным, время от времени в интернет выходят 99 % респондентов в возрасте 14–17 лет. 97 % подростков, опрошенных в результате исследования, зарегистрировали аккаунт по меньшей мере в одной из социальных сетей [3, с. 1]. Общение подростков, происходящее в цифровой среде, имеет свои отличия от натуральных личных коммуникаций, влияет на создание дружеских, а в более зрелом возрасте деловых контактов, усложняет процесс создания семейных пар. Причины кроются не только в существенном различии выражения эмоциональных реакций, где при живом общении мимика лица может отразить скрытую от собеседника информацию, но и в изменении специфики мышления человека. Профессор Т. В. Черниговская отмечает важность изучения кросс-культурной, как теперь называют, специфики мышления. Мозг – не сумма миллиардов нейронов и их связей, а таковая сумма плюс индивидуальный опыт, который сформировал этот инструмент – наш мозг – и настроил его. Восприятие – то активное извлечение знаний и конструирование мира [4, с. 118].

В общественной жизни возникло новое понятие, добавленное к числу родительских обязанностей – «цифровой контроль». Изучая статистику поведения родителей в России, эксперты отмечают тенденцию желая ограничения активности несовершеннолетних в интернет среде у более пятидесяти процентов респондентов. К популярным мерам воздействия относится ограничение времени обращения детей с цифровыми устройствами (23 %), либо онлайн-платформами (13 %), 6 % респондентов используют помощь специальных проверяющих приложений. Каждый пятый родитель блокирует возможность бесконтрольного использования гаджетов, устанавливая на них пароль (19 %), или закрывая доступ к отдельным ресурсам (17 %). Значительная часть родителей, напротив, позволяет проведение досуга детьми в интернете (44 %) [3, с. 1].

Вопрос ответственного отношения родителей к проблемам, возникающим у детей в цифровой среде, не является праздным и не может быть отложен только на перспективу обсуждения. Ответственность является интегральным свойством личности, проявляющимся в осознанном, инициативном, самостоятельном, социально позитивном поведении. Разновидность различных компонентов ответственности определяется во многом успешностью деятельности субъекта, гарантированность достижения результатов деятельности своими силами, с учетом возможных неожиданностей и угроз [4, с. 19].

Обратим внимание на материалы по защите права ребенка на цифровую безопасность, которые демонстрируют авторитетные цифровые информационные компании на официальных сайтах. Так, команда «Ростелекома» как один из учредителей Альянса по защите детей в интернете провела исследование «Технологии защиты детей в интернете» [2, с. 1]. В работе, выполненной в 2022 г., представлены для осмысления общественных площадок темы: киберриски для детей и подростков, технологические решения по защите детей в интернете, риски в будущем, рекомендации стейкхолдерам, социальным институтам и объединениям. В обзоре демонстрируются исследования по психологическому насилию и личностным атакам в цифровой среде. Анализируются способы, психологические приемы подавления личной воли ребенка с целью запугать, заставить почувствовать стыд и скрыть факты психологического насилия и сексуальных домогательств посторонних в цифровой среде.

Наполнение социальной среды несовершеннолетних в период времени, проходящий вне семьи и школы, детский досуг является важным инструментом развития личности. Общественные институты должны интересоваться вопросами, откуда черпается информация для создания картины мира ребенком, строятся значимые категории развития, возникают

приоритеты и психологические инструменты влияния, поведенческая история конфликтных ситуаций, групповой «троллинг», суицидные настроения и др. Социальное поведение подростка имеет неоднородную, часто скачкообразную структуру по причине естественного желания психологически отделиться от семейной среды и заявить о себе как о самостоятельной, зрелой личности. Цифровая среда все чаще заменяет несовершеннолетнему улицу, только возможный круг общения в разы шире и связан с риском постороннего влияния. Трансформация детской социальной среды, увеличение ее цифровой составляющей приводит в действие многие сопряженные механизмы общественной жизни: институт семьи, образовательные и медицинские учреждения, государственные и законодательные структуры, которым необходима согласованность правил участия в жизни ребенка. Нормативные акты, общественные протоколы, направленные на помощь несовершеннолетнему, попавшему в критическую ситуацию в цифровой среде, должны в первую очередь защищать ребенка и семью как источник его психологического равновесия и здоровья. Исполнение административной, надзорной, карательной практики, существующей в рамках законодательного поля в цифровой среде, в настоящий момент является сложно применимым процессом. Надзорные органы государственной власти не имеют достаточных инструментов влияния, однако обязаны находить приоритеты, способствующие бережному сохранению традиционной детской социальной среды.

Литература

1. Брижак З. И., Абакумова И. В. Идеология ответственности или стратегия формирования антитеррористической идеологии как личностной ценности // Российский психологический журнал. 2013. Т. 10, № 5. С. 16–22.
2. Исследование «Технологии защиты детей в интернете» // Офф. сайт Ростелекома. URL: <https://www.companу.ru/social/kids-safety/Ростелеком/Устойчивое развитие/Технологии защиты детей в интернете> (дата обращения: 07.08.2023).
3. Кузина Л. С., Стрельцова Е. А. Дети в интернете // НИУ «Высшая школа экономики»/Научные подразделения/Институт статистических исследований и экономики знаний/Новости. URL: <https://issek.hse.ru/news/450602433.html> (дата обращения: 07.08.2023).
4. Черниговская Т. В. Это не я – это мой мозг... // Отечественные записки. 2013. № 1(52). С. 116–127.

УДК 316.67

А. В. Полюшкевич, *Ангарск*

Безопасность жизни в виртуальном пространстве

Приводятся результаты исследования информированности студентов техникума о безопасности в цифровом мире. Делаются выводы о недостаточной компетентности и осведомленности молодых людей о возможных угрозах в виртуальной среде.

Ключевые слова: безопасность жизни, виртуальное пространство, просвещение, осознанность.

A. V. Polyushkevich, *Angarsk*

Safety of Life in Virtual Space

The results of a study of college students on their awareness of security in the digital world are given. Conclusions are drawn about the lack of competence and awareness of young people about possible threats in the virtual environment.

Keywords: life safety, virtual space, education, awareness.

Безопасность жизни в виртуальном пространстве – это обеспечение защиты и безопасности пользователей в онлайн-среде. На современном этапе общественного развития все больше людей проводят время в виртуальном мире, осуществляя различные виды деятельности, такие как работа, общение, покупки, досуг и т. д. Однако вместе с возможностями, которые предлагает интернет, существуют и опасности. Несоблюдение безопасности в виртуальном пространстве может привести к различным проблемам, которые возникают по неосторожности или иррациональным ошибочным оценкам и убеждениям, или же могут быть организованы преступными сообществами.

Причинами неосторожности может быть отсутствие правовой культуры и правовой грамотности (И. А. Журавлева [6], Р. В. Иванов [7; 8], С. В. Малых [9], В. А. Скуденков [11]), ложных убеждений (субъективное понимание причинно-следственных связей) – Р. Г. Ардашев [1–5], сложности в понимании культуры безопасности жизни (А. В. Полюшкевич [10]), а также множество других причин и ситуаций, которые могут угрожать безопасности жизни тем, кто находится в виртуальном пространстве.

Для того чтобы определить представления молодежи о безопасности нахождения в виртуальной среде мы провели опрос студентов Ангарского промышленно-экономического техникума в возрасте от 16 до 22 лет, 55 % девушек и 45 % юношей. Все они выступают пользователями виртуального пространства.

В результате анализа полученных данных мы выяснили, что уровень информированности о безопасности нахождения в виртуальном пространстве достаточно низкий. Только 45 % опрошенных слышали о том, какие виртуальные преступления могут с ними произойти, если они не

будут соблюдать осторожность. Остальные 55% не оперируют достаточными знаниями в данной сфере.

Более конкретно, молодые люди, отвечая на вопрос – как они соблюдают безопасность своей жизни в виртуальной среде указали следующее⁷:

- регулярно меняют пароли к своим учетным записям (13 %);
- ограничивают доступ к личной информации в социальных сетях (полное имя, номер телефона и т. д.) – 15 %;
- сталкивались с информацией об интернет-мошенничестве на новостных страницах периодических и онлайн-изданий – 35 %; сами становились жертвами или близкие люди становились жертвами интернет-мошенничества – 5 %;
- пользуются только защищенным Wi-Fi-соединением (15 %);
- обновляют антивирусные программы – 18 % (причем только 20 % из них пользуются лицензионными антивирусными программами, остальные – пиратскими, что само по себе является преступлением);
- регулярное обновление и установка программного обеспечения – 20 % (лицензионным программным обеспечением пользуется 30 % опрошенных, остальные 70 % нелегальным – что также является преступлением);
- изучают или просто знают безопасность пользования социальными сетями только 7 % опрошенных;
- не переходят по подозрительным ссылкам – 5 %.

Студенты техникума в целом осведомлены о киберпреступлениях (таких как кража личных данных, фишинг, мошенничество, кибератаки и даже шантаж) – 25 %. Но источник информации – это фильмы и истории в сети Интернет, а не реальные публичные лекции или объективная информация по проблеме.

Личная информация, которая может стать общедоступной может испортить репутацию и имидж человека. Но это воспринимается как шутка (злая шутка), а не как нарушение закона.

Также достаточно информированы о кибербуллинге – онлайн-травле одного человека или группы людей – 30 %, сами участвовали в таких травлях – 7 %. С сожалением стоит отметить, что никто из опрошенных не считает это преступлением, просто формой агрессивного поведения (что косвенно указывает на незнание правовых норм и последствий за их нарушение).

⁷ Указывали несколько вариантов, поэтому сумма выше 100 %.

Непроверенная или неточная информация, распространенная в интернет-пространстве, может перевернуть жизнь человека или сообщества. Но это также не расценивается как преступление, а лишь как провокация или особенности поведения.

Итак, какие выводы позволяют сделать полученные данные?

Современная молодежь не обладает правовой культурой и правовой грамотностью в области безопасности жизни в виртуальной среде, существует множество темных пятен незнания того, что то или иное действие незаконно – приводит к тому, что эти действия воспринимаются как злая шутка или провокация, но не как преступление. А это попустительство приводит к расширению возможностей использования информации против обывателей и совершения преступлений против безопасности жизни в виртуальной среде.

Без целенаправленного просвещения молодежи о механизмах и условиях обеспечения безопасности жизни невозможно получить безопасность жизни. Поэтому, образовательным учреждениям необходимо дополнительно информировать молодых людей о рисках и способах своей защиты нахождения в виртуальной среде.

Литература

1. Ардашев Р. Г. Иррациональное пространство правовых представлений россиян // Миссия конфессий. 2020. Т. 9, № 2 (43). С. 255–258.
2. Ардашев Р. Г. Иррациональность общественного сознания: анализ повседневных практик // В поисках социальной истины: материалы II Междунар. науч.-практ. конф. ; од общ. ред. О. А. Полошкевич, Г. В. Дружинина. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2020. С. 112–115.
3. Ардашев Р. Г. Иррациональность правового сознания россиян // Социальные институты в правовом измерении: теория и практика : материалы II Всерос. науч.-практ. конф. ФГБОУ ВО «ИГУ» ; под общ. ред.: О. А. Полошкевич, Г. В. Дружинина. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2020. С. 58–64.
4. Ардашев Р. Г. Казаться, а не быть: иррациональные основы философии цифрового общества // Философия и культура информационного общества : Восьмая междунар. науч.-практ. конф. СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т аэрокосм. приборостроения, 2020. С. 27–28.
5. Ардашев Р. Г. Конфликт иррациональности сознания современного человека // Традиционные и новые социальные конфликты в XXI веке : сб. материалов XIV Междунар. науч. конф. «Сорокинские чтения – 2020». М. : МГУ, 2020. С. 13–15.
6. Журавлева И. А. Обучение праву и правовые знания в университете // Социальные институты в правовом измерении: теория и практика : материалы I Всерос. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2019. С. 92–96.
7. Иванов Р. В. Право и образование: условия гражданского общества современной России // Социальные институты в правовом измерении: теория и практика : материалы II Всерос. науч.-практ. конф. / ФГБОУ ВО «ИГУ» ; под общ. ред.: О. А. Полошкевич, Г. В. Дружинина. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2020. С. 218–225.
8. Иванов Р. В. Социально-правовые аспекты современного этапа перестройки общества в России // Социальные институты в правовом измерении: теория и практика : материалы III Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием / под общ. ред.: О. А. Полошкевич, Г. В. Дружинина. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2021. С. 330–333.

9. Малых С. В. Образование и вопросы правосознания в современном университете // Социальные институты в правовом измерении: теория и практика : материалы I Всерос. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2019. С. 103–107.

10. Полюшкевич А. В. Прикладные аспекты формирования культуры безопасности // Педагогика безопасности: наука и образование : сб. материалов Междунар. науч. конф. ; сост. и общ. ред. А. Н. Павлова. Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2014. С. 142–146.

11. Скуденков В. А. Правовые и этические нормы в период пандемии // Социальные институты в правовом измерении: теория и практика : материалы III Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием ; под общ. ред.: О. А. Полюшкевич, Г. В. Дружинина. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2021. С. 137–138.

УДК 378.128

А. Н. Пружинин, *Иркутск*

Виртуальная среда корпоративного обучения

Изучается развитие виртуальной среды корпоративного обучения. Делается вывод, что переход от традиционных форм обучения внутри компаний все чаще заменяется на онлайн-технологии и это определяет новые форматы, технологии и формы корпоративных стандартов и человеческого капитала внутри компании.

Ключевые слова: виртуальная среда, корпоративное обучение, бизнес, онлайн, цифровое обучение.

A. N. Pruzhinin, *Irkutsk*

Virtual Enterprise Learning Environment

The article describes the development of a virtual corporate learning environment. The transition from traditional forms of training within companies is increasingly being replaced by online technologies and this determines new formats, technologies and forms of corporate standards and human capital within the company.

Keywords: virtual environment, corporate learning, business, online, digital learning.

Корпоративное обучение становится ресурсом и возможностью для многих организаций – повысить уровень профессионализма сотрудников без отрыва от работы. Виртуализация корпоративного обучения еще более ускоряет и качественно воспроизводит эти процессы. Виртуальная среда для бизнеса становится инструментом социального моделирования новых образовательных технологий, приводящих к развитию человеческого капитала компании и территории в целом. Это возможность стратегического развития компании и региона присутствия компании.

Благодаря корпоративному обучению сотрудников происходит:

- технологическое развитие предприятий;
- повышаются социальные навыки сотрудников;
- развивается их креативная составляющая;
- моделируются процессы социальной динамики внутри организации;
- повышается конкурентоспособность сотрудников через развитие знаний и навыков.

Виртуальное корпоративное обучение создает новые стратегические возможности для развития предприятия, в новых условиях и процессах социального развития. Возможность использования цифровых технологий в виртуальном обучении определяется новыми смысложизненными ориентациями россиян (как следствия пандемии и общей виртуализации общества) – Р. Г. Ардашев [1–3], новых форм просоциального поведения в цифровую эпоху (О. А. Полюшкевич [4–5]), в работах автора [6–9] рассматриваются сами механизмы корпоративного обучения в новых условиях.

Виртуальное корпоративное обучение позволяет гибко подходить к процессу обучения сотрудников (без четкой фиксации времени прослушивания материала, без физического присутствия в офисе, при этом общение в чате позволяет мобильно получать обратную связь и задавать все необходимые вопросы и проч.). Это особенно выигрышно, если компания находится в разных уголках страны или даже в разных концах города. Виртуальность позволяет быть вместе, при фактической разобщенности в пространстве.

Онлайн-платформы для корпоративного обучения предоставляют широкий спектр инструментов, таких как видео-лекции, интерактивные упражнения, тесты и форумы для обмена мыслями и опытом. На рис. 1 показана динамика корпоративного онлайн-обучения с 2018 по 2022 г., где видно четкое усиление основных позиций по ключевым инструментам обучения.

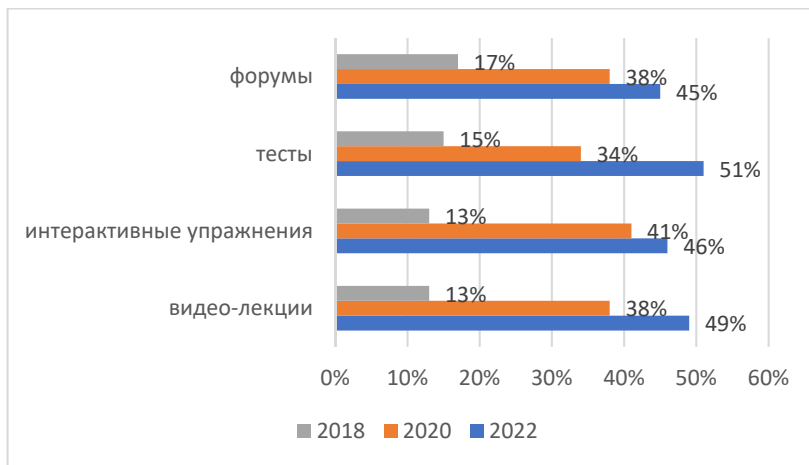


Рис. 1. Формы корпоративного онлайн-обучения с 2018 по 2022 г.

Плюсы виртуального корпоративного обучения очевидны и опираются на экономические выгоды и более продуктивную основу для индивидуального обучения, увеличения качества человеческих ресурсов, гибкости и мобильности сотрудников, которые могут выстроить для себя индивидуальные траектории образовательного развития. В виртуальном корпоративном университете возможно не только формально новое обучение, но и принципиально значимое получение новых базовых компетенций. Через эти механизмы начинается новое развитие компании и ее сотрудников.

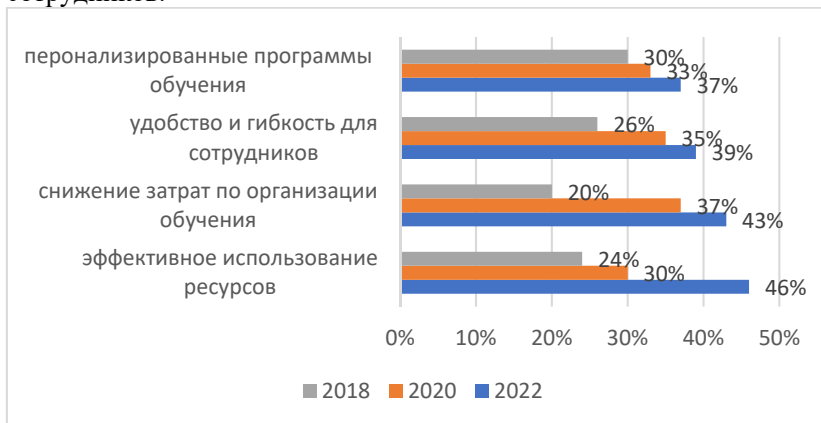


Рис. 2. Преимущества виртуального корпоративного обучения с 2018 по 2022 г.

Для того чтобы виртуальное корпоративное обучение было эффективно необходимо хорошее техническое обеспечение и интернет-связь. Помимо этого, сами сотрудники компании должны быть замотивированы повышать собственный уровень квалификации, расширять кругозор, получать новые навыки и компетенции и т. д.

В целом виртуальное корпоративное обучение является эффективным и гибким инструментом для повышения навыков и знаний сотрудников. Оно выступает основной формой развития сотрудников компаний в будущем.

Литература

1. Ардашев Р. Г. Виртуализация в новых смысложизненных ориентациях россиян // Глобальные и региональные воздействия в системе современных обществ : сб. науч. тр. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2021. С. 130–134.
2. Ардашев Р. Г. Изменение сознания в эпоху постпандемического общества // Глобальные вызовы и региональное развитие в зеркале социологических измерений : материалы VI международного науч.-практ. интернет-конф. : в 2 ч. Вологда : Вол НЦ РАН, 2021. С. 76–79.

3. Ардашев Р. Г. Новые смыслы в сознании молодежи: влияние виртуальности // В поисках социальной истины : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2021. С. 152–156.
4. Полюшкевич О. А. Просоциальное поведение в цифровую эпоху // Стратегия и тактика социально-экономических реформ: национальные приоритеты и проекты : материалы IX Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Вологда : Вол НЦ, 2021. С. 420–422.
5. Полюшкевич О. А. Просоциальные технологии цифрового взаимодействия // Философия и культура информационного общества : Восьмая междунар. науч.-практ. конф. СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т аэрокосм. приборостроения, 2020. С. 141–143.
6. Пружинин А. Н. Ключевые этапы внедрения корпоративного образования в средний бизнес // Социальная реальность виртуального пространства : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. ; под общ. ред. О. А. Полюшкевич. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2021. С. 384–387.
7. Пружинин А. Н. Корпоративное обучение в условиях виртуализации // Социальная реальность виртуального пространства : материалы IV Междунар. науч. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. С. 327–332.
8. Пружинин А. Н. Применение информационных систем в организации корпоративного обучения // Социальная реальность виртуального пространства : материалы IV Междунар. науч. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. С. 376–378.
9. Пружинин А. Н. Экспертное управление корпоративным обучением: анализ практик РЖД // Экспертные институты в XXI веке: цивилизационные и цифровые концепции меняющегося мира : сб. науч. тр. Второй междунар. науч.-практ. конф. / науч. ред. Т. И. Грабельных. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2023. С. 417–420.

УДК 811.75

Т. А. Терехова, Е. Л. Трофимова, Н. В. Терехова,
Иркутск

Виртуальный формат лаборатории социальной психологии и межкультурных коммуникаций как научно-исследовательский ресурс студентов вуза

Рассмотрена концепция лаборатории социальной психологии и межкультурной коммуникации, в которой реализуется виртуальный формат учебно-исследовательской деятельности студентов. В результате анализа деятельности лаборатории выявлены актуальные макроидеи и вопросы современной психологии. Проведен мета-анализ научных статей, посвященных деятельности научных виртуальных лабораторий. Отмечено, что средства информационных технологий (виртуальные лаборатории) позволяют усилить такое качество студентов, как самостоятельность, повысить наглядность, автоматизировать контроль знаний и умений. В качестве примера приведен алгоритм работы над курсовой в виртуальном режиме.

Ключевые слова: концепция лаборатории, виртуальный формат, ситуативные задачи, научно-исследовательская деятельность.

T. A. Terekhova, E. L. Trofimova, N. V. Terekhova, *Irkutsk*

Virtual Format of the Laboratory of Social Psychology and Intercultural Communications as a Research Resource of University Students

The article describes the concept of the laboratory of social psychology and intercultural communication, which implements a virtual format of educational and research activities of students. As a result of the analysis of the laboratory's activities, relevant macro-ideas and issues of modern psychology have been identified. The authors conducted a meta-analysis of scientific articles devoted to the activities of scientific virtual laboratories. Means of information technologies (virtual laboratories), allow to strengthen such quality of students as independence, to increase visibility, to automate the control

of knowledge and skills. As an example, the algorithm of working on the course paper in virtual mode is considered.

Keywords: laboratory concept, virtual format, situational tasks, research activity.

Научно-учебная лаборатория социальной психологии и межкультурных коммуникаций открыта на факультете психологии решением Ученого совета ИГУ от 28.02. 2020 г.

Вдохновением для создания лаборатории социальной психологии и межкультурных коммуникаций послужили, с одной стороны, личный опыт общения и сотрудничества с московскими коллегами из Института психологии РАН, их искренний отклик на предложение создать совместный научный коллектив, построить мост между академической средой и высшей школой, который мог бы создать живые связи современной фундаментальной психологической науки и актуализации учебного процесса в деле подготовки современного специалиста. С другой стороны, постоянная работа с молодыми исследователями (магистрантами, аспирантами, докторантами) показала необходимость научной площадки, способной обеспечить возможность диалога, преемственности, дискуссии между психологическими школами и поколениями.

Творческий замысел (концепция) создания данной лаборатории был определен в трех ее главных направлениях:

1) в области научной деятельности: разработка и реализация программ исследований по актуальным проблемам когнитивной, социальной и экономической психологии, касающихся, в частности, восприятия людьми объектов и событий естественного окружения (межкультурный аспект), проблем социального сравнения в группах людей разной этнической и культурной принадлежности, вопросов психологической личной готовности к изменениям и новым технологиям, а также других психологических аспектов в рамках межкультурных исследований.

2) в области образовательной деятельности: привлечение бакалавров, магистрантов и аспирантов для научной деятельности, в том числе, для выполнения теоретических, эмпирических исследований и непосредственного участия в экспериментах.

3) в области организационно-практической деятельности: организация междисциплинарного взаимодействия ученых и специалистов, занимающихся практическими вопросами, касающимися проблематики лаборатории; подготовка научных проектов на получение грантов; представление и обсуждение результатов исследований на научных мероприятиях разного формата и уровня, популяризация результатов исследований.

Реализованный в рамках лаборатории трехгодичный грантовый проект Российского фонда фундаментальных исследований «Этнопсихологические характеристики экономического самоопределения российских и

китайских предпринимателей в сфере малого бизнеса», три монографии «Бизнес-психология в международной перспективе: теория и практика», «Экономическое самоопределение предпринимателя», «Психология инновационной личности», цикл научных статей, подготовка докторских и кандидатских диссертаций докторантов и аспирантов выявили следующие актуальные макроидеи и вопросы современной психологии:

– продуктивность и актуальность развития не декларативных, а существенных междисциплинарных исследований в сфере психологии, в рамках которых осуществляется поиск продуктивных оснований для взаимосвязи и взаимодополнения наук на терминологическом и методологическом уровнях, междисциплинарная верификация результатов такой работы позволяет расширить возможности психологической интерпретации/обоснований, детализировать и углубить ее инструментарий;

– разработка и верификация диагностического инструментария по направлениям экономической этнопсихологии, психологии инноватики, психологической готовности личности к изменениям в условиях неопределенности, психология билингвальной личности;

– моделирование и прогнозирование психических явлений с использованием метасистемного подхода, методов структурного и динамического моделирования, дисперсионного и регрессионного анализов.

В течение трех лет лаборатория ритмично работала при финансовой поддержке Российского научного фонда. Три года лабораторной жизни, сравнительно небольшой период, но достаточный для изучения исследовательских практик и вынесения о них верифицированных суждений.

Цель нашего исследования показать, как в дальнейшем должна выстраиваться деятельность лаборатории, а точнее необходимо выявить условия, наличие которых позволят научной группе работать успешно в специфической российской среде.

Организация научно-учебной лаборатории в сложившихся текущей обстановке – это, по сути, создание продуктивно работающего научного сообщества. За последние пять лет отечественными и зарубежными исследователями написано достаточно большое количество научных статей, посвященных так называемым виртуальным лабораториям.

М. В. Рыжкова считает, что виртуальная лаборатория является одной из наиболее перспективных форм научной коммуникации и сотрудничества. «В виртуальном мире можно снять помещение и регулярно организовывать научные события, прописывать симуляторы физических процессов, ставить на этих симуляторах опыты, предлагать за виртуальные деньги участвовать людям в опросах, организовывать полевые социальные эксперименты и многое другое в зависимости от фантазии пользователей. Транспортные расходы, коммуникации будут при этом практически бесплатные» [5, с. 318].

Г. М. Гринберг, А. Н. Горошкин и Д. А. Бархатова отмечают, что «виртуальная лаборатория может быть создана в рамках сетевого взаимодействия различных учреждений образования и науки и являться конкретной моделью реализации этого сетевого взаимодействия» [2, с. 503]. По мнению Г. М. Гринберг, А. Н. Горошкина и Д. А. Бархатовой виртуальная лаборатория должна состоять из трех кластеров: 1) региональный; 2) вертикальный и 3) горизонтальный. Но «для слаженной работы кластеров, пишет Д. А. Бархатова, необходим информационный портал, который будет являться информационной системой поддержки научной деятельности участников лаборатории и объединит ученых, преподавателей, студентов с целью выполнения совместных проектов [1, с. 50].

Исследователи Е. Л. Кудрявцева, Д. А. Салимова, Т. И. Зеленина, Л. Б. Бубекова определяют и «задачи сетевого взаимодействия научно-исследовательских (учебно-научных) лабораторий: 1) проведение совместных научных практико-ориентированных исследований в конкретной научной области; 2) формирование сети партнерских организаций по направлениям деятельности лаборатории с конечной целью – создания на ее базе компетентностного центра; 3) привлечение профессорско-преподавательского состава, студентов и партнерских организаций к практической деятельности по направлению деятельности лаборатории; 4) обобщение и распространение положительного опыта работы исследовательских и образовательных организаций различных уровней, государственных структур, некоммерческих организаций и отдельных ученых и преподавателей по определенному научному направлению» [3, с. 15].

В статье нидерландских исследователей Т. де Моора и Я. ван Зандена ««Совместные лаборатории» как новый метод для научной коммуникации и кооперации при изучении глобальной истории» выделены значимые характеристики совместных лабораторий: 1) *преодоление границ* (географических – при помощи интернета); 2) *совместное изучение/исследование*; 3) *активное участие и сотрудничество*; 4) *условия участия*; 5) *совместный доступ к ресурсам*; 6) *технологии* (научный инструментарий необходимый для коммуникации); 7) *ограниченность во времени* («совместные лаборатории» создаются для достижения определенных научных целей) [6].

С момента создания лаборатория социальной психологии и межкультурных коммуникаций работала в гибридном формате (офлайн и онлайн). Учебная и научная работа с первокурсниками (бакалаврами), в основном проводилась в очном режиме (студенты считают, что так они лучше понимают). Что касается выпускников-бакалавров, магистрантов и аспирантов, они уже адаптировались к вузовской системе и понимают,

что работать им придется в мире высоких технологий и постоянно возрастающего объема информации. В настоящее время мы часть консультаций, научно-исследовательскую практику, частично курсовые работы и дипломные проекты перевели в виртуальный формат. Это отчасти связано с наблюдаемой в последнее время тенденцией сокращения консультационных часов, что не позволяет в полной мере раскрыть прикладную ценность учебно-исследовательских задач, которые мы решаем в рамках курсовых работ, дипломирования. Вузовская практика, международные исследования показывают, что студенты, владея теоретическими знаниями, испытывают серьезные затруднения в применении этих знаний к реальным ситуациям. Средства информационных технологий, к которым можно отнести электронные учебники, виртуальные лаборатории, системы тестирования и др., позволяют увеличить степень самостоятельности студентов при усвоении учебного материала, повысить наглядность, осуществлять моделирование психических явлений, автоматизировать контроль знаний и умений.

В настоящее время можно использовать продукты и сервисы, предоставляющие возможности для совместной работы, такие как: Migo, Telegram, Teams, OneNote Виртуальная интерактивная доска Padlet, приложение для создания образовательных тестов, игр и викторин Kahoot. Организация исследований возможна посредством онлайн-сервисов для создания форм обратной связи, тестирований и опросов – Google Forms, Mentimeter, Yandex Forms и др.

Дистанционные встречи позволяют выбрать удобное время, проводить семинары, круглые столы, консультации по практической подготовке с привлечением специалистов из других подразделений вуза, ведущих специалистов-практиков и пр. Например, при организации учебной практики (НИР) для студентов очного и заочного обучения организовывались онлайн мероприятия с приглашением сотрудника Центра управления регионом Иркутской области с целью обзора психологических ресурсов интернета, знакомством с эргономикой интернет-СМИ, виртуальной психологической службой, ее функциональными задачами и особенностями организации, обучением созданием и проведением онлайн-опросов.

Чтобы реализовать виртуальный формат лаборатории каждый преподаватель ведущий курсовое и дипломное проектирование составил список тем, подготовил по каждой теме систематизированную информацию в предполагаемой для исследования предметной области и разработал методические рекомендации по применению диагностического инструментария (в психологии очень важно грамотно построить доказательную базу проведенного исследования). Но чтобы детально разобраться в своей теме, студенты должны изучить рекомендуемую литературу, т. е.

найти соответствующие теме источники, как в отечественной, так и зарубежной литературе и провести мета-анализ.

На примере курсовой работы рассмотрим алгоритм работы в виртуальном формате. Цель курсовой работы – научить создавать научные труды, работать с информацией и общаться с научным руководителем. На нашем факультете, как правило, выполнению курсовой работы предшествует практика НИР, т. е. самостоятельная работа, которая позволяет получить реальный опыт по теоретическим знаниям и их применению в решении учебно-исследовательской задачи студентом. Так, как реально перевести в режим онлайн учебно-исследовательскую деятельность студентов:

1. Провести семинар по работе с отечественными и зарубежными информационными ресурсами (например, справочно-поисковые системы, различные сервисные платформы, позволяющие хранить, организовывать и распространять научные статьи требуемой тематики; сервисы по доступу к полным текстам научных публикаций; программы обработки данных (статистические пакеты), а также сайт лаборатории социальной психологии и межкультурных коммуникаций, где хранится систематизированная информация о предметной области психологии).

2. Перейти на консультационную ссылку научного руководителя согласно расписанию и выяснить все возникшие вопросы

3. Сформировать научный аппарат курсовой работы и согласовать с научным руководителем.

4. Подобрать библиографический список литературы к курсовой работе и подготовить теоретический обзор по исследуемой теме.

5. Обозначить этапы исследования, подобрать методы и методики, определиться с выборкой. В соответствии с подобранным диагностическим инструментарием провести опрос респондентов (минимум 25 чел.)

6. По ссылке на сайте лаборатории прослушать семинар по математическим методам обработки эмпирических данных и попытаться сделать ее.

7. Проинтерпретировать полученные результаты.

8. Оформить курсовую работу по требованиям, представленным на сайте и прикрепить на educu.

Пример, тема курсовой работы: Исследование психологической культуры студентов-психологов.

Во время учебной практики (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) посетить семинар по работе с информационными ресурсами. Ознакомиться с требованиями и методическими указаниями к выполнению курсовой работы в системе EDUCA по дисциплине «Междисциплинарная курсовая работа». Определиться с темой курсовой работы.

Представить тему курсовой работы. Обосновать актуальность данного исследования: должно ли профессиональное обучение способствовать формированию психологической культуры, какое место занимает ПК в структуре профессиональных компетенций будущего психолога, какие компоненты ПК сформированы недостаточно. Определить цель, объект и предмет, гипотезу исследования. Оформить введение.

2) Провести теоретическое исследование психологической культуры в научной литературе, проанализировать работы О. И. Моткова, Л. С. Колмогоровой и др. о психологической культуре личности («Психология самопознания личности», Методика «Психологическая культура личности»). Проработать не менее 5–6 научных статей посвященных данной проблеме. Проанализировать структуру психологической культуры в профессиональной подготовке студентов психологов. Уточнить гипотезу исследования и методологическую основу. Оформить 1 главу курсовой работы. Обсудить с руководителем.

3) Выбрать методы, методики исследования и обосновать целесообразность их применения, например, методика «Психологическая культура личности» (О. И. Мотков), Опросник рефлексивности (А. В. Карпов). Определить выборку исследования (не менее 25–30 студентов по направлению подготовки «Психология»). Апробировать методики на себе, дополнительно 2–3 испытуемых, обработать результаты в соответствии с ключом, уточнить все возникшие вопросы. Составить онлайн-опрос. Обсудить с руководителем.

4) Посетить семинар по математическим методам обработки эмпирических данных. Провести эмпирическое исследование психологической культуры у студентов психологов. Обработать полученные результаты, представить интерпретацию. Оформить 2 главу работы. Обсудить с руководителем.

5) Доработать введение, 1 и 2 главы, выводы, заключение. Оформить курсовую работу по предъявляемым требованиям, загрузить в систему EDUCA по дисциплине «Междисциплинарная курсовая работа»).

Выводы

Современные технологии развиваются стремительно. Многие сферы деятельности, в том числе и образование, переходят на цифровые системы. Следовательно, выпускнику вуза придется работать уже в ином информационном пространстве. Поэтому система формируемых у него знаний должна быть «открытой», т. е. должна обеспечивать индивидуальную способность к пополнению, трансформации этих знаний (способность к самообразованию) и продуктивному мышлению (способность к профес-

сиональному самосовершенствованию). Как отмечает В. П. Серкин, «новые состояния сознания (и новые знания) порождаются не из самого сознания, а из развития деятельности человека» [4].

Структурной единицей деятельностной теории сознания в учебном процессе является ситуация, предполагающая проявление студентом своей позиции в отношении происходящего. В нашем случае, студенты в большей степени решают жизненные ситуативные задачи.

Достоинствами виртуального формата деятельности лаборатории являются:

1) организация исследований с использованием онлайн-сервисов для создания форм обратной связи, тестирований и опросов – Google Forms, Mentimeter, Yandex Forms и др.;

2) возможность проводить семинары, круглые столы, консультации по практической подготовке с привлечением ученых из других вузов, ведущих специалистов-практиков в удобное для них время;

3) организовать работу виртуальной психологической службы, обучение студентов работе на онлайн-платформах и проведение онлайн-опросов;

4) обеспечение самостоятельной работы студентов с целью получения реального опыта по применению теоретических знаний и их применению в решении учебно-исследовательских задач.

Литература

1. Бархатова Д. А. Организация научно-исследовательской деятельности студентов в условиях виртуальной международной лаборатории // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В. П. Астафьева. 2016. № 3. С. 50
2. Гринберг Г. М., Горошкин А. Н., Бархатова Д. А. Структура виртуальной лаборатории международных научно-исследовательских коллективов // Решетневские чтения. 2016. Т. 2. С. 503.
3. Международные лаборатории с распределенным участием как перспектива сетевого развития в российском поликультурном образовании / Е. Л. Кудрявцева, Д. А. Салимова, Т. И. Зеленина, Л. Б. Бубекова // Прикладные аспекты сопоставительной лингвистики: обучение иностранному языку с опорой на родной язык : материалы Междунар. науч.-практ. конф., проводимой в рамках науч.-практ. форума «Сохранение и развитие языков и культур», посвящ. 210-летию Казан. федер. ун-та, 19–21 ноября 2014 г. Казань, 2014. С. 15.
4. Психология межкультурной компетентности: сущность, региональная специфика, технологии формирования / А. Д. Карнышев, Т. А. Терехова, Е. Л. Трофимова, Л. В. Скорова, Е. А. Иванова, О. А. Карнышева. Иркутск : Репроцентр А1, 2012. 438 с.
5. Рыжкова М. В. Возможности организации виртуальных научных лабораторий в сетевом пространстве // Креативная экономика. 2017. № 3, Т. 11. С. 318.
6. De Moor T., Van Zanden J. L. Do Ut Des (I give so that you give back): Collaboratories as a new method for scholarly communication and cooperation for global history // Historical methods. Washington, 2008. Vol. 41, N 2. P. 67–80. DOI: 10.3200/HMTS.41.2.67-80

УДК 159.9

А. Г. Терещенко, Н. Г. Васильев, *Иркутск*

Профессиональная культура как фактор профессионального становления и развития личности студента в учебной деятельности

В статье систематизированы условия и факторы развития личности студента под влиянием освоения профессиональной культуры. Доказано, что этот процесс включает в себя набор представлений о ценностях, принципах деятельности и поведения, структуры коммуникации и социальных отношений. Уточнено понятие профессиональной культуры, а также сформулированы предложения по созданию благоприятных условий ее формирования, акцентировано внимание на особенности управления процессом освоения профессиональной культуры студентами.

Ключевые слова: профессиональная культура, акмеологический подход, культурологический детерминизм, ценностные ориентации, профессиональное сознание.

A. G. Tereshchenko, N. G. Vasiliev, *Irkutsk*

Professional Culture as a Factor of Professional Formation and Development of the Student's Personality in Educational Activities

The article systematizes the conditions and factors for the development of a student's personality under the influence of the development of professional culture. This process includes a set of ideas about values, principles of activity and behavior, the structure of communication and social relations. From the standpoint of culturological determinism, the concept of professional culture is clarified, and proposals are formulated for creating favorable conditions for its formation, attention is focused on the features of managing the process of mastering professional culture by students.

Keywords: Professional culture, acmeological approach, cultural determinism, value orientations, professional consciousness.

Проблема личностно-профессионального развития студента связана с разработкой психологических оснований изучения профессии и с изучением индивидуально-психологических особенностей студентов. Сегодня значительное внимание уделяется вопросам профессионального становления и развития личности в учебной деятельности. Существенным фактором, влияющим на этот процесс, является профессиональная культура, которая рассматривается как фактор профессионального становления и развития студента. Это понятие определяет качество человеческой деятельности. Уровень профессионализма, профессиональной культуры необходимо искать в профессиональной деятельности людей, в общественном разделении труда.

Понятие «профессиональная культура» связано с разработкой культурологического подхода. Рассматривая это понятие, большинство исследователей рассматривают его как социальный феномен, имеющий деятельностьную природу. Профессиональная культура определяет качество деятельности человека в том виде деятельности, где он чувствует себя психологически комфортно, уверенно, свободно.

В этом направлении известны исследования профессионализма деятельности, связанные с формированием профессионально-нравственной культуры специалиста (Богданов Е. Н.), с развитием духовности в процессе профессионального становления специалиста (Коваль Н. А.), развития рефлексивной культуры (Степанов С. Ю.) и др. [1] Ими профессиональная культура понимается как культура профессиональной группы, которая ограничивается профессиональными знаниями, умениями, навыками, а культурный аспект деятельности обеспечивается общей культурой индивида.

Сущностью профессиональной культуры является мера освоения ценностей, накопленных обществом. Профессиональная культура обусловлена экономическим, политическим, духовным и социальным уровнем развития общества. В этой связи особое значение приобретают такие ценности как уровень профессионального сознания, способ практической деятельности, который предполагает социально активное поведение. Признаком профессиональной культуры является и творческий характер деятельности личности. Ведь сама культура иногда рассматривается как синоним творческой деятельности, обеспечивает воспроизведение профессиональных знаний, убеждений, ценностей и практической деятельности по их реализации.

Понимание профессиональной культуры как меры освоения нравственных ценностей тесно связано с характеристикой качественного состояния жизни профессионального сообщества. Оно определяется социальным статусом, условиями труда, степенью развития профессиональной демократии.

Профессиональная культура выполняет ряд функций, которые связаны с идейно-психологической направленностью (познавательные, прогностические, оценочные) и с социальной направленностью (преобразовательные, коммуникативные, регулятивные и воспитательные). Реализация ценностей общей культуры в сферу профессиональной деятельности достигается путем воздействия на общественные отношения и их участников, становится свойством сознания, отражает и направляет деятельность человека на преобразование окружающего мира.

Опираясь на уровень правосознания, активности, уровень профессиональной деятельности, выделяют три элемента профессиональной культуры: психологический, идеологический и поведенческий элемент, которые формируют значимое поведение. В структуре профессиональной культуры также следует выделить профессиональные навыки, умения, знания, профессиональное сознание, мировоззрение, профессиональную мораль, профессиональную этику. Культура будущего специалиста скла-

дывается в единстве этих составляющих. Именно духовная сторона профессиональной культуры отражает ее специфические ценности, нормы и отношения, которые регулируют профессиональное поведение. Духовная сторона профессиональной деятельности предъявляет систему нравственных требований к представителям соответствующих профессиональных групп. [1; 2].

Вот почему с целью усвоения профессиональной культуры так важно именно в студенческие годы сформировать у будущего специалиста такие важные для его профессиональной успешности качества как организованность, креативность, направленность на достижение положительной социально-значимой защиты, социальную ответственность, гражданскую позицию, динамичность, склонность к саморазвитию, индивидуальную ресурсность, свой внутренний потенциал [3].

Личностно-профессиональное развитие студента должно приводить уже в студенческие годы к качественным изменениям его психологических характеристик, связанных с выполнением им действий в процессе профессиональной деятельности. Процесс формирования личности студента должен быть ориентирован на высокие профессиональные достижения, профессионализм, осуществляемый в саморазвитии, высокий уровень самосознания и профессионального взаимодействия.

Развитие всегда сопровождается изменением системы взаимодействий и отношений личности, потребностно-мотивационной сферы, ценностных ориентаций. В личностно-профессиональном развитии особенности личности студента оказывают существенное влияние на процесс и результаты профессиональной деятельности, и саморазвитие личности происходит под влиянием ее специфики.

Процесс личностно-профессионального развития связан прежде всего с изменением направленности личности студента. В студенческие годы расширяется круг интересов, меняются потребности, повышается творческий потенциал личности, ярко проявляется стремление к саморазвитию и самосовершенствованию, повышается профессиональная компетентность, развиваются профессионально-важные и деловые качества личности, формируется психологическая готовность к профессиональной деятельности.

За годы учебы студент должен развить систему личностной и деятельностной нормативной регуляции, нацеленный на саморазвитие и самосовершенствование, личные и профессиональные достижения, имеющие социально-позитивное значение. Студент должен научиться профессиональному видению, стремиться постоянно расширять систему знаний, позволяющую успешно выполнять профессиональную деятельность.

Личностно-профессиональное развитие должно учитывать принципы активности и субъектности, которые позволяют играть активную роль в развитии личности, стремящейся к самоорганизации, разрешать все возникающие противоречия между возможностями и наличными потребностями.

Развитие личности студента за годы обучения в вузе должно повышать ответственность, формировать чувство долга и чести, предостерегать от неадекватных, необдуманных поступков. В этой связи необходимо умело развивать систему мотивации на саморазвитие и профессиональные достижения, делать все возможное для раскрытия творческого потенциала личности, профессионализма личности и деятельности.

Профессионализм личности формируется в студенческие годы за счет развития способностей, зависит от уровня развития профессионально важных качеств личности (организованности, ответственности, дисциплинированности, инициативности, внимательности и др.), от уровня сформированности системы нравственной регуляции поведения.

Последовательное формирование системы регуляции деятельности, поведения и отношений является основой профессионально-нравственной культуры. Поэтому одной из важнейших задач является организация помощи студенту в саморазвитии, актуализации его потребности в личностном и профессиональном росте. Необходимо в процессе воспитательной работы целенаправленно организовывать мероприятия, направленные на формирование профессиональных и гуманистических ценностных ориентаций, развивать профессионализм личности и деятельности, потребность в профессиональном самосовершенствовании. Студент должен в процессе обучения в вузе четко сформировать образ своих качеств и способностей, осознать свою социальную значимость, уровень самосознания и самоуважения. Для этого необходимо развивать у студентов целый комплекс умений (гностических, конструктивных, коммуникативных, рефлексивных, перцептивных). То есть студент должен уметь анализировать Проблему личностно-профессионального развития студента связана с разработкой психологических оснований изучения профессии и с изучением индивидуально-психологических особенностей студентов. Сегодня значительное внимание уделяется вопросам профессионального становления и развития личности в учебной деятельности. Существенным фактором, влияющим на этот процесс, является профессиональная культура, которая рассматривается как фактор профессионального становления и развития студента. Это понятие определяет качество человеческой деятельности. Уровень профессионализма, профессиональной культуры необходимо искать в профессиональной деятельности людей, в общественном разделении труда.

Изучение этой проблемы с позиций акмеологического подхода позволило сформировать у студентов установки на свои достижения, на более широкую самореализацию личности, обдумыванию стратегий поведения, акцентировать внимание на особенности управления процессом освоения студентами профессиональной культуры.

Литература

1. Деркач А. А., Заулин В. Г., Маркова А. К. Психология развития профессионала : учеб. пособие. М. : РАГС, 2000. 124 с.
2. Соколов Н. Я. Профессиональная культура юристов. Понятие, сущность. Содержание : учеб. пособие. М. : Проспект, 2015. 165 с.
3. Терещенко А. Г., Васильев Н. Г. Психологические проблемы развития профессионально-важных качеств личности в системе профессиональной подготовки студентов-юристов // Современные проблемы профессионального образования: опыт и пути решения : сб. ст. Второй Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Иркутск : ИРГУПС, 2017. С. 470–475

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА, ПРАВО И УПРАВЛЕНИЕ

УДК 342.349

Р. Г. Ардашев, *Красноярск*

Представления россиян о цифровых преступлениях

Изучаются представления россиян о совершаемых киберпреступлениях. Приводятся результаты исследования общественного мнения россиян по этому вопросу, в котором подчеркивается низкий уровень правовой грамотности и правовой культуры; искажение объективных данных о цифровых преступлениях из-за образов массовой культуры; неготовность осознать и принимать тот факт, что жертвой цифровых преступлений может стать любой человек, а также незнание о способах защиты цифровой информации личного характера.

Ключевые слова: цифровые преступления, киберпреступления, представления, общественное мнение, социальные установки.

R. G. Ardashev, *Krasnoyarsk*

Russian perceptions of digital crime

The article analyzes the perceptions of Russians about the cybercrimes committed. The results of a study of the public opinion of Russians about digital crimes are given, which emphasizes the low level of legal literacy and legal culture; distortion of objective data on digital crimes due to images of mass culture; unwillingness to realize and accept the fact that any person can become a victim of digital crimes, as well as ignorance about ways to protect personal digital information.

Keywords: digital crimes, cybercrimes, perceptions, public opinion, social attitudes.

Представления о преступлениях в общественном сознании формируются либо на основе личного опыта (человек либо сам нарушал закон, либо становился жертвой преступления со стороны других; либо через СМИ и сеть Интернет – формируется представление об уровнях преступности, количестве и особенностях преступлений).

Представления населения о цифровых преступлениях могут различаться в зависимости от уровня осведомленности и опыта с использованием информационных технологий. А также количества информации поступающей из СМИ и сети Интернет о вариантах цифровых преступлений и способах вовлечения в преступные махинации.

Готовность нарушать закон или ожидание того, что я могу стать жертвой преступления (О. А. Полюшкевич [5; 6], В. А. Скуденков [7; 8]) – размывает ценность закона, который выступает гарантом безопасности и обесценивает значимость работы представителей правоохранительных органов, не способных защитить рядового гражданина. Эти процессы становятся основой социального разобщения и дезинтеграции. Правовая незащищенность приводит к формированию ложных представлений (Р. Г. Ардашев [1–3], В. М. Мешков [4]) о том, кто и как может стать жертвой цифровых преступлений.

Особенности исследования. В исследовании приняло участие 1800 чел. в возрасте от 18 до 75 лет; 55 % женщин и 45 % мужчин; уровень образования: среднее – 14 %, средне-специальное – 24 %, высшее – 50 %, ученая степень – 12 %, проживают в разных регионах РФ. Опрос проводился через онлайн-опрос www.google.com в мае – июне 2023 г.

Анализ результатов исследования. Рассмотрим формальные показатели представлений о цифровых преступлениях среди россиян. Больше информации о механизмах киберпреступлений у более молодого поколения (18–35 лет – 56 %, 36–55 лет – 34 % и 56 лет и старше – 10 % осведомлены). Но в целом осведомлены о данных преступлениях 28 % опрошенных, а 72 % не обладают достоверной информацией. Что само по себе выступает настораживающим фактором.

Среди мужчин также больше информированных людей, чем среди женщин (62 и 38 % соответственно). В крупных городах более информированы, чем в малых или селах (крупные города – 60 %, малые города и села – 40 %).

Обобщая полученные данные, можно говорить о том, что в российском социуме недостаточно объективной информации о том, что такое цифровые преступления и кто и как может стать их жертвой. *Незнание и недооценка угрозы* становится наиболее распространенной составляющей общественного мнения – 34 %. Многие люди не осознают реальные риски, связанные с цифровыми преступлениями, и считают, что они касаются только крупных компаний или государственных организаций. Они могут недооценивать потенциальные угрозы и не принимать необходимые меры по обеспечению своей кибербезопасности.

При этом большая часть опрошенных (78 %) смогли назвать цифровые преступления (кража денег с банковской карты, взятие кредита третьими лицами по личным данным человека и т. д.) среди своих знакомых или жителей того же населенного пункта, где они проживают. Поэтому можем говорить о том, что есть дистанцирование от тех, кто стал жертвой цифровых преступлений и себя самого (со мной это точно не произойдет).

Это возможно потому, что есть установка в общественном сознании, *что жертва считается виновной* (презумпция виновности) 26 % – некоторые люди верят, что если они стали жертвами киберпреступления, то они сами виноваты в этом. Они могут считать, что использовали ненадежные пароли или были неаккуратными в обращении с личными данными.

Также стоит отметить правовую безграмотность, у значимой части опрошенных (15 %) – *обращение за помощью к правоохранительным органам* не выступает моментом, которым можно воспользоваться. Некоторые люди не понимают, что можно обратиться в полицию или другие правоохранительные органы в случае цифрового преступления. Они могут считать, что такие преступления не имеют приоритета или что их жалобы не приведут ни к чему. Это становится возможно, потому что не хватает правовой культуры и правовой грамотности населения. А также в СМИ не достаточно убедительно и масштабно раскрывается необходимость и возможность обращения в правоохранительные органы.

Мифы о киберпреступниках (15 %) люди могут иметь неверные представления о типичных киберпреступниках. Они могут представлять себе хакеров как одиноких гениев, работающих из подвала, или преступников, располагающих огромными ресурсами и технологическими знаниями. Это результат формирования образа киберпреступника через западные фильмы и сериалы, что не соответствует повседневным практикам цифровых преступлений, где «злодеем» может оказаться сосед по дому или коллега с работы, воспользовавшийся паролями (идентичными с рабочим компьютером и зарплатной картой). Обыденность киберпреступлений ставит многих в тупик, но от этого она не становится менее опасной системой преступлений настоящего и будущего.

Нет осведомленности о методах защиты (5 %) многие люди не знают эффективных методов защиты от цифровых преступлений. Они неизвестны различные способы аутентификации, использования защищенных паролей или основные меры предосторожности при работе и деловом общении в интернете. Этот момент также является следствием всех предыдущих – нежелание осознавать, что это может случиться со мной, отсутствие базовых правовых знаний приводят к фатальным последствиям.

Для борьбы с такими представлениями важно проводить образовательные программы и информационные кампании, чтобы повысить осведомленность населения о цифровом преступлении и признать его как серьезную угрозу, требующую соответствующей защиты и реакции. Это задача для органов власти, представителей общественных организаций и различных институтов образования, так как правовая грамотность и правовая культура не формируются в одночасье – их надо формировать и

развивать. Не имея государственной установки на развитие этих представлений, они и будут формироваться из несоответствующей действительности образов массовой культуры и разнообразных идей конспирологических теорий.

Литература

1. Ардашев Р. Г. Иррациональное пространство правовых представлений россиян // Миссия конфессий. 2020. Т. 9, № 2 (43). С. 255-258.
2. Ардашев Р. Г. Иррациональность общественного мнения: страхи взаимодействия с представителями органов власти // Миссия конфессий. 2020. Т. 9, № 3 (44). С. 340-344.
3. Ардашев Р. Г. Иррациональные тенденции в деятельности правоохранительных органов и спецслужб // Закон и право. 2020. № 7. С. 144-147.
4. Мешков В. М., Ардашев Р. Г. Иррациональные тенденции в теории и практике раскрытия преступлений // Закон и право. 2020. № 8. С. 124-127.
5. Полошкевич О. А. Борьба между правосудием и справедливостью в общественном сознании россиян // Социальная несправедливость в социологическом измерении: вызовы современного мира : сб. материалов. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2018. С. 702-704.
6. Полошкевич О. А. Нормы права в оценках общественности // Государство, гражданское общество и право: теоретико-прикладные вопросы соотношения и развития : материалы Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2019. С. 84-89.
7. Скуденков В. А. Влияние экономического кризиса на готовность населения нарушать закон // Социальные институты в правовом измерении: теория и практика : материалы II Всерос. науч.-практ. конф. ФГБОУ ВО «ИГУ» ; под общ. ред.: О. А. Полошкевич, Г. В. Дружинина. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2020. С. 104-108.
8. Скуденков В. А. Правовые и этические нормы в период пандемии // Социальные институты в правовом измерении: теория и практика : материалы III Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием ; под общ. ред. О. А. Полошкевич, Г. В. Дружинина. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2021. С. 137-138.

УДК 364.61

Л. Н. Батянова, *Иркутск*

Коррупция как угроза социальной безопасности общества

Раскрываются особенности нарушения процессов социальной безопасности общественного развития через развитие механизмов коррупции. Анализируются особенности разрушения социальных рамок и процессов общественного воспроизводства под давлением деструктивного воздействия коррупции как тактики и стратегии социального моделирования.

Ключевые слова: коррупция, угроза, социальная безопасность, общество.

L. N. Batyanova, *Irkutsk*

Corruption as a Threat to the Social Security of the Society

The article reveals the features of the violation of the processes of social security of social development through the development of corruption mechanisms. The features of the destruction of social frameworks and processes of social reproduction under the pressure of the destructive impact of corruption as a tactic and strategy of social modeling are analyzed.

Keywords: corruption, threat, social security, society.

Социальная безопасность общественного развития опирается на стабильно функционирующие социальные институты. Если имеется процесс нарушения социального воспроизводства, наблюдается дисфункция институтов гражданского общества, то появление коррупции как социального явления выступает закономерным процессом.

Социальная безопасность – это состояние общественного благополучия и безопасности, в котором члены общества могут свободно жить, работать, общаться и развиваться, не боясь нарушений своих прав и свобод. Она включает в себя факторы, такие как здоровье, благополучие, безопасность, экономическая стабильность, доступность и качество жизни.

Одним из основных компонентов социальной безопасности является здравоохранение. В здоровом обществе граждане имеют доступ к качественным медицинским услугам и лекарствам, а также наличию средств для профилактики заболеваний.

Кроме того, социальная безопасность включает в себя обеспечение безопасности и защиты прав населения. Это означает создание условий, в которых граждане могут чувствовать себя безопасно в своих домах, на улицах и на работе.

Фактором, важным для социальной безопасности, является экономическая устойчивость. Это означает, что люди должны иметь достаточный уровень дохода, чтобы обеспечить себе и своим семьям достойную жизнь. Это также необходимо для обеспечения стабильности производства, инфраструктуры и локальных экономических систем.

В общем, социальная безопасность является важным компонентом обеспечения стабильности и безопасности общества. Она зависит от широкого спектра элементов жизни, от экономической стабильности до охраны окружающей среды и обеспечения социальной справедливости.

Современная социальная ситуация является иллюстрацией нарушения социального порядка и разрушения основных механизмов воспроизводства социальной системы, так как коррупция присутствует в любой сфере как технология и стратегия решения необходимых задач. Поэтому коррупция выступает угрозой социальной безопасности общества.

Коррупция является серьезной угрозой для социальной безопасности общества, так как она подрывает принципы правового государства, создает неравенство, портит экономическое развитие и снижает жизненный уровень населения. Проблемы, связанные с коррупцией, охватывают все сферы жизни общества, такие как здравоохранение, образование, правосудие, политика, бизнес, и т. д. Коррупционные действия затрагивают интересы всех групп населения, особенно уязвимых слоев общества – малоимущих, неполноценно занятых, не имеющих доступа к качественным услугам и ресурсам.

Коррупция также является фактором, препятствующим развитию демократии. В условиях коррупционной среды граждане теряют доверие к выборам и политическим органам, поскольку часто выбирать приходится не между кандидатами с разными взглядами, а между теми, кто более или менее коррумпирован. Кроме того, коррупция становится причиной конфликтов между группами населения, ведет к социально-экономической нестабильности и потере инвестиционной привлекательности страны.

Коррупция может серьезно подорвать социальную безопасность общества. Она способна вызвать неверие в политическую систему и правительство, а также ослаблять законы, которые должны быть справедливыми и выполняться всеми членами общества.

Кроме того, коррупция может привести к усилению неравенства, тормозить экономический рост и создавать неблагоприятную бизнес-среду. Это может привести к ухудшению качества жизни населения и нанести ущерб социальной структуре общества.

А также, коррупция может способствовать проникновению преступности в общество и терроризма из-за финансирования коррумпированными деньгами.

Одним из разрушительных последствий коррупции является ухудшение условий здравоохранения, образования и инфраструктурных проектов, которые являются базовыми потребностями любого общества. Коррупция может также вызвать ущерб для экологии и окружающей среды, угрожая здоровью и благополучию миллионов людей.

Таким образом, коррупция является угрозой для социальной безопасности общества, ее наличие подрывает ценности и основы социальной структуры и становится причиной нестабильности и потенциальной опасности для всех граждан. Необходимо бороться с коррупцией, чтобы сохранить социальную безопасность и развитие общества как целого.

Мы провели исследование оценки коррупции социальной безопасности общества в общественном сознании жителей Иркутской области. Всего приняло участие 1200 чел., в возрасте от 18 до 75 лет, 55 % женщин и 45 % мужчин, 70 % проживают в городах и 30 % в селах.

Коррупцию как угрозу обществу воспринимают только 42 % опрошенных, коррупцию как необходимое условие жизни, как важную сторону жизни – оценивают 31 %, коррупцию как позитивное явление, так как оно указывает на имеющиеся пробелы в социальном устройстве – отмечают 27 % респондентов. Иными словами, коррупция как данность, как факт, с которым смирились (по разным причинам) распространена среди большей части участников исследования – 73 %. Это тревожащие данные, так как они показывают уровень укорененности коррупции как механизма и

технологии решения актуальных задач, соответственно – как рабочую технику и технологию социального развития (но по факту деградации).

На вопрос о том, видят ли россияне перспективы решения проблем коррупции в будущем, мы выяснили, что большая часть не видит: убрать коррупцию из нашего общества невозможно – 46 %, можно изменить ее структуру и формы проявления, но не саму суть – 33 % и только 21 % думает, что можно избавиться от коррупции. Это указывает на коррупцию как стратегию социального развития для большей части опрошенных, с которой невозможно бороться, но можно регулировать.

Социальная безопасность общества встает под угрозу от воздействия коррупции так как нет четко отлаженных законов и механизмов регулирования социальных отношений, так как благодаря коррупции неизбежные вещи становятся гибкими и легко манипулируемыми. Это фиксация на точке слабости всей социальной системы.

Угроза для общества осуществляется через следующие процессы:

1. Ухудшение качества жизни населения (22 %). Коррупция влияет на качество предоставляемых государством услуг, таких как здравоохранение, образование, транспорт и др. Из-за коррупции общественные средства могут быть направлены не на реализацию общественных нужд, а на личные интересы чиновников или бизнесменов.

2. Эрозия институтов государственной власти и права (18 %). Коррупция может влиять на независимость судебной системы, политические выборы и деятельность местных органов власти. Это приводит к тому, что люди теряют доверие к правительству и институтам, что может вызвать нестабильность в обществе.

3. Негативное влияние на экономический рост (15 %). Коррупция влияет на экономический рост и развитие, так как она создает неблагоприятную бизнес-среду и заставляет предпринимателей заниматься неэффективными расходами при выполнении государственных заказов.

4. Усиление неравенства и нарушение прав человека (25 %). Коррупция ослабляет уровень социальной защищенности населения, что может приводить к массовой безработице, криминальности и нарушению прав человека.

5. Увеличение возможностей для финансирования терроризма и преступной деятельности (20 %). В силу своей природы коррупция может также использоваться для финансирования террористических групп, перемещения наркотиков или оружия через границы.

В целом коррупция опасна для общества, так как она подрывает основы правового и социального государства. Вместе с тем борьба с коррупцией должна быть важнейшим приоритетом правительства и граждан, чтобы создать более справедливое и равноправное общество для всех.

В работах Р. Г. Ардашева [1,2] отражены бессознательные образы развития коррупционных смыслов и символов, в исследовании Р. В. Иванова [3] – стратегии противодействия коррупции, в работах О. А. Полюшкевич [4; 5] раскрываются этические вопросы современности, а в исследованиях А. Н. Пружинина [6] показана роль антикоррупционной деятельности в социальном моделировании. Иными словами, с разных сторон раскрывается – какие угрозы может принести коррупция для социальной безопасности общества.

В борьбе с коррупцией необходимы различные меры, такие как повышение культуры гражданского сообщества, укрепление правовых институтов, повышение прозрачности государственных процессов, инициативы по предотвращению конфликта интересов и взяточничества. Только тогда возможно обеспечить социальную безопасность общества и обеспечить свободу и справедливость для всех граждан.

Литература

1. Ардашев Р. Г. Бессознательные образы антикоррупционной политики России // Практика противодействия коррупции: проблемы и достижения : материалы XI Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Казань : КГУ, 2021. С. 15–19.
2. Ардашев Р. Г. Иррациональные представления молодежи об антикоррупционной культуре в России // Антикоррупционная культура и молодежь в России и Китае: современное государство, бизнес, общество : сб. ст. ; под ред.: А. В. Петрова, О. П. Горьковой, Инь Шаша, Ян Юнькэ. СПб., 2020. С. 44–49.
3. Иванов Р. В. Противодействие коррупции: стратегии и модели на муниципальном уровне // Антикоррупционная культура и молодежь в России и Китае: современное государство, бизнес, общество : сб. ст. ; под ред.: А. В. Петрова, О. П. Горьковой, Инь Шаша, Ян Юнькэ. СПб., 2020. С. 106–110.
4. Полюшкевич О. А. Истина моделируется // В поисках социальной истины : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. ; под общ. ред. О. А. Полюшкевич. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. С. 7.
5. Полюшкевич О. А., Журавлева И. А., Дружинин Г. В. Этические основы противодействия коррупции. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2019. 192 с.
6. Пружинин А. Н. Роль антикоррупционной деятельности в социальном моделировании // Антикоррупционная культура и молодежь в России и Китае: современное государство, бизнес, общество : сб. ст. ; под ред.: А. В. Петрова, О. П. Горьковой, Инь Шаша, Ян Юнькэ. СПб., 2020. С. 110–113.

УДК 331.1

А. В. Булатова, Т. Н. Чунихина, *Краснодар*

Организационные и мотивационные факторы управления командой удаленных сотрудников

В статье рассматривается удаленная организация трудовой деятельности сотрудников в современных условиях. Выделяется значимость мотивации при организации удаленной работы сотрудников компании, а также харизме и управленческих навыках руководителя.

Ключевые слова: удаленная работа, команда, мотивация, команда удаленных сотрудников, руководитель.

А. В. Bulatova, T. N. Chunikhina, Krasnodar

Organizational and Motivational Factors of Managing a Team of Remote Employees

The article deals with the remote organization of labor activity of employees in modern conditions. The importance of motivation in organizing remote work of company employees, as well as the charisma and managerial skills of the leader, is highlighted.

Keywords: remote work, team, motivation, team of remote employees, manager.

Множество фирм, учреждений, организаций ищут различные пути модернизации системы управления персонала. Одним из подобных вариантов выступает организация команды удаленных сотрудников. Данное направление организации трудовой деятельности является достаточно молодым, и несмотря на имеющиеся преимущества, удаленной работы, в ней можно выделить существенный недостаток – отсутствие мотивации.

Online-команда подразумевает под собой работу, использующую главные достоинства интернета, как быструю связь, повсеместную доступность и многозадачность, превращая их совокупность в виртуальное рабочее место. С. В. Иконников предлагает делить online-команды на распределенные и удаленные [2]. Распределенная команда представляет собой группу людей, которые находятся в разных географических точках и сотрудничают удаленно, решая разные производственные задачи, а команда удаленных сотрудников – это группа работников, физически не присутствующих на рабочем месте, но деятельность которых направлена на достижение общих целей одной компании, над одним проектом и в целях достижения единых общих целей.

А. А. Денисова предлагает иной вариант классификации организации удаленной команды. Она выделяет: команды-спутники, где сотрудники работают над одним проектом, но при этом находятся в разных офисах; удаленные сотрудники в команде, где большинство сотрудников работают в офисе, но несколько человек работают из дома; «remote first» – компании, где команды полностью удаленные, но несколько человек все равно работают в офисе для того, чтобы обеспечивать коммуникацию между сотрудниками; полностью удаленные команды, где предполагается работа всех сотрудников удаленно, а общение происходит посредством общих чатов и видеоконференций [1].

Каждая форма организации команда удаленных сотрудников имеет свои особенности, которые необходимо учитывать в процессе управления, и именно от руководителя в первую очередь зависит то, насколько эффективно команда будет работать «из дома» и продуктивно взаимодействовать между собой ее члены. К достоинствам подобной организации труда можно отнести: гибкость и адаптивность команды; креативность сотрудников; высокий уровень компетентности; безопасность рабочих мест; постоянное использование информационных технологий, т. е. цифровое развитие; скорость формирования и реализации трудовой деятельности. Важно обратить внимание, на то, что сам работник в полной мере реализует трудовую функцию, определяя для себя формы труда: непосредственную работу у работодателя или дистанционно (удаленно) [6].

Также можно отметить и определенные риски. Они связаны с разным уровнем цифровой компетентности членов команды; проблемой контроля и учета рабочего времени; отсутствием полноценных живых коммуникаций; проблемы формирования командного духа и доверия среди членов команды. Важно помнить, что человеческое общество находится в непосредственной зависимости от непрерывной коммуникации между людьми, другими словами от социальной коммуникации [5].

На наш взгляд, первостепенной задачей эффективной работы является организация коммуникации, которая необходима для социализации удаленных сотрудников, чтобы они не чувствовали себя оторванными от команды и были полноценной частью коллектива. Важно заранее регламентировать правила коммуникации, например, сроки реагирования на сообщения и письма, формы обратной связи.

Однако идеальное общение еще не залог качественной работы сотрудников. Поэтому следующим шагом руководителя удаленной команды должна стать организация деятельности работников по продуктивному выполнению профессиональных обязанностей. Для эффективного управления руководителю следует соблюдать следующие правила: использовать единые инструменты для работы (необходимо обеспечить сотрудников одинаковыми сервисами и софтом); документировать процессы (чем больше зафиксировано и записано, тем лучше работают процессы, и тем организованней будут сотрудники); тщательно подходить к подбору персонала (далеко не все сотрудники подходят для удаленной работы, идеальными специалистами для удаленной команды являются высокоорганизованные люди, способные нести ответственность и продуктивно работающие без тотального контроля); ставить понятные задачи; следить за дедлайнами, задачами и рабочим временем.

Важно также следить, чтобы производственные задания распределялись между сотрудниками в равном объеме, согласно должностным инструкциям и условиям трудового договора. Работодателю сложно контролировать нахождение удаленного сотрудника на рабочем месте, однако, используя специальные программы учета рабочего времени и посещаемости, возможно. Например, рабочая деятельность сотрудников может отслеживаться посредством программы SAP Logon, где глава фирмы имеет дистанционный доступ к рабочему месту каждого сотрудника и может отметить для себя такие аспекты деятельности сотрудника, как: время захода в систему, время выхода, производительность труда, количество и качество выполненной работы и др.

Зачастую, строгий контроль приводит к снижению производительности труда, а лучшим вариантом будет предоставление относительной свободы действий и решений, которая необходима сотрудникам в подобном формате работы. Удаленный формат работы наиболее приемлем тем работникам, которые сочетают работу и учебу, ищут дополнительный заработок или подработку. Это преимущественно молодые специалисты, психологические ожидания которых от такой работы связаны с внутренним чувством удовлетворения и возможностью творческого роста.

Удаленная работа эффективна только при взаимном доверии и единстве руководителя и членов команды. Чувство единения обеспечивает команде стабильность и устойчивость в условиях разнообразных культурных традиций и разнонаправленных индивидуальных устремлений [3]. Чтобы выстроить это доверие, руководителю нужно научиться понимать, что важно для сотрудников, какие у них потребности. Основываясь на потребностях конкретного человека, можно выстроить эффективную работу с ним благодаря индивидуальному подходу и человеческому отношению [4]. Значимо в работе удаленной команды и постоянное поддержание личного общения, обмен опытом, обсуждение достигнутых результатов и неудач. Данные процессы значимы еще и при этапе получения удаленного образования, но наиболее полно раскрываются при профессиональной реализации на удаленной основе [8; 9].

Руководитель должен уделять значительное внимание мотивации своих работников. Миссия и общая цель связывает удаленную команду. Важно, чтобы руководитель доносил задачи компании, трудности, с которыми она сталкивается, пути их преодоления. Помочь в решении данной задачи может целенаправленная и систематическая работа над формированием корпоративной культуры и идентичности сотрудников [7].

Еще один важный фактор – поощрения и развитие инициативы сотрудников. Большинство сотрудников работают усерднее, когда руководитель ценит их работу и публично благодарит за нее.

Стоит отметить, что эффективная работа удаленной команды во многом определяется дисциплинированностью самих членов команды. Сам работник определяет ритмичность своего труда, пропорциональность его производительности, организацию и обслуживание рабочего места, создание комфортных условий труда.

В целях изучения проблемы организации и мотивации сотрудников удаленной команды было проведено социологическое исследование методом интернет-опроса среди работников Отдела учета расчетов с персоналом пассажирского хозяйства филиала ОАО «РЖД» в г. Краснодаре. Сотрудники отдела были переведены на удаленную работу в 2020 г., что позволяет говорить о формировании определенного опыта работы в команде. Общее количество опрошенных составляет 35 чел., все сотрудники вышеуказанного отдела женщины.

На вопрос «Устраивает ли сотрудников удаленная форма работы?», ответы распределились следующим образом: 37,15 % – выбрали вариант ответа «да», 57,15 % – «скорее да, чем нет» и 5,7 % затруднились ответить. Такие ответы позволяют утверждать, что большинство респондентов устраивает подобный формат работы.

Среди преимуществ работы в удаленном формате опрошенные назвали: «экономия времени» – 100 %, «качественное выполнение работы» – 82,86 %, «возможность работы из любой точки города/страны» – 45,71 %, «возможность совмещения основной работы с иной» – 34,28 %.

К недостаткам работы команды удаленных сотрудников, на своем опыте, все респонденты (100 %) отнесли «полную изоляцию/оторванность от общества», 80 % отметили «ограниченное поступление актуальной информации», а 22,86 % – «сложности, связанные с организацией труда/рабочего места», и лишь 8,6 % указали на возможный «риск переработки».

Далее, в интернет-опросе было предложено утверждение, звучавшее так: «Вы точно можете утверждать, что при организации работы команды удаленных сотрудников у Вас повысилось:...», где предлагались варианты ответов, учитывающие мотивационные факторы реализации рабочей деятельности команды удаленных работников. Из перечня возможных утверждений, сотрудниками отдела были выбраны следующие: в 72,73 % случаях – это «внутреннее чувство удовлетворения от работы», в 63,64 % – «возможность творческого и делового роста», в 40,1 % – «высокая степень ответственности за выполняемое дело», но в то же время 37,15 % респондентов не выбрали ничего из перечисленного. Таким образом, не все сотрудники отмечают для себя мотивационные факторы при реализации трудовой деятельности в команде удаленных работников.

На вопрос: «Какие из перечисленных факторов соблюдаются в полной мере при организации работы команды удаленных сотрудников на вашей практике?» все опрошенные отметили вариант «организация рабочего места и их обслуживание», т. е. всем удаленным сотрудникам приходится самостоятельно заниматься вопросом организации своего рабочего места и прочих мелких аспектов по типу интернета, электричества и т. д. В 91,42 % случаях был выбран ответ – «создание благоприятных условий труда», т. е. таких условий, которые наиболее комфортны тому или иному сотруднику, что еще раз обращает внимание на самостоятельную организацию рабочего пространства. В 68,57 % случаях респонденты отметили «пропорциональность производительности», и в 37,14 % – «ритмичность труда», что свидетельствует о плавной и равномерной организации трудовой деятельности.

Заключительным вопросом в интернет-опросе является вопрос о том, какое отношение у опрошенных к организации работы команды удаленных сотрудников? Их ответы распределились следующим образом: большинство – 74,0 % положительно относятся к подобному формату работы, что может быть связано как с преимуществами организации подобной трудовой деятельности, так возрастом респондентов, являющихся преимущественно молодыми специалистами, совмещающими работу и учебу, или для которых подобная работа позволяет иметь дополнительный заработок.

Таким образом, успешная работа сотрудников удаленной команды будет зависеть как от самостоятельного саморегулирования своих возможностей, со стороны работников, так и со стороны самого руководителя. Именно руководитель, благодаря своим управленческим компетенциям может влиять на подчиненных для реализации более оперативной и успешной работы, поднятия мотивации и командного духа.

Литература

1. Денисова А. А. Организация работы и коммуникаций удаленных сотрудников // Вектор экономики. 2019. № 7. С. 49–59.
2. Иконников С. В. Управление удаленными командами // Московский экономический журнал. 2020. № 9. С. 255–259.
3. Максимов М. И., Агюев Э., Володин Ю. С. Управление дистанционным персоналом: возможности и основные проблемы // Экономика и управление: проблемы, решения. 2020. Т. 2, № 5. С. 127–132.
4. Нагибина Н. И., Бестужев А. А. Эффективная организация труда «удаленных» сотрудников: от функциональных задач к программному обеспечению // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. 2020. Т. 9, № 6. С. 62–69.
5. Хотина Ю. В., Бочкарева А. С. Социальные коммуникации в сфере образования в Российской Федерации: из истории взаимодействия отечественного рынка образовательных услуг и PR // Филологические и социокультурные вопросы науки и образования : сб. материалов III Междунар. науч.-практ. конф. Краснодар, 25 окт. 2018 г. Краснодар : Кубан. гос. технол. ун-т, 2018. С. 955–961.

6. Чунихина Т. Н. Истинное понимание свободы труда и ее рамки: юридический аспект // В поисках социальной истины : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Иркутск, 29 ноября 2021 г. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2021. С. 246–252.

7. Яковлева И. П., Лысенко А. И. О необходимости формирования корпоративной идентичности сотрудников бизнес организаций в России: современные проблемы, особенности, тенденции // Семнадцатые Кайгородовские чтения: культура, наука, образование в информационном пространстве региона : сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Краснодар, 13 апреля 2017 г. Краснодар : КГИК, 2017. С. 202–204.

8. Журавлева И. А. Экспертный анализ социального моделирования виртуального обучения // Экспертные институты в XXI веке: цивилизационные и цифровые концепции меняющегося мира : сб. науч. тр. Второй междунар. науч.-практ. конф. / науч. ред. Т. И. Грабельных. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2023. С. 254–259.

9. Журавлева И. А. Восприятие студентами удаленного обучения в университете // Alma Mater (Вестник высшей школы). 2020. № 8. С. 12–15.

УДК 347.4

К. П. Ермоченко, *Смоленск*

Блокчейн-арбитраж (on-chain arbitration) как механизм разрешения споров, возникающих из смарт-контрактов

Представлены современные способы блокчейнового-арбитража, который является одним из механизмов разрешения споров, возникающих из смарт-контрактов. Дана характеристика конкретным проектам и платформам on-chain arbitration. Сделан вывод, что сегодня в силу слабого законодательного оформления в вопросе регулирования смарт-контрактов, а также споров, которые он может вызвать, нельзя полностью отказаться от безблокчейнового арбитража.

Ключевые слова: цифровая трансформация, информационная система, смарт-контракт, блокчейн, споры, блокчейн-арбитраж.

К. P. Ermochenko, *Smolensk*

Blockchain Arbitration (On-Chain Arbitration) as a Mechanism for Resolving Disputes Arising from Smart Contracts

The article presents modern methods of blockchain arbitration, which is one of the mechanisms for resolving disputes arising from smart contracts. The author characterizes specific on-chain arbitration projects and platforms. It is concluded that today, due to the weak legislative formalization in the regulation of smart contracts, as well as the disputes that it can cause, it is impossible to completely abandon blockchain-free arbitration.

Keywords: digital transformation, information system, smart contract, blockchain, disputes, blockchain arbitration.

Развитие современного информационного общества характеризуется процессом стремительного встраивания во все сферы общественной жизни агентов «мира цифры и информации», которые определяют направленность дальнейшего развития отдельных социальных структур и институтов. Эти «информационные агенты» постоянно трансформируются, но для того чтобы они прочно вошли в привычную жизнь человека в условиях цифровой трансформации, необходимо их постоянное нахож-

дение в цифровом пространстве, подкрепленное законодательной нормой. В противном случае они просто останутся в форме «цифрового зародыша», не нашедшего своего применения [4, с. 242].

Такой достаточно новой, но противоречивой «информационной новеллой» является смарт-контракт, который сегодня считается более чем актуальным явлением, имеющим целый ряд противоречий, тормозящих его повсеместное использование в реальной жизни. Сегодня говорить о том, что смарт-контракт может заменить традиционную бумажную конструкцию, мы не можем по ряду объективных причин. К их числу в первую очередь следует отнести характер правового регулирования смарт-контракта и разрешение споров, относящихся к ним.

Сегодня смарт-контракт выступает той автономной децентрализованной информационной системой, которая способна обеспечить безопасное осуществление сделки. При этом для ее сторон она гарантирует проверку и контроль соблюдения всех условий, что позволяет минимизировать распространение возникающих спорных и конфликтных ситуаций между участниками переговоров.

Следует отметить, что в научной литературе смарт-контракт определяется и как правовой договор, и как компьютерная программа. Так, например, в среде юристов часто под термином «смарт-контракт» подразумевается «правовой договор или элемент договора, который заключается в электронной форме с автоматизированным с помощью компьютерной программы исполнением возникшего обязательства» [7, с. 101].

По своей функциональной сути смарт-контракт можно сравнить со своего рода «необычным» торговым автоматом, где автономность и выполнение всех обязательств являются его «долгом». Помимо автономности, смарт-контракт полезен еще и тем, что не требует присутствия третьего лица, создавая доверительные отношения между участниками сделки, которые возможны благодаря самоисполняемости смарт-контракта и невозможности вмешиваться в его исполнение. При несоблюдении условий, которые предъявляет смарт-контракт, в автоматическом режиме может произойти наложение на нарушителя штрафа.

Следует сказать, что явление смарт-контракта возникло в далеком 1994 г. и обязано криптографу, ученому-информатику Нику Сабо, который нашел возможность с помощью совокупности математических алгоритмов, примененных к специально установленному им компьютерному протоколу, таким «нетрадиционным» способом совершать сделки, обеспечив полный надзор за процессом их выполнения. Но для этого был необходим полный централизованный контроль, что на тот момент было невозможно. В связи с этим, полностью реализовать идею данного способа совершения сделки стало возможно лишь в 2008 г. с использованием

технологии блокчейн. Она представляет собой цифровую базу данных, записи в которой представлены в виде блоков и отражают все совершенные транзакции.

Многофункциональность смарт – контракта позволяет его широко применять при краудфандинге, с целью формирования нового продукта, для процедуры первичного размещения цифровых токенов (Initial Coin Offering), для контроля прав интеллектуальной собственности и т. д. Сегодня многие ведущие компании и организации, например, Eleks, Hash-Cash, прибегают к применению смарт-контрактов в своей работе. В России тоже смарт-контракт постепенно встраивается в деятельность организаций. Так, с помощью блокчейн-платформы Hyperledger, в 2018 г. был заключен смарт-контракт между Альфа-банком, российской авиакомпанией S7 Airlines и «Газпромнефть-Аэро». А уже во второй половине 2023 г., по заявлению депутата Государственной Думы Анатолия Аксакова, возможно появление первых смарт-контрактов с использованием цифрового рубля.

Но полностью потенциал смарт-контрактов не раскрыт. Они применяются не повсеместно, и это связано, в частности, с их слабым законодательным оформлением. Следует отметить, что большинство российских и зарубежных авторов считают необходимым законодательное регулирование в том объеме, который способен полностью обеспечить реализацию прав человека и их защиту. То есть, положение смарт-контракта в сфере права должно быть полностью подчинено интересам человека и никаким образом не нарушать их, соблюдая основополагающий принцип гуманизма и верховенства права [5, с. 6].

Явные трудности по законодательному оформлению смарт-контракта связаны еще и с тем, что сегодня юридическая доктрина не способна однозначно выявить природу смарт-контракта, определяя его и как новую форму взаимодействия договаривающихся сторон, и как автономную форму сделки, которая не требует внешнего вмешательства. Возможно, в какой-то степени эту неопределенность при определении природы смарт-контракта определяет механизм его возможной реализации, который не может находиться вне цифровых технологий и пространства. В связи с этим, однозначно точно можно сказать, что смарт-контракт сегодня не способен вытеснить иные используемые в обороте договорные формы [8, с. 47].

Несмотря на многочисленные преимущества смарт-контрактов в сравнении с традиционными бумажными конструкциями, следует отметить, что они порождают большое количество споров, ставящих правовые системы современности в затруднительное положение, потому что они очень часто не имеют специальных механизмов защиты прав конкретно

по смарт-контрактам. Сегодня только складываются основные подходы правоприменительной практики в этом вопросе, основой для которых в первую очередь является положение о признании права на справедливое судебное разбирательство как одного из важнейших прав человека (ст. 6 Конвенции о защите прав человека и основных свобод).

Споры, возникающие из смарт-контрактов, часто могут быть вызваны нарушениями процедуры кодирования, которые оказывают сильное влияние на производительность всей функциональной системы смарт-контракта. Также сильные расхождения могут быть между версиями смарт-контракта на кодировании и естественным языком. Неточная подача данных для смарт-контракта в свою очередь может стать серьезной проблемой для сторон его заключивших. Ну и самая главная причина, которая способна привести к серьезным спорам, уже была отмечена выше при характеристике современного уровня законодательного оформления такого вида или формы контрактов: последующие изменения законодательства или нормативных актов могут сделать выполнение смарт-контракта незаконным.

Несмотря на очевидную сложность механизма разрешения споров, вызванных смарт-контрактами, следует сказать, что сегодня существуют помимо традиционных арбитражных институтов (безблокчейновый (традиционный) арбитраж (off-chain arbitration)) новые механизмы, специально предназначенные для разрешения именно такого рода споров в глобальной децентрализованной среде (блокчейн-арбитраж (on-chain arbitration)) [3].

Сюда относятся проекты, во-первых, предусматривающие разрешение споров посредством создания специального арбитража, сочетающего в себе преимущества международного коммерческого арбитража и технологии блокчейн. Они, как правило, предполагают автоматизацию отдельных элементов разбирательства, механизм которого в большей степени схож с международным арбитражем, решение которого исполняется традиционным способом, т. е. предполагает необходимость обращения для этого в государственный суд, либо автоматически исполняется при помощи смарт-контракта.

Таким механизмом блокчейн-арбитража, в частности, является проект Juris, вся работа которого построена на блокчейновском протоколе Juris Protocol Mediation and Arbitration, главной особенностью которого – это открытый исходный код. При возникновении спора сторона инициирует протокол путем подачи жалобы (Formal Complaint). Система приостанавливает дальнейшее исполнение смарт-контракта, генерирует нейтральный адрес блокчейн-кошелька, в который перемещаются все

средства, внесенные на счет смарт-контракта, и уведомляет другую сторону о возникновении спора. После этого инициируется процедура Self Mediation или SNAP.

Еще одним проектом, основанным на технологии блокчейн, является Mattereum, который предполагает создание инфраструктуры, где право собственности, ее токенизация и передача осуществляются полностью на блокчейне [1]. Его отличительной особенностью является использование Рикардских контрактов (Ricardian Contracts), под которыми понимаются «верифицированные криптографическим способом документы, подписанные цифровой подписью, и доступные для считывания как в электронном, так и в текстовом виде» [6]. Эти контракты делегируют юридические полномочия двум внешним системам: смарт-контракту на блокчейне и арбитражу, в который будут передаваться все возникающие между сторонами споры. Проект предполагает создание децентрализованного арбитража, соответствующего требованиям Нью-Йоркской конвенции о признании и приведении в исполнение иностранных арбитражных решений 1958 г. и, как следствие, обладающего правом вынесения юридически обязательных решений, которые будут исполняться в соответствии с данной Конвенцией [2].

Во-вторых, к блокчейн-арбитражу (on-chain arbitration) относятся проекты, предполагающие создание децентрализованной «квазисудебной» системы. По своей сути это принципиально новые уникальные платформы, специально предназначенные для разрешения споров, возникающих из смарт-контрактов. Их суть заключается в попытке создания квазисудебной системы, где в качестве судей (членов жюри) выступают зарегистрированные на соответствующей платформе пользователи, которые избираются при помощи метода генерации случайных чисел и остаются анонимными для сторон спора. Решение принимается путем голосования, причем каждый из судей голосует отдельно и не знает, к какому выводу пришли другие члены жюри. Примерами таких проектов являются блокчейн-протокол Oath, платформа Jury.Online.

Протокол разрешения споров Oath смоделирован по системе общего права присяжных и использует блокчейн, криптографические алгоритмы, случайные алгоритмы, связанные с категориями и атрибутами, уровень кредитования присяжных и технологию отслеживания дел. Oath создает децентрализованный, стандартный и расширяемый публичный независимый от цепочки протокол, который защищает права и активы пользователей dApp.

Таким образом, блокчейн-арбитраж (on-chain arbitration) является одним из механизмов разрешения споров, возникающих из смарт-конт-

трактов, который позволяет отойти от традиционного арбитража. С учетом того, что технологии постоянно модернизируются, возникают новые информационные способы и механизмы регулирования устоявшихся отраслей и рынков, смарт-контракт в будущем, возможно, прочно войдет в жизнь организаций, предприятий и человека в целом. Поэтому очень важно уже сегодня решить те явные проблемы и неточности, которые имеет современные правовые системы. В частности, в вопросе разрешения споров, потому что число блокчейн-платформ, которые сегодня способны урегулировать спорные ситуации, вызванные смарт-контрактами, постоянно растет, а остается на месте нерешенная проблема способов унификации в сфере регулирования. Также, степень, в которой арбитраж может стать автоматизированным, в настоящее время, неясна и может потребовать некоторых проб и ошибок в ближайшие годы.

Литература

1. Knight R. Announcing the Mattereum summary White Paper. URL: <https://medium.com/humanizing-the-singularity/announcing-the-mattereum-summary-white-paper-36cb2a817a3a> (дата обращения: 11.08.2023).
2. Summary White Paper. Mattereum Protocol: Turning Code Into Law. URL: https://mattereum.com/upload/iblock/784/mattereum-summary_white_paper.pdf (дата обращения: 10.08.2023).
3. Szcudlik K. On-chain~ and off-chain~ arbitration: Using smart contracts to amicably resolve disputes. URL: <https://newtech.law/en/on-chain-and-off-chain-arbitration-using-smart-contracts-to-amicably-resolve-disputes/> (дата обращения: 10.08.2023).
4. Ермоченко К. П. Смарт-контракт сегодня: «умный договор» в системе правовых отношений или малоэффективный «цифровой зародыш» самостоятельной договорной конструкции // Цифровые технологии и право : сб. науч. тр. I Междунар. науч.-практ. конф. Казань, 23 сент. 2022 г. : в 6 т. / под ред. И. Р. Бегишева [и др.]. Т. 4. Казань : Познание.2022. С. 240–244.
5. Мамаева Н. В. Смарт контракты и их особенности // Наука и образование сегодня. 2018. № 2 (25). С. 6–7.
6. Обзор ICO проекта Mattereum. URL: <https://ffc.media/ru/overviews/ico-mattereum-project-review/> (дата обращения: 11.08.2023).
7. Савельев А. И. Некоторые правовые аспекты использования смарт-контрактов и блокчейн-технологий по российскому праву // Закон. 2017. № 5. С. 94–117.
8. Сеницын С. А., Дьяконова М. О., Чурсина Т. И. Смарт-контракты в цифровой экономике: договорное регулирование и разрешение споров // Цифровое право. 2021. Т. 2, № 4. С. 40–50.

УДК 338.53+334.42

А. А. Журавлева, *Иркутск*

Цифровые технологии бизнеса России и Китая

Показывается, как внедряются цифровые технологии в бизнес-среде России и Китая. Рассматриваются способы и инструменты продвижения Китая в цифровизации бизнеса и в целом экономики, анализируются слабые стороны российской экономики и делаются выводы о необходимости развития цифровых технологий и синхронного развития цифровой экономики России и Китая.

Ключевые слова: цифровой бизнес, цифровые технологии, Россия, Китай, проблемы цифровизации.

A. A. Zhuravleva, *Irkutsk*

Digital Business Technologies in Russia and China

The article shows how digital technologies are being introduced into the business environment of Russia and China. The methods and tools for promoting China in the digitalization of business and the economy as a whole are considered, the weaknesses of the Russian economy are analyzed and conclusions are drawn about the need to develop digital technologies and the synchronous development of the digital economy of Russia and China.

Keywords: digital business, digital technologies, Russia, China, problems of digitalization.

В современном мире меняются многие сферы жизни: от социальной сферы, до новых механизмов управления, от производственных технологий, до появления новых институтов. На этом фоне осуществляется внедрение и расширение нового формата развития бизнеса – через цифровые платформы.

В процессах цифровизации мира могут возникать идеи конспирологических теорий (Р. Г. Ардашев [3; 4]), социальных условий развития бизнес-процессов (А. А. Журавлева [5–8]) или технологических инструментов изменения политики (Д. О. Ямпольская, С. Го [9]) – в любом случае, эти действия приводят к изменению цифровой инфраструктуры всего мира и требуют внимания и анализа сильных и слабых сторон как со стороны теоретиков-ученых, так и со стороны практиков-бизнесменов.

Флагманом цифрового бизнеса выступает Китай – государство, где онлайн-торговля и услуги занимают более 70 % экономики, показывает возможные стратегии развития бизнес-моделей. В Китае принята программа «План развития цифрового Китая» [1], где обозначены плановые перспективы и возможности конкретного развития цифрового бизнеса (сочетание плановой и капиталистической экономики оптимально реализуется в КНР).

Цифровизация бизнеса в России не сравнима с Китайскими темпами. Вклад цифровой экономики в ВВП России оценивается в 2,8 % (для сравнения – в Китае этот показатель выше 30 %). Согласно 14-му пятилетнему плану социально-экономического развития КНР на 2021–

2025 г. и плану стратегического развития до 2035 г., Китай должен способствовать глубокой интеграции цифровой экономики в реальную экономику, ускорить построение новой модели развития на долгосрочный период, как развития внутри страны, так и на уровне глобального рынка. Особое внимание уделяется международной кооперации в сфере развития цифровых технологий. Цифровая экономика продемонстрировала значительный темп развития, а бизнес-модели в таких областях, как электронная коммерция, онлайн-образование, телемедицина и онлайн-офис, ускорили развитие инноваций, что дает возможность Китаю поддерживать стабильность развития [2].

Развитию цифровизации экономики и бизнеса в Китае способствует:

1. Поддержка, развитие и инвестирование в цифровую инфраструктуру (от больших данных и искусственного интеллекта, 5G и т. д.), что приводит к интенсивному развитию новых технологий и эффективного инфраструктурного обеспечения любого производственного, торгового или иного бизнес-процесса.

2. Сфера торговли – приоритет развития для государства и цифровые технологии разрабатываются с учетом ее интересов.

3. Механизмы цифровых технологий разрабатываются с учетом запросов и проблем малого и среднего бизнеса Китая: развитие взаимодействия с клиентами, интеллектуальные алгоритмы отслеживания потребительских предпочтений и проч.

4. Экосистема цифровой торговли поддерживается высококлассными специалистами и передовыми технологиями, что дает значимые преимущества на мировом рынке цифровой торговли.

В России, увы, подобные процессы пока не реализуемы. Нет цифровой стратегии развития экономики страны, не вкладываются средства в обеспечение технологической базы, а также человеческих ресурсов, способных конкурировать на достойном уровне с коллегами из других стран. Пока Россия выступает поставщиком интеллектуальных и сырьевых ресурсов для многих сфер экономики практически во все развитые страны мира.

Китай начал с трансформации методов производства, изменении методов управления и изменении образа жизни населения в целом, полагаем, что Россия может также воспользоваться данной стратегией для ускорения процессов цифровизации. А также учитывать проблемные зоны цифровизации экономики Китая в своих интересах, для эффективного развития.

А именно, в Китае достаточно слабо представлена фундаментальная разработка элементарной базы для ведения цифрового анализа, программное обеспечение для промышленного оборудования, основные

компоненты и базовые алгоритмы технологических процессов поставляются иностранными компаниями.

Также стоит учитывать неравномерное территориальное и не одинаковое развитие различных сфер бизнеса с использованием цифровых технологий. Если Российские компании начнут активное продвижение в тех сферах, где не столь развиты цифровые технологии, то эффективность развития будет более продвинутой.

Помимо этого, стоит учитывать, что развитие цифровой инфраструктуры требует постоянного обучения и переобучения персонала, новые технологии могут разрабатываться при наличии новых знаний. Поэтому уровень и качество обучение может стать основой для социально-экономического прорыва российских бизнес-технологий в цифровом пространстве, при условии, что позитивный и негативный опыт Китая будет учтен в практических решениях и стратегиях развития бизнес-среды.

Литература

1. Создавая Цифровой Китай, Генеральный секретарь Си встает у руля и определяет будущее // Информационный бюллетень по строительству Цифрового Китая. URL: <http://www.sic.gov.cn/News/609/9738.htm> (дата обращения: 01.09.2023).
2. 14-й пятилетний план социально-экономического развития (2021–2025 годов) и долгосрочные цели до 2035 года // Министерство торговли Китайской Народной Республики. URL: <http://scjss.mofcom.gov.cn/article/zl/zlzc/202103/20210303048609.shtml> (дата обращения: 01.09.2023).
3. Ардашев Р. Г. Конспирологическое мышление современных россиян // Социология. 2023. № 3. С. 225–233.
4. Ардашев Р. Г. Теории заговора в многополярном мире // Этнопсихологические и кросс-культурные проблемы и ресурсы становления многополярного мира (восточный и западный подходы) : материалы Междунар. науч.-практ. конф. Иркутский государственный университет, Бурятский государственный университет им. Д. Банзарова. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2023. С. 52–57.
5. Журавлева А. А. Особенности цифровизации международных бизнес-процессов // В поисках социальной истины : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. О. А. Полошкевич. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. С. 307–309.
6. Журавлева А. А. Перспективы консолидации бизнес-сообщества в процессе виртуализации межкультурных коммуникаций // Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы, перспективы : материалы IX Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. О. А. Полошкевич. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2023. С. 443–445.
7. Журавлева А. А. Солидарность бизнес-сообщества в цифровом мире // Консолидация российского общества в новых геополитических реалиях : материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Вологда : Вол НЦ РАН, 2023. С. 165–167.
8. Журавлева А. А. Экспертное сообщество в управлении цифровизацией бизнеса в России и Китае // Экспертные институты в XXI веке: цивилизационные и цифровые концепции меняющегося мира : сб. науч. тр. Второй междунар. науч.-практ. конф. / науч. ред. Т. И. Грабельных. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2023. С. 206–210.
9. Ямпольская Д. О., Го С. Опыт внедрения цифровых технологий в КНР // Human Progress. 2021. Т. 7, вып. 3. С. 19. URL: http://progress-human.com/images/2021/Tom7_3/Yampolskaya.pdf DOI 10.34709/HP.173.19

УДК 316.422.6

А. Л. Зацепин, *Саянск*

Цифровой рубль как фактор социально-экономического регресса общества

Введение в обращение цифрового рубля рассматривается как фактор социально-экономического регресса общества. Изучаются функциональные особенности применения металлических, бумажных и виртуальных (цифровых) денег. Делается вывод о негативных последствиях обращения цифрового рубля.

Ключевые слова: цифровой рубль, деньги, социально-экономический регресс.

А. L. Zatsepin, *Sayansk*

Digital Ruble as a Factor in the Socio-Economic Regression of Society

The article discusses the introduction of the digital ruble into circulation as a factor in the socio-economic regression of society. The functional features of the use of metal, paper and virtual (digital) money are considered. A conclusion is drawn about the negative consequences of the circulation of the digital ruble.

Keywords: digital ruble, money, socio-economic regression.

В условиях современного развития уровня социальной реальности виртуального пространства, актуальным становится вопрос рассмотрения степени влияния виртуального пространства на регулирование им социально-экономического положения и общественного воспроизводства гражданского общества. Ключевым и важнейшим фактором социально-экономической жизни всех граждан нашей страны является такое значимое событие виртуального пространства, как принятие законодательными палатами Федерального Собрания Российской Федерации цифрового рубля в обращение с 1 августа 2023 г. [3]

Поскольку принятие цифрового рубля в обращение произошло без достаточно полного его обсуждения с гражданским обществом, то, для правильного понимания социально-экономического значения данного события, необходимо напомнить функциональные свойства и иные особенности денег.

В классическом видении, деньги выполняют следующие четыре функции: 1) деньги – как измеритель ценностей; 2) деньги – как орудия обращения; 3) деньги – как законное платежное средство; 4) деньги – как средство сбережения. Если третья и четвертая функция денег самоочевидны, и поэтому не требуют дальнейший комментарий, то первая функция денег, как измерителей ценностей, является их абстрактный или идеальный характер. То есть деньги не являются непосредственным измерительным инструментом, физически деньги в оценки ценностей не участвуют, измерение представляет собой лишь мыслительный процесс. Вторая функция денег, как орудия обращения, представляет собой – физический материальный носитель. Прямой и нерушимой связью между первой

и второй функциями денег является то, что денег, как орудия обращения, должно быть одновременно и не слишком много и не слишком мало (в расчете на определенную численность населения), поскольку нарушение баланса во второй функции неизбежно приводит к нарушению первой функции денег (соответственно, сами деньги, как измеритель ценности, становятся дороги или дешевы) [13].

Для правильного, надежного, устойчивого обеспечения социально-экономического развития и общественного воспроизводства гражданского общества государству жизненно необходимо иметь устойчивую денежную единицу. Устойчивость денежной единицы обеспечивается ее физическим наполнением, материалом из которого сделана денежная единица. Научная теория и многовековая практика убеждают и подтверждают, что единственный способ оздоровления и развития экономики страны достигается путем обеспечения устойчивости денег, а именно: для любой страны это – иметь физический материальный носитель денежной единицы из драгоценного металла. Наиболее оптимальным металлом для этой цели, мы полагаем, является вовсе не золото, а серебро [11]. Так, согласно мнению Е. Ф. Канкринна, «металлические деньги, – говорите, что хотите, – а это – истинное, настоящее богатство, следовательно, также и настоящий капитал» [12, с. 106]. Соответственно, поскольку бумажные деньги не имеют никакой самостоятельной внутренней ценности, то и обеспечение устойчивого социально-экономического развития страны – не представляется возможным. А это в свою очередь приводит к затяжным финансовым кризисам [15] и в итоге к политическим и социальным потрясениям: «История всех времен и народов убеждает, что финансовое расстройство всегда и везде имело исходом государственный переворот, если Правительство не принимало в предупреждение зла заблаговременно энергических мер» [4]. Напротив, обращением металлических денег в сочетании с политикой государственного протекционизма достигаются весьма положительные результаты [14].

Отечественными авторами, такими как Н. Х. Бунге [5; 6], З. С. Каценеленбаум [13], С. Ю. Витте [7] и другими [8; 9], подчеркивалось резко отрицательные факторы бумажноденежного обращения в нарушении народного хозяйства. Так, по мнению Н. Х. Бунге следует, что: не трудно теоретически доказать необходимость устранения бумажных денег, как единицы, и возврата к единице металлической. Доказательством служит известное дурное влияние бумажноденежной единицы на народное хозяйство, на отношения, принадлежащие к области гражданского права, на финансы, на государственный кредит, на порядок и на нравственную жизнь гражданского общества [6]. В то же время, автор З. С. Каценеленбаум полагает, что: бумажные деньги возникают различным образом, но

причина, вызывающая их к жизни, всегда одна и та же: это – нужда в средствах государственного казначейства. В этом смысле говорят, что «бумажные деньги – дети нужды». Вот почему бумажные деньги выпускаются обыкновенно в периоды, когда правительство испытывает острую нужду в деньгах. Выпуск бумажных денег приводит к расстройству народно-хозяйственной жизни, и в конце концов тяжело отражается и на самих государственных финансах. Это обстоятельство не составляет секрета для государственных людей, и, в частности, для руководителей государственных финансов [13]. И, наконец, С. Ю. Витте особо отмечает, что: пользование бумажными деньгами в обычное, мирное время ослабляет возможность использования чрезвычайного бумажноденежного ресурса в военное время. Для стран с благоустроенной денежной системой выпуск бумажных денег является весьма удобным источником удовлетворения огромной денежной нужды государства в особо критические минуты, например, во время войны. Ни один из экстраординарных ресурсов не обладает способностью такого быстрого и обильного доставления средств, как выпуски бумажных денег. Но для этого необходимо, чтобы в мирное время этот ресурс оставался не использованным. В стране же, переполненной бумажными деньгами, выпуски эти денег для военных целей ведут к быстрому понижению их покупательной способности и могут вызвать экономическую катастрофу, как тому и было уже не мало исторических примеров [7].

Исходя из правильного понимания сущности природы бумажноденежного обращения, не трудно в результате анализа дать оценку цифровому рублю, как фактору социально-экономического регресса общества, поскольку в качестве физического носителя цифровой рубль стоит еще меньше, чем бумажные деньги, т. е. ровно – ничего, или – ноль.

Государственную денежно-кредитную политику в Российской Федерации разрабатывает и проводит Центральный Банк России, но при этом он не отвечает по обязательствам государства [2]. Одновременно Центральный Банк России находится вне зависимости от органов государственной власти [1]. Таким образом, Правительство РФ не имеет возможности осуществлять надлежащее финансовое управление, с государственной точки зрения, в силу действующего законодательства, что, в свою очередь, актуализирует вопрос о государственной модернизации в России [10].

В заключение отметим, что, как мы полагаем, в условиях современного развития уровня социальной реальности виртуального пространства, цифровой рубль объективно является фактором социально-экономического регресса общества. Законодательное принятие в обращение цифрового рубля ведет к вполне очевидным негативным, но, к сожалению, не

принятым во внимание экономическим последствиям. Известный в государственном управлении классический вопрос о том, что это: глупость или измена – остается открытым.

Литература

1. Конституция Российской Федерации (принята всенар. голос. 12 декабря 1993 г. с изм., одобрен. в ходе общерос. голос. 1 июля 2020 г.) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ, от 14.03.2020 № 1-ФКЗ) // Официальный портал правовой информации : сайт. URL: <http://pravo.gov.ru/> (дата обращения: 16.08.2023).
2. О Центральном банке Российской Федерации (Банке России) : федер. закон от 10 июля 2002 г. № 86-ФЗ // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: <http://pravo.gov.ru> (дата обращения: 16.08.2023).
3. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации : федер. закон от 24 июля 2023 г. № 340-ФЗ // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: <http://pravo.gov.ru> (дата обращения: 16.08.2023).
4. Бунге Н. Х. Замечания министра финансов на записку тайного советника Смирнова, озаглавленную: «Современное состояние наших финансов, причины упадка их и средства к улучшению нашего государственного хозяйства». СПб. : тип. В. Киршбаума, 1886. 80 с. URL: <https://www.prlib.ru/> (дата обращения: 16.08.2023).
5. Бунге Н. Х. Мысли графа Канкринна о бумажных деньгах // Русский вестник. 1864. Т. 54. 26 с.
6. Бунге Н. Х. О восстановлении постоянной денежной единицы в России. Киев : Унив. тип. (И. Завадского), 1878. 63 с.
7. Витте С. Ю. Конспект лекций о народном и государственном хозяйстве, читанных его императорскому высочеству великому князю Михаилу Александровичу в 1900–1902 годах / предисл. Ю. Н. Калашнова, В. М. Широнина. М. : Фонд экон. книги «Начала», 1997. 512 с.
8. Гурьев А. Н. Денежное обращение в России в XIX столетии.: Исторический очерк. Изд. 2-е. М. : ЛЕНАНД, 2015. 264 с. (Классика политэкономической мысли).
9. Зацепин А. Л. Денежное обращение как фактор социального и общественного воспроизводства // Экономика предприятий, регионов, стран: актуальные вопросы и современные аспекты : сб. ст. VIII Междунар. науч.-практ. конф. Пенза : МЦНС «Наука и Просвещение», 2022. С. 50–54.
10. Зацепин А. Л. К вопросу о государственной модернизации в России / Юриспруденция и политология: теория и практика : сб. ст. II Междунар. науч.-практ. конф. Пенза : МЦНС «Наука и Просвещение», 2023. С. 7–12.
11. Зацепин А. Л. О денежном обращении в России, как основополагающем факторе управления социально-экономическим воспроизводством общества // Актуальные вопросы экономики : сб. ст. IX Междунар. науч.-практ. конф. Пенза, 20 дек. 2021 г. Пенза : МЦНС «Наука и Просвещение». 2021. С. 153–159.
12. Канкрин Е. Ф. Очерки политической экономии и финансов (в трех частях). СПб. : Тип. Император. академии наук, 1894. 300 с. (Библиотека ученого комитета мин.фин.). URL: <https://minfin.gov.ru/ru/> (дата обращения: 16.08.2023).
13. Каценеленбаум З. С. Учение о деньгах и кредите. 3-е изд. М. : Экон. жизнь, 1926. Ч. 1: Деньги и денежное обращение. М. : Экон. жизнь, 1926. IV, 520 с. URL: <https://search.rsl.ru/> (дата обращения: 16.08.2023).
14. Министерство финансов 1802–1902: в 2 т. / под ред. С. Ю. Витте. М. : ИПО «Полигран», 1994.
15. Рудый К. В. Финансовые кризисы: теория, история, политика. М. : Новое знание, 2003. 399 с.

УДК 004.738.5

М. А. Лавыгина, *Иркутск*

Возможности развития социально-ориентированных некоммерческих организаций в виртуальном пространстве

Рассмотрены роль СОНКО в социальном государстве и проблемы, из-за которых на сегодняшний день происходит замедление процесса развития деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций в виртуальном пространстве. Изучены возможные пути развития и доступные ресурсы для продвижения в глобальной сети некоммерческих организаций. Отражены способы государственной поддержки СОНКО и приведены несколько платформ способных обеспечить расширение аудитории организации или предоставить различные виды помощи, касающиеся всех аспектов деятельности некоммерческой организации. Сделаны выводы о важности широких информационных возможностей для СОНКО.

Ключевые слова: социально-ориентированные некоммерческие организации, СОНКО, Интнет, социальные сети, государство, цифровизация.

М. А. Lavygina, Irkutsk

Opportunities for the Development of Socially Oriented Non-Profit Organizations in the Virtual Space

The article examines the role of SONPO in the social state and the problems that are currently slowing down the development process of socially oriented non-profit organizations in the virtual space. In the scientific work, the author also considers possible ways of development and available resources for the promotion of non-profit organizations in this field. The ways of state support for NROs are reflected and several platforms are presented that can provide an expansion of the organization's audience or provide various types of assistance related to all aspects of the organization's activities. In conclusion, conclusions are drawn about the importance of broad information opportunities for SONPOs.

Keywords: Socially oriented non-profit organizations, SONPOs, Internet, social networks, government, digitalization, virtual space.

Социально ориентированные некоммерческие организации (далее СОНКО) играют значимую роль в развитии социального государства, осуществляя адресную работу с населением и корректируя недостатки крупной государственной системы. Социально ориентированные НКО реализуют общественный потенциал в регионах, тем самым открывая возможность для участия граждан в решении социально важных проблем. При работе с населением СОНКО не придерживаются одних и тех же конкретных инструкций, прописанных в работе государственных служащих. Такая гибкость позволяет быстрее реагировать на изменение условий, мобилизовать ресурсы для эффективного решения проблем. Для этого особенно важно развитие такого рода организаций в виртуальном пространстве.

Сложность развития некоммерческих организаций в сети Интернет связана зачастую с низким уровнем финансирования, низкой цифровой грамотностью, отсутствием конкретного и последовательного пути развития контента в социальных сетях или создания структуры сайта, позволяющей полноценно отразить все стороны деятельности организации [2]. Для размещения качественного материала и пользования всеми преимуще-

ществами интернет-среды необходимо не только техническое обеспечение, но и квалифицированный в этой области персонал. Помимо web-специалистов важно преодоление психологических барьеров, возникающих у сотрудников иной специализации, связанные со страхом и непониманием вызванными переходом в цифровой формат работы. Данные проблемы по мнению К. В. Вишневой [2] становятся причиной для частичного внедрения цифровых инструментов в работу социально ориентированных организаций. Низкий уровень использования социальных сетей и интернет-пространства губительно сказывается на некоммерческих организациях, так как социально ориентированные НКО развиваются за счет человеческого капитала. Активная публикация результатов и направлений деятельности организации в социальных сетях привлекает аудиторию, позволяет расширять охват людей заинтересованных общей идеей. Помимо привлечения единомышленников за счет трансляции всей отчетности и деятельности в виртуальном пространстве происходит повышение уровня доверия общества к некоммерческим структурам, ускорение коммуникационных процессов с общественностью. Более того таким образом достигается значимая для жизнеобеспечения организации цель – привлечение потенциальных партнеров, сотрудничество с которыми позволяет расширять масштабы деятельности организации.

В 2023 г. произошло расширение мер информационной поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций. Об этом говорится в федеральном законе от 14.04.2023 № 119-ФЗ «О внесении изменений в ст. 31 Федерального закона «О некоммерческих организациях» [1]. На основе данного закона СОНКО будут предоставляться такие меры поддержки, как содействие органами государственной власти, органами местного самоуправления в создании официальных сайтов организаций в сети Интернет и поддержка в обеспечении их функционирования, оказание услуг по предоставлению вычислительных мощностей для функционирования информационных систем. Такого рода информационная поддержка оказывается социально ориентированным НКО, включенным в реестр социально ориентированных некоммерческих организаций [1]. Поддержка государства в этой сфере особенно важна для молодых организаций, не имеющих постоянных партнеров и долгосрочных проектов обеспеченных средствами грантов.

Помимо государства у социально ориентированных НКО есть возможность бесплатно развивать свои сообщества в популярных социальных сетях. Например, платформа «ВКонтакте» имеет отдельное направление «Благотворительность», которое позволяет организациям такого профиля пользоваться платежным виджетом. Платежный виджет представляет собой упрощенный способ перевода денежных средств без пере-

хода на другие сайты или же банковские шлюзы. Удобство данной системы заключается в том, что она адаптирована под любое устройство и браузер. Также в данной социальной сети часто проводятся конкурсы, где происходят розыгрыши грантов на развитие групп или на развитие организации в интернете. «ВКонтакте» является социальной сетью, предоставляющей возможность для сбора пожертвований различными способами удобными для самой организации.

«Добро.рф» – крупнейший портал волонтеров на территории Российской Федерации, предоставляющий различные меры поддержки НКО с 2016 г. [4] Среди таких мер присутствует имущественная помощь, консультативная, информационная, образовательная, финансовая и юридическая. Поддержка оказывается не только организациям, но и физическим лицам. Так как данная платформа изначально создавалась для соединения волонтеров и нуждающихся лиц, то на данный момент СОНКО также может создать взаимоотношения с добровольцами или же приобрести команду профессионалов, если таковой еще нет. Платформа предоставляет информацию о конкурсах, мероприятиях и проектах, реализуемых на территории Российской Федерации и тем самым, содействует развитию НКО как в реальном, так и в виртуальном пространстве.

Таким образом мы можем сделать вывод о том, что социально ориентированные некоммерческие организации во многом зависят от общества, доверия населения к деятельности организации, сложившегося имиджа и оперативности при взаимодействии с внешним миром. Некоммерческие организацию усиливают свою деятельность в виртуальном пространстве через различные механизмы и это дает возможность утверждать, что сейчас происходит качественное изменение работы всех НКО [6–8].

Все эти факторы напрямую зависят от степени вовлеченности СОНКО в виртуальное пространство, активности в интернет-пространстве и оригинальности предлагаемого аудитории контента. На сегодняшний день есть немало источников поддержки социально ориентированной некоммерческой организации как со стороны государства, так и со стороны различных интернет-платформ. Но стоит отметить, что в любой СОНКО в работе с населением приоритет отдается взаимодействию с клиентом и участию в решение его проблемы, а лишь во вторую очередь речь идет о трансляции своей деятельности в сети Интернет. Мы считаем, что на данном этапе развития некоммерческих структур в виртуальной среде необходима не только финансовая и информационная поддержка, но и стимулирование перехода в цифровой формат. Мы видим это возможным на специализированных форумах, где был бы возможен обмен опытом и проведение презентаций о своих достижениях между такими

организациями на региональном, федеральном уровнях. Также на форумах могут проходить тренинги, повышающие уровень цифровой грамотности сотрудников некоммерческих структур, и работа с психологическими барьерами сотрудников НКО, если таковые имеются.

Литература

1. О внесении изменений в статью 31-1 Федерального закона «О некоммерческих организациях»: федер. закон от 14 апр. 2023 г. № 119-ФЗ. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_444697/ (дата обращения: 24.08.2023).
2. Вишнева К. В. Цифровая трансформация некоммерческих организаций: проблемы и направления развития // МНИЖ. 2021. № 4-3 (106). С. 152–155. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-nekommercheskih-organizatsiy-problemy-i-napravleniya-razvitiya> (дата обращения: 24.08.2023).
3. Володина О. И. Инструменты продвижения некоммерческих проектов в сети Интернет: современные тренды // Коммуникология: электронный научный журнал. 2017. № 1. С. 92–104. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30674235> (дата обращения: 26.08.2023).
4. Добро.РФ. URL: https://navigator.dobro.ru/?t=measures&active=true&order%5Bdeadline%5D=asc&utm_source=dobro&utm_medium=organic&utm_campaign=promo&utm_content=headerservices&canReceiveByOrganization=true&categories=30&helpType=90010 (дата обращения: 26.08.2023).
5. Романова Н. В. Цифровизация услуг в социальной сфере: проблемы и перспективы // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. 2020. № 1 (31). С. 58–65. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-uslug-v-sotsialnoy-sfere-problemy-i-perspektivy> (дата обращения: 26.08.2023).
6. Трескин П. А. Цифровизация работы НКО как социальная угроза и/или перспектива развития // Методология предотвращения угроз в XXI веке : сб. науч. тр. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. С. 353–356.
7. Трескин П. А. Виртуализация работы некоммерческих организаций: стратегические возможности и общественная оценка // Социальная реальность виртуального пространства : материалы IV Междуна. науч. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. С. 126–131.
8. Трескин П. А. Роль современных некоммерческих организаций в цифровом развитии институтов гражданского общества // Социология. 2023. № 3. С. 147–159.

УДК 338.439

Г. Ю. Митяшин, *Санкт-Петербург*

Феномен логистических крауд-платформ в розничной торговле

Статья посвящена сложностям малого бизнеса при организации интернет-торговли. Отмечается, что торговые агрегаторы, которые значительно упрощают цифровизацию бизнеса, имеют ряд дискриминационных инструментов и принуждают поставщиков работать по установленным правилам. Показывается, что часть малых торговых предприятий продолжает попытки самостоятельного выхода в онлайн-сегмент, что иногда приводит к использованию нестандартных инструментов. Таким инструментом является внутренняя логистическая крауд-платформа. Представлен анализ ее организационной структуры, проведена теоретическая оценка ее влияние на занятость и намечены перспективные направления совершенствования.

Ключевые слова: малый бизнес, платформа, управление персоналом, розничная торговля, доставка, цифровизация, агрегаторы, занятость, доставка на последнюю милю, логистика.

G. Yu. Mityashin, *Saint-Petersburg*

The Phenomenon of Logistics Crowd Platforms in Retail

This article is devoted to the difficulties of small business in organizing online commerce. It is noted that aggregators, which significantly simplify the digitalization of business, have a number of discriminatory tools and force suppliers to work according to the established rules. Therefore, some small retail enterprises continue to try to independently enter the online segment, which sometimes leads to the use of non-standard tools, one of which is an internal crowd logistics platform. This article presents an analysis of its organizational structure, a theoretical assessment of its impact on employment and outlines promising areas of improvement.

Keywords: small business, platform, HR management, retail, delivery, digitalization, aggregators, employment, last mile delivery, logistics.

Цифровизация является одним из ключевых драйверов развития современной экономики, цифровые технологии применяются в различных отраслях народного хозяйства [20], однако их внедрение и использование требует дополнительных затрат со стороны хозяйствующих субъектов. Очевидно, более крупные компании обладают большим количеством финансовых ресурсов, чем небольшие, что приводит к различной доступности новых технологий для бизнеса. Для сглаживания феномена цифрового неравенства бизнеса создаются компании-поставщики отдельных видов услуг (или ресурсов), которые позволяют упростить процедуру цифровизации бизнеса и снижают затраты на ее проведение для субъектов микро- и малого бизнеса.

Наиболее массовым типом предпринимательства в России является торговое предпринимательство. С учетом роста удобства торговых интернет-площадок для продавцов и покупателей, а также пандемии коронавируса, которая показала широкой аудитории удобство онлайн-покупок [5; 18], объем рынка электронной коммерции растет ускоренными темпами [4; 6; 7].

В рамках данной статьи автор предлагает более подробно ознакомиться с особенностями работы малых розничных торговых предприятий в цифровой среде. Упрощенная модель цифровизации (под термином «цифровизация» в контексте данной статьи подразумевается использование цифровых технологий для создания дополнительного канала коммуникации с клиентами) розничного торгового предприятия предполагает [15]:

- 1) создание веб-представительства, предусматривающего возможность ознакомления клиента с товарами, его консультирование, а также работу с жалобами;
- 2) организация системы приема удаленных платежей;
- 3) организация доставки на последнюю милю.

Малые торговые предприятия зачастую прибегают к использованию услуг платформ или агрегаторов (таких, как, например, Яндекс Маркет, Озон или Wildberries), которые берут на себя решение перечисленных выше задач. Крупные платформы оказывают мелкому бизнесу услуги по

сопровождению интернет-торговли начиная с предоставления информации о товаре клиентам, заканчивая обработкой возражений и реверсивной логистикой. Соответственно, поставщик-продавец возмещает платформе затраты через их включение в цену товара.

Однако сотрудничество с платформой может быть неудобно для розничного магазина. Одной из особенностей крупных платформ является феномен внутренней конкуренции (когда один и тот же товар на платформе представлен сразу несколькими поставщиками), поэтому, несмотря на упрощенную систему организации онлайн-торговли, платформы не гарантируют предпринимателям успеха, более того, при отсутствии рекламного бюджета, предприниматель может столкнуться с ограничениями выдачи своих товаров в ленту клиента. Таким образом, несмотря на упрощенную модель взаимодействия, платформы являются не только высококонкурентной средой, но и предполагают наличие маркетинговой дискриминации. Кроме того, стоимость услуг платформ может быть слишком высокой для магазина (особенно для небольших торговых точек).

В этой связи некоторые предприниматели принимают решение о самостоятельном создании интернет-магазина с использованием иных каналов коммуникации с клиентами в цифровой среде. Для создания веб-представительства используются платформы социальных сетей, которые предполагают взаимодействие между двумя физическими лицами (Vkontakte и т. п.), где существуют функции оформления бизнес-страниц [2; 8]. Следует отметить, что создание бизнес-страниц в социальных сетях пользуется популярностью среди магазинов, реализующих уникальные и нишевые товары, потому что они имеют сформировавшуюся целевую аудиторию [11; 21]. Для приема платежей может быть использован функционал платежных ссылок [1; 12] либо оплата у клиентов через традиционный платежный терминал в момент передачи заказа от курьера. Кроме того, для снижения издержек бизнес практикует непрозрачные способы взимания платы, такие, как, например, перевод по номеру телефона. Из-за желания сэкономить на транзакциях бизнес зачастую отказывается от современных платежных инструментов в пользу более дешевых.

Однако если для создания веб-представительства и организации приема платежей у малого бизнеса есть альтернативные инструменты, позволяющие предпринимателям самостоятельно решать соответствующие задачи без сотрудничества с платформами, то организация доставки может быть связана со значительными сложностями, поскольку, в отличие от создания веб-представительства и получения платежей (что происходит в цифровом формате), она требует наличия физической инфраструктуры и наличия курьеров [3; 13; 14].

Рассмотрим типичные варианты организации доставки, к числу которых относится создание собственного курьерского подразделения, сотрудничество с курьерским агрегатором и привлечение независимых сторонних курьеров для разовой доставки заказов (табл. 1) [15; 17; 22].

Таблица 1

Преимущества и недостатки распространенных вариантов организации доставки для магазина

Вариант организации доставки	Преимущества	Недостатки
Собственное курьерское подразделение	<ul style="list-style-type: none"> – Выполнение стандартов компании – Возможность контроля работы курьера 	<ul style="list-style-type: none"> – Затраты на закупку инвентаря – Затраты на оплату труда
Услуги курьерских агрегаторов	<ul style="list-style-type: none"> – Высокая скорость доставки – Аутсорсинг обязательств по доставке (перераспределение ответственности) 	<ul style="list-style-type: none"> – Нестабильная цена (динамическое ценообразование) – Невозможность контролировать работу курьера – Навязывание условий работы агрегатора
Привлечение случайных курьеров для разовой работы	<ul style="list-style-type: none"> – Удобно для выполнения однократных заказов 	<ul style="list-style-type: none"> – Высокие затраты на поиск исполнителя – Невозможность контролировать работу курьера – Нестабильное предложение трудовых ресурсов – Низкая скорость доставки

Как показывает табл. 1, содержание собственного курьерского подразделения актуально только для компании, которая имеет стабильный спрос на заказы с доставкой, так как предполагает создание собственного курьерского подразделения и найм курьеров на постоянную работу, что не всегда соответствует особенностям малого бизнеса, который сталкивается с нестабильностью заказов во времени. Привлечение случайных курьеров к разовой доставке через агрегаторы услуг (например, Профи.ру) сопряжено с необходимостью каждый раз подбирать курьера, а также сложностями с контролем его работы. На первый взгляд, наиболее удобным решением является использование услуг курьерских агрегаторов, которые берут на себя обязательства по обеспечению процесса доставки, имеют большой штат курьеров, а также внутренние стандарты, обеспечивающие приемлемый уровень качества выполняемой работы. Однако агрегаторы навязывают заказчикам свои условия в части расчета стоимости, который осуществляется по динамическому тарифу (рост спроса влечет рост цены), что значительно увеличивает финансовую нагрузку на заказчика. Следует отметить, что часть цены доставки, разумеется, возмещается клиенту, однако разница между ее обычной ценой и доплатой за

высокий спрос компенсируется магазином, равно как и стоимость доставки при заказе от определенной суммы.

Таким образом, на данный момент не существует массового способа доставки, который наиболее полно учитывал бы запросы малого бизнеса. В ответ на эту проблему некоторые компании (например, магазин B12 zero-waste в Санкт-Петербурге) создают сеть неформальных кадровых партнерств, формируя коллектив, участники которого готовы время от времени осуществлять доставку. Работа этого коллектива организована следующим образом:

- магазин создает на бесплатном цифровом ресурсе платформу для распределения заказов на доставку между курьерами. В качестве такой платформы используется чат в мессенджере, к которому подключены участники данного коллектива [23]. В силу ограниченности коллектива функционал такой неформальной платформы вполне достаточен для решения соответствующих задач [9];

- магазин формирует коллектив людей, готовых в свободное время заниматься доставкой. Эти люди проходят предварительный отбор (что позволяет магазину быть уверенным в определенном качестве их работы), но не принимаются в штат компании. Они получают плату за каждый выполненный заказ;

- при доставке курьеры (участники коллектива) пользуются общественным транспортом;

- участниками такого коллектива являются преимущественно студенты. В силу учебной нагрузки они не готовы к полной занятости, однако желают иметь небольшой дополнительный доход. Кроме того, студенты имеют льготы при оплате общественного транспорта, что снижает стоимость доставки;

- при получении заказа онлайн-магазин размещает информацию о необходимости доставки на этой внутренней платформе, и отозвавшийся курьеры обеспечивает ее выполнение.

Таким образом, неплатформенной компанией (розничным магазином) была создана специализированная платформа крауд-логистики, которая встроена в деятельность компании (и фактически является ее внутренним неформальным подразделением). Для торгового предприятия такая неформальная платформа является оптимальным инструментом, так как обеспечивает стабильность выполнения заказов (за счет стабильного коллектива, хотя и не принятого формально на работу в магазин) и рациональное использование финансовых ресурсов (работа курьера оплачивается по факту выполнения заказа). То есть достигается баланс качества и затрат.

Однако влияние таких неформальных кадровых платформ на занятость неоднозначно [16; 19]. Рассмотрим преимущества и недостатки участия в неформальном партнерстве с позиции курьера (табл. 2).

Таблица 2

Преимущества и недостатки внутренней платформы крауд-логистики для курьеров

Преимущества	Недостатки
<ul style="list-style-type: none"> – возможность подработки – гибкий график работы 	<ul style="list-style-type: none"> – работа неофициальна – работа не способствует получению курьером (студентом) профессионального опыта по выбранной специальности – количество заказов (и уровень дохода) нестабильно – существует внутренняя конкуренция за получение заказа

Как показывает табл. 2, работа через такую платформу удобна для тех, кто желает иметь дополнительный заработок, но при этом в силу каких-либо причин не имеет возможности устроиться на условиях полной занятости (например, студенты). Тем не менее для большинства трудоспособного населения, которое рассматривает работу как постоянный и стабильный источник дохода, описанная модель партнерства не подойдет.

Однако, несмотря на присущие такой платформе недостатки, она является удобным организационным решением, позволяющим малому розничному предприятию обеспечить доставку заказов клиентам в условиях невозможности создания полноценной собственной курьерской службы и неудобства сотрудничества со сторонними логистическими сервисами. Такая модель соответствует современной тенденции поиска фирмами оптимальной модели организации своей деятельности на основе сочетания различных организационных инструментов [10]. Наше исследование показывает, что, несмотря на принципиальные различия между моделями функционирования классической фирмы и платформы, платформенные инструменты могут быть эффективно встроены в классическую фирму, что расширяет набор организационных решений, которые могут быть использованы розничными торговыми предприятиями для повышения эффективности своей деятельности.

Литература

1. Алесина Н. В., Чуйков А. С., Безматерных Н. Э. Роль электронных платежных систем в процессе цифровой трансформации экономики // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. № 2(84). С. 10-13. DOI 10.24412/2411-0450-2022-284-10-13.
2. Апатова Н. В. Социальные сети в цифровой экономике // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Экономика и управление. 2018. Т. 4(70), № 4. С. 3–9.
3. Барыкин С. Е., Шарапаев П. А. Актуальные аспекты развития логистики торговых сетей // Логистика: форсайт-исследования, профессия, практика : материалы II Нац. науч.-образоват. конф. Санкт-Петербург, 21 окт. 2021 г. СПб. : С.-Петерб. гос. эконом. ун-т, 2021. С. 193–198.
4. Бахарев В. В., Митяшин Г. Ю. Тенденции развития ритейла в России // Экономический вектор. 2020. № 3(22). С. 54–60. DOI 10.36807/2411-7269-2020-3-22-54-60.

5. Довганева Ю. А., Алексеева Е. А. Переход малого бизнеса к цифровизации в условиях пандемии // Управление развитием экономических систем. Санкт-Петербург, 21–22 дек. 2021 г. СПб. : Издат.-полиграф. ассоциация высш. учеб. заведений, 2021. С. 42–48.
6. Егорова К. Д., Платонова А. С., Суворова С. Д. Формат “dark store”: современная реальность ритейла России // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2020. № 7-2(46). С. 110–113. DOI 10.24411/2500-1000-2020-10896
7. Еремин К. А., Суворова С. Д. Форматы e-grocery и dark store: развитие на потребительском рынке России // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. № 12-1(70). С. 235–238. DOI 10.24411/2411-0450-2020-11055.
8. Котляров И. Д. Методы создания веб-представительства // интернет-маркетинг. 2012. № 2. С. 108–114.
9. Котляров И. Д. Платформы как модель организации хозяйственной деятельности: отдельные особенности функционирования // Экономика и управление: теория и практика. 2022. Т. 8, № 2. С. 30–37.
10. Котляров И. Д. Метафирма как форма организации хозяйственной деятельности // Управление экономикой: методы, модели, технологии : материалы XV Международной научной конференции. В 2 т., Уфа – Красноуфольск, 22–24 октября 2015 года. Т. 1. Уфа – Красноуфольск : Уфим. гос. авиац. техн. ун-т, 2015. С. 88–91.
11. Красноставская Н. В. Блог как инструмент продвижения бренда продукции и личного бренда мастера хендмейд индустрии // Практический маркетинг. 2017. № 2-1(240-1). С. 47–53.
12. Куликова О. М., Суворова С. Д. Применение QR-платежей в сфере товарного обращения // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. № 2-1(72). С. 125–128. DOI 10.24412/2411-0450-2021-2-1-125-128.
13. Курочкина А. А., Шевчук Е. В., Бикезина Т. В. Трансформация доставки последней мили как метод улучшения клиентского опыта в Российской Федерации // Экономика и управление. 2023. Т. 29, № 2. С. 159–168. DOI 10.35854/1998-1627-2023-2-159-168.
14. Мазурина А. В., Степанова Т. В. Цифровая трансформация логистики «последней мили»: теоретический анализ // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Экономика и управление. 2022. Т. 8, № 4. С. 50–60.
15. Митяшин Г. Ю. Организация онлайн-продаж для малых розничных торговых предприятий // Современные вызовы экономики и управления в России в условиях многополярного мира : сб. ст. и тезисов докладов Междунар. науч.-практ. конф. студентов, магистрантов, аспирантов и преподавателей вузов. Санкт-Петербург, 29 апр. 2021 г. СПб. : Скифия-принт, 2021. С. 124–130.
16. Митяшин Г. Ю. Использование неформальной занятости при организации доставки из безотходных магазинов // Современные проблемы экономического развития : материалы Всерос. науч. студ. конф. Омск, 21 апреля 2022 г. / отв. ред. Е. А. Кипервар. Омск : Ом. гос. техн. ун-т, 2022. С. 39–43.
17. Плетнева Н. А., Плетнев В. А. Идея оптимизации логистических затрат на рынке экопродукции в условиях импортозамещения // Логистика сегодня. 2015. № 5. С. 316–323.
18. Плещенко В. И. Пандемия коронавируса как катализатор развития рынка курьерской доставки // Логистика сегодня. 2021. № 3. С. 194–199.
19. Плещенко В. И. К вопросу об архаизации труда и потребления в современном российском обществе // Россия и современный мир. 2022. № 2(115). С. 228–243. DOI 10.31249/rsm/2022.02.13
20. Суворова С. Д., Куликова О. М. Цифровая трансформация бизнеса // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2022. № 2(60). С. 54–59. DOI 10.47581/2022/IE.2.60.10
21. Суворова С. Д., Куликова О. М., Боровкова В. С. Социальные медиа как современный инструмент построения коммуникаций с потребителями // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2019. № 1(35). С. 274–279.
22. Сухина К. П., Кириллова Т. В. Интеграторы и агрегаторы служб доставки // Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика : сб. ст. 11-й Междунар. науч.-практ. конф. Курск, 13–14 окт. 2021 г. Курск : Унив. кн., 2021. С. 192–196.
23. Шевцова И. Е., Красноставская Н. В. Мессенджеры как инструмент развития современного бизнеса // Неделя науки СПбПУ : материалы науч. конф. с междунар. участием, Санкт-Петербург, 13–19 ноября 2017 г. Ч. 4. СПб. : С.-Петерб. политехн. ун-т Петра Великого, 2017. С. 343–345.

УДК 340.11

А. В. Слобожанин, Е. Г. Мартьянова, Тула

К вопросу о содержании понятия «цифровое право»

Рассматриваются основные подходы к определению цифрового права. Устанавливаются два типа понимания данного явления. Первое рассматривает цифровое право как совокупность компонентов всех отраслей права, в аспекте их цифровизации. Второе понимание наделяет цифровое право самостоятельностью, приближая его к специальной отрасли права.

Ключевые слова: право, цифровое право, цифровая этика, российское право, современное право, цифровая этика, цифровые права.

A. V. Slobozhanin, E. G. Martyanova, Tula

To the Question of the Content of the Concept of “Digital Law”

The article discusses the main approaches to the definition of digital law. Two types of understanding of this phenomenon are established. The first considers digital law as a set of components of all branches of law, in terms of their digitalization. The second understanding gives digital law independence, bringing it closer to a special branch of law.

Keywords: law, digital law, digital ethics, Russian law, modern law, digital ethics, digital rights.

Понятие «цифровое право» все чаще и чаще звучит в научной и научно-популярной литературе, хотя появилось оно сравнительно недавно. Прилагательное «цифровое» стало применяться не только к праву, но и к этике, дидактике и даже к названиям инновационных структурных подразделений организаций (например, «цифровая кафедра») [2]. Это связано, прежде всего, с процессами цифровизации всех сфер жизни общества. Что касается сферы общественной жизни, стало возможным говорить о появлении «цифровых отношений», для регуляции которых необходима новая цифровая форма права. Основным отличительный признак цифровых отношений есть ничто иное как «использование особой системы коммуникации – интернет-пространства» [1], в которую вовлекаются различные формы социального взаимодействия, требующие правового регулирования. И в этой ситуации достаточно остро звучит вопрос, поставленный В. А. Треушниковым и Е. В. Грязновой: «Меняется ли правовая система с переходом в цифровой формат или происходит только изменение терминологии? (Об этом см. подробно: [6]). Поэтому в рамках данной статьи мы постараемся разобраться с терминологией и определить, что представляет собой понятие «цифровое право».

Употребление понятия «цифровое право» остается в известной форме неопределенным. Под «цифровым» может пониматься практически что угодно, связанное с употреблением компьютерной техники. Но в качестве замечания можно отметить, что применительно к термину «право» настолько примитивное понимание встречается сравнительно редко. Первоначально оно сводилось скорее к интернет-праву, а затем вы-

делилось в самостоятельное явление [подробно об этом см.: 4]. Это различие констатируется М. И. Иноземцевым: «В отличие от интернет-права, цифровое право в России только начинает пониматься и формироваться как инструмент правового регулирования и создания условий для развития цифровой экономики» [4]. Таким образом, цифровое право начинает выходить за рамки правоотношений в интернет-сфере в область всех общественных отношений. В частности, еще до того, как понятие «цифровое право» стало общеупотребительным, принимались законы, которые имели к нему непосредственное отношение (например, см. «Закон об электронной цифровой подписи») [7].

В настоящее время в понимании цифрового права, на наш взгляд, сложилось два крупных подхода: первый рассматривает цифровое право, как содержащее в себе объем всех остальных отраслей права, в той мере в какой их затронул процесс цифровизации. Более конкретно это выражается в таких вопросах как цифровые денежные единицы (биткойны, цифровой рубль), искусственный интеллект в правоохранительной и судебной деятельности, авторские права в цифровом пространстве, персональные данные и их хранение и многое другое.

Второй подход пытается конкретизировать цифровое право посредством изучения правоотношений исключительно в рамках цифровой среды, не выходя за ее границы (например, Big Data или смарт-контракты, валюты в компьютерных играх). Важно так же отличать понятия «цифровые право» и «цифровые права». Последние представляют собой расширение прав человека на цифровую среду и безусловно затрагивает собственно цифровое право. Кроме того, именно аспект цифровых прав чаще всего фиксируется нормами позитивного права. В частности, в Российской Федерации большинство этих норм закреплено в Федеральном законе от 18 марта 2019 г. № 34-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и статью 1124 части третьей Гражданского кодекса Российской Федерации» [8]. В законе приравнивается правовой статус наличных и безналичных денежных средств и ценных бумаг; допускается осуществлять многие договора в исключительно цифровой форме, указывается на возможность товарооборота с исключительно цифровым подтверждением. Кроме того, Е. Д. Мелешко и В. Н. Назаров дают следующее определение цифровых прав человека – это «расширение и применение универсальных прав человека к потребностям общества, основанного на информации». Базисные цифровые права человека, обеспечивающиеся в России Федеральным законом № 152 «О персональных данных», включают в себя не только «право на конфиденциальность, анонимность, обезличенность оцифрованной персональной информации» [5], но и «право доступа к электронной сети, право свободно общаться и выражать мнения

в сети, право на неприкосновенность частной сферы» [5]. Таким образом, мы видим пересечение цифровых прав человека и цифрового права.

В некоторых случаях цифровое право рассматривается с более практических позиций. В частности, Грудцына Л. Ю. отмечает: «Именно поэтому, на наш взгляд, цифровое право является не комплексной отраслью права, а комплексной отраслью законодательства» [3]. Как мы понимаем, законодательство в отличие от права более подвижно и подчас ситуативно.

Очевиден междисциплинарный характер цифрового права, оно оказывается связанным с другими отраслями права, с социологией, политологией, культурологией, философией. Можно говорить о взаимодополнительности цифрового права и цифровой этики как двух способов общественной регуляции. Однако данная тема слишком обширна и требует дальнейшего рассмотрения.

Литература

1. Термин «цифровое право» в доктрине и правовых текстах / А. Васильев, Ж. Ибрагимов, Р. Насыров, И. Васев // Юрислингвистика. 2019. № 11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/termin-tsifrovoye-pravo-v-doktrine-i-pravovyh-tekstah> (дата обращения: 01.09.2023).
2. Голосов П. А. Что такое цифровые кафедры в вузах и чему на них учат. URL: <https://skillbox.ru/media/education/chto-takoe-tsifrovye-kafedry-v-vuzakh-i-chemu-na-nikh-uchat/> (дата обращения: 06.08.2023).
3. Грудцына Л. Ю. Цифровое право как комплексная отрасль российского законодательства // Образование и право. 2023. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoye-pravo-kak-kompleksnaya-otrasl-rossiyskogo-zakonodatelstva> (дата обращения: 29.08.2023).
4. Иноземцев М. И. Цифровое право: в поисках определенности. URL: https://www.digitallawjournal.org/jour/article/view/37/34?locale=ru_RU (дата обращения: 06.08.2023).
5. Мелешко Е. Д., Назаров В. Н. Проект «модель цифровой этики в интеграционной деятельности научно-образовательных и производственных организаций» // Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л. Н. Толстого. 2022. № 3 (43). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/proekt-model-tsifrovoy-etiki-v-integratsionnoy-deyatelnosti-nauchno-obrazovatelnyh-i-proizvodstvennyh-organizatsiy> (дата обращения: 31.08.2023).
6. Треушников И. А., Грязнова Е. В. Цифровое право: проблемы формирования категориального аппарата // Юридическая наука и практика: Вестник Нижегородской академии МВД России. 2021. № 2 (54). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoye-pravo-problemy-formirovaniya-kategorialnogo-apparata> (дата обращения: 01.09.2023).
7. Об электронной подписи: федер. закон от 6 апр. 2011 г. № 63-ФЗ. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_112701/ (дата обращения: 29.08.2023).
8. О внесении изменений в часть первую, вторую и статью 1124 части третьей Гражданского кодекса Российской Федерации: федер. закон от 18 марта 2019 г. № 34-ФЗ. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_320398/ (дата обращения: 29.08.2023).

УДК 658.11

П. А. Трескин, Нижний Новгород

Изменение работы некоммерческих организаций Сибири и Дальнего Востока под влиянием виртуальности с 2019 по 2023 г.

Рассматриваются особенности работы некоммерческого сектора в процессе усиления виртуализации. Приводятся результаты двух исследований, 2019 и 2023 гг., которые показывают, как изменился характер работы некоммерческих организаций Сибири и Дальнего Востока под влиянием виртуальности, рассматриваются основные характеристики и обозначаются ключевые векторы трансформаций.

Ключевые слова: некоммерческие организации, виртуальность, качество работы, цифровая среда.

P. A. Treskin, Nizhny Novgorod

Changes in the Work of Non-Profit Organizations in Siberia and the Far East under the Influence of virtuality from 2019 to 2023

The article examines the peculiarities of the work of the non-profit sector in the process of increasing virtualization. The results of two studies, 2019 and 2023, are presented, which show how the nature of the work of non-profit organizations in Siberia and the Far East has changed under the influence of virtuality, the main characteristics are considered and the key vectors of transformation are identified.

Keywords: non-profit organizations, virtuality, quality of work, digital environment.

Виртуальность влияет на все стороны и сферы жизни. Некоммерческие организации не находятся в стороне от этого процесса. Не только информирование о себе и своей деятельности, но и формат оказания услуг – через онлайн-мессенджеры становится повседневной особенностью некоммерческих организаций.

Виртуальность создает условия для работы вне рамок одной организации, города, территории, страны [7]. Сегодня происходит трансформация старых ценностей и форм и новых условий цифровизации и глобализации, которые дают новые смыслы и контексты понимания и анализа условий помощи некоммерческих организаций в вопросах просвещения, информирования, консультации или терапии.

Деятельность НКО в виртуальном мире наполняется новыми смыслами и формами, что меняет структуру НКО, необходимые навыки к сотрудникам НКО, информационную грамотность и проч. [4] Третий сектор еще больше становится сферой пересечения интересов и других институтов гражданского общества, так как осваивает новые технологии, формирует площадки взаимодействия, позволяет выстроить социальных диалог между всеми участниками партнерства. В своих ранних работах мы опирались на анализ работы НКО Байкальского региона, в данном исследовании мы проведем параллели с цифровыми возможностями использования и развития НКО.

Особенности трансформации работы некоммерческих организаций отражены в работах А. Ю. Поджидаевой [1–3], О. А. Полюшкевич [4; 5], А. Н. Пружинина [6; 7], П. А. Трескина [8–10]. Они указывают как на глобальные условия и механизмы этих процессов, так и на локальные форматы, свойственные отдельным территориям или видам НКО.

В данной статье мы используем данные двух исследований 2019 и 2023 гг., что позволяет говорить об изменении роли и качества оценки возможностей виртуального пространства в повседневной деятельности некоммерческой организации. В исследовании 2019 г. приняло участие 128 чел. из третьего сектора организаций СФО и ДВФО, в 2023 г. – 135 чел. из тех же округов.

Если в 2019 г. виртуальную среду для распространения информации о себе и своей деятельности использовали 34 % НКО, в 2023 таких уже 66 %; проведение мероприятий и иных событий в виртуальном пространстве использовало 32 % организаций в 2019 г., то в 2023 таких уже 72 %; искали сотрудников и волонтеров, а также участников мероприятий через цифровое пространство 21 % НКО в 2019 г. и 54 % в 2023 г.; поиском финансов и спонсоров в виртуальном занимались 9 % НКО в 2019 и 43 % в 2023 г. Эти данные указывают на более интенсивное и качественное включение виртуального мира в работу некоммерческих организаций разных сфер и форм деятельности.

Цифровой мир меняет качество оказываемых услуг, формы позиционирования, формы и механизмы работы – так как меняется сознание сотрудников и клиентов некоммерческих организаций. Виртуальность становится тем пространством, где принципиально в новом ключе могут работать организации третьего сектора России.

Информирование через цифровое пространство становится одним из ключевых инструментов распространения информации: от непосредственной рекламы своей организации, до общеобразовательной, просветительской информации.

Социальные сети создают механизмы привлечения, удержания внимания и активизации участия в тех или иных мероприятиях или привлечения к тем или иным проблемам современности, локального или глобального характера. (А.Н., Красноярский край, руководитель центра по защите от насилия для женщин и детей).

Социальные сети и другие виртуальные площадки создают возможности для информирования и просвещения населения в области экологии, ЗОЖ, защиты прав и много другого. Это возможность расширения правовой, экологической и общей культуры граждан всех возрастов и мест проживания. Возможности третьего сектора благодаря виртуальному пространству возросли в сотни раз! (А. А., Новосибирская область, руководитель социозащитной организации).

Без информационного покрытия социальных сетей – мероприятие может и не состояться. Участники не узнают, партнеры не придут. Я утрирую. НО! По факту это так – сеть Интернет обеспечивает информационное обеспечение и общественное внимание. (Т. Г., Иркутская область, руководитель центра экологических активистов).

Указывая на характер и формы проведения мероприятий, руководители НКО также указывали как о рекламно-информационной составляющей (т. е. интернет выступает пространством распространения информации), так и о проведении мероприятий только в онлайн-формате (от консультаций, до акций, подписей и проч.).

Использование просветительских проектов в сфере культуры и истории города, безопасности жизни и здоровья, знания прав и свобод может обеспечиваться через виртуальные экскурсии по музеям и городам. Уровень образованности и осведомленности повышается среди участников данных мероприятий и цели повышения уровня образованности реализуются. (О. Ю. руководитель Улан-Удэнского просветительского образовательного центра).

Проведение онлайн консультаций по вопросам домашнего насилия, психологической или правовой поддержки становятся более обучены и удобны, чем личные встречи, они более безопасны и стабильны. (Х.В., руководитель правозащитной организации, Хабаровский край).

Возможность информационного партнерства и ведения открытого диалога через сеть Интернет создает условия для реализации новых возможностей и форм развития организаций третьего сектора (М. Н., Приморский край, руководитель военно-патриотической некоммерческой организации).

Способ поиска участников проектов, добровольцев и сотрудников некоммерческих организаций в сети Интернет выступает как форма максимального освещения потребности и привлечения внимания большого количества людей, так и инструмент при минимуме усилий – получить максимум эффекта (замотивированных волонтеров или активных сотрудников).

Повышение интереса к тем или иным мероприятиям некоммерческих организаций вызывается их освещением в интернете. Это повышает имидж и узнаваемость организации, привлекает новых волонтеров и участников. (А. А., Красноярский край, руководитель некоммерческой организации инвалидов-колясочников).

Волонтеры всегда есть в тех организациях, что постоянно находятся в медийном пространстве. Их просто знают. А малоизвестные, слабо представленные организации в сети Интернет практически не имеют шансов найти себе волонтеров, если не будут использовать какие-то другие ресурсы. Но это создаст больше трудностей и ограничений. (Д. А., Иркутская область, руководитель национально-культурной некоммерческой организации).

Найти хорошего специалиста просто на улице невозможно. Интернет создает хорошее пространство для поиска людей на разовые мероприятия и среди их уже значительно легче находить того, кто по-настоящему сможет что-то изменить в организации мероприятий, форме работы НКО и т. д. (Е. Н., Республика Хакасия, руководитель национально-культурного центра).

Поиск финансирования через интернет осуществляется как через онлайн-переписку, так и через различные франчайзинговые технологии формирования пула потенциальных спонсоров или меценатов проектов и мероприятий.

Благотворители значительно проще и легче помогают организациям, что «на слуху», присутствуют в сети Интернет, у них прозрачная отчетность и т. д. А те, кого днем с огнем не сыщешь – не могут найти достоянного финансирования даже на суперотличные проекты. Представленность в сети Интернет – помогает быть успешными. (Ю. Д., Алтайский край, руководитель правозащитной организации).

Для получения финансирования от различных грантодателей – одним из условий становится информация о мероприятиях в сети Интернет и, если хочешь значимой поддержки – о своей работе надо трубить во всех углах. Кто громче и качественнее трубит – тот и получает финансирование. (С. С., Красноярский край, руководитель центра поддержки неизлечимых больных).

Сегодня, для привлечения дополнительных финансов для работы некоммерческой организации не обязательно куда-то ходить, достаточно через интернет организовать возможность получения благотворительной поддержки от населения или организаций. (Г. Г., Иркутская область, руководитель благотворительного фонда).

В 2019 г. руководители НКО говорили, что виртуальность расширяет имеющуюся деятельность в 67 %, в 2023 – 51 % об этом говорят. В 2019 г. 23 % указывало, что одна деятельность заменяется на другую – в 2023 г. так утверждает в два раза больше руководителей 47 %. В 2019 г. 10 % отмечали негативное воздействие виртуальности на работы НКО, в 2023 г. их количество уменьшилось – 2 %. Иными словами, происходит качественная трансформация деятельности некоммерческих организаций под влиянием цифровизации мира.

Руководители и в 2019, и в 2023 г. указывают, что необходимо постоянно самому повышать свои знания и навыки использования виртуальности в личных и рабочих моментах (94 и 95 % соответственно).

Я регулярно прохожу то одни, то другие курсы по интернет-продвижению. И понимаю многие технологии работы социальных сетей и всего цифрового мира. Это знания, которые надо осваивать, если хочешь, чтобы твоя организация была на плаву. (Т. С., Омская область, руководитель некоммерческой экологической организации).

В нашей организации появился специальный человек, который занимается нашим продвижением в социальных сетях. Иначе мы просто не смогли бы удержаться на рынке. Да и другие сотрудники начинают осваивать интернет-технологии продвижения и фиксации нужных мероприятий в нужном ключе. (Т. А., Красноярский край, руководитель общественной организации инвалидов).

Таким образом, виртуальность меняет работы третьего сектора. Некоммерческие организации в целом и их сотрудники в частности, для своего существования вынуждены осваивать новые формы и форматы работы, дублируя, а где-то принципиально заменяя особенности оказания тех или иных услуг, осваивают технологии продвижения, привлечения волонтеров, участников и спонсоров. Это все приводит к тому, что некоммерческие организации работают по новым правилам, в новых условиях и формах. Результатом этого становится, что некоммерческий сектор как элемент гражданского общества изменяет свой формат развития в современном Российском обществе.

Литература

1. Поджидаева А. Ю. Гражданско-цифровое просвещение как одно из ведущих направлений реализации социальных и гражданских инициатив НКО в развитии гражданского общества // Социальная реальность виртуального пространства : материалы IV Междунар. науч. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. С. 115–119.
2. Поджидаева А. Ю. Место и роль НКО в структуре гражданского общества и специфика их деятельности в России: категориальный анализ понятий // Социальные институты в правовом измерении: теория и практика : материалы IV Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием ; под общ. ред. М. Г. Тирских, Г. В. Дружинина. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. С. 110–116.
3. Поджидаева А. Ю. Политико-коммуникативные технологии в интернет-пространстве // Социальная реальность виртуального пространства : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. ; под общ. ред. О. А. Полошкевич. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2021. С. 340–343.
4. Полошкевич О. А. Просоциальное поведение в межсекторном взаимодействии (на примере женских социозащитных организаций) // Новые тенденции в деятельности социозащитных институтов : материалы Всерос. науч. / под науч. ред. А. П. Суходолова, И. С. Карпиковой. Иркутск : БГУЭП, 2019. С. 114–119.
5. Полошкевич О. А. Роль социальных коммуникаций в межсекторном партнерстве при реализации просоциальных практик // Социальные коммуникации: философские, политические, религиозные, культурно-исторические измерения : сб. ст. III Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием ; под общ. ред. О. Ф. Гаврилова, О. И. Жуковой, С. Н. Чируна. Кемерово : КГУ, 2023. С. 353–357.
6. Пружинин А. Н. Управление институтами гражданского общества через призму человеческого капитала // В поисках социальной истины : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2021. С. 137–141.
7. Пружинин А. Н., Поджидаева А. Ю. Модели легитимации развития человеческих ресурсов некоммерческих организаций // Социология. 2022. № 1. С. 144–153.
8. Трескин П. А. Межсекторное взаимодействие некоммерческих организаций Байкальского региона // Вестник Тихоокеанского гос. ун-та. 2017. № 4 (47). С. 345–354.
9. Трескин П. А. Роль некоммерческих организаций в социально-политическом пространстве Байкальского региона // Социология. 2018. № 2. С. 131–137.
10. Трескин П. А. Уровень доверия населения Байкальского региона к деятельности общественных организаций // Социология. 2019. № 1. С. 163–166.

УДК 342.56

В. Н. Туркова, *Иркутск*

Коррупция в спорте: морально-этический анализ

В статье рассматриваются морально-этические вопросы коррупции в спорте. Изучаются философские и социологические аспекты, выявляются социальные перспективы общественного развития, показывается общественная оценка социальных трансформаций под влиянием компрометации спорта и спортсменов.

Ключевые слова: коррупция, спорт, спортсмены, взятка, мораль, этика, философия взятки.

V. N. Turkova, *Irkutsk*

Corruption in Sports: a Moral and Ethical Analysis

The article deals with the moral and ethical issues of corruption in sports. Philosophical and sociological aspects are studied, social prospects of social development are revealed, a public assessment of social transformations under the influence of compromising sports and athletes is singled out.

Keywords: corruption, sports, sportsmen, bribe, morality, ethics, bribe philosophy.

Коррупция в спорте – это незаконные действия, которые имеют цель получение прибыли или влияния на соревнования и результаты соревнований. Коррупция в спорте проявляется во многих формах, таких как взятки, манипуляции результатами матчей, договорные согласия, присвоение денежных средств и т. д.

Коррупция в спорте имеет негативное влияние на репутацию спорта, а также на доверие спортивных болельщиков и общества в целом. Она также может оказывать негативное влияние на здоровье и безопасность спортсменов.

Ранее в истории спорта были случаи коррупции, такие как покупка матчей в футболе и других командных видах спорта.

Правительства и международные организации по борьбе с коррупцией играют критическую роль в борьбе с коррупцией в спорте. Эти организации укрепляют правила и законы, связанные с правилами спортивных соревнований, и анализируют и проводят расследования по случаям нарушений.

Коррупция в спорте возникает из-за разных факторов, включая желание спортивных администраторов зарабатывать деньги, желание спортсменов и тренеров достичь успеха любой ценой, а также слабый государственный контроль. В спорте часто присутствует конкуренция и желание выиграть, а также желание получить больше денег и славы. Чтобы достичь этих целей, некоторые люди готовы жертвовать этическими принципами и моральными нормами. Этот подход может привести к коррупции. Выигрыш и деньги становятся главной целью для многих людей, и они готовы сделать все, что необходимо, чтобы достичь этих целей.

Социальные аспекты взятки и коррупционных схем отражены в работах автора [7–11] и Р. Г. Ардашева [1–3], вопросы этических принципов противодействия коррупции рассмотрены в работе О. А. Полюшкевич, И. А. Журавлевой и Г. В. Дружинина [5], О. А. Полюшкевич [4] и Р. В. Иванова [6].

К сожалению, точной статистики коррупции в спорте не существует, так как большинство случаев не регистрируется и не сообщается на общественном уровне. Однако существуют некоторые исследования и отчеты, которые дают общее представление о масштабах проблемы.

Например, ПРИЗМА, международный центр по борьбе с коррупцией, оценивает, что около 10 % доходов глобальной спортивной индустрии связаны с коррупционными схемами.

Организация Transparency International проводила опросы в нескольких странах, которые показали, что более 70 % респондентов считают, что коррупция в спорте является серьезной проблемой.

Также были зарегистрированы некоторые конкретные случаи коррупции в спорте. Например, в 2013 г., ФИФА признала, что более 30 матчей между 2008 и 2011 гг. были испорчены манипуляциями результатов.

Хотя статистика конкретных случаев коррупции в спорте невозможна, из общественных исследований и новостей можно сделать вывод, что это серьезная проблема, имеющая глобальный масштаб.

Коррупция в спорте включает множество этических нарушений и вопросов. Некоторые наиболее важные этические вопросы, которые связаны с коррупцией в спорте, включают в себя следующие:

1. Честность в спорте. Коррупция может косвенным образом влиять на результаты соревнований в спорте, налагая серьезное этическое нарушение честности соревнований.

2. Ответственность. Спортивные администраторы, религиозные деятели, спортсмены и другие связанные стороны должны нести ответственность за свои действия и их последствия.

3. Транспарентность и открытость. Борьба с коррупцией в спорте часто требует усиленной транспарентности и открытости, которая в конечном итоге поможет обеспечить более честные и этичные распределения ресурсов и возможностей.

4. Коллективное благо. В спорте должно быть принято во внимание коллективное благо, а не желания отдельных людей или организаций.

5. Ценности. Спортивные организации и спортивные деятели должны придерживаться этических и моральных принципов, таких как честность, справедливость, добросовестность и другие ценности.

Все эти этические вопросы имеют большое значение для сохранения надежности и честности в спорте. Борьба с коррупцией в спорте должна

учитывать эти этические принципы, чтобы обеспечить настоящий спортивный дух и сохранить доверие общества.

Коррупция в спорте – это явление, которое нарушает моральные и этические принципы не только спортсменов, но и членов спортивных организаций и их поддерживающих лиц. Моральные аспекты коррупции в спорте включают следующее:

1. Нарушение справедливости. Коррупция в спорте создает несправедливые условия для других спортсменов и команд, что не приемлемо с этической и моральной точек зрения.

2. Нарушение честности. Коррупция в спорте нарушает честность и равноправие в конкуренции и убивает дух спорта.

3. Злоупотребление доверием. Коррупция в спорте является злоупотреблением доверием и зачастую происходит из-за отсутствия прозрачности и недостаточного контроля.

4. Нарушение общественного достоинства. Коррупция в спорте влияет на имидж спорта и спортивному обществу, и может в конечном итоге увеличить цинизм общества.

5. Нарушение моральных и этических принципов. Коррупция в спорте нарушает моральные и этические принципы, включая честность, добропорядочность, взаимное уважение, и унижает дух спортивного соперничества.

Коррупция в спорте может вызывать негативные последствия для спортивной общественности и ее культуры. Ей следует бороться с активными мерами и воспитывать с самого начала немислимость наличия любых коррупционных проявлений в спорте.

Спорт, как проявление и катализатор культурных ценностей, имеет значительный вклад в общественное доверие и формирование национальной идентичности. Однако, как и любая важная сфера, спорт не является застрахованным от рисков, которые могут привести к утрате социального доверия. Рассмотрим несколько рисков, которые можно выделить:

1. Коррупция и популяризация несправедливых условий, которые могут подрывать честность, справедливость и профессионализм спорта.

2. Использование допинга и других неправомерных средств для улучшения спортивных результатов.

3. Распространение насилия, дискриминации, расизма и других форм нетерпимости и ненависти как на арене, так и в отношении болельщиков.

4. Недоброжелательное отношение спортсменов, тренеров и зрителей к оппонентам и противникам, а также нарушение этических норм в процессе тренировок и технических приемов.

5. Неспособность спортивных организаций и институтов принимать ответствен.

Заключение

Спорт – это важная сфера общества, и ее функции включают не только здоровье и физические возможности, но и развитие культуры и ценностей общества. Одним из важнейших факторов, который обеспечивает популярность и репутацию спорта, является общественное доверие. Однако коррупция в спорте может разрушить это доверие и нанести серьезный урон спортивной общественности.

Коррупция в спорте может привести к падению доверия общественности к спорту, как таковому. Спортивная общественность строится на ценностях, таких как справедливость, честность, уважение и доверие друг к другу. Коррупция может противоречить этим ценностям, вызывая у большинства людей чувство разочарования, а также деморализации спортивных достижений и здешних ценностей.

Проблема коррупции в спорте может повлиять на репутацию спортивных организаций и лиц, которые связаны со спортом. Когда общество потеряет доверие к спортсменам и спортивным организациям, финансирование спорта может уменьшиться, болельщики могут потерять интерес к соревнованиям и, в конечном итоге, спортивная общественность может стать недействительной.

Борьба с коррупцией в спорте является важной задачей для сохранения доверия общественности к спортивной культуре и ценностям. Это может быть достигнуто путем улучшения прозрачности, создания эффективных мер контроля, развития этических основ и обучения и повышения осведомленности общественности. Открытость и прозрачность в спорте будут играть ключевую роль в поддержании общественного доверия к этой важной области.

Социологический и философский анализ коррупции в спорте может помочь найти решения проблемы. Необходимо улучшить средства контроля и наказания за нарушения этических и моральных норм в спорте, а также увеличить осведомленность и общественное достоинство в этой области. Поощрение этики и честности в спорте может помочь уменьшить коррупцию и сохранить надежность и настоящую природу спорта.

Литература

1. Ардашев Р. Г., Туркова В. Н. Антикоррупционная культура среди спортсменов // Теория и практика физической культуры. 2023. № 4. С. 102.
2. Ардашев Р. Г., Туркова В. Н. Отношение спортсменов к нарушению моральных и правовых норм на спортивных соревнованиях в аспекте социологического анализа // Теория и практика физической культуры. 2023. № 7. С. 65.

3. Ардашев Р. Г., Туркова В. Н. Проблема взяточничества на спортивных соревнованиях в аспекте социологического анализа // Теория и практика физической культуры. 2023. № 2. С. 106.
4. Поллошкевич О. А. Мораль и социальная идентичность в просоциальных практиках // Социология. 2023. № 1. С. 79–85.
5. Поллошкевич О. А., Журавлева И. А., Дружинин Г. В. Этические основы противодействия коррупции : учеб. пособие. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2019. 192 с.
6. Поллошкевич О. А., Иванов Р. В. Просоциальные практики в спортивной деятельности // Теория и практика физической культуры. 2023. № 2. С. 50.
7. Туркова В. Н. Взятка на спортивных соревнованиях: анализ общественного мнения // Социальные институты в правовом измерении: теория и практика : материалы V Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск, 20 апреля 2023 г. / под общ. ред. М. Г. Тирских, Г. В. Дружинина. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2023. С. 153–156.
8. Туркова В. Н. Взятка как социальное действие (на основе системной теории Т. Парсонса) // Социология. 2022. № 5. С. 65–71.
9. Туркова В. Н. Коррупция на спортивных соревнованиях: анализ общественного мнения // Социология. 2023. № 3. С. 67–73.
10. Туркова В. Н. Социальные условия коррупции: истина где-то рядом // В поисках социальной истины : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. О. А. Поллошкевич. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. С. 76–79.
11. Туркова В. Н. Цена и ценность взятки на спортивных соревнованиях // Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы, перспективы : материалы IX Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. О. А. Поллошкевич. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2023. С. 216–219.

УДК 331.643

А. З. Харисова, *Уфа*

Международное регулирование охраны труда в цифровую эпоху

Изучаются закономерные последствия глобализационных изменений, отразившиеся на работе и труде, а также на правовом регулировании и решении механизмов охраны труда в новых условиях.

Ключевые слова: охрана труда, Международная организация труда, глобализация.

A. Z. Kharisova, *Ufa*

International Regulation of Labor Protection in the Digital Age

The natural consequences of globalization changes that have affected work and labor, as well as legal regulation and the solution of labor protection mechanisms in the new conditions are considered.

Keywords: labor protection, International Labor Organization, globalization.

Нормативными правовыми документами законодательно установлено прямое управление, контроль и надзор со стороны государства за состоянием условий и организацией охраны труда. В Конституции РФ, концепциях национальной безопасности и демографического развития России обеспечение безопасной жизнедеятельности граждан, право на труд в достойных условиях были поставлены в число государственных приоритетов. Правовой основой государственного управления, контроля

и надзора за соблюдением требований охраны труда является Трудовой Кодекс Российской Федерации. В настоящее время существует обширная база нормативных правовых актов (законы, указы, постановления, приказы, распоряжения, правила, инструкции, положения и др.) регламентирующих Государственное регулирование в сфере охраны труда, к ним относятся: Конституция Российской Федерации; Трудовой Кодекс Российской Федерации; Указы президента РФ и постановления Правительства РФ по вопросам охраны труда; нормативно-правовые акты, содержащие государственные нормативные требования по охране труда.

Национальные стандарты разрабатываются в соответствии с международными. Одной из ведущих организаций в области охраны труда является Международная организация труда (МОТ), миссия которой – способствовать справедливости и равноправию в области охраны труда.

В Российской Федерации представлено Субрегиональное бюро МОТ для Восточной Европы и Центральной Азии в Москве с 1959 г. С 1919 г. МОТ учредила и разработала систему международных трудовых норм, направленную на расширение возможностей для всех получить достойный труд в условиях свободы, равенства, безопасности и достоинства. В современной глобализированной экономике международные трудовые стандарты являются важным компонентом международной структуры, обеспечивающей рост мировой экономики. Важность достижения социальной справедливости становится все более актуальной по мере роста неравенства и изоляции. Мы являемся свидетелями мира труда, который меняется беспрецедентными темпами и масштабами из-за изменения климата, демографических изменениями, технологического развития и, в более общем смысле, глобализации [2].

Программа охраны труда МОТ, основанная на четырех принципах (содействие занятости, социальная защита, фундаментальные права в сфере труда и социальный диалог), охватывает проблемы, с которыми сталкиваются все государства.

Глобализация, безусловно, вызвала переворот в мировых производственных структурах, что оказало серьезное воздействие на предприятия и занятость. Глобальные цепочки поставок, на которые приходилось каждое пятое рабочее место в мире, показывали растущую диверсификацию производства. Они создавали рабочие места и открывали перспективы экономического роста. Сегодня разрыв многих из этих международных отношений отрицательно сказываются и на рынке труда.

Другой символический аспект современной экономики заключается в том, что упор делается на финансовую отдачу от экономики в ущерб реальным инвестициям. При отсутствии соответствующего регулирования

ния такое финансирование приводит к увеличению волатильности и уязвимости экономики и рынка труда из-за ориентации на краткосрочную прибыль. Такое перераспределение средств приводит к снижению устойчивости предприятий, производительности и создания рабочих мест.

Несмотря на свои неоспоримые преимущества, глобализация явно не привела к новой эре процветания для всех. Определенный прогресс был достигнут в плане развития и признания прав: сокращение крайней бедности, сокращение гендерного неравенства и рост числа занятости женщин на рынке труда, развитие систем социальной защиты, создание устойчивых рабочих мест в частном секторе и т. д. Но сегодняшняя глобализированная экономика также привела к крупным социальным потрясениям, включая высокий уровень безработицы в определенных частях мира, делокализация рабочих мест, предприятий и финансовая нестабильность. Текущая ситуация на мировом рынке труда остается особенно турбулентной [1].

Различные глобальные потрясения приводят к отрицательной динамике показателей рынка труда, особенно в странах с низким и средним уровнем дохода. Уровень безработицы в мире в 2023 г. ниже пандемийного уровня и это отражает более высокую, чем ожидалось, устойчивость страны с высоким уровнем дохода. Страны с низкими доходами – Африка и арабские государства не восстановились до уровня безработицы, существовавшего до пандемии. При этом в 2023 г. глобальный дефицит рабочих мест увеличился до уровня 453 миллионов человек (или 11,7 %), что более чем в два раза превышает уровень безработицы. Разрыв в рабочих местах гораздо выше среди женщин (14,5 %), чем мужчин (9,8 %). Страны с низкими доходами показывают самый большой уровень разрыва в рабочих местах – 21,5 %, в то время как этот показатель в странах со средним уровнем дохода остается незначительно выше (11 %) [3]. Поэтому деятельность МОТ в рамках комплексного подхода, обеспечивающего максимальное влияние международных и национальных мер направлена на создание фискального пространства для социальных инвестиций в странах с низкими доходами. Проблемы в области охраны труда развивающихся стран усугубляются последствиями многочисленных кризисов. Социальная защита является одной из ключевых тем, связанных с отсутствием инвестиций в это направление из-за ограниченного бюджета. В то же время по мнению экспертов инвестирование в социальную защиту приводит к экономическому развитию. Таким образом, международное регулирование охраны труда сегодня представляют необходимость реформирования глобальной финансовой архитектуры мира. Это подразумевает решение вопросов поддержки финансирования, реструктуризации и облегчения долга.

Литература

1. Economic and sociopolitical implications of the COVID-19 pandemic in global energy markets / L. O. Iziliaeva, A. Z. Kharisova, A. M. Farkhutdinov, L. F. Sultanova // *Business 4.0 as a Subject of the Digital Economy*. Cham, 2022. С. 647–651.
2. Амирханова Л. Р., Харисова А. З. Об одном подходе к оценке и исследованию конкурентоспособности вуза в условиях уровневой подготовки // *Вестник УГУЭС. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика*. 2013. № 1 (3). С. 82–87.
3. ILO. URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/briefingnote/wcms_883341.pdf/ (дата обращения: 30.08.2023).

ОРГАНЫ ВЛАСТИ В ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

УДК 32.019

К. С. Бушуев, *Иркутск*

Влияние социальных сетей органов власти на общественное мнение жителей Иркутской области

Проводится SWOT-анализ социальных сетей органов власти и формируются основные векторы развития виртуального взаимодействия власти и жителей области.

Ключевые слова: социальные сети, органы власти, общественное мнение, жители области, Иркутская область.

K. S. Bushuev, Irkutsk

The Influence of Social Networks of Authorities on the Public Opinion of the Inhabitants of the Irkutsk Region

A SWOT analysis of the social networks of the authorities is being carried out, the main vectors for the development of virtual interaction between the authorities and the inhabitants of the region are being formed.

Keywords: social networks, authorities, public opinion, residents of the region, Irkutsk region.

Информационное пространство отражает региональную специфику, которое определяется природными условиями социально-экономической системы, ее масштабом, объектами, субъектами, сферами деятельности, уровнем развития технологий, нормами и правилами, количеством и структурой организаций, и способами информационного представления хозяйственной деятельности.

Информационное взаимодействие с обществом, подкрепленное фактическими делами, становится действенным инструментом общественных преобразований. Те органы местного самоуправления и должностные лица, которые осознают тот факт, что результаты их деятельности зависят от своевременного реагирования на потребности и ожидания населения, будут выстраивать коммуникативно-информационные связи с населением на постоянной основе по принципу обратной связи [1–3].

Большое значение имеет информационно техническое взаимодействие власти с народом, построенном на диалоге и обоюдном взаимодействии интересов. От восприятия населением исполнительной власти в регионах зависит эффективность реализации проводимой государством политики. Соответственно, для практики регионального управления необходимы знания о том, каково реальное отношение населения к представителям исполнительной власти, какими факторами оно детерминировано, на какие ресурсы может рассчитывать региональная власть в своей деятельности.

Органы государственной власти разных уровней федерального, регионального и муниципалитеты присутствуют в городах, поселках, селах и других населенных пунктах региона. Несмотря на то что они представляют власть, отношение к ним и степень доверия населения различны [4; 5].

Данный факт свидетельствует о недостаточной правовой и гражданской грамотности населения региона, что в современных условиях формирования гражданского общества является недопустимым и представляет собой реальную проблему, требующую решения.

Информационных каналов, освещающих деятельность власти в регионе, недостаточно, а огромный ресурс доверия со стороны населения остается невостребованным. Назревает необходимость создания новых каналов коммуникации с населением. Новизна должна быть обеспечена на принципах «живого» общения с населением.

В настоящее время официальный сайт органа власти – это не просто атрибут современной политики, а наиболее эффективное средство распространения официальной информации о деятельности государственной власти. По содержанию официальных сайтов можно судить об уровне информационной открытости и закрытости каждого органа власти и государства в целом, прозрачности управленческих решений и процедур, возможности граждан страны получать интересующую их информацию.

В формировании общественного сознания и общественного мнения в современном мире большую роль играют средства массовой информации (СМИ), в частности: телевидение, радиовещание, печатные издания (пресса). В условиях развития информационного общества существенно возросло влияние электронных средств массовой информации, а также социальных сетей, форумов, блогов, Twitter, Youtube и пр. Если долгое время основная доля по части создания, размещения, продвижения информации в глобальной сети принадлежала популярным интернет-ресурсам: новостным порталам, блогам, социальным сетям, интернет СМИ, то в настоящее время в распространении контента все больше задействуют мессенджеры, системы обмена сообщениями, где можно создавать группы пользователей, сообщества, каналы для подписчиков.

В том числе в публикации, в распространении информации, в формировании общественного мнения и представлений большую роль в последние годы играют социальные сети.

Социальные сети (англ. *social networking service*) представляют собой сетевые платформы, онлайн-сервисы или сайты, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений [2].

В настоящее время под социальными сетями понимают создание общего социально-коммуникативного и информационного пространства на основе интернет-технологий, основной особенностью которых является двухступенчатая модель коммуникации (сначала пользователи получают информацию, а потом трансформируют ее и передают своей целевой группе).

Помимо возможности транслировать информацию на неограниченное количество людей или на определенную аудиторию социальные сети обладают еще одним преимуществом для их использования в качестве СМИ: возможность обратной связи, оценка воздействия на людей, эффективные возможности оценки общественного мнения и количества просмотров информационного контента в социальных сетях. Средствам оценки воздействия информационного контента на целевую аудиторию здесь являются: процент визитов из социальных сетей; количество активных подписчиков; пользовательские отзывы или оценки; количество положительных отзывов или оценок; количество одобрительных действий подписчиков на страницу в социальной сети.

Сегодня аккаунты в социальных сетях имеют не только частные лица, но и представители органов власти, бизнеса, образования и пр. Необходимость использования социальных сетей для взаимодействия с обществом обусловлена их возрастающей ролью и существенным воздействием на массовое сознание. Правительство РФ получило новый канал взаимодействия с обществом – через социальные сети, которые позволяют повысить как информированность граждан, так и заинтересованность заинтересованных лиц. В результате наличие аккаунтов в соцсетях стало важным ресурсом повышения эффективности работы национальных правительств [3].

Ключевым преимуществом социальных сетей являются максимальные возможности для таргетинга аудитории (то есть фокусировки рекламной кампании на конкретный сегмент целевой аудитории). К тому же, к ключевым преимуществам может так же относиться не рекламный формат и интерактивное взаимодействие.

Для государственных организаций сфера применения маркетинга в социальных сетях (далее – SMM) шире, чем может показаться на первый

взгляд. Тем более с активной пропагандой в последнее время электронного правительства, электронного обращения граждан и так далее, политики и государственной организации просто обязаны выходить в сеть, так как интернет-коммуникации способствуют поддержанию лояльности населения.

Задача SMM как механизма государственно маркетинга (рис. 1) – это привлечение не охваченного до сих пор электората и поддержание лояльности существующего.



Рис. 1. Задачи SMM в маркетинге социальных сетей органов власти

Метод SWOT способствует раскрытию основных преимуществ и недостатков, проецированию угроз и возможностей объекта его применения. Этот простой и результативный алгоритм получил широкое распространение в различных областях и идеально подходит для социальных медиа маркетинга.

SWOT-анализ – метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации и разделении их на четыре категории: Strengths (сильные стороны), Weaknesses (слабые стороны), Opportunities (возможности) и Threats (угрозы).

SWOT-анализ предполагает взаимодействие с четырьмя ключевыми направлениями, которые помогут сформировать стратегию продвижения в социальных сетях. При разборе показателей верхней части SWOT-матрицы – сильных и слабых сторон проекта следует обратить внимание на то, что они определяются внутренним воздействием на социальные медиа. Следовательно, ими можно управлять и, посредством этого, изменить ситуацию.

Что касается нижних составляющих SWOT-матрицы, то относящиеся к ней возможности и угрозы, отражают влияние внешней среды и поэтому не могут быть устранены и не поддаются прямому воздействию или управлению. Для достижения наилучших результатов, рекомендуется уделять внимание каждому из составляющих матрицы отдельно. Когда все четыре показателя тщательно проанализированы, удастся создать более успешный план действий, который способен повысить шансы на достижение поставленных целей.

Рассмотрим использование социальных сетей на примере органов власти Иркутской области.

Исполнительную власть Иркутской области осуществляют:

– высший исполнительный орган государственной власти Иркутской области – Правительство Иркутской области, возглавляемое губернатором Иркутской области;

– министерства и иные исполнительные органы государственной власти Иркутской области.

Орган законодательной власти – Законодательное Собрание Иркутской области, которое представлено депутатами от различных партий, избираемых на пятилетний срок. Из числа депутатов созданы комитеты и постоянные комиссии, а также временные комиссии.

Правительство Иркутской области имеет свои страницы в социальных сетях: в социальных сетях «Одноклассники» и «ВКонтакте».

Целевая аудитория аккаунтов в социальных сетях Правительства Иркутской области – жители региона, органы федеральной и региональной власти, заинтересованные лица: мужчины и женщины от 14 лет и старше. Проведем анализ использования социальных сетей Правительством Иркутской области в табл. 1.

Таблица 1

Анализ использования социальных сетей Правительством Иркутской области

Параметры	Социальная сеть «Одноклассники»	Социальная сеть «ВКонтакте»
Число подписчиков, чел.	38 831	49 690
Общее количество подписчиков, чел.	41 900 000	73 400 000
Доля подписчиков группы в социальной сети Правительства Иркутской области, %	0,092	0,068
Доля подписчиков в общей численности жителей региона	1,65	1,93
Количество публикаций на 10 августа 2022 г., ед.	3 432	1 259
Средняя частота публикаций	Раз в день	Раз в день

Анализируя использование социальных сетей Правительством Иркутской области, можно сделать вывод, что преимущественно используется социальная сеть «Одноклассники», тогда как социальная сеть «ВКонтакте» данным органом власти используется для публикации своих материалов и информации в меньшей степени. При этом следует отметить, что охват аудитории соцсетью «ВКонтакте» намного шире, чем у «Одноклассники», кроме этого, в социальной сети «ВКонтакте» гораздо больше пользователей – молодых людей, с активной позицией. Таким образом, воздействие на общественное мнение этой целевой аудитории практически не осуществляется. Кроме этого, следует отметить недостаточный охват аудитории, малочисленность подписчиков как со стороны пользователей социальных сетей, так и со стороны жителей Иркутской области. Тем не менее, информационный контент, публикуемый в социальной сети «Одноклассники» Правительством Иркутской области, довольно интересный, насыщенный, содержит большое количество видеозаписей, фотографий, новостей, акций, отражает политическую и социальную жизнь в регионе, показывает активное взаимодействие власти и общества. Необходимо активнее продвигать сообщество Правительства Иркутской области в социальных сетях, привлекать подписчиков, заинтересовывать граждан и, в частности, молодых людей к просмотру информации, к вступлению в группы данного информационного ресурса.

Рассмотрим подробнее возможные сильные стороны Правительства Иркутской области в социальных сетях. Ниже приведены примеры сильных сторон, которые являются общими для большинства социальных медиа и которые чаще всего можно встретить в процессе анализа деятельности в социальных сетях Правительства Иркутской области:

- 1) наличие профилей в основных социальных сетях, исходя из ЦА (целевая аудитория);
- 2) единое, продуманное позиционирование продукта;
- 3) создание официальной страницы (например, страница Правительства «ВКонтакте»);
- 4) стабильная позитивная репутация и позиционирование в социальных сетях;

Для удачного развития особенно важно знать открывающиеся возможности. Социальные сети часто не реализуются в полной мере из-за того, что многие их возможности остаются без внимания. SMM менеджеры фокусируются на рекламе продукта или услуги и забывают уделять свое внимание перспективам, которые не сразу заметны на первый взгляд. Необходимо стремиться избегать этой ошибки, которая обесценит успехи Правительства Иркутской области в социальных сетях. Важно подготовить список предполагаемых возможностей, чтобы в подходящей

ситуации не упустить их и использовать для улучшения/развития рекламной кампании в социальных сетях. Как пример интересные, релевантные новости и события, которые можно использовать, чтобы побудить к дискуссии на странице Правительства Иркутской области;

Целесообразно определить возможные угрозы социальных сетей. Как было сказано ранее, угрозами чаще всего являются внешние факторы, на которые маркетолог не способен оказать влияние, но он всегда может изменить стратегию так, чтобы превратить их в возможности и использовать на благо проекта. Единственная угроза, которая была обнаружена для продвижения социальных сетей Правительства Иркутской области – ужесточение требований по работе с обратной связью.

Перейдем к рассмотрению слабых сторон. Стратегически важно выявить каждую слабость и недостаток. Сфокусировав свои усилия в работе над ним, необходимо стремиться минимизировать все недостатки и в итоге преобразовать их в преимущества. По итогам анализа из выявленных слабых и сильных сторон, а также возможностей и угроз составим матрицу SWOT, чтобы установить связь между ними и на этой основе принять дальнейшее решение. Проведем SWOT-анализ возможностей использования социальных сетей органами власти Иркутской области в табл. 2.

Таблица 2
SWOT-анализ использования социальных сетей органами власти
Иркутской области

Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> – Широкий охват аудитории – жителей региона, в том числе конкретной целевой аудитории. – Возможности публикации разнообразного контента: новостей, фотографий, видеороликов, статей и проч. – Интерактивность – наличие оперативной и открытой обратной связи с аудиторией. – Возможность воздействия на общественное сознание путем публикации материалов духовного, патриотического, морально-нравственного содержания 	<ul style="list-style-type: none"> – Большое количество разнообразных страниц в социальных сетях, которые просматриваются людьми. – Воздействие на людей через социальные сети с помощью сомнительного контента, содержащего развлекательную информацию, но несущую вред моральным ценностям человека. – Наличие в социальных сетях страниц со скрытыми призывами к насилию, экстремизму, дискриминации. – Запрет со стороны Роспотребнадзора не использование некоторых популярных социальных сетей, которые обходятся с помощью VPN

Окончание табл. 2

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> – Ежедневная публикация многими органами власти Иркутской области информационного контента новостных лент, статей для жителей региона. – Повышение интереса граждан региона к аккаунтам в социальных сетях путем публикации интересного, яркого, привлекательного контента. – Возможности рекламы сообществ органов власти в социальных сетях в региональных СМИ, популярных новостных региональных интернет-порталах 	<ul style="list-style-type: none"> – Малый охват целевой аудитории, незначительное количество подписчиков на аккаунты органов власти в социальных сетях. – Отсутствие у многих органов власти, региональных комитетов собственных страниц в социальных сетях. – Слабое использование возможностей продвижения в социальных сетях. – Недостаток квалифицированных специалистов для сопровождения и продвижения аккаунтов органов власти в соцсетях

С развитием каналов коммуникации и становлением социальных сетей неотъемлемой составляющей повседневной жизни присутствие в них демонстрации своего лица пользователям становится обязательной составляющей политической деятельности. Правительство Иркутской области может не только стать ближе к своему текущему вовлеченному населению, но и привлечение новой целевой аудитории, давая возможность им лучше узнать себя, но и повысить информированность за счет верного сочетания различных медиаплощадок и деятельности за пределами сети.

Рассмотрим использование социальных сетей Министерством по молодежной политике Иркутской области (табл. 3). Данный орган власти также имеет свои страницы в социальных сетях «Одноклассники» и «ВКонтакте». Целевая аудитория – жители региона, органы федеральной и региональной власти, преимущественно молодые люди региона в возрасте 14–35 лет.

Анализируя использование социальных сетей Министерством по молодежной политике Иркутской области, можно сделать вывод, что данный орган власти активно использует возможности социальных сетей: ежедневно публикуется несколько постов с фотографиями, видеозаписями, информацией, новостями о деятельности министерства и проводимых мероприятиях. Однако следует отметить недостаточное число подписчиков в данных сообществах, низкую долю охвата целевой аудитории. Каждый публикуемый пост просматривается в среднем 500–1600 подписчиками, что также является невысокой долей просмотров среди жителей данного региона.

Таблица 3

Анализ использования социальных сетей Министерством по молодежной политике Иркутской области

Параметры	Социальная сеть «Одноклассники»	Социальная сеть «ВКонтакте»
Число подписчиков, чел.	1173	6219
Общее количество подписчиков, чел.	41 900 000	73 400 000
Доля подписчиков группы в социальной сети Правительства Иркутской области, %	0,0028	0,0085
Доля подписчиков в общей численности жителей региона	0,049	0,141
Количество публикаций на 10 августа 2022 г., ед.	9308	7046
Средняя частота публикаций	Раз в день	3–4 раза в день

Организация в определенной степени выполняет работы по формированию общественного мнения через патриотическое воспитание детей и молодежи – специально организованной деятельности, с помощью специально подготовленных людей, целенаправленно осуществляющих формирование патриотических качеств личности.

Однако следует отметить недостаточное использование возможностей социальных сетей для формирования общественного сознания и общественного мнения, для информирования граждан региона. Данному органу власти также необходимо активнее продвигать сообщества в социальных сетях, привлекать подписчиков, заинтересовывать молодых людей к просмотру информации, к взаимодействию с органами власти.

Таким образом, следует отметить, что социальные сети предоставляют широкий спектр возможностей для поиска целевой аудитории и воздействия на общественное мнение. Они характеризуются динамичностью, оперативностью смены информации, относительной «неформальностью» и удобством пользования. При этом многие органы власти Иркутской области уже оценили преимущества социальных сетей и активно используют их не только для информирования граждан, но и для воздействия на общественное сознание, на формирование общественного мнения, для получения обратной связи с жителями региона.

Однако на примере использования социальных сетей Министерством Иркутской области и Министерством по молодежной политике Иркутской области было выявлено недостаточное использование возможностей соцсетей для взаимодействия органов региональной власти с обществом: недостаточное число подписчиков в данных сообществах, низкая доля охвата целевой аудитории, недостаточно частое обновление постов

органами власти, иногда формальная публикация новостей, что неинтересно подписчикам. Следовательно, необходимо предпринять меры для совершенствования перспективных возможностей социальных сетей органами власти.

Литература

1. Ардашев Р. Г. Воздействие СМИ на иррациональность общественного сознания // Социология. 2021. № 3. С. 53–61.
2. Ардашев Р. Г. Воздействие на сознание: СМИ и политическая пропаганда // Телекоммуникационные технологии: Актуализация и решение проблем подготовки высококвалифицированных кадров в современных условиях. Хабаровск, 2020. С. 862–868.
3. Ардашев Р. Г. Феноменология рационального и иррационального мышления // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. 2021. Т. 21, № 2. С. 120–124.
4. Журавлева И. А., Иванов Р. В. Социально-политическая система России : учеб. пособие. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. 148 с.

УДК 336.74

Ю. В. Заварзина, К. А. Ширяева, *Иркутск*

Механизмы взаимодействия гражданского общества с законодательной и исполнительной властями Иркутской области

Исследованы вопросы взаимодействия гражданского общества с законодательной и исполнительной властями Иркутской области через реализацию государственной программы Иркутской области «Реализация государственной национальной политики в Иркутской области» на 2019–2024 гг. и государственной программы Иркутской области «Социальная поддержка населения» на 2019–2024 гг., которые на текущий период показали свою эффективность.

Ключевые слова: некоммерческая организация, гражданское общество, государственная программа, социальная поддержка.

Yu. V. Zavarzina, K. A. Shiryayeva, *Irkutsk*

Mechanisms of Interaction of Civil Society with the Legislative and Executive Authorities of the Irkutsk Region

The article examines the issues of interaction of civil society with the legislative and executive authorities of the Irkutsk region through the implementation of the state program of the Irkutsk region “Implementation of the state national policy in the Irkutsk region” for 2019-2024 and the state program of the Irkutsk region “Social support of the population” for 2019-2024, which for the current period have shown their effectiveness.

Keywords: non-profit organization, civil society, state program, social support.

Государство поддерживает некоммерческий сектор через разного рода механизмы. К ним следует отнести финансовую поддержку через выделение грантов, субсидий и прочих форм, поддержку имущественного характера через предоставление помещений для ведения деятельности НКО, информационную, через привлечение НКО к сотрудничеству с

ресурсными и информационными площадками и центрами для повышения осведомленности о мероприятиях, конкурсах и результатах работы некоммерческого сектора и государства. Также поддержка может носить образовательный характер, когда сотрудники НКО приглашаются для повышения квалификации, переподготовки и обучения в сфере развития методов участия НКО в жизни социума.

Вопросы развития партнерства некоммерческого сектора с органами власти рассматривались в работах автора, И. А. Журавлевой [1; 3], О. А. Полюшкевич [4], А. Н. Пружинана [5], А. Ю. Поджидаевой [6], П. А. Трескина [7–10] и др.

Основным механизмом взаимодействия власти и СОНКО в Иркутской области является реализация государственной программы Иркутской области «Реализация государственной национальной политики в Иркутской области» на 2019–2024 гг. подпрограммы «Государственная региональная поддержка в сфере этноконфессиональных отношений» на 2019–2024 гг. и государственной программы Иркутской области «Социальная поддержка населения» на 2019–2024 гг. подпрограммы 6 «Государственная региональная поддержка социально ориентированных некоммерческих организаций в Иркутской области на 2019–2024 годы», которые на текущий период показали свою эффективность.

В рамках данных программ реализуются стратегии поддержки некоммерческого сектора региона, и данная деятельность, несомненно, с каждым годом становится все более результативной.

Так, некоммерческими организациями Иркутской области в период с 2017 по 2022 г. были поданы 2474 заявки, 523 проекта получили поддержку на сумму более 875,7 млн руб.

Иркутская область уже не первый год входит в десятку лидеров среди регионов Российской Федерации по количеству заявленных проектов. СОНКО Иркутской области показывают высокие результаты среди регионов Сибирского федерального округа [1, с. 227].

В первом конкурсе 2022 г. от Иркутской области принял участие 221 проект, 29 из которых стали победителями. Общая сумма грантовых средств составила более 54 264 тыс. руб.

На второй конкурс 2022 г. были поданы 239 проектов, 37 из которых стали победителями. Общая сумма грантов составила более 65 524 тыс. руб.

В специальном конкурсе 2022 г. было подано 29 проектов, 5 из которых стали победителями. Общая сумма грантов составила более 15 060 тыс. руб.

Информация об итогах каждого конкурса размещается на официальном сайте Правительства Иркутской области. Управлением пресс-службы Губернатора Иркутской области делается рассылка в СМИ для

дальнейшего размещения. На информационных ресурсах Управления и Ресурсного центра регулярно публикуются новостные материалы об итогах конкурса. Большинство участников и победителей конкурса публикуют посты о своих результатах в социальных сетях.

В июне 2021 г. приказом Президентского фонда культурных инициатив было утверждено положение о конкурсе на предоставление грантов Президента РФ на реализацию проектов в области культуры, искусства и креативных (творческих) индустрий.

Участниками конкурса по положению могут стать некоммерческие организации (за исключением государственных учреждений, государственных корпораций, государственных компаний, политических партий), коммерческие организации и индивидуальные предприниматели.

В шести конкурсах 2022 г. от Иркутской области приняли участие 364 организации, всего было поддержано 39 проектов на общую сумму более 99 626 тыс. руб. из городов Иркутска, Братска, Черемхово, Тулуна, Ангарского МО, Аларского, Иркутского, Нижнеудинского, Осинского и Слюдянского районов [2].

Поддержка Правительства Иркутской области является одним из важнейших факторов развития сектора некоммерческих организаций в регионе. Существует проблемы, которые могут быть решены только при участии государства, поэтому некоммерческому сектору, кроме собственной инициативы, следует опираться на возможности, которые возникают в связи с участием в реализации государственных программ [3, с. 205].

Таким образом, в Иркутской области органы власти добились высоких результатов в осуществлении поддержки и развитии некоммерческого сектора региона. Однако как одним из направлений дальнейшего развития механизма государственной поддержки СОНКО необходимо развивать налоговые льготы и преференции для организаций некоммерческого сектора, так как в настоящее время налоговое бремя СОНКО ничуть не уступает налоговой нагрузке предприятий коммерческого сектора, что не является привлекательным фактором для развития регионального некоммерческого сектора.

Литература

1. Заварзина Ю. В., Батьянова Л. Н. Инновационное предпринимательство в Иркутской области: вопросы социального моделирования // Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы, и перспективы. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2021. С. 226–243.
2. Управление Губернатора Иркутской области и Правительства Иркутской области по связям с общественностью и национальным отношениям : офиц. сайт // Отчет о деятельности СОНКО в Иркутской области за 2022 г. URL: <https://irkobl.ru/sites/ngo/national/nackult/%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%8B%D0> (дата обращения: 01.09.2023).
3. Журавлева И. А., Заварзина Ю. В. Подходы к внедрению социально-экологических инноваций в современном обществе // Гуманистические и экологические ресурсы Байкала в

укреплении социального здоровья и межнационального согласия в молодежной среде. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2021. С. 204–207.

4. Полошкевич О. А. Роль социальных коммуникаций в межсекторном партнерстве при реализации просоциальных практик // Социальные коммуникации: философские, политические, религиозные, культурно-исторические измерения : сб. ст. III Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием / под общ. ред.: О. Ф. Гаврилова, О. И. Жуковой, С. Н. Чируна. Кемерово : КГУ, 2023. С. 353–357.

5. Пружинин А. Н. Управление институтами гражданского общества через призму человеческого капитала // В поисках социальной истины : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2021. С. 137–141.

6. Пружинин А. Н., Поджидаева А. Ю. Модели легитимации развития человеческих ресурсов некоммерческих организаций // Социология. 2022. № 1. С. 144–153.

7. Трескин П. А. Ресурсы некоммерческого сектора Байкальского региона в многополярном мире // Этнопсихологические и кросс-культурные проблемы и ресурсы становления многополярного мира (восточный и западный подходы) : материалы Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2023. С. 229–233.

8. Трескин П. А. Роль современных некоммерческих организаций в цифровом развитии институтов гражданского общества // Социология. 2023. № 3. С. 147–159.

9. Трескин П. А. Цифровизация работы НКО как социальная угроза и/или перспектива развития // Методология предотвращения угроз в XXI веке : сб. науч. тр. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. С. 353–356.

10. Трескин П. А. Роль экспертного сообщества в развитии социального партнерства // Экспертные институты в XXI веке: принципы, технологии, культура : сб. науч. тр. / науч. ред. Т. И. Грабельных. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. С. 103–105.

УДК 911.94

А. С. Затолокин, Ю. В. Петров, Тюмень

Направления цифровизации системы обращений граждан

Выясняется, как современные темпы цифровизации кардинально изменили повседневность россиян. На примере системы обращений граждан по вопросам охраны окружающей среды предлагается способ обратной связи от территориальной общности людей. На основе исследования современного состояния цифровизации в области экологического мониторинга сформулированы предложения по расширению информационного представления экологических аспектов деятельности. С учетом важности и востребованности ESG-повестки даны пошаговые инструкции дорожной карты по цифровизации всего направления.

Ключевые слова: ESG, экологический мониторинг, цифровизация, решения, государственные органы власти.

A. S. Zatolokin, Yu. V. Petrov, Tyumen

Directions of Digitalization of the System of Citizens' Appeals

The modern pace of digitalization has radically changed the everyday life of Russians. One of the basic directions of digital transformation is the optimization of the System of citizens' appeals in the field of environmental protection, as a source of feedback from the territorial community of people. In the work, based on the study of the current state of digitalization in the field of environmental monitoring, proposals are formulated to expand the information representation of environmental aspects of activities. Taking into account the importance and relevance of the ESG agenda, step-by-step instructions of the roadmap for digitalization of the entire direction are given.

Keywords: ESG, environmental monitoring, digitalization, solutions, public authorities.

Россия не стоит на месте, а идет все дальше в ногу с прогрессом, однако на этом пути могут возникать определенные проблемы и трудности, на которые стоит обратить внимание для принятия дальнейших решений. Так, цифровизация уже не является каким-то чуждым для нас понятием, а, наоборот, применяется во всю во многих отраслях производства и государственной власти [3]. Однако цифровизация еще достаточно медленно внедряется. Так, например, лишь недавно были внесены изменения, в соответствии с которыми обращение гражданина в форме электронного документа может быть направлено в госорган, орган местного самоуправления или должностному лицу через Единый портал госуслуг [4]. При этом небольшом достижении нужно выделить то, что система обращений не эталон и, следовательно, должна способствовать дальнейшей отраслевой модернизации. На примере организации Системы обращений в рамках управления охраной окружающей среды, которая, в свою очередь, подпадает под стратегическое направление в области цифровой трансформации отрасли экологии и природопользования [13]. В свою очередь большинство обращений граждан в органы государственной власти по экологическим вопросам идут в связи с фактом обнаружения правонарушения.

Рассмотрим на примере Тюменской области. Вопросами экологических правонарушений на федеральном уровне занимается Северо-Уральское межрегиональное управление Росприроднадзор, а на региональном уровне – Департамент недропользования и экологии Тюменской области. Но их всех объединяет однотипная система обращения: написал текст обращения и прикрепил документы, и дальше обращение уходит в органы власти, а дальше – рассмотрение и вынесение решения. С одной точки зрения, система неплоха, она выполняет свою роль, что гражданин может сообщить о фиксации нарушения, но, с другой стороны, она не доведена до логического конца и поэтому такое часто случается, что это правонарушение находит не один, а десятки людей: все начинают писать обращения, заваливая орган власти однотипными делами, на которые приходят гражданам одинаковые ответы, из-за чего они негодуют! Ответ идет в качестве отписки на то, что данное правонарушение рассматривалось ранее и вынесено такое-то решение.

В связи с чем возникает вопрос, а что же нужно менять и как правильно применить цифровизацию? Для данного случая можно предложить несколько вариантов решения проблемы:

1. Создание единого государственного геопортала экологических правонарушений, на котором в режиме реального времени на карте будут вынесены точки с обнаруженными правонарушениями с публикацией информации о решении государственных органов власти, включая вердикт

о подтверждении факта правонарушения, дальнейшее решение (Например: выявлен факт несанкционированной свалки на участке территории, принадлежащей Иванову Иван Ивановичу, в связи с чем вынесен штраф и обязательство очистить данную территорию к определенному сроку). Это не что-то сверхъестественное, а, довольно, рабочая модель, примеры которой уже существуют. В РФ такая схема создана отдельными гражданами или некоммерческими общественными организациями: Народная карта экологических нарушений (Создано Межрегиональной экологической общественной организацией «Зеленый Фронт»), карта экологии недр России (Создано общественным фондом «ЭКОЛОГИЯ НЕДР»), Экодозор Хабаровский край (Общественный экологический проект «Развитие системы общественного экологического контроля в Амурском экорегионе») и др. [9–11; 15]. В связи с этим есть прямая необходимость для создания своего государственного геопортала, который будет предоставлять самую актуальную и достоверную информацию без искажений, либо внедрить данное решение в качестве отдельного инструментария в создаваемой правительством единой комплексной системе мониторинга окружающей среды, так как точки с правонарушениями тоже являются частью мониторинга [1].

2. Создание регионального портала экологических правонарушений. По аналогии с единым государственным порталом правонарушений, но уже с разделением на определенные регионы. Такому подходу тоже место быть, оно может быть промежуточным перед созданием единой системы для постепенного освоения государственных служб. Примером может служить вышеупомянутый «Экодозор» Хабаровского края, только с отдельной картой региона, чтобы не было возможности поставить значок о выявлении правонарушения на территории другого региона.

3. Внедрение дополнительных обязательных пунктов при подаче обращения в государственный орган. Если обращение касается экологического правонарушения, то на странице обращения в ведомство, к примеру, Департаменту недропользования и экологии Тюменской области, добавить пункт с возможностью указывать координаты или установить флажок на карте, где расположено правонарушение. Следующий шаг – обязательное прикрепление фото- или видеоматериалов, а также рядом разместить подсказку, отражающую информацию о том, что должно быть зафиксировано. Благодаря этому может существенно сократиться количество заявлений без фактов подтверждения правонарушения и координат (Примеры неопределенных форматов обращений: «На улице неестественно пахнет» или «Сегодня во время прогулки обнаружил мусор»), т. е. еще на этапе подачи заявлений заставляет задуматься гражданина о

том, где я это увидел и чем доказать. Плюс, данная Система поможет определить по координатам аналогичное обращение по данному вопросу.

Итак, а зачем же по итогу нужны все данные варианты? Во-первых, доступ для граждан к актуальной информации о состоянии окружающей среды, а также возможность проконтролировать исполнение решений властей, к примеру, самому приехать и убедиться: убрали ли на той территории мусор и насколько качественно. Также это будет являться хорошим набором данных для экологического мониторинга, так как на основе этих данных будет возможность гражданам работать с актуальными данными, но в нынешний момент мы располагаем скудным количеством информации в открытом доступе [2; 6–8]. Во-вторых, данные решения помогут продвижению ESG-повестки, которая с каждым днем все более влиятельна и важна в мировой экономике, так как уже все крупные мировые биржи и рейтинговые агентства имеют свой собственный ESG-рейтинг, затрагивая деятельность компаний и целых регионов. Как раз интерактивная карта правонарушений может способствовать региону улучшить свои позиции в рейтинге или, наоборот, опуститься, а если рейтинг падает, то и инвестиционная привлекательность тоже падает [12], из-за чего компании и государственные власти вынуждены будут оптимизировать свою работу в рамках сохранения благоприятной окружающей природной среды и своих показателей. В-третьих, это поспособствует департаментам и службам, занимающимся экологическими правонарушениями, снизить нагрузку на инспекторов и исключить ненужные выездные проверки.

Подводя итог, можно отметить важность цифровизации для государственного и муниципального управления. Так, на примере возможной цифровизации Тюменской области в области экологических правонарушений можно улучшить ESG-рейтинг региона, а также обеспечить спрос граждан на актуальную и достоверную информацию о состоянии окружающей среды [14]. Что в свою очередь также поспособствует положительному взаимодействию органов власти и граждан [5]. И в целом позволяет регулировать экологическую обстановку на местах.

Литература

1. В России появится единая комплексная система мониторинга окружающей среды. URL: <http://duma.gov.ru/news/57636/> (дата обращения: 31.08.2023).
2. Валеева К. Н., Петров Ю. В. Использование цифровых технологий для оценки ресурсообеспеченности Викуловского района Тюменской области // Цифровая география : материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Пермь, 16–18 сент. 2020 г. Т. 1. Пермь : ПГНИУ, 2020. С. 232–235.
3. Голубош О. С. Государственный и муниципальный служащий в эпоху цифровой экономики: новые вызовы в сфере управления // Актуальные вопросы экономики, менеджмента и инноваций : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Нижний Новгород, 19 ноября 2019 г. Нижний Новгород : Нижегород. гос. техн. ун-т им. П. Е. Алексеева, 2019. С. 176–178.

4. Граждане смогут направлять обращения в органы власти через портал «Госуслуги». URL: <https://www.garant.ru/news/1641077/> (дата обращения: 31.08.2023).
5. Ефимова Я. Е. Государственное и муниципальное управление в цифровую эпоху // Социальная реальность виртуального пространства : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск, 20 сент. 2021 г. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2021. С. 209–212.
6. Затолокин А. С., Петров Ю. В. Информационное обеспечение населения сведениями по результатам экологического мониторинга в Тюменской области // Успехи современного естествознания. 2023. № 7. С. 27–31. DOI: 10.17513/use.38067
7. Затолокин А. С., Петров Ю. В. Проблемы экологического мониторинга на примере муниципалитетов Тюменской области // Муниципальные образования регионов России: проблемы исследования, развития и управления : материалы V Всерос. межведомств. науч.-практ. конф. с междунар. участием, Воронеж, 10–12 ноября 2022 г. Воронеж : Цифровая полиграфия, 2022. С. 862–865.
8. Калмыков Ю. А., Косьянова В. Н. Проблемы цифровизации в сфере экологии и природопользования // Цифровой регион: опыт, компетенции, проекты : сб. тр. IV Междунар. науч.-практ. конф., приуроченной к Году науки и технологий в России. Брянск, 25 ноября 2021 г. Брянск : Брян. гос. инж.-технол. ун-т, 2021. С. 265–269.
9. Карта экологии недр России. URL: <https://econedr.ru/ecomap/> (дата обращения: 31.08.2023).
10. Кто и как борется с экологическими преступлениями в России. URL: <https://recyclemag.ru/article/boretsya-ekologicheskimi-prestupleniyami-rossii> (дата обращения: 31.08.2023).
11. Народная карта экологических нарушений. URL: <https://greenfront.su/eco-map/> (дата обращения: 31.08.2023).
12. Петров Ю. В. Территория Юга Тюменской области как объект исследования инвестиционного климата региона // Вестник Тюменского государственного университета. 2006. № 3. С. 96–102.
13. Об утверждении стратегического направления в области цифровой трансформации отрасли экологии и природопользования : распоряжение Правительства РФ от 8 дек. 2021 г. № 3496-р // КонсультантПлюс : справ.-поиск. система.
14. Тимербулатов Ф. Т., Петров Ю. В. Информационное обеспечение сбалансированного социально-экономического управления природопользованием на территории Ханты-Мансийского автономного округа – Югры // Горные ведомости. 2012. № 8(99). С. 68-71.
15. Экодозор. Хабаровский край. URL: <http://ecodozor.pro/#type=map¢er=48.07440361140737,133.2288064726851&zoom=7> (дата обращения: 31.08.2023).

УДК 792.34

Ю. А. Киселев, *Иркутск*

Особенности государственного регулирования театральной деятельности Иркутской области

Исследуются вопросы государственного регулирования театральной деятельности Иркутской области. Изучается основа социального моделирования развития театральной деятельности в регионе, выявляются сильные и слабые стороны.

Ключевые слова: государственное регулирование, театральная деятельность, регулирование, Иркутская область.

Yu. A. Kiselev, *Irkutsk*

Features of State Regulation of Theatrical Activities in the Irkutsk Region

The article analyzes state regulation of theatrical activities in the Irkutsk region. The basis of social modeling of the development of theatrical activity in the region is studied, strengths and weaknesses are identified.

Keywords: state regulation, theatrical activity, regulation, Irkutsk region.

Деятельность государственных театров Иркутской области прежде всего благодаря участию в межрегиональных и международных гастролях и фестивалях становится известной за пределами Иркутской области и служит важным фактором формирования позитивного имиджа Иркутской области.

В этом ключе новые условия и контексты жизни рассматриваются в работах Р. Г. Ардашева [1–4], креативный потенциал городской среды изучается О. А. Полюшкевич [6–8], особенности работы негосударственных театров анализируются в работе автора [5].

Театральные постановки являются мощным средством популяризации региональной культуры, прежде всего литературы Приангарья. Так, широкую известность за пределами Иркутской области приобрели сценические постановки по произведениям известных писателей Александра Вампилова, Валентина Распутина.

Большинство крупнейших областных «имиджевых» мероприятий связано с деятельностью государственных театров Иркутской области. Главным театральным мероприятием Иркутской области является Всероссийский театральный фестиваль современной драматургии имени Александра Вампилова. Также государственные театры Иркутской области, расширяя рамки своей деятельности, поддерживают такие крупные «имиджевые» проекты как Международный фестиваль академической музыки «Звезды на Байкале», литературные вечера «Этим летом в Иркутске», международный фестиваль оперного пения «Дыхание Байкала».

Театральные события формируют региональную «культурную повестку» и служат фактором для формирования чувства гордости за дости-

жения культуры Иркутской области, фактором самоидентификации жителей Иркутской области. Важное символическое значение имеют здания, в которых размещаются крупнейшие государственные театры Иркутской области. Они являются одними из важнейших инфраструктурных объектов административного центра. Эстетическая ценность данных объектов делает их фактором «узнаваемости» Иркутской области, как для его жителей, так и для живущих за его пределами.

Возможности в виде наличия вместительных и удобных залов делают государственные театры Иркутской области площадкой для проведения большинства наиболее крупных и значимых мероприятий в культурной, политической и социально-экономической жизни Иркутской области.

Государственные театры Иркутской области занимают ведущие позиции в системе государственных учреждений культуры Иркутской области, обладают развитой материальной базой, квалифицированным кадровым составом, отличаются большими масштабами деятельности и значительным объемом финансирования.

Государственные театры Иркутской области стали пионерами по изменению типа учреждения с бюджетного на автономный среди всех государственных учреждений Иркутской области.

10 глава Концепции также посвящена государственной поддержке негосударственных театров. Отмечается, что, как правило, негосударственные театры Иркутской области более активно работают над инновационными по форме и содержанию постановками, более смело привлекают современный драматургический и литературный материал, предоставляют возможности для роста новым поколениям актеров и режиссеров.

Государственная поддержка негосударственных театров Иркутской области содействует увеличению многообразия и актуализации театрального предложения, формированию духа поисков и экспериментов, способствующих развитию театрального искусства в Иркутской области, открывает возможности для становления и развития театральных коллективов, которые могут стать гордостью Иркутской области.

Основными формами государственной поддержки в отношении муниципальных театров Иркутской области должны стать привлечение к театральным мероприятиям в Иркутской области, в том числе ежегодным театральным фестивалям в Иркутской области, организационная и информационная поддержка.

Государственная поддержка негосударственных театров Иркутской области может дополнительно включать предоставление субсидий из областного бюджета на осуществление культурной деятельности и участие

в мероприятиях за пределами Иркутской области, предоставление помещений для организации репетиционного процесса и выступлений. Возможно также учреждение специального конкурса (фестиваля) Иркутской области для негосударственных театров Иркутской области, который может быть открытым для участия со стороны непрофессиональных театральных коллективов из других регионов России, других стран. Стоит упомянуть, что в 2018 г. такой фестиваль был учрежден.

Наиболее авторитетные представители негосударственных театров Иркутской области могут войти в совещательные органы при органах государственной власти Иркутской области.

Стоит отметить, что в 2018 г. подобный фестиваль, о котором говорится в концепции, был создан объединением негосударственных театров г. Иркутска.

В Иркутской области уделяется большое внимание развитию культурной политики, но, несмотря на это, существует множество проблем, которые отрицательно сказываются на развитии данной сферы.

Среди ряда проблем, существующих в сфере театральной деятельности, можно выделить следующие основные проблемы:

- кадровые проблемы, включая низкий уровень заработной платы, проблемы жилищной обеспеченности работников, слабый приток молодых специалистов и, как следствие, старение кадров;
- недостаточное количество средств для создания спектаклей, соответствующих современному уровню творческого процесса;
- отсутствие стабильной модернизации материально–технической базы театров;
- недостаточная поддержка федеральных структур в проведении гастролей творческих коллективов театров;
- необходимость расширения площадей театров, оснащения их современным оборудованием;
- недостаточная экономическая доступность театральных услуг для населения.

Рассматривая проблемы более подробно, можно сказать, что после принятия Федерального закона № 83-ФЗ экономика театров перестраивается от сметного финансирования к финансированию согласно государственному заданию учредителя, в результате чего устанавливается зависимость размера субсидии от конкретных показателей деятельности театра: количества новых постановок и числа показов спектаклей. Этот процесс приведет к результату коммерциализации деятельности театров, которые, в свою очередь, являются не только некоммерческими организациями, а государственными учреждениями.

Недостаток квалифицированных кадров. В целом потребность в работниках сферы культуры в области составляет 3,8 тыс. чел. Наиболее востребованные профессии в области культуры (режиссер детского театра, хореограф, артист оркестра, художественный руководитель и др.).

Муниципальные учреждения культуры испытывают дефицит кадров, прогрессирует их процесс старения, нет притока молодых специалистов.

В учреждениях культуры ощущается нехватка специалистов узкой направленности: руководителей хоровых, танцевальных, театральных коллективов, баянистов, преподавателей теоретических дисциплин.

Недостаточная социальная защищенность педагогических работников и специалистов в сфере культуры из-за низкого уровня заработной платы приводит к снижению престижа профессий учителя, работника культуры. К 2023 г., при отсутствии притока новых кадров, прогнозируется увеличение количества вакансий.

Остро стоит проблема жилищного обеспечения вновь прибывших специалистов. Условия проживания не устраивают многих, что приводит к оттоку молодых специалистов и, как следствие, к частой смене кадров.

Недостаток квалифицированных специалистов, «старение кадров», социальная незащищенность – это те актуальные проблемы, которые необходимо решить, чтобы вывести социальную сферу на более высокий, отвечающий современным требованиям уровень.

На сегодняшний день в Иркутской области существует около 50 коллективов, именуемые «театрами». Одной из проблем в современном молодежном искусстве – проблема самоидентификации коллективов на сцене. На поверку, лишь несколько из них действительно занимаются театральной деятельностью в прямом значении: написание сценариев, постановка спектаклей, пошив костюмов к ним и, наконец, показ результатов в виде готового спектакля. Остальные коллективы вышли из детско-юношеских школ искусств, кружков и коллективов при школах. Таким образом, мы теперь имеем по стране большое количество «театров танца», которые занимаются тем же, чем занимается только танцевальная студия, спектаклей они не ставят. Театральное дело – это масштабная организационно-экономическая система, обеспечивающая осуществление театральной деятельности, которую сложно однозначно отнести к сфере услуг. Не исключено частичное сравнение этой отрасли экономики с деятельностью театров при условии, если фокусироваться только на одной из ее составляющих, такой как показ спектакля. В остальном, особая миссия театра – доносить до общества идеи и ценности, приобщая людей к творчеству во всех сферах социальной жизни.

Не все коллективы, которые действительно занимаются театральной деятельностью, зарегистрированы как театры, многие не зарегистрированы вообще. Это объясняется тем, что творческие театральные коллективы занимаются не только театральными постановками, но и образовательной деятельностью, к примеру. Поэтому, регистрируясь как юридическое лицо, они часто в названиях не указывают что они «театр», хотя широко известны под данным названием в нашей области. Кто-то же, к сожалению, не видит смысла в регистрации и просто творит в свое удовольствие. В связи с этим хочется отметить достаточно проблематичную ситуацию по выявлению негосударственных театров на территории не только Иркутской области, но и Российской Федерации в целом.

Нами был произведен экспертный опрос. Респондентами выступили представители и руководители негосударственных театров Иркутской области. Экспертам было предложено ответить на семь вопросов по выявлению перспектив развития негосударственных театров, а также возможных путей сотрудничества с Администрацией г. Иркутска и Правительством Иркутской области.

Экспертный опрос был проведен с целью лучше узнать потребности негосударственных театров Иркутской области.

Всего было опрошено 6 экспертов. Эксперты имеют опыт работы не только в качестве актеров, но и режиссеров. Опыт работы экспертов составляет от двух до шести лет.

Мы спросили наших экспертов, достаточно ли нынешнего законодательства для регулирования театральной деятельности в Российской Федерации. Большинство опрошенных считают, что нынешнего законодательства недостаточно. 29% опрошенных уверены, что в разряде законодательной базы относительно театрального дела в России все в порядке. 14% выбрали вариант «Затрудняюсь ответить» отмечая, что погружены в творчество, поэтому им некогда следить за нормативно-правовыми актами в сфере театрального дела. Также, в рамках дополнительного вопроса ко второму вопросу нашей анкеты мы попросили перечислить нормативно-правовые акты РФ в сфере театральной деятельности, которые им известны. Из приведенных примеров различные акты Министерства культуры Российской Федерации, Концепция развития театрального дела в Российской Федерации до 2020 г., а также Указ Президента Российской Федерации «О проведении в Российской Федерации Года театра (от 28.04.2018 № 181).

Далее мы узнали у наших экспертов их мнение о необходимости прописывать регламент деятельности негосударственных театров на законодательном уровне. Больше половины опрошенных, а именно 57 %, считают, что независимые театры на то и независимые, чтобы никак не

ограничивать вою деятельность и не загонять себя в рамки нормативных актов. Остальные 43 % опрошенных думают противоположным образом. Обосновывая свой выбор данного варианта ответа, они отмечают, что регулирование деятельности независимых театров в нормативной форме позволит не только скорректировать свою деятельность действующим негосударственным театрам и направить ее на достижение четких целей, но и разработать четкие критерии для творческих коллективов, у которых есть желание именоваться театрами. В подобных нормативных актах была бы возможность прописать предмет деятельности негосударственных театров, структурировать их деятельность, и др.

Распределение ответов на наш вопрос об оценке уровня поддержки государством деятельности независимых театров. Абсолютное большинство респондентов ответили, что считают нынешний уровень государственной поддержки недостаточным. Остальные 28% не смогли ответить на данный вопрос в связи с тем, что являются рядовыми актерами и никак не ощущают поддержки своих театров со стороны. Остальные респонденты, являющиеся руководителями и режиссерами своих театров, отмечают, что на данный момент поддержка не ощутима. Возможно, это связано с тем, что органы государственной власти сравнительно недавно узнали о деятельности негосударственных театров Иркутской области. Диалог же между представителями органов государственной власти и независимых театров, где обе стороны могли бы высказать свои пожелания и предложения, начал формироваться и того позже. Именно тогда производилась работа по подготовке первого Фестиваля современной драматургии молодежных независимых театров «Источник». Тогда же негосударственные театры Иркутской области впервые настолько громко заявили о себе, решив объединиться.

По результатам предыдущего вопроса мы уже сделали вывод, что, по мнению экспертов, нынешний уровень государственной поддержки негосударственных театров недостаточный. Одна из задач данной работы – повышение уровня поддержки негосударственных театров Иркутской области. Наши эксперты выявили несколько направлений поддержки, которые могли бы реализовываться у нас в регионе. Первое направление, которое отметили большинство респондентов – техническая поддержка театров. В данном ответе подразумевается не только оборудование, но и возможности аренды помещений. В нашем городе, возможно, есть достаточно мест, неиспользуемых мест, потенциал которых можно было бы реализовать, передав эти помещения для независимых театров. Конечно, мы не говорим о полном отсутствии платы за аренду. Подходящим вариантом была бы лояльная программа аренды данных помещений.

Второе направление поддержки, которое отмечают наши эксперты – финансовая поддержка. В данном пункте подразумеваются виды финансовой поддержки на конкурсной основе. Региональные гранты, субсидирование, меценатство.

Третье направление требуемой поддержки – информационная, которая подразумевает не только улучшение работы с представителями средств массовой информации, но и помощь в связях с министерствами и департаментами культуры других регионов для совместной работы над различными проектами.

Также присутствует пункт «другое». Здесь мы объединили уникальные ответы экспертов. Среди них есть такие направления поддержки как помощь в организации гастролей по области и близлежащим регионам, содействие в отправке представителей независимых театров на различные стажировки, помощь с оформлением авторских прав на созданный иркутскими режиссерами материал.

Последним вопросом, на который мы предложили ответить нашим респондентам, стал вопрос о готовности к сотрудничеству с органами государственной власти. Мы получили 100 % положительный ответ, однако есть определенный процент условий. 57 % опрошенных экспертов готовы сотрудничать полностью. 43 % отмечают, что готовы к сотрудничеству, однако на определенных условиях. Главным условием в комментариях к данному вопросу стало невмешательство органов государственной власти в репертуар независимых театров. Это объясняется тем, что большая часть актеров независимых театров также служат и в больших государственных театрах, таких как Театр юного зрителя им. А. В. Вампилова и Иркутский академический драматический театр им. Н. П. Охлопкова, в которых репертуар очень жесткий и часто приходится играть то, что скажут. Независимые театры же составляют репертуар по своему желанию и своим возможностям и очень трепетно относятся к своим постановкам.

Литература

1. Ардашев Р. Г. Новые смыслы в сознании молодежи: влияние виртуальности // В поисках социальной истины : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск, 2021. С. 152–156.
2. Ардашев Р. Г. Новые жизненные миры россиян после COVID-19 // Современное общество в условиях социально-экономической неопределенности : XV Междунар. науч. конф. «Сорокинские чтения-2021». М., 2021. С. 23–26.
3. Ардашев Р. Г. Городское сознание как показатель эфемерности // Цивилизационные сдвиги в развитии современного города : сб. науч. тр. / науч. ред. Т. И. Грабельных. Иркутск, 2021. С. 193–197.
4. Ардашев Р. Г. Особенности развития сознания горожан в пандемическом обществе // Социология. 2022. № 1. С. 79–86.
5. Киселев Ю. А. Негосударственные театры в социальной жизни провинциальных городов // Социология. 2023. № 3. С. 249–256.

6. Полошкевич О. А. Креативное измерение публичного пространства Иркутска // Креативные стратегии и креативные индустрии в экономическом, социальном и культурном пространствах региона : материалы Второй регион. науч.-практ. конф. 2019. С. 154–160.

7. Полошкевич О. А. Креативность публичного пространства провинциальных городов // Креативные стратегии и креативные индустрии в экономическом, социальном и культурном пространствах региона : материалы Третьей регион. науч.-практ. конф. Иркутск, 2021. С. 30–35.

8. Полошкевич О. А. Просоциальные практики в провинциальном городе: креативность и профанность публичного пространства // Социология. 2021. № 4. С. 129–135.

УДК 351:004.77

Н. В. Москвитина, *Иркутск*

Оценка реализации проекта «Цифровая экономика» в Иркутской области

Проводится анализ реализации проекта «Цифровая экономика» на территории Иркутской области. Выявляются особенности и основные проблемы реализации данного проекта, рассматриваются противоречивые ситуации и обозначаются перспективы развития.

Ключевые слова: цифровая экономика, государственный проект, Иркутская область, развитие региона.

N. V. Moskvitina, *Irkutsk*

Evaluation of the Implementation of the Digital Economy Project in the Irkutsk Region

The article analyzes the implementation of the Digital Economy project in the Irkutsk region. The features and main problems of the implementation of this project are identified, contradictory situations are considered and development prospects are indicated.

Keywords: digital economy, state project, Irkutsk region, development of the region.

Согласно Указу Президента РФ от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» и его продленному варианту, цифровая экономика является одним из стратегических направлений развития России. В этом случае, в каждом регионе РФ, в том числе и в Иркутской области приняты «Стратегии цифровой трансформации», а также установлен целевой показатель «Достижение цифровой зрелости» главных отраслей экономики-социальной сферы. 31 августа 2022 г. губернатором Иркутской области была актуализирована принятая еще в 2021 г. Стратегия в области цифровой трансформации отраслей экономики, социальной сферы и государственного управления до 2024 года. В ее рамках планируется внедрить следующие технологии: искусственного интеллекта, интернета вещей, распределенного реестра (блокчейн), виртуальной и дополненной реальности (VR, AR), цифровые коммуникации, большие данные, формирующей аналитики и открытые образовательные ресурсы. Все это должно упростить и ускорить социально-экономическое развитие как муниципалитетов, так и региона в целом.

В соответствии с данной Стратегией, Минцифрой региона разработана и утверждена Губернатором Иркутской области программа Цифровой трансформации Иркутской области от 28 декабря 2022 г. Она также преследует достижение целей в рамках Указов Президента страны.

В работах Р. Г. Ардашева [4; 5] прослеживается тематика соблюдения личной и социальной безопасности в условиях виртуализации общества; в исследованиях Т. И. Герасимовой [6] и Н. В. Москвитиной [9] рассматриваются вопросы цифровой экономики а уровне государства; в работах И. А. Журавлевой [7; 8] раскрываются проблемы умных и безопасных городов, построенных по принципу цифрового управления; вопросы социального доверия и эффективности работы во время цифрового развития представлены в исследованиях О. А. Полюшкевич [10–13].

В рамках исполнения национальной программы «Цифровая экономика» то Иркутская область активно реализует пять федеральных проектов в рамках нацпроекта: «Информационная инфраструктура», «Цифровые технологии», «Кадры для цифровой экономики», «Информационная безопасность» и «Цифровое государственное управление». В настоящее время, власти региона рассматривают возможность вхождения в программы «Искусственный интеллект», «Обеспечение доступа в интернет за счет развития спутниковой связи», «Развитие кадрового потенциала ИТ-отрасли».

В соответствии с вышеперечисленными указами Президента РФ для эффективной реализации нацпроекта «Цифровая экономика» на территории Иркутской области в 2019 г. был создан Координационный совет по развитию цифровой экономики при Правительстве Иркутской области. Позже, в 2021 г., создан Координационный совет по развитию цифровой экономики при Губернаторе Иркутской области. В состав таких советов, помимо представителей исполнительных и местных органов власти, входят представители бизнеса, общественных объединений, промышленности, ИТ-сектора, образования, науки. Основными задачами Совета являются: анализ и оценка текущего состояния цифровой экономики региона, выработка предложений по развитию цифровой экономики, рассмотрение проблемных вопросов и направлений цифровой экономики, разработка предложений и рекомендаций по вопросам условий для развития цифровой экономики и т. д. Так, согласно последним данным официального портала Министерства цифрового развития и связи Иркутской области в конце 2022 г. состоялось заседание Координационного совета по развитию цифровой экономики при Губернаторе Иркутской области в ходе которого, был поднят ряд вопросов касательно цифровой трансформации в рамках нацпроекта «Цифровая экономика» в регионе: финансовая доступность для населения, внедрение технологий информационного

моделирования, чат – боты и искусственный интеллект в государственном секторе, цифровая трансформация региона. В ходе заседания Губернатором Иркутской области И. И. Кобзевым был дан ряд поручений основным профильным министерствам, таких как: рассмотреть вопросы повышения доступности услуг связи в комплексе с вопросами повышения доступности финансовых услуг в сельской местности, проработать вопрос создания единого контакт-центра с применением искусственного интеллекта для ответов на любые социально-значимые вопросы населения, создать проект дорожной карты о дооснащении системой безналичной оплаты общественного транспорта и ряд других. Большинство вопросов должны быть решены к концу 2023 г.

Также, в рамках все тех же указов Президента РФ, и во исполнение реализации нацпроекта «Цифровая экономика», в Министерстве цифрового развития и связи Иркутской области в 2021 г. был создан ведомственный проектный офис (ВПО). В его функции входит: разработка проектной документации по мероприятиям нацпроекта; сбор, анализ и мониторинг информации по реализации региональных проектов; осуществление контроля за ходом исполнения региональных проектов, взаимодействие с региональным проектным офисом (РПО) по вопросам реализации нацпрограмм.

Что касается результатов реализации нацпроекта «Цифровая экономика», согласно информации официального портала Минцифры Иркутской области, общий объем финансирования региональных проектов в рамках данного нацпроекта в регионе за 2022 г. составил 50 349, 68 тыс. руб. Средства федерального и областного бюджетов были выделены на реализацию трех региональных проектов: «Цифровое государственное управление» – 37 410 тыс. руб. (обеспечение государственных служащих типовым автоматизированным рабочим местом на базе отечественного ПО), «Информационная безопасность» – 6 156 тыс. руб., и «Информационная инфраструктура» – 6 783,68 тыс. руб. За аналогичный период 2021 г. на исполнение нацпроекта было выделено 47 244, 27 тыс. руб. Большая часть бюджета ушла на исполнение регионального проекта «Информационная инфраструктура» (обеспечение информационной инфраструктурой участков мировых судей). В 2023 г. финансирование предусмотрено в размере 22 304, 7 тыс. руб. Основная доля расходов (15 124,70 тыс. руб.) уйдет на обеспечение деятельности по внедрению комплексной распределительной системы автоматизации и управления процессами по защите информации в ИОГВ региона. Как видно из диаграммы, наиболее стабильно выделяются средства на реализацию регионального проекта «Цифровое государственное управление» и «Информа-

ционная безопасность» (см. рис. 1). Выделение средств бюджетов на исполнение региональных проектов «Цифровые технологии» и «Кадры для цифровой экономики» не предусмотрено. Также, согласно данным диаграммы, происходит изменение приоритетов по финансированию региональных проектов из года в год. Исследователи связывают это с тем, что нацпроекты пересматриваются с точки зрения того, какие у России и регионов имеются возможности по их реализации. Помимо этого, часть проектов может быть профинансирована без государственного участия – за счет средств бизнеса.

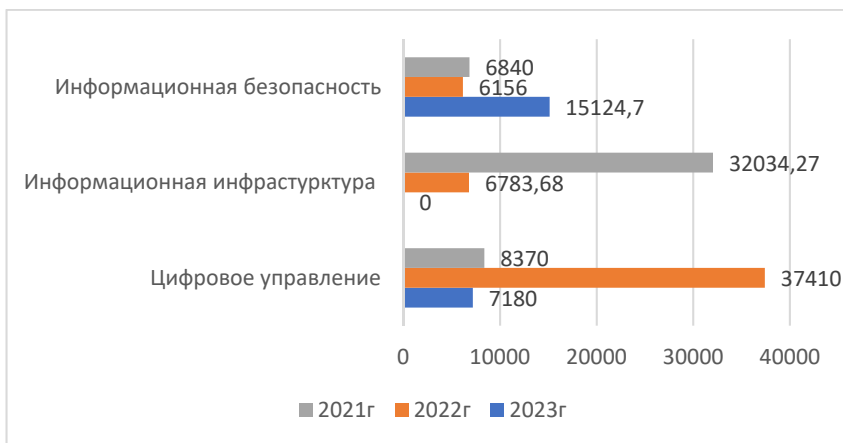


Рис. 1. Объем финансирования региональных проектов нацпроекта «Цифровая экономика РФ» в 2021–2023 гг. (тыс. руб.)

В рамках регионального проекта «*Информационная инфраструктура*» реализуются меры, направленные на развитие доступной сети Интернет по всей области. Так с 2019 по 2021 г. к сети Интернет было подключено 1838 социально значимых объектов, среди которых: органы государственной власти и местного самоуправления, общеобразовательные организации всех уровней образования, пожарные посты и части, участковые пункты полиции, фельдшерско-акушерские пункты, объекты культуры. В 2022 г. было реализовано мероприятие по созданию и организации работы единой службы оперативной помощи гражданам по номеру «122». Однако, согласно показателям достижения данного проекта, работы по созданию единой службы были просрочены и должны были быть выполнены в 2022 г. В итоге фактическое исполнение мероприятия было реализовано в конце января 2023 г. В 2023 г. продолжается работа по устранению цифрового неравенства малых и отдаленных населенных

пунктов. Смонтированы базовые станции мобильной связи в 11 селах Приангарья. Планируется установить оборудование связи еще в 25 населенных пунктах региона.

Региональный проект *«Кадры для цифровой экономики»* нацелен на активную подготовку, переобучение государственных и муниципальных служащих, сотрудников подведомственных государственных и муниципальных учреждений по программам повышения квалификации Центра подготовки руководителей цифровой трансформации Высшей школы государственного управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАН-ХиГС). Так, в 2022 г. обучение по программам повышения квалификации РАНХиГС прошли 192 чел. Основные программы в рамках обучения: «Цифровая трансформация и цифровая экономика: технологии и компетенции», «Внедрение платформы государственных сервисов и обратной связи», «Управление ИТ-проектами в органах государственной власти», «Цифровизация государственных услуг». В текущем 2023 г. реализация мероприятий в рамках проекта не предусмотрена [3].

Региональный проект *«Информационная безопасность»* направлен на создание устойчивой и безопасной информационно-телекоммуникационной инфраструктуры. Он предусматривает финансирование из областного бюджета на мероприятие «Внедрение комплексной распределенной системы автоматизации и управления процессами по защите информации в ИОГВ Иркутской области и подведомственных учреждениях». По данному мероприятию был предоставлен доступ 227 ИОГВ и областных государственных учреждений к Комплексной распределенной системе автоматизации и управления процессами по защите информации «АльфаДок.Платформа».

В рамках исполнения регионального проекта *«Цифровые технологии»*, с 2019 г. осуществляется комплекс мероприятий по информированию ИТ-компаний Иркутской области о мерах государственной поддержки в целях обеспечения их участия в конкурсных отборах на получение государственной поддержки в сфере цифровой трансформации федерального уровня.

Один самых активно реализуемых региональных проектов в рамках нацпроекта *«Цифровое государственное управление»* направлен на повсеместную организацию предоставления органами власти в электронном виде массовых социально значимых услуг и внедрения сквозных платформенных решений в систему госуправления. Согласно Распоряжению Правительства Иркутской области от 17 сентября 2021 г. № 576-рп «Об отдельных вопросах перевода массовых социально значимых государственных и муниципальных услуг в Иркутской области в электронный

формат» Минцифры Иркутской области ответственно за формирование и утверждение и ведение перечня оказания таких услуг в электронном виде, непосредственной координации мероприятий по переводу услуг в электронный формат. В рамках этого, было подписано соглашением между Правительством Иркутской области и Минцифры России, по подключению Иркутской области к «Платформе государственных сервисов», позволяющей органам исполнительной власти и органам МСУ предоставлять услуги в электронном виде. В настоящее время уже 89 региональных услуг доступны в электронном виде на Едином портале государственных и муниципальных услуг [2]. Оценивая значение достижения показателя регионального проекта «Доля обращений за получением МСЗУ в электронном виде с использованием ЕПГУ, без необходимости личного посещения органов государственной власти, органов местного самоуправления и МФЦ, от общего количества таких услуг», который был запланирован в 2022 г. на уровне 30 % по факту составил 32,8 %. К слову, для повышения достижения показателей проекта, на базе 21 отделения МФЦ Иркутской области созданы площадки пользовательского сопровождения, где жители с помощью консультантов могут зарегистрироваться на Госуслугах и подать заявление на оказание необходимых услуг в электронном виде. Значительно вырос показатель «Количество государственных услуг, предоставляемых органами государственной власти в реестровой модели и/или в проактивном режиме с предоставлением результата в электронном виде на ЕПГУ», который по плану был 20 %, а по факту составил – 91 %. По показателю «Доля зарегистрированных пользователей ЕПГУ, использующих сервисы ЕПГУ в текущем году в целях получения государственных и муниципальных услуг в электронном виде» также возросла доля пользователей с запланированных 50 % до 67 % фактических [1].

Также в рамках данного регионального проекта на территории области внедрена «Платформа обратной связи» (ПОС), которая позволяет гражданам получить быструю обратную связь от органов власти, а также принять участие в голосованиях, опросах и обсуждениях, проводимых органами власти. Такие обращения можно оставить на официальных порталах ИОГВ/ОМСУ и в мобильном приложении «Госуслуги. Решаем вместе». В настоящее время к Платформе подключено 35 ИОГВ, 452 ОМСУ и 2280 государственных и муниципальных учреждений. Также с 1 декабря 2022 г. все госучреждения страны должны иметь официальные страницы в социальных сетях, а их подлинность должна подтверждаться через Госуслуги. По состоянию на апрель 2023 г., в Иркутской области к федеральной системе Госпаблики подключены 3536 организаций. В

настоящее время идет подключение оставшихся подведомственных органам МСУ организаций.

Среди основных мероприятий по цифровизации системы государственного управления в регионе, особенно в связи с ужесточением внешнеэкономических и внешнеполитических антироссийских санкций – осуществление перехода органов исполнительной власти Иркутской области на отечественное офисное программное обеспечение. Так, в 2022 г. приобретено 1942 пакетов программного обеспечения «Р7-Офис», 1732 десктопных и две серверных лицензии операционной системы «АльтЛинукс Рабочая станция». Помимо этого, осуществляется обучение специалистов ИОГВ по установке и администрированию операционной системы, имеется техническая поддержка.

В 2023 г. запланировано приобрести и установить еще около 700 лицензий операционной системы «АльтЛинукс Рабочая станция».

К слову, «Иркутская область в наши дни – один из субъектов-лидеров по переходу на отечественное ПО и участия в процессах импортозамещения. К 2023 г. на них должны перейти все органы власти. Также в регионе особое внимание уделяется вопросам информационной безопасности, реализуются меры поддержки ИТ-отрасли» – об этом лично заявил Губернатор Иркутской области И. И. Кобзев в рамках своего доклада на Восточном экономическом форуме, который проходил в сентябре 2022 г.

Из основных достижений региона в области цифровой трансформации можно выделить следующее. Минцифры России ежегодно проводит рейтинг цифровой трансформации регионов РФ. В 2022 г. Иркутская область поднялась с 59-го на 12-е место по сравнению с показателями 2021 г. Общий балл рейтинга рассчитывается по ряду показателей: цифровая зрелость региона по пяти основным отраслям (образование, здравоохранение, общественный транспорт, городское хозяйство и строительство, государственное управление); наличие платформы обратной связи; перевод социально значимых услуг в электронный вид; эксплуатация системы межведомственного электронного взаимодействия; импортнезависимость программного обеспечения; меры поддержки ИТ-отрасли, и информационная безопасность.

Таким образом, Иркутская область планомерно и верно движется в сторону цифровизации экономики и системы регионального и муниципального управления. Этот процесс достаточно сложный, требует изменений в масштабах всей социально-экономической системы региона. Показатели, хоть и не высокие, установленные региональными проектами в рамках нацпроекта в целом достигаются. Конечно, региону еще далеко до достижения высоких значений показателей уровня цифровой зрелости, необходимо проработать ряд вопросов касательно развития и поддержки

собственных IT-компаний, решения кадрового вопроса не только госслужащих, но IT-специалистов, кибербезопасности и конфиденциальности данных граждан, устранения цифрового неравенства районов и др. Использование передового опыта регионов-лидеров может помочь в успешной цифровой трансформации.

Литература

1. Барьеры в развитии цифровой экономики в субъектах Российской Федерации // Аналитический центр при Правительстве РФ : сайт. URL: <https://ac.gov.ru/archive/files/publication/a/25838.pdf> (дата обращения: 05.08.2023).
2. В 2022 году Иркутская область в рейтинге цифровой трансформации поднялась с 59 на 12 место в стране // Официальный интернет-портал правовой информации Иркутской области : сайт. URL: <https://www.ogirk.ru/2023/02/09/v-2022-godu-irkutskaja-oblast-v-rejtinge-cifrovoj-transformacii-podnjalas-s-59-na-12-mesto-v-strane/> (дата обращения: 05.08.2023).
3. В Иркутской области обсудили развитие цифровой экономики // интернет-портал «Российской газеты» : сайт. URL: <https://rg.ru/2022/11/25/reg-sibfo/v-irkutskoj-oblasti-obsudili-razvitie-cifrovoj-ekonomiki.html> (дата обращения: 05.08.2023).
4. Ардашев Р. Г. Безопасность личности в условиях виртуальности: иррациональность общественного сознания // Социальная безопасность и социальная защита населения в современных условиях : материалы Междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. А. М. Бадонов. Улан-Удэ, 2023. С. 8–11.
5. Ардашев Р. Г. Особенности сознания и психологического здоровья в условиях виртуализации // Гуманистические и экологические ресурсы Байкала в укреплении социального здоровья и межнационального согласия в молодежной среде : материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием : темат. сб. ст. Иркутск, 2021. С. 141–144.
6. Герасимова Т. А., Москвитина Н. В. Внедрение и развитие принципов цифровой экономики в исполнительных органах государственной власти иркутской области // Трансформация государственного и муниципального управления в парадигме цифровизации : материалы Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред.: И. А. Журавлевой, О. А. Полошкевич, В. Ю. Митусова. 2020. С. 65–69.
7. Журавлева И. А. «Умные города»: ожидания и страхи горожан // Социология. 2019. № 1. С. 124–129.
8. Журавлева И. А. Программа «безопасный город» в современном муниципальном управлении // Урбанистика. 2018. № 4. С. 55–62.
9. Москвитина Н. В. Цифровая трансформация государственного управления // Социология. 2021. № 4. С. 114–128.
10. Полошкевич О. А. Просоциальное поведение в цифровую эпоху // Стратегия и тактика социально-экономических реформ: национальные приоритеты и проекты : материалы IX Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Вологда, 2021. С. 420–422.
11. Полошкевич О. А. Просоциальные технологии цифрового взаимодействия // Философия и культура информационного общества : Восьмая Междунар. науч.-практ. конф. СПб. : Санкт-Петербургский гос. ун-т аэрокосм. приборостроения, 2020. С. 141–143.
12. Полошкевич О. А. Социальное доверие как основа просоциальных практик: экспертный анализ // Экспертные институты в XXI веке: цивилизационные и цифровые концепции меняющегося мира : сб. науч. тр. Второй Междунар. науч.-практ. конф. ; науч. ред. Т. И. Грабельных. Иркутск, 2023. С. 126–129.
13. Основы цифровизации государственного и муниципального управления : учеб. пособие / О. А. Полошкевич, И. А. Журавлева, Г. В. Дружинин, Н. В. Москвитина. Иркутск, 2020. 163 с.

УДК 316.776

А. С. Поджидаева, *Иркутск*

Пресс-служба органов государственной власти как средство сотрудничества властных структур и СМИ

Проводится анализ сотрудничества органов власти и СМИ в Иркутской области. Анализируется работа пресс-службы органов власти в аспекте формирования позитивного социального пространства взаимодействия.

Ключевые слова: органы власти, СМИ, пресс-служба, партнерство, взаимодействие, социальное пространство.

A. S. Podzhidaeva, *Irkutsk*

The Press Service of Public Authorities as a Means of Cooperation between Government Agencies and the Media

The article analyzes the cooperation between the authorities and the media in the Irkutsk region. The work of the press service of the authorities is considered in the aspect of the formation of a positive social space of interaction.

Keywords: authorities, media, press service, partnership, interaction, social space.

Зачастую присутствует такая проблема, когда средства массовой информации передают населению недостоверную информацию, взятую из недостаточно проверенных источников. Для того чтобы эту проблемную ситуацию разрешить, при государственных структурах были образованы пресс-службы. Основной функцией таких служб при государственных органах является информационная функция, которая реализуется за счет формирования информационных блоков, предоставления данных информационных блоков издательствам и телеканалам, которые уже могут спокойно и уверенно использовать данную информацию.

Именно такой подход к информированию населения, который предоставляет достоверную информацию, может считаться достойным диалогом общества и государства. Хотя моменты иррационализации сознания достаточно сильно влияют на информационную политику органов власти [1; 2]. В этом важную роль играют процессы управления и необходимых механизмов социальной солидарности общества [3–5]. Это в целом приводит к развитию институтов гражданского общества и человеческих ресурсов на той или иной территории [6].

Деятельность органов пресс-службы рассмотрим на примере такого органа, который находится при губернаторе Иркутской области. Данный орган называется Управлением пресс-службы и информации губернатора Иркутской области.

Управление пресс-службы основывается на принципах демократизации гражданского общества Российской Федерации, основным принципом которого является постоянное взаимодействие государственных структур с народом, с целью корректировки политического курса страны.

Управление пресс-службы взаимодействует с государственной властью Иркутской области и дает средствам массовой информации необходимое информационное сопровождение по основным особенностям проводимой губернатором политике.

Данный орган пресс-службы руководствуется в своей деятельности, прежде всего, Основным законом Российской Федерации, затем идут федеральные законы, законы Российской Федерации, постановления Правительства РФ. На региональном уровне деятельность пресс-службы опирается на Устав Иркутской области, законы Иркутской области. Управление пресс-службы выполняет ряд функций, прежде всего, это информационная функция, обеспечивающая информационное сопровождение деятельности губернатора Иркутской области.

Также можно сказать о выполнении оперативной функции, в которую включено оперативное информирование о событиях, которые имеют отношение к Иркутской области. Организация взаимодействия лиц, представляющих собой выборные должности при губернаторе Иркутской области, с населением осуществляется посредством средств массовой информации.

Как уже упоминалось в предыдущем разделе, у пресс-службы есть определенный алгоритм действий, в результате которого пресс-служба на ежедневной основе формирует информационно-новостные блоки, которые впоследствии рассылаются по изданиям и телеканалам. Затем сотрудники средств массовой информации, которые получили данные информационные блоки, могут смело их использовать для передачи населению посредством телепередач либо газетных статей.

Пресс-служба в Иркутской области проводит круглые столы, пресс-конференции, форумы, на которых обсуждаются важные вопросы управления Иркутской области. Для органов власти это является позитивным направлением деятельности, так как население получает информацию, как говорится из первых уст и не допускается ложного дезинформирования населения.

На сегодняшний день диалог на равных, который ведут государство и общество, является залогом развития и упрочнения позиции гражданского общества на территории Российской Федерации. Тот же самый процесс происходит в Иркутской области, на примере деятельности управления пресс-службы, которая осуществляет информирование всех региональных средств массовой информации.

Таким образом, население видит, что государство ответственно относится к своей роли исполнителя воли народа на представленных должностях. Поэтому соответственно и население более лояльно относится к тем директивам и законодательным актам, которые государство выпускает в свет, и также которые реализует губернатор Иркутской области.

Также не стоит забывать, что если все средства массовой информации проецируют и доносят информационные блоки только те, которые сформировала правящая партия, то там не будет места точкам зрения, присущим для оппозиционно настроенных политических образований.

Население получает информацию только одностороннюю, которая была сформирована в интересах правящей партии. Вопрос объективной информации, которую предоставляет СМИ, остается открытым, потому что, несмотря на демократизацию общества и открытый диалог, не всегда государство будет давать возможность высказываться оппозиции, доказывающей и рассказывающей обо всех промахах и неудачных опытах текущего правления. Поэтому государству и правящей элите невыгодно допускать оппозиционеров к рупору средств массовой информации.

Автором в работе проанализировано использование финансовых рынков взаимодействия со средствами массовой информации.

Освещения деятельности Губернатора Иркутской области, Правительства Иркутской области и иных исполнительных органов государственной власти Иркутской области осуществляется посредством предоставления субсидий из областного бюджета в целях возмещения затрат в связи с выполнением работ, оказанием услуг по освещению в средствах массовой информации вопросов государственной политики Иркутской области и путем проведения закупок в электронной форме среди СМИ, не получающих государственную поддержку.

Согласно данным статистической информации о расходовании бюджетных ассигнований на информационное обеспечение деятельности Правительства Иркутской области и поддержку средств массовой информации можно отметить, что общий объем финансирования в 2021 г. составил 101 442 тыс. руб., по сравнению с 2020 г. снизился на 36 %. Количество получателей субсидий за 2021 г., существенно снизилось по сравнению с 2020 г. Больше всего снижение составило среди периодических печатных изданий – газет. Получатели субсидии в сравнении по годам представлены в табл. 1.

Проведя анализ данных единой информационной системы (ЕИС) можно сделать вывод, что в 2021 г. Управлением пресс-службы было проведено 5 закупок в электронной форме (3 закупки по размещению информации на телевидении, 1 закупка по размещению информации в сетевом издании и социальных сетях, 1 закупка по размещению информации в печатном и сетевом издании), в результате которых 4 были признаны несостоявшимися – подана только 1 заявка. В 2022 г. проведена 1 закупка по размещению информации на телевидении, которая также признана несостоявшейся в связи с подачей единственной заявки. В 2023 г. проведено

3 закупки, из них 2 были проведены по размещению информации в сетевых изданиях и социальных сетях и одна для освещения деятельности органов государственной власти Иркутской области на ТВ, по результатам определения поставщика – все закупки признаны не состоявшимися, подана только 1 заявка. Данные по проведению закупок в электронной форме представлены в табл. 2.

Таблица 1

Получателей субсидий за период 20210–2022 гг.

Вид СМИ	2021 г.		2022 г.		Динамика, %	
	Сумма, тыс. руб.	Кол-во получателей, ед.	Сумма, тыс. руб.	Кол-во получателей, ед.	Сумма, тыс. руб.	Кол-во получателей, ед.
Периодические печатные издания	44 344	36	19 061	23	-57,01	-36,11
Радиоканалы и телеканалы	32 830	21	20 340	18	-38,04	-14,28
Информационные агентства	36 732	22	18 614	18	-49,32	-18,18
Финансовое обеспечение выполнение государственного задания	34 177	1	34 931	1	2,2%	0
Оказание услуг по освещению в СМИ	12 500	5	8 496	1	-32%	-80
Общий объем средств	160 583	72	101 442	62	-36,83	-13,89

Таблица 2

Данные по проведению закупок в электронной форме

Год	Наименование услуги	Кол-во опубликованных процедур	Сумма, тыс. руб.	Кол-во заявок на участие, ед.
2020	Оказание услуг по освещению деятельности на телевидении	3	8 600 1 500 999	1 1 1
	Оказание услуг по освещению деятельности в печатном и сетевом издании	1	1 400	2
	Оказание услуг по освещению деятельности в сетевом издании	1	546	1
2021	Оказание услуг по освещению деятельности на телевидении	1	8 497	1
2022	Оказание услуг по освещению деятельности на телевидении	1	7 650	1
	Оказание услуг по информационному освещению деятельности в сетевом издании и социальных сетях	2	2 100 400	1 1

В соответствии с Законом «О контрактной системе в сфере закупок» если по окончании срока подачи заявок на участие в закупке подана только одна заявка на участие и такая заявка соответствует требованиям документации и извещения, то контракт заключается с единственным участником по цене, не превышающей начальную (максимальную) цену контракта, т. е. без снижения стоимости и экономии бюджетных средств.

Исходя из полученных данных, можно прийти к выводу, что при проведении закупок в электронной форме конкуренция среди средств массовой информации региона отсутствует, что очень удобно Управлению пресс-службы. Используя законные механизмы, могут оказывать финансовую поддержку тем средствам массовой информации, которые в рамках государственных контрактов будут транслировать необходимую органам власти информацию, для формирования положительного имиджа власти.

Согласно данным медиарейтинга губернаторов Российской Федерации за октябрь 2022 г., представленного исследованием компании «Медиадиалогии» (разработчика автоматической системы мониторинга и анализа СМИ и социальных медиа в режиме реального времени, рейтинг которых построен на основе базы СМИ, включающая на данный момент более 79 тыс. источников: ТВ, радио, газеты, журналы, информационные агентства, интернет-СМИ) губернатор Иркутской области Кобзев И. В. занял 16-ю позицию из 89. Представленные компанией «Медиадиалогия» рейтинги являются результатом измерений информационного поля на основе технологии анализа СМИ. Данные для рейтинга рассчитаны 7 ноября 2022 г., период исследования: октябрь 2022 г.

Основные темы информационной повестки по результатам данного исследования: «Пострадавшим во время падения самолета Су-30 в Иркутске планируется выплатить компенсацию за утраченное имущество, сообщил губернатор Иркутской области Игорь Кобзев»; «Губернатор Иркутской области Игорь Кобзев заявил, что в главном управлении МЧС по региону развернут оперативный штаб в связи с землетрясением»; «Губернатор Иркутской области Игорь Кобзев встретился с призванными на военную службу в Новосибирском высшем военном училище. Помимо этого, губернатор Иркутской области Игорь Кобзев подписал указ о предоставлении единовременной денежной выплаты жителям региона, призванным на военную службу по мобилизации в Вооруженные Силы РФ»; «Глава Иркутской области Игорь Кобзев предложил обнулить налог на прибыль для производственных кластеров».

А по данным этого же рейтинга, но среди глав субъектов Сибирского ФО Игорь Иванович стал лидером октябрьского медиарейтинга.

Подводя итоги вышесказанному, отметим, не столь важно, информация, ушедшая в массы, публикуется на финансовой основе, либо на выстроенных взаимоотношениях. Главное – это показатель работы, основная задача пресс-служб в формировании информационной повестки для установления доверительных отношений со средствами массовой информации в Иркутской области выполняется Управлением полностью, а это возможно только при предоставлении объективной информации и использовании этих доверительных отношений для продвижения информации, положительной для органов государственной власти.

Своевременное прогнозирование, деятельность на опережение и на сглаживание ситуаций социально-политического характера и возможных сценариев развития событий в Иркутской области и его административно-территориальных единицах из-за реализации инициатив, политических акций, расходов в социальной и экономической политике позволяет минимизировать негатив в информационной повестки Иркутской области.

Литература

1. Ардашев Р. Г. Иррационализация массового сознания и СМИ // ЛОМОНОСОВ-2022 : материалы Междунар. молодеж. науч. форума. 2022.
2. Ардашев Р. Г. Особенности восприятия имиджа муниципальных служащих // Социология. 2021. № 1. С. 75–92.
3. Полюшкевич О. А. Введение в социальную антропологию управления : учеб. пособие. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2012. 124 с.
4. Полюшкевич О. А. Имидж государственных служащих в региональных и федеральных СМИ (2000–2017 гг.) // Управление человеческими ресурсами в органах государственного и муниципального управления: технологии, инновации, достижения : материалы науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2018. С. 94–98.
5. Полюшкевич О. А. Основы социокультурной солидарности : учеб. пособие. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2012. 185 с.
6. Пружинин А. Н. Управление институтами гражданского общества через призму человеческого капитала // В поисках социальной истины : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2021. С. 137–141.

УДК 792.34

С. Г. Ступин, *Иркутск*

Проблемы взаимодействия государственного управления и негосударственных театров в Иркутской области

Рассмотрены проблемы взаимодействия государственного управления и театров. На примере негосударственных театров Иркутской области проводится анализ работы и дается оценка эффективности работы государственного управления.

Ключевые слова: государственное управление, негосударственные театры, взаимодействие, социальные механизмы, партнерство.

S. G. Stupin, *Irkutsk*

Problems of Interaction Between Public Administration and Non-State Theaters in the Irkutsk Region

The article examines the problems of interaction between public administration and theaters. Using the example of non-state theaters in the Irkutsk region, an analysis of the work is carried out and an assessment of the effectiveness of public administration is given.

Keywords: public administration, non-state theaters, interaction, social mechanisms, partnership.

Культурные мероприятия являются неотъемлемой частью жизни любого населенного пункта: от огромных мегаполисов, до небольших деревень за сотни километров от населенных пунктов. Хорошо спланированная культмассовая жизнь города или деревни позволяет развиваться населению в здоровом ключе. Например, по нашим наблюдениям, уровень жизни в малых населенных пунктах, где клуб функционирует хорошо и на постоянной основе, куда выше, чем в тех, где есть проблемы с культурным досугом местных жителей. С психологической же точки зрения культурные мероприятия являются отличной эмоциональной разгрузкой после трудовых будней. Массовые гуляния, концерты и фестивали способствуют как общению граждан между собой, так и моральному обогащению населения.

Вопросы трансформации социальной жизни под влиянием пандемии и виртуальности рассмотрены в работах Р. Г. Ардашева [1–4], особенности театральной жизни Иркутской области изучены Ю. А. Киселевым [5], разнообразные формы креативного потенциала рассмотрены в работах О. А. Полюшкевич [6–9].

Современная молодежь очень амбициозна. Помимо обучения в высших и средне-специальных учебных заведениях, довольно большая часть молодых людей стремятся реализовать себя в творческой сфере. Социальные сети позволяют транслировать свое творчество на широкую аудиторию. Активно стараются развиваться площадки, где молодые творцы могли бы представлять себя и свои стихи, картины, музыку. Будущее перспективно, однако, рассмотрим несколько проблем.

1. Разрозненность творческой молодежи. Как было сказано выше, в Иркутске стараются развиваться творческие площадки: поэтические, музыкальные, молодежные независимые театры, и др. В каждом из направлений присутствует по несколько представителей. К сожалению, ситуация такова, что каждая из площадок в том или ином направлении работает сама по себе. И если представители одного творческого блока, например поэты, между собой периодически контактируют, то создание коллаборационных проектов только начинает свой путь в культурной жизни нашего города. По большей части, аудиторией каждой из самостоятельных площадок являются друзья или знакомые людей, на ней выступающей. При видимом разнообразии различных творческих проектов возникает застой публики, что постепенно может привести к пресыщению одним лишь направлением.

Для творческих коллективов, в том числе и молодежных театров хорошим решением данной проблемы будет взаимодействие между собой и создание совместных проектов. Также возможно создание общей творческой площадки, фестиваля. В данном случае участники трупп познакомятся сами между собой, презентуя совместный проект, привлекут своего зрителя для представления работы с другим коллективом. Следствием этого может стать непосредственное расширение зрительской аудитории всех коллективов-участников данного процесса.

Сложность привлечения новой аудитории влечет следующую проблему.

2. Трудность создания информационного поля. Несмотря на достаточно большое разнообразие средств массовой информации, социальные сети, зачастую, являются единственным доступным средством у молодежи для привлечения аудитории на свои мероприятия. Здесь же уже вступает фактор распространения через друзей и знакомых, что приводит к проблеме, описанной выше. Возможным решением проблемы могло бы стать взаимодействие с административным ресурсом и рассылка новостей о готовящемся мероприятии через официальные пресс-службы, однако тут мы сталкиваемся со следующей проблемой.

Решением данной проблемы могло бы стать создание единого информационного пространства нацеленного непосредственно на освещение мероприятий, как негосударственных театров, так и молодежных творческих коллективов в целом. Для распространения информации предлагается привлекать профсоюзные комитеты образовательных учреждений Иркутской области, создавать специальные договоренности с коммерческими средствами массовой информации. Для привлечения

внимания дополнительных аудиторий в рамках решения данной проблемы возможно привлечения или специального обучения специалистов по продвижению информации в социальных сетях.

3. Низкий уровень доверия к официальным органам. Во многом, сама суть проблемы здесь встает в отсутствии или плохом качестве двустороннего диалога между творческой молодежью и представителями администрации. Молодые люди, которые творят искусство, в силу страхов перед цензурой и непониманием со стороны властей, предпочитают вообще не сотрудничать с последними. В свою очередь, чиновники остаются не в курсе многих нужд творческой молодежи. Логика проста: я не могу знать того, чего я не знаю. Творческая молодежь должна приходиться самостоятельно к власти и говорить, что конкретно им нужно. Однако психологическая проблема неверия в реальность решения проблем творческих молодых людей становится превалирующим фактором отказа от выхода на административный ресурс.

Для решения описанной выше проблемы необходимо предусмотреть возможность прямого диалога творческой молодежи с представителями органов государственной власти для совместных проектов. Мы убеждены, что работа в данном ключе не только поможет решить запросы независимых творческих коллективов Иркутска, но и поспособствует развитию у молодых творцов правильного восприятия роли государственной власти в процессе развития молодежной культуры.

4. Отсутствие методологии развития культурно-массовых проектов. На сегодняшний день в нашей стране очень распространена практика грантовой поддержки социальных проектов. В Иркутске подобной практике, которая реализуется рамках Иркутского форума молодежи, меньше двух лет. Система только набирает обороты, и создатели проектов сталкиваются с достаточно большим количеством проблем при их реализации. Отсутствие четкого плана действий при работе над теми или иными мероприятиями или проектами со временем приводит либо к плохому исполнению, либо к закрытию работы. Жесткая система отчетностей также отпугивает многих желающих реализовать свою идею на большом уровне. Исполнение творческих проектов требует гибкости и мобильности по многим пунктам, возможности оперативно корректировать намеченный план действий, что затруднительно при нынешней системе.

Работа над решением данной проблемы должна включать в себя обучение представителей творческой молодежи формировать свои идеи в формате социального проекта, помощь и поддержку на всех этапах реализации работы. Необходимо показать молодым представителям творческой молодежи, что правильно спланированная идея даст гораздо боль-

ший результат. Но также не стоит забывать и о проработке алгоритма действия в органах государственной власти. Разработка пошагового плана реализации инициатив творческой молодежи позволит качественно улучшить уровень проводимых мероприятий в нашем городе, а также снизить страх у представителей творческих коллективов нашей области пере взаимодействием в государственной власти при работе над проектами.

5. Нехватка ресурсов. Ранее мы отмечали, что творческая молодежь весьма амбициозна и желает развиваться. Большинство представителей молодых творцов искусства – студенты, продвигающие свое творчество на собственном энтузиазме и личных качествах. Однако у любой творческой площадки рано или поздно встает вопрос об улучшении качества своей деятельности. Помимо непосредственного содержания номеров требуется качественное улучшения внешнего вида выступающих, подключения новых информационных ресурсов. Практически любая творческая деятельность требует материально-технической базы. В минимальном формате это микрофоны, колонки, микшерные пульта, и др. В отсутствие личной техники творческие площадки вынуждены выходить на сотрудничество с барами и кофейнями, что в свою очередь накладывает негативный отпечаток на моральный облик творческой молодежи.

6. Низкий уровень подготовленности населения. К сожалению, если рассматривать развитие массовой культуры в нашем городе, то можно увидеть, что она представлена в основном государственными театрами и кинотеатрами. Художественные галереи на сегодняшний день привлекают не такой большой поток посетителей. Концертные площадки, соответствующие стандартам, вовсе отсутствуют. Цирк, ввиду участившихся случаев бойкотов против жестокого обращения с животными, также претерпевает не лучшие времена. Печально осознавать, что у самих горожан нет выработанной внутренней культуры посещения творческих мероприятий. Все чаще в театры зрители заходят после третьего звонка, в кинотеатрах позволяют себе говорить в полный голос по телефону, а на концертах не преминут возможностью злоупотребить алкогольными напитками.

Создание программы проектирования культурных мероприятий позволит если не решить, то задать курс по улучшению проблем, описанных нами выше. Программа должна включать в себя обучение представителей творческой молодежи формировать свои идеи в формате социального проекта, помощь и поддержку на всех этапах реализации работы. Также необходимо предусмотреть возможность прямого диалога с представителями администрации для совместных проектов. Разработка пошагового плана реализации инициатив творческой молодежи позволит качественно улучшить уровень проводимых мероприятий в нашем городе. Важным

пунктом при создании данной программы является формирование информационного поля, нацеленного непосредственно на освещение мероприятий в рамках данной программы. Для распространения информации предлагается привлекать профсоюзные комитеты высших и средне-специальных учебных заведений, создавать специальные договоренности с коммерческими средствами массовой информации. Создание попечительского совета программы позволит сформировать фонд, средства которого пойдут на поддержание реализации творческих инициатив молодежи.

Комплексный подход к решению поставленной проблемы поможет не только привлечь молодежь к реализации своих проектов, но и подарит нашему городу много новых интересных мероприятий, а также позволит воспитать поколение зрителей, уважающих, понимающих и принимающих творца, представляющего свое искусство со сцены.

В условиях признания населением за государством обязанности оказывать государственную поддержку сфере культуры и искусства, выявляется ряд проблем, которые влияют на развитие и процветание театральной деятельности в государстве. Причины этих проблемы кроются в следующем [5]:

- в недостаточном развитии институтов проектного финансирования;
- тенденции к коммерциализации деятельности театров;
- отсутствие стабильной модернизации материально-технической базы театров;
- нестабильности утвержденной программы развития
- благотворительности и спонсорства;
- в снижении платежеспособности населения;
- региональных диспропорциях в развитии культуры.

В последнее время произошли существенные изменения структуры в перечне основной деятельности государственных и муниципальных театров. Если ранее в ее состав входили услуга по показу спектаклей и работа по их созданию, то после редакции перечня деятельность представлена в составе:

- услуга «показ спектаклей (театральных постановок)»;
- работа «создание спектаклей»;
- работа «организация показа спектаклей» [4].

То есть в перечне для театров появилось нововведение: «организация показа спектаклей» выделена отдельно и отнесена не к услугам, а к работам. До сих пор показ и организация показа спектаклей были единым элементом деятельности театра. Они остались такими, например, в г. Москве.

В федеральном перечне сейчас понять, что же входит в понятие «показ», а что в «организацию показа» достаточно непросто. В отношении

услуги по показу спектаклей в графе «содержание работы» указан только жанр спектакля (опера, балет или драма) и форма, что явно не раскрывает собственно содержание услуги, а работа «организация показа спектаклей» вообще не имеет какого-либо описания ее содержания, и даже показатель ее объема в перечне не указан. Нельзя делать вывод только по названию наименования услуги (работы) о ее содержании, которое может быть значительно шире. Нет точного ориентира при формировании государственного (муниципального) задания театрам и установлении нормативных затрат на выполнение работ.

Театр должен быть полон, во всяком случае, не должен быть пуст. Театры должны иметь экономические условия для постановки классики и современной драматургии, для развития новых направлений и форм, проведения творческого эксперимента и, в конечном счете, проявления заботы не только о количестве, но и о «качестве» посещений. Заполняемость зрительного зала – это хороший показатель для министерской отчетности, но не для театра. Сегодня зал заполняется, а завтра – нет. Успех этим не определяется.

Переход к нормативному финансированию деятельности государственных и муниципальных учреждений – одна из ключевых идей проводимой сегодня реформы бюджетного сектора («реформы учреждений»), правовой основой которой является Федеральный закон № 83-ФЗ. Речь идет об определенной объективизации затрат, увязке объема выделяемых учреждению бюджетных средств с объемом услуг, предоставляемых им потребителям. Сопоставляя данную идею с предлагаемой новацией, можно сделать вывод, что расчет финансового норматива будет вестись применительно к одному зрительскому посещению театра. Но затраты театра не оцениваются на одного зрителя, а их общий объем не находится в прямой связи с числом посещений. Но в этом случае, ни о какой объективизации финансирования в этом случае речь идти не может, и идея нормативного подхода окажется безрезультатной.

Еще одним проблемным вопросом рассматриваемой реформы является то, что государственные театры являются по своей организационно-правовой форме учреждениями, т. е. относятся к некоммерческому сектору экономики. Как говорилось ранее, для некоммерческой организации главным является выполнение определенной, как правило, социально-значимой миссии, а не зарабатывание денег, как для коммерческой организации. Для театров – это не зарабатывание на зрителях. В то же время предложенная новация усиливает стимулы к такому зарабатыванию и при этом неважен источник поступления средств: от средств людей или из государственного бюджета.

Итак, взглянув на сложившуюся ситуацию в экономике культуры с точки зрения экономического аспекта, проблемы адаптации репертуарного театра к современным условиям, можно выделить следующие аспекты. Во-первых, сохраняется и усиливается бюрократизация основной части репертуарных театров, поскольку они являются бюджетными и автономными учреждениями. Во-вторых, с вступлением в силу Федерального закона № 83-ФЗ, экономика театральных учреждений перестраивается от сметного финансирования к финансированию согласно государственному заданию учредителя, в результате чего устанавливается зависимость размера субсидии от конкретных показателей деятельности театра: количества новых постановок и числа показов спектаклей.

Подводя итоги данного параграфа, мы можем отметить, что в молодежной культурной среде в целом и пространстве негосударственных театров в частности на сегодняшний день присутствует ряд проблем. Стоит отметить, что некоторые из них связаны не только с деятельностью независимых театров и творческих объединений Иркутской области. Часть проблем и вопросов, а, следовательно, и их решения зависят от аудитории и подготовленности зрителя.

Литература

1. Ардашев Р. Г. Городское сознание как показатель эфемерности // Цивилизационные сдвиги в развитии современного города : сб. науч. тр. / науч. ред. Т. И. Грабельных. Иркутск, 2021. С. 193–197.
2. Ардашев Р. Г. Новые жизненные миры россиян после COVID-19 // Современное общество в условиях социально-экономической неопределенности : XV Междунар. науч. конф. «Сорокинские чтения-2021». М., 2021. С. 23–26.
3. Ардашев Р. Г. Новые смыслы в сознании молодежи: влияние виртуальности // В поисках социальной истины : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск, 2021. С. 152–156.
4. Ардашев Р. Г. Особенности развития сознания горожан в пандемическом обществе // Социология. 2022. № 1. С. 79–86.
5. Киселев Ю. А. Негосударственные театры в социальной жизни провинциальных городов // Социология. 2023. № 3. С. 249–256.
6. Полошкевич О. А. Креативность и открытость публичного пространства Иркутска // Социология. 2019. № 4. С. 143–149.
7. Полошкевич О. А. Креативный город: условия развития (случай Иркутска) // Управление городом: теория и практика. 2019. № 2 (33). С. 3–8.
8. Полошкевич О. А. Креативная культурная среда современных городов Сибири // Креативные индустрии в региональном пространстве социальных услуг и бизнеса : материалы Первой регион. науч.-практ. конф., посвящ. 100-летию Иркут. гос. ун-та и 20-летию Ин-та соц. наук. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2018. С. 52–56.
9. Полошкевич О. А. Креативная среда городского пространства // Креативные стратегии и креативные индустрии в экономическом, социальном и культурном пространствах региона : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. С. 230–238.

УДК 32.019

З. Ю. Тузова, *Иркутск*

Проблемы взаимодействия средств массовой информации с органами государственной власти в Иркутской области

Рассматривается медиасреда Иркутской области в аспекте взаимодействия СМИ и органов власти. Анализируются нормативно-правовые и социально-управленческие аспекты социального моделирования институтов гражданского общества. Выявляются ключевые проблемы и обозначаются варианты изменения ситуации.

Ключевые слова: СМИ, органы власти, медиасреда, Иркутская область.

Z. Yu. Tuzova, Irkutsk

Problems of Interaction between the Media and Public Authorities in the Irkutsk Region

The article deals with the media environment of the Irkutsk region in the aspect of interaction between the media and authorities. The normative-legal and social-administrative aspects of social modeling of civil society institutions are analyzed. Key problems are identified and options for changing the situation are outlined.

Keywords: mass media, authorities, media environment, Irkutsk region.

Если проследить историю исследований, посвященных взаимодействию СМИ и органов власти, нельзя сказать о том, что этот вопрос довольно проработанный, так как особой актуальностью он стал пользоваться относительно недавно, и это несмотря на то что СМИ ведут свою деятельность на территории российского государства продолжительный временной отрезок.

Поскольку пресс-службы наделяются важным статусом для реализации исследуемого взаимодействия, необходимо отметить, что прежде всего они создаются для того, чтобы проводить аккредитацию журналистов, обеспечивать доступ к информации представителям общественности, группам, образуемым в рамках последней. Спикеры должны отличаться высоким уровнем подготовки, а доклад быть содержательным и красочным, нескучным и непреувеличенным.

Взаимодействие СМИ и органов власти строится на постоянном диалоге и выстраивании формата диалога между институтами гражданского общества (О. А. Полюшкевич [5; 6], А. Н. Пружинин [8]). Эти процессы всегда опираются на особенности социально-политического развития того или иного исторического периода нашей страны (И. А. Журавлева, Р. В. Иванов [4]) и достаточно сложных процессов иррационализации мышления наших современников (Р. Г. Ардашев [1–3]).

Безусловно, деятельность СМИ подразумевает оказание финансовой поддержки со стороны бюджета каждого уровня власти. В данном случае актуальности прибавляет тот момент, что речь идет о соотношении положительных и отрицательных моментов «содержания» СМИ, являющихся государственными, целью чего выступает продвижение деятельности

государственных органов либо рекламирование конкретного лица, находящегося на государственной службе. Законодательные и исполнительные органы оплачивают материалы СМИ, и если говорить об муниципалитетах, размер оплаты достигает сотен тысяч рублей, в регионах объемы гораздо выше и могут достигать десятков и даже сотен млн руб.

Схема финансирования проста и включает в себя два элемента: обогащение конкретных государственных служащих или же редакций СМИ.

Выделяют конкретные направления взаимодействия между органами власти и СМИ:

1. Заключение договора на информационное обслуживание, которое подразумевает обеспечение необходимой информацией, а также предоставление услуг в области размещения информации в СМИ.

2. Организация и проведение тендеров, исполнение государственных контрактов. Составление бумаг происходит таким образом, чтобы по ним проходила уже конкретная организация, условия работы с которой обговорены.

Решения, принимаемые органами власти и СМИ, что очевидно, различаются между собой, поскольку первые стараются доказать свою правоту несмотря на то, что Конституция РФ закрепляет гарантию свободы слова СМИ и устанавливает запрет на цензуру (ст. 29 Конституции РФ), что позволяет заключить следующий момент. На уровне российского государства устанавливается запрет на цензуру как для СМИ, так и для иных организаций, которые производят и распространяют информацию в массы. Однако стоит отметить, что российский законодатель не закрепляет запрет на цензуру для организаторов распространения информации, владельцев сайта и новостного агрегатора (ФЗ от 27.07.2006 № 149 «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»). Кроме того, несмотря на установленный в Конституции принцип – свободу слова, наблюдается отсутствие единого правового акта и норм, которые бы регулировали вопросы взаимодействия СМИ и органов власти, что приводит к некоторым трудностям, например, сложно понять, что представляет указанная свобода, поскольку она трактуется противоречиво, на основании чего СМИ получают возможность злоупотреблять ограничением свободы слова. Отсюда появляется такой требующий ответа вопрос – как должен осуществляться процесс по запрещению цензуры одновременно с реализацией конкретных мер по контролю за информацией.

Практика показывает, что установления и запреты ФЗ № 2124-1 довольно часто становятся объектами нарушений. Все правовые акты, регулирующие деятельность СМИ, отличаются тем, что их нормы представляют в некотором роде уведомления.

Анализ ФЗ № 2124-1 показывает, что деятельность журналистов находится под особым контролем власти, преимущественно их аккредитация (ст. 8), как и состав таких специалистов, информация, которую они, как правило, предоставляют. Органы власти наделяются прямым правом устанавливать запрет на предоставление журналистам конкретной информации. Проведение аккредитации необходимо и возможно исключительно для того, чтобы идентифицировать журналистов (ст. 19 Международного пакта о гражданских и политических правах).

Однако до сих пор законодательно не закреплено понятие аккредитации, несмотря на отдельную ст. 48 в ФЗ РФ № 2124-1, которая так и называется «Аккредитация». Если переводить данный термин с латинского языка, он будет означать оказание доверия. При этом, когда речь идет о деятельности журналистов, используется именно аккредитация. Органы власти помимо указанного выше запрета, наряду с политическими и общественными объединениями обладают возможностью формировать конкретные правила для такой процедуры (ст. 49 ФЗ № 2124-1), например, соблюдение со стороны журналистов норм и положений как российского законодательства, так и международных норм и принципов, выполнение конституционных принципов РФ. Главным правом журналистов выступает свобода, ущемлять и нарушать которую не допускается, как, собственно, и закрепленные за ними конкретные возможности для осуществления тех или иных действий, разрешенных со стороны российского законодателя. Но, к сожалению, практика показывает, что, несмотря на запрет, нарушение прав все же существует, причиной чего служит несовершенная форма уже ни раз указанной статьи ФЗ РФ № 2124-1, отсутствие подзаконных актов, нормы которых могли бы детально регламентировать процедуру аккредитации журналистов.

В качестве проблемы исследуемого в работе взаимодействия необходимо отметить и проведение предвыборной агитации, т. е. политической рекламы, понятие которой отсутствует в соответствующих законодательных актах, но отражается на уровне ФЗ от 13.03.2006 № 38 «О рекламе» (ст. 2), где политическая реклама и предвыборная агитация отождествляются друг с другом, и первая выступает более широким понятием, а вторая является одним из видов первой. Представленная законодательная установка вызывает ряд обсуждений.

Несмотря на указание разновидности предвыборной агитации как политической рекламы, законодательно ее определение отсутствует, следовательно, не подтверждается и указание как на один из видов. В данном вопросе необходимо обратиться к позициям ученых. Законодательное закрепление понятия и содержания политической рекламы станет основанием для отсутствия искажения этого явления и разделения с агитацией,

проводимой перед выборами, следовательно, политическая реклама также будет отделена от иных видов рекламной деятельности.

В процессе предвыборной кампании, как показывает многолетняя практика, наблюдается злоупотребление СМИ, что выражается в использовании большого количества печатных (листовки, афиши, газеты и др.), аудио- (например, сообщение по радио), аудиовизуальных (реклама на TV) и других сообщений и материалов. СМИ часто используются в незаконных целях, формах и способах, тем самым происходит нарушение права лиц, которые принимают участие в предвыборной кампании.

Отдельно нужно сказать, что вопросы свободы слова должны раскрываться в указах главы государства, поскольку их принятием занимается единолично сам Президент страны. Утверждение со стороны иных органов власти не требуется, как например, это происходит с ФЗ, иными законами и т. п. Многие органы с недовольством относятся к такому положению, так, например, критикуют некоторые президентские акты, подтверждением чему является Указ от 09.12.2013 № 894 «О некоторых мерах по повышению эффективности деятельности государственных средств массовой информации», ставший объектом немалого количества обсуждений и основанием для ликвидации агентства РИА «Новости».

2012 г. был «богат» на принятие разного рода нормативных актов, например, Правительство РФ приняло постановление, на основании которого Роскомнадзор получил право проводить мероприятия в области контроля в области выполнения законодательных предписаний, касающихся деятельности СМИ, со стороны редакций, учредителей и распространителей информации. В этот же период со стороны Правительства были одобрены методические рекомендации для проведения такого контроля, согласно которым Роскомнадзор вправе проводить как плановые, так и внеплановые действия. При этом не так важно, имеет место взаимодействие между контрольными органами и объектами, в отношении которых они осуществляют свою деятельность, или же такого не существует. Нельзя не сказать о том, что указанное постановление Правительства РФ, как и указы главы государства, стало объектом критики, обоснованием чего, по мнению некоторых экспертов, служит противоречие его отдельных норм и положений конституционному принципу свободы слова и плюрализму мнений.

Сказанное позволяет заключить, что в настоящее время взаимодействие между СМИ и органами государственной власти не отличается быстрыми темпами, что объясняется отсутствием высоких результатов эффективности государственных мер, воздействием на прессу исторических черт, свойственных российскому государству. Но, если характер вза-

имоотношений, объем прав будут изменены, это позволит повысить эффективность взаимодействия, ориентируясь при этом на общественно-политическое устройство страны. Важно устранить все правовые пробелы и юридические коллизии в законодательных актах, которые посвящены деятельности СМИ, и прежде всего в ФЗ РФ № 2124-1.

Именно для повышения взаимодействия, о котором ведется речь в настоящем исследовании, разработана и действует информационная политика, на уровне которой закрепляются следующие важные положения:

1. Независимое и самостоятельное положение СМИ, их монополия, которая подлежит соответствующему регулированию.
2. Защита интересов СМИ, действующих на региональном уровне.
3. Оказание содействия тем СМИ, которые осуществляют свою деятельность на уровне муниципалитетов.

Концепция устанавливает необходимость приведения в совершенную форму законодательных основ, норм, правил и требований, которые касаются свободы распространения информации, плюрализма и свободы доступа к информации из официальных источников. Несмотря на такую, казалось бы, положительную динамику, проблемные вопросы все же имеют место, например, некоторые положения политики в информационной области не соблюдаются, существует угроза свободы СМИ.

Нужно обратить внимание на составляющие прибыли СМИ, преимущественно печатных, которые представлены за 2022 г. (рис. 1).

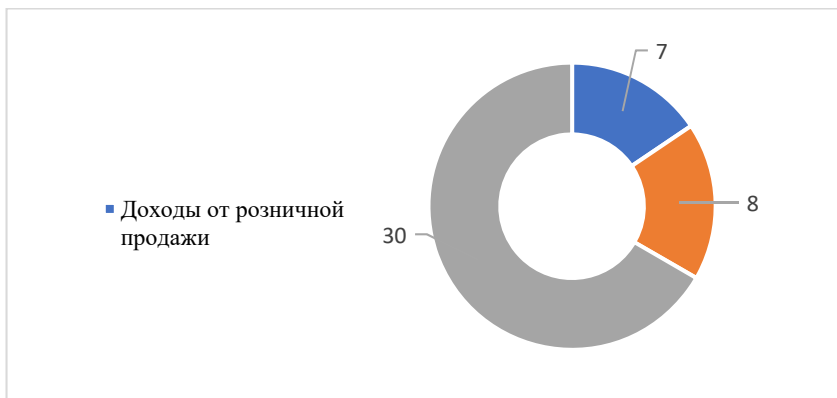


Рис. 1. Составляющие прибыли СМИ Иркутской области, преимущественно печатных на 2022 г. (млрд руб.)*

Интересы, которые наблюдаются у инвесторов, могут отличаться от тех, которые характерны для государства.

Декларативный характер носит регулирование степени монополизации, так как основные федеральные каналы, а также крупные медиа-холдинги являются объектами государственного контроля. Примерно 80 % СМИ находятся под таким контролем. На замену цензуры пришел предварительный просмотр, выступающий как сама цензура, только в скрытой форме.

Нарушения и невысокие показатели эффективности информационной политики наблюдаются не только на федеральном, но и на региональном уровне, причиной чему служит невыполнение концепции такой политики. Этому мнению придерживаются многие эксперты и также считают, что региональное телевидение терпит огромные убытки, поскольку многие федеральные каналы поддаются цифровизации, но при этом региональные операторы, а именно не каждый из них может осуществить такой переход. Итогом является существенное сокращение прибыли из-за потери прежней аудитории.

Начиная с 2019 г., закрылось десять региональных каналов. Будучи неравными по условиям с федеральными, наблюдается монопольное положение со стороны последних, а первые не обладают конкурентоспособными преимуществами.

Законодательные акты в области СМИ по-прежнему нуждаются в совершенствовании. Так, например, правовое положение издателя, вещателя и собственника, антимонопольное регулирование деятельности СМИ, регулирование хозяйственной деятельности СМИ до сих пор являются объектами изучения, не проработаны в той форме, в которой это необходимо.

Для того чтобы успешно справиться со всеми указанными выше проблемами, потребуется немалое количество мер, прежде всего, ориентированных на повышение независимого статуса СМИ с экономической точки зрения:

1. Меры протекционистского характера, реализуемые государством. Стоит отметить, что они присущи многим странам, поддерживающим демократические устои.

2. Сокращение налога на добавленную стоимость и увеличение лимита на рекламную деятельность, что существенно скажется на прибыли СМИ.

3. Повышение уровня открытости деятельности органов власти, что обеспечит свободный доступ журналистов к информации в этой области. Повышение касается не только регионального, но и муниципального уровня.

4. Внедрение механизма для реализации права на получение информации, установленного на уровне Основного закона российского государства и, как следствие, повышение уровня ответственности, наказания в случае, если информация скрывается.

5. Укрепление взаимодействия с общественностью, создание консультативных советов, действующих при органах власти. Последние смогут выявлять важные для общества проблемы, разрабатывать меры, решения и способы для их устранения.

На основании сказанного необходимо отметить следующие моменты: причины проблем, которые касаются достижения необходимо уровня эффективности взаимодействия между СМИ и органами власти, кроются в большей степени в политической и экономической отраслях. Наблюдается зависимое положение СМИ от государства и частных владельцев, что может быть изменено в сторону независимости первых посредством увеличения их доходности, куда относится и рекламная деятельность. К сожалению, в настоящее время органы власти придерживаются неверной позиции, которая выражается в том, что СМИ – структура, уполномоченная на обслуживание интересов власти, но не народа, что в корне неверно и избавиться от такого положения поможет гражданское общество посредством образования механизмов контроля со своей стороны за деятельностью, реализуемой как со стороны СМИ и органов власти всех уровней.

Литература

1. Ардашев Р. Г. Воздействие на сознание: СМИ и политическая пропаганда // Телекоммуникационные технологии: Актуализация и решение проблем подготовки высококвалифицированных кадров в современных условиях. Хабаровск, 2020. С. 862–868.
2. Ардашев Р. Г. Воздействие СМИ на иррациональность общественного сознания // Социология. 2021. № 3. С. 53–61.
3. Ардашев Р. Г. Феноменология рационального и иррационального мышления // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. 2021. Т. 21, № 2. С. 120–124.
4. Журавлева И. А., Иванов Р. В. Социально-политическая система России : учеб. пособие. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. 148 с.
5. Полюшкевич О. А. Социальное доверие как основа просоциальных практик: экспертный анализ // Экспертные институты в XXI веке: цивилизационные и цифровые концепции меняющегося мира : сб. науч. тр. Второй междунар. науч.-практ. конф. / науч. ред. Т. И. Грабельных. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2023. С. 126–129.
6. Полюшкевич О. А. Социальное моделирование: поствиртуальность городского пространства // Социальная реальность виртуального пространства : материалы IV Междунар. науч. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. С. 227–232.
7. Полюшкевич О. А. Социальное управление через призму норм // Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы, и перспективы : материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. О. А. Полюшкевич. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. С. 195–199.
8. Пружинин А. Н. Управление институтами гражданского общества через призму человеческого капитала // В поисках социальной истины : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2021. С. 137–141.

УДК 007.51+351/354+338.465

С. К. Удалых, *Иркутск*

Развитие виртуального пространства и реализация федерального социального проекта «Государство для людей»

Рассматриваются содержание, цели и задачи уникального социального проекта «Государство для людей», реализация которого основывается на использовании новейших российских информационных технологий. Излагается авторское мнение о преимуществах и недостатках проекта, вносятся некоторые предложения по модернизации этого социального проекта в целях дальнейшего совершенствования взаимодействия государства, граждан и бизнеса.

Ключевые слова: устойчивое развитие, госуслуги, клиентоцентричность, проект «Государство для людей», клиентоцентричное государство, жизненные ситуации, информационные технологии.

S. K. Udalykh, *Irkutsk*

Development of the Virtual Space and Implementation of the Federal Social Project “The State for the People”

The content, goals and objectives of the unique social project “The State for People” are considered, the implementation of which is based on the use of the latest Russian information technologies. The author's opinion on the advantages and disadvantages of the project is presented; some proposals are made to modernize this social project in order to further improve the interaction of the state, citizens and business.

Keywords: sustainable development, public services, client-centricity, the “State for People” project, client-centric state, life situations, information technologies.

Введение. Существенное влияние на устойчивое развитие России оказывает состояние и динамика взаимодействия государства, населения и бизнеса. Со стороны государства выступают федеральные, региональные и муниципальные власти (в том числе их различные министерства, ведомства, управления, департаменты и т. д.). Основными формами такого взаимодействия до недавнего времени были, как известно, письменные (бумажные) и личные обращения. В связи с взрывным появлением новейших информационно-коммуникационных технологий и масштабной цифровизацией общества создались особые условия для уникальной трансформации взаимодействия и общения населения и государственных органов власти, т. е. было сформировано мощное и надежное виртуальное пространство, которое становится основой для образования нового формата общественного взаимодействия. В результате уже сконструированы и широко используются разные социальные сети и популярные цифровые платформы, в том числе «Госуслуги» и «Мой бизнес», информационные сети федеральных и региональных министерств и ведомств, отдельных промышленных корпораций и общественных объединений.

В этих особых цифровых условиях повышение устойчивости социально-экономического и технологического развития России сопровождается трансформацией принципиального подхода и конкретных методов в

реализации государственных функций по предоставлению населению и бизнесу различных государственных услуг. Набор этих услуг весьма широк, и он продолжает расширяться в связи коренным совершенствованием российского гражданского общества. Указанная трансформация обусловлена назревшей необходимостью осуществления следующих серьезных улучшений: продвижение и развитие культуры уважения к человеку, его мнению, особенностям и потребностям; повышение доверия граждан к государству; повышение качества решения проблем человека; повышение скорости реагирования властей на запросы и обращения; более простое и удобное для человека взаимодействие с государством; повышение эффективности государственной службы; более эффективное распределение бюджетных средств при реализации государственных функций и услуг. С целью истинной реализации многочисленных востребованных улучшений в Правительстве РФ в 2021 г. была принята новейшая народно-государственная коммуникационная идея комплексного взаимодействия в виде федерального социального проекта «Государство для людей» [5]. Главным результатом реализации проекта является повышение уровня удовлетворенности и доверия граждан к государству.

По информации разработчиков (Министерство экономического развития РФ, Аналитический центр при Правительстве РФ и Агентство стратегических исследований), федеральный проект «Государство для людей» – это новая культура взаимодействия государства, нацеленная на изменение сознания госслужащих, предоставление по-настоящему удобных госуслуг, сконструированных с позиции пользователя. Уровень развития науки и современных технологий позволяет заложить в основу процедуры получения услуги индивидуальный подход к решению проблем граждан и бизнеса. Главная особенность реализации рассматриваемого проекта состоит в том, чтобы госуслуги «работали» максимально эффективно и удобно для граждан.

Результаты исследования.

1. Проект «Государство для людей» (его первое название – Клиентоцентричность») разработан с целью реализации одной из 42 главных инициатив социально-экономического развития России до 2030 г. [4] Для осуществления проекта предусмотрено финансовое обеспечение в размере 5 млрд руб.; срок реализации проекта – с 01.01.2022 до 01.12.2030. Этот проект в пилотном виде стартовал в декабре 2021 г. в шести ведомствах (Минэкономразвития РФ, Минфин РФ, Минцифры РФ, Минтруд РФ, Федеральная налоговая служба, Росимущество) и трех регионах страны (Московская, Липецкая, Тульская области). В его рамках были разработаны правила и стандарты, на основе которых строилась комму-

никация государства с гражданами и бизнесом. В 2023 г. уже все федеральные и региональные органы исполнительной власти приступили к активной реализации проекта «Государство для людей», в том числе приняли свои ведомственные концепции внедрения стандартов клиентоцентричности и разработали планы мероприятий – «дорожные карты».

2. В рамках проекта «Государство для людей» разработаны так называемые «жизненные ситуации»: они представляют собой 24 сводные модели наиболее распространенных ситуаций; такая работа проведена для коренного упрощения оказания госуслуг, с которыми сталкиваются граждане и бизнес при получении этих услуг. Запуск жизненных ситуаций позволит вдвое сократить срок ожидания получения госуслуг и количество необходимых для этого документов, информирование клиента станет круглосуточным, а необходимость личного посещения ведомств будет минимальной. Из 800 госуслуг, которые входят в состав 24 моделей жизненных ситуаций, в проект отобрано около 500; остальные пока исключены как дублирующиеся или неактуальные. Попавшие в проект госуслуги проанализированы на предмет соответствия стандартам клиентоцентричности. В случае необходимости процесс предоставления услуги изменяется в наиболее удобную для заявителя сторону. При этом оцениваются не только сами услуги, но и комплекс действий гражданина или предпринимателя по взаимодействию с госорганами для получения финального результата. Ключевой принцип при оптимизации – наиболее прямой и удобный путь решения вопроса гражданина или предпринимателя.

3. Проект «Государство для людей» определяет перечень своих «клиентов», раскрывает понятие «клиентоцентричность» и такие словообразования как «клиентоцентричный подход», «клиентоцентричное государство», «стандарты клиентоцентричности» и «принципы клиентоцентричности». Клиентоцентричный подход положительно зарекомендовал себя при работе над развитием в России «Единого портала государственных услуг» и «Многофункциональных центров предоставления госуслуг». Вместе с тем для дальнейшего прорывного улучшения государственных процедур и работы с клиентами требуется распространение клиентоцентричного подхода в масштабах всего государства.

Клиентом государства является человек, который может взаимодействовать с ним в различных статусах: как гражданин (а также иностранец или человек без гражданства); как представитель бизнеса (коммерческой или некоммерческой организации), индивидуальный предприниматель или самозанятый; как государственный или муниципальный служащий, представляющий публичную власть в отношениях с внешними клиентами (гражданами и бизнесом), а также участвующий в межведомственном взаимодействии.

Клиентоцентричный подход в государственном и муниципальном управлении означает такой подход, который основывается на выявлении и изучении истинных потребностей клиента, постоянном улучшении взаимодействия органов власти и уполномоченных организаций с клиентом для удовлетворения его потребностей с намерением превзойти его ожидания. Клиентоцентричное государство – это государство, функции и услуги которого организованы удобным для человека образом, позволяют эффективно удовлетворять потребности человека и постоянно совершенствуются на основе анализа клиентского опыта.

4. Каждая категория клиентов обладает отличительными особенностями, которые учитываются государством при выполнении государственных функций и оказании государственных услуг. Поэтому в рассматриваемом проекте впервые в практике подобной деятельности российской власти разработаны конкретные «Стандарты клиентоцентричности», а подробные **требования к взаимодействию государства с каждой из категорий клиентов раскрываются в соответствующих трех стандартах**: Стандарт «Государство для людей», Стандарт «Государство для бизнеса» и «Стандарт для внутреннего клиента». Стандарты являются обязательными для применения органами государственной власти, органами местного самоуправления, государственными и муниципальными учреждениями (предприятиями) и иными организациями, уполномоченными в соответствии с законодательством России предоставлять услуги клиентам.

5. Для эффективного внедрения в систему взаимодействия государства, населения и бизнеса клиентоцентричных методов и принципов в стране начала создаваться и далее формируется соответствующая организационно-управленческая и идеолого-аналитическая инфраструктура; эта структура включает нижеследующие элементы:

- куратором проекта является вице-премьер – руководитель аппарата Правительства РФ Д. Ю. Григоренко; в Минэкономразвития РФ образован специальный Департамент обеспечения качества предоставления государственных услуг населению и выполнения государственных функций;

- распоряжением Правительства РФ создана специальная межведомственная рабочая группа по внедрению клиентоцентричности в государственное управление [2]. В ее состав вошли представители всех федеральных ведомств и регионов страны. Основная задача рабочей группы – координация усилий федеральных и региональных органов власти по внедрению принципов и стандартов клиентоцентричности в свою деятельность, в том числе в рамках жизненных ситуаций и реализации региональных «дорожных карт»;

– контроль внедрения принципов клиентоцентричности в работу органов государственной власти базируется на постоянном двухстороннем мониторинге и анализе потребностей человека. С 2023 г. федеральные органы государственной власти самостоятельно оценивают свои услуги на соответствие стандартам клиентоцентричности; кроме того оценивается также набор и качество работы каналов взаимодействия. Параллельно аналогичная оценка проводится на базе Аналитического центра при Правительстве РФ, который в рамках реализации проекта обеспечивает экспертно-методологическое сопровождение и консультирование органов федеральной власти и регионов;

– для определения уровня соответствия требованиям клиентоцентричности и удобства сервиса в стране впервые создаются «лаборатории пользовательского тестирования». До конца 2023 г. открывается 25 таких лаборатории, одной из задач которых является проведение сертификации услуг и сервисов. Прохождение сертификации будет означать подтверждение, что услуга или сервис стали клиентоцентричными. Лаборатории работают на базе Аналитического центра при Правительстве РФ и становятся ключевым инструментом реализации принципов клиентоцентричности в деятельности органов государственной власти. Лаборатории пользовательского тестирования помогут сделать взаимодействие государства и граждан удобнее. Удобство будет оцениваться с точки зрения человека, получающего госуслугу, а не органа власти, ее оказывающего. Испытания, которые проходят в лабораториях, позволяют оценить комфорт и эргономичность госуслуги на каждом этапе ее получения. На основе анализа результатов тестирования будет приниматься решение о необходимости корректировки процедур получения госуслуг;

– в стране также открываются «региональные центры оптимизации» (РЦО) по вопросам оптимизации государственных услуг и сервисов. Создаваемые лаборатории пользовательского тестирования и региональные центры оптимизации госуслуг должны объединять усилия для проектирования действительно удобных, клиентоцентричных сервисов; до конца 2023 г. такие центры создаются в 33 регионах России;

– по инициативе Агентства стратегических инициатив с 2022 г. в регионах создаются также «региональные сервисные уполномоченные» (РСУ). Основная задача РСУ и их «команд» – разрабатывать решения, помогающие людям в различных жизненных ситуациях. Региональные команды работают на основе технологии сервис-дизайна, которая в результате диалога с людьми, оказавшихся в какой-либо жизненной ситуации, выявляет их истинные запросы и потребности, а также помогает находить правильные решения;

– в стране создана разветвленная система регулярного обучения государственных служащих для формирования знаний и умений, обеспечивающих внедрение соответствующих изменений в органах государственной власти; так, в течение 2021–2023 гг. организованы стратегические сессии для руководящего состава госорганов – сотрудников федеральных и региональных органов власти и проводятся обучающие семинары для представителей региональных центров оптимизации (РЦО) по вопросам оптимизации государственных услуг и сервисов;

– в составе проекта «Государство для людей» утверждена «Декларация ценностей клиентоцентричности» [1]. Декларация провозглашает переход к клиентоцентричной модели государственного управления и организации государственных функций и услуг, основанной на обеспечении эффективного и комфортного взаимодействия человека и государства за счет анализа актуальных потребностей и клиентского опыта человека.

6. Создание во многих регионах страны инфраструктуры клиентоцентричности (лаборатории пользовательского тестирования, региональные центры-офисы оптимизации и поддержки внедрения клиентоцентричных услуг, *региональные сервисные уполномоченные*, Центр разработок «Клиентоцентричное государство» и др.) *потребует определенного увеличения количества госслужащих и других сотрудников госорганов всех уровней (расчеты о росте численности госаппарата в проекте отсутствуют). Вместе с тем ряд экспертов по оптимизации госуправления высказывают противоположное мнение о необходимости существенного сокращения действующего в стране госаппарата.*

Авторские выводы и предложения

1. Реализация уникального проекта «Государство для людей» имеет большое значение для государства в целях выявления новых путей совершенствования своей деятельности и для большинства российских граждан, стремящихся к повышению комфортности жизни, улучшению взаимоотношений с госорганами, ускорению получения качественных госуслуг и, в итоге, к удовлетворению своих потребностей.

2. Представляется необходимым с участием российских средств массовой информации провести общественное обсуждение «Декларации ценностей клиентоцентричности» как важного идеологического документа для поддержки дальнейшего развития в стране клиентоцентрического подхода при взаимодействии государства, населения и бизнеса.

3. В стране сложились важные условия для успешной реализации проекта «Государство для людей». С одной стороны, общественностью и экспертами признается недостаточная эффективность традиционной бюрократической модели государственного управления; с другой стороны, со-

зданы и далее ускоренными темпами развиваются информационно-коммуникационные технологии, которые являются надежной технической основой для трансформации взаимодействия государства, людей и бизнеса.

4. В проекте «Государство для людей» используется несколько неудачное и с первого прочтения непонятное слово «клиентоцентричность»: оно исходит, по нашему мнению, из бюрократического и формального отношения к гражданам, которые для государства представляются как бы некоторыми «клиентами». Предлагается в дальнейшем это слово заменить, например, на «человеконаправленность», или «личностноориентированность». Эти названия также неудачные, но обращают задачи и цели проекта непосредственно к человеку.

5. По информации разработчиков, проект «Государство для людей», основанный на концепции клиентоцентричности, сопряжен со всеми национальными проектами. Цели, задачи и меры нацпроектов запланированы и реализуются для российских людей. Такая сопряженность с национальными проектами до 2030 г. означает то, что формат проекта необходимо серьезно расширить. Речь идет о том, что результатами проекта должны быть не только «госуслуги и комплекс действий гражданина или предпринимателя по взаимодействию с госорганами», но и оптимальный комплекс действий со стороны государственных органов. По нашему мнению, сам проект пока несколько узок, он находится, образно выражаясь, в «полуобороте» к людям и бизнесу; необходим поворот государства «лицом» к клиентам путем осуществления государственных проактивных действий после обращения людей через систему проекта «Государство для людей».

6. Предлагается расширение перечня госуслуг путем, например, введения активных действий властей по запросам обеспечения граждан жильем, улучшения образования, здравоохранения и охраны окружающей среды, повышения уровня жизни и др. Разработчики проекта при классификации 800 госуслуг использовали научные методы; нами же в данной статье применяется «бытовой» подход: госуслуги по содержанию, сложности и времени исполнения разделяются на относительно простые, средней сложности и сложные. Через виртуальные запросы людей могут быстро и качественно исполняться органами власти сотни привычных простых и средней сложности услуг (у большей части населения уже имеется многолетний опыт такого успешного общения с государством, например, через «Единый портал государственных услуг» и «Многофункциональные центры предоставления госуслуг»). Сложные же госуслуги через электронные обращения населения до сих пор не исполняются; к таким госуслугам могут быть отнесены, например, ускоренное переселение заявителя из аварийного жилья, предоставление малообеспе-

ченному заявителю жилья с пониженной стоимостью, обеспечение жильем молодого гражданина-сироту, оказание помощи больному человеку по проведению сложной и дорогостоящей операции и пр.

7. Предстоит перестройка деятельности институтов и факультетов, ведущих обучение студентов по направлению «Государственное и муниципальное управление»; в частности, необходимы модернизация учебных планов (введение новых дисциплин) и подготовка и издание соответствующих учебников и учебных пособий; также требуется переподготовка и повышение квалификации преподавателей (обучение на факультетах повышения квалификации и стажировки в государственных органах власти).

8. Рекомендуются организация региональных семинаров и обучающих курсов с сотрудниками местных органов власти на предмет освоения ими вводимых в государственное управление принципов и методов клиентоцентричности.

9. Предлагается расширить перечень «клиентуры» при предоставлении госуслуг, т. е. в качестве клиента считать также отдельные группы физических лиц и группы индивидуальных предпринимателей.

10. Рекомендуются использовать результаты запросов (электронных, письменных и личных обращений) населения и бизнеса на госуслуги для изменения действующих нормативно-правовых актов и разработки проектов федеральных законов, решений Правительства РФ и других директивных документов органов власти, направленных на быстрое и качественное разрешение жизненных ситуаций.

11. Вместе с развитием виртуальных способов обращений людей и бизнеса на предоставление госуслуг необходимо добиваться полного исполнения требований федерального закона «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» [3], в том числе усовершенствовать личный прием, упростить пропускной режим в министерствах и ведомствах, на предприятиях и в учреждениях.

12. Проект «Государство для людей» содержит новые и еще не полностью изученные принципы, подходы и методы; поэтому необходима организация всероссийских и региональных научно-практических конференций, форумов и семинаров по проблемам улучшения взаимодействия государства, людей и бизнеса.

Заключение. В стране осуществляется работа по цифровизации взаимодействия государства, людей и бизнеса, *по внедрению человекоцентричной культуры в деятельность органов власти. В результате ожидается существенное улучшение жизни большого числа людей.* Принципиальная особенность этой работы – оптимизация госуслуг таким образом, чтобы они наиболее эффективно и удобно помогали разрешать жизненные ситуации.

Литература

1. Декларации ценностей клиентоцентричности // Министерство экономического развития РФ. URL: www.economy.gov.ru/material/file/960f181e39e8b510eeca7107eb7fe92/deklaraciya_cennostey_klientocentrchnosti.pdf?ysclid=ll3r5dywc2939261714 (дата обращения: 15.08.2023).
2. Межведомственная рабочая группа по внедрению клиентоцентричности в государственное управление : распоряжение Правительства РФ от 14.02.2023 г. № 332-р. URL: publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202302150010 (дата обращения: 15.08.2023).
3. Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг : федер. закон от 27.07.2010 № 210-ФЗ. URL: www.kremlin.ru/acts/bank/31584 (дата обращения: 15.08.2023).
4. Об утверждении перечня инициатив социально-экономического развития Российской Федерации до 2030 года (инициатива «Клиентоцентричность») : распоряжение Правительства РФ от 06.10.2021 г. № 2816-р. URL: publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202110070028 (дата обращения: 15.08.2023).
5. Федеральный проект «Государство для людей» // М-во экон. развития РФ. URL: www.economy.gov/material/direction/gosudarstvennoe_upravlenie/gosudarstvo_dlya_lyudey (дата обращения: 15.08.2023).

УДК 336.74

К. А. Ширяева, Ю. В. Заварзина, *Иркутск*

Взаимодействие органов власти и некоммерческих организаций в Иркутской области

Проведено исследование вопросов взаимодействия СОНКО и органов власти в регионе, рассмотрена статистика участия представителей НКО в мероприятиях и конкурсах, проводимых органами власти Иркутской области.

Ключевые слова: социально ориентированные некоммерческие организации, институт, благотворительность, поддержка, благотворительные фонды.

K. A. Shiryaeva, Yu. V. Zavarzina, *Irkutsk*

Interaction of Authorities and Non-Profit Organizations in the Irkutsk Region

The article studies the issues of interaction between NGOs and authorities in the region, examines the statistics of the participation of NGO representatives in events and competitions held by the authorities of the Irkutsk region.

Keywords: socially oriented non-profit organizations, institute, charity, support, charitable foundations.

В современном мире в условиях становления и развития гражданского общества огромное значение имеет развитие некоммерческого сектора. В Иркутской области развитию деятельности социально-ориентированных некоммерческих организаций уделяется огромное внимание.

Идеи и механизмы развития партнерства некоммерческого сектора с органами власти рассматривались в работах автора [1; 2], О. А. Полюшкевич [6], А. Н. Пружинана [7; 8], А. Ю. Поджидаевой [4; 5], П. А. Трескина [9–12] и др.

По данным Управления Министерства юстиции Российской Федерации по Иркутской области по состоянию на 8 декабря 2022 г. на территории Иркутской области зарегистрированы 3 646 некоммерческих организаций (далее – НКО).

В Иркутской области представлены все основные виды организаций некоммерческого сектора: правозащитные, женские, детские, экологические, научные, образовательные, ветеранские, молодежные, спортивные, религиозные организации, патриотические, национальные, творческие и профессиональные союзы, территориальное общественное самоуправление [1]. В разрезе количественного показателя некоммерческий сектор в Иркутской области выглядит следующим образом:

- профессиональные союзы (территориальные и отраслевые) – 198;
- ветеранские общественные объединения (в том числе пенсионеров) – 84;
- общественные объединения инвалидов – 81;
- национальные общественные объединения (в том числе национально-культурные автономии) – 106;
- женские – 21;
- молодежные – 113;
- культурно-просветительские и творческие – 184;
- научные – 31;
- спортивные и оздоровительные – 447;
- правозащитные – 97;
- благотворительные – 247;
- экологические – 52;
- общей направленности – 1533;
- религиозные – 378;
- казачьи общества – 44;
- исполнители общественно-полезных услуг – 30.

В настоящее время по сравнению с 2021 г. на 55 организаций сократилось количество профессиональных союзов (территориальных и отраслевых), общественных объединений инвалидов – на 14, ветеранских общественных объединений (в том числе пенсионеров) – на 8, национальных общественных объединений (в том числе национально-культурных автономий) – на 4. В то же время на 111 организаций увеличилось количество объединений общей направленности, спортивных и оздоровительных – на 76, благотворительных – на 33, молодежных – на 20, культурно-просветительских и творческих – на 17, женских – на 12, религиозных – на 9, экологических – на 7, исполнителей общественно-полезных услуг – на 4, казачьих обществ, научных, правозащитных – на 2 [3].

Проблемы, стоящие перед некоммерческим сектором в целом, актуальны и для национально-культурных общественных объединений: недостаточные объемы финансирования и имущественной поддержки, освещения их деятельности в средствах массовой информации [2].

В рамках реализации Закона Иркутской области от 8 июня 2011 г. № 37-ОЗ «Об областной государственной поддержке социально ориентированных некоммерческих организаций» органы исполнительной государственной власти Иркутской области оказывают всестороннюю поддержку социально ориентированным некоммерческим организациям (далее – СОНКО). Многие мероприятия и инициативы СОНКО находят поддержку органов государственной власти, местного самоуправления и населения, что является позитивным фактором в формировании гражданского общества.

Значимыми мероприятиями стали встреча Губернатора Иркутской области И. И. Кобзева с матерями и другими членами семей участников специальной военной операции, фестиваль казачьей культуры Сибирского федерального округа «Братина»; 16-й Форум спецназа им. И. Г. Старинова, областной конкурс «Лучший центр казачьей культуры Иркутской области», круглый стол «Национальная идея России – историю пишем мы»; IV Областной фестиваль русской культуры «Байкал»; V Форум межнационального единства «Иркутская область – территория мира и согласия»; Фестиваль национально-культурных объединений и общественных организаций Иркутской области «Дружба народов Прибайкалья»; Байкальский гражданский форум «Развитие СОНКО – развитие региона»; областной конкурс «Доброе сердце».

В целях поддержки и развития деятельности СОНКО Правительством Иркутской области проводятся различные мероприятия: конкурсы на предоставление субсидий, обучающие семинары, тематические конференции; осуществляется организационная помощь в проведении мероприятий, информационная поддержка.

Значимым инструментом поддержки СОНКО в Иркутской области является конкурс «Губернское собрание общественности Иркутской области».

В 2022 г. в нем приняла участие 101 заявка из 22 муниципальных образований региона, из них:

- группа заявок «Городские округа» – подано 18 проектов ТОС, 7 из которых являются победителями;
- группа заявок «Городские поселения» – подано 19 проектов ТОС, 10 из которых являются победителями;
- группа заявок «Сельские поселения» – подано 64 проекта ТОС, 25 из которых являются победителями [3].

Всего было определено 42 победителя, что составляет около 42% от числа всех заявителей. Финансирование проектов победителей предусмотрено за счет средств областного бюджета Иркутской области в размере 6300 тыс. руб. Максимальный размер социальной выплаты составил 150 тыс. руб.

За истекший период 2022 г. с представителями СОНКО Учебно-методическим центром проведено 17 консультаций по вопросам предоставления социальных услуг, сдачи отчетности, регистрации некоммерческой организации, формирования устава. Одной организации оказана методическая поддержка для участия в региональных конкурсах социальных проектов.

В рамках развития взаимодействия Правительства Иркутской области с некоммерческим сектором действует областное государственное казенное учреждение «Ресурсный центр по поддержке некоммерческих организаций Иркутской области» (далее – Ресурсный центр).

За 2022 г. сотрудники Ресурсного центра с рабочими поездками посетили города: Ангарский МО, г. Тулун, г. Братск, г. Усть-Илимск, г. Свирск, г. Бодайбо и р-н, Братский р-н, Нукутский р-н, Осинский р-н, Ольхонский р-н, Иркутский р-н, Тулунский р-н.

Продолжила работу оборудованная Ресурсным центром площадка для проведения видеоконференций, вебинаров, круглых столов, конференций. Эту площадку активно используют НКО для проведения онлайн-мероприятий и семинаров. Все материалы доступны на официальной странице Ресурсного центра в социальной сети «ВКонтакте». Данный формат является эффективным инструментом взаимодействия с НКО. На текущую дату на страницу подписаны 433 официально зарегистрированных пользователя.

В 2022 г. 1261 консультацию получили представители ТОС и СОНКО по подготовке заявок для участия в региональных и федеральных конкурсах, по регистрации СОНКО и ТОС, сдаче отчетности, оформлению уставов и др. [3]

На официальном сайте Правительства Иркутской области ведется страница «Поддержка СОНКО». В социальной сети «ВКонтакте» Управлением также ведутся страницы «НКО Прибайкалья», «Межнациональный диалог Иркутской области», «Союз ТОС Иркутской области», на которых выкладываются новости о событиях (мероприятиях, обучении, конкурсах) в гражданском обществе России, Иркутской области.

Информацию о деятельности и достижениях СОНКО размещают региональные СМИ: «АИСТ ТВ», «Вести Иркутск», «Байкал 24», газета «Областная». Основные темы публикаций связаны с деятельностью СОНКО в сфере экологии, благотворительности, социальной поддержки, зоозащиты, восстановления памятников культурного наследия, развития казачества на территории Иркутской области. Всего за отчетный период выпущено в эфир и опубликовано более 70 тематических материалов.

Таким образом, СОНКО Иркутской области показывают высокие результаты среди регионов Сибирского федерального округа. По итогам трех конкурсов 2022 г. Иркутская область стала лидером в Сибирском федеральном округе по количеству проектов-победителей. Всего было подано 489 заявок, поддержан 71 социально значимый проект. На их реализацию поступило более 130 млн руб., из чего можно сделать вывод об эффективности реализации политики поддержки НКО в регионе и о необходимости дальнейшего развития взаимодействия представителей НКО и органов власти.

Литература

1. Заварзина Ю. В. Механизм формирования социальной привлекательности территории через развитие финансового администрирования : учеб. пособие. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2020. 131 с.
2. Заварзина Ю. В. Роль дорожно-транспортной инфраструктуры в развитии региона: социальное моделирование и прогнозирование // Социология. 2023. № 4. С. 14–41.
3. Отчет о деятельности СОНКО в Иркутской области за 2022 г. // Управление Губернатора Иркутской области и Правительства Иркутской области по связям с общественностью и национальным отношениям : офиц. сайт. URL: <https://irkobl.ru/sites/ngo/national/nack-ult/%D0%95%D0%B6%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D1%8B%D0...> <https://irkobl.ru>. (дата обращения: 01.09.2023).
4. Поджидаева А. Ю. Место и роль НКО в структуре гражданского общества и специфика их деятельности в России: категориальный анализ понятий // Социальные институты в правовом измерении: теория и практика : материалы IV Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием / под общ. ред.: М. Г. Тирских, Г. В. Дружинина. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2022. С. 110–116.
5. Поджидаева А. Ю. Политико-коммуникативные технологии в интернет-пространстве // Социальная реальность виртуального пространства : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. О. А. Полошкевич. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2021. С. 340–343.
6. Полошкевич О. А. Просоциальное поведение в межсекторном взаимодействии (на примере женских социозащитных организаций) // Новые тенденции в деятельности социозащитных институтов : материалы Всерос. конф. / под науч. ред.: А. П. Суходолова, И. С. Карпиковой. Иркутск : БГУЭП, 2019. С. 114–119.
7. Пружинин А. Н. Управление институтами гражданского общества через призму человеческого капитала // В поисках социальной истины : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2021. С. 137–141.
8. Пружинин А. Н., Поджидаева А. Ю. Модели легитимации развития человеческих ресурсов некоммерческих организаций // Социология. 2022. № 1. С. 144–153.
9. Трескин П. А. Социальное партнерство в работе некоммерческих организаций байкальского региона // Социальная безопасность и социальная защита населения в современных условиях : материалы Междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. А. М. Бадонов. Улан-Удэ : БГУ, 2023. С. 184–187.
10. Трескин П. А. Экспертная оценка перспектив развития третьего сектора (по материалам анализа СМИ) // Экспертные институты в XXI веке: цивилизационные и цифровые концепции меняющегося мира : сб. науч. тр. Второй междунар. науч.-практ. конф. / науч. ред. Т. И. Грабельных. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2023. С. 483–487.
11. Трескин П. А. Межсекторное социальное партнерство // Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы, перспективы : материалы IX Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. О. А. Полошкевич. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2023. С. 124–128.
12. Трескин П. А. Некоммерческие организации как ресурсы социального развития регионов // В поисках социальной истины : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2021. С. 147–151.

АВТОРСКАЯ СПРАВКА

Алешина Елена Геннадьевна – магистрант 2-го курса психолого-педагогического направления (профиль – семейная психология) факультета психологии образования Российского государственного гуманитарного университета, Москва, e-mail: 5903606@mail.ru

Ардашев Роман Георгиевич – доктор философских наук, кандидат юридических наук, доцент кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин Сибирского юридического института МВД России, Красноярск, e-mail: ardachev.rg@bk.ru

Бабенко Иннеса Игоревна – доцент, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории языка и методики обучения русскому языку Томского государственного педагогического университета, Томск, e-mail: uchim.russkij@yandex.ru

Баёв Павел Анатольевич – доцент, кандидат социологических наук, доцент Байкальского государственного университета, Иркутск, e-mail: bayev.pa@mail.ru

Баранова Наталья Валентиновна – учитель МБОУ СОШ № 2, Иркутск, e-mail: nata-turist@yandex.ru

Батьянова Людмила Николаевна – доцент, кандидат философских наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления Института социальных наук Иркутского государственного университета, Иркутск, e-mail: batiyznova@bk.ru

Бобков Александр Иванович – доцент, кандидат философских наук, профессор кафедры философии и социально-гуманитарных дисциплин Восточно-Сибирского института МВД России, Иркутск, e-mail: iab71@inbox.ru

Бойких Руслан Севланович – студент 3-го курса направления «Государственное и муниципальное управление» Института социальных наук Иркутского государственного университета, Иркутск, e-mail: boykikhruslan@gmail.com

Борисова Маргарита Витальевна – ученица 10а класса МБОУ СОШ № 2, Иркутск, e-mail: motidsuki.mari-chan@mail.ru

Бренман Александра Ильинична – студент 2-го курса направления «Торговое дело» Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, Санкт-Петербург, e-mail: sahilka2004@gmail.com

Булатова Алина Владимировна – студентка 4-го курса группы направления «Социология» Института фундаментальных наук Кубанского государственного технологического университета, Краснодар, e-mail: tanithbook77@mail.ru

Бушуев Константин Сергеевич – преподаватель кафедры государственного и муниципального управления, Института социальных наук Иркутского государственного университета, аспирант Иркутского национального исследовательского технического университета, Иркутск, e-mail: bushuev.k.s@yandex.ru

Васильев Николай Гаврилович – доцент, кандидат философских наук, доцент кафедры гуманитарных и информационных дисциплин Иркутского юридического института (филиала) ВГУЮ (РПА Минюста России), Иркутск, e-mail: ngv@bk.ru

Газизов Рамис Рассыхович – доцент, кандидат филологических наук, доцент кафедры телепроизводства и цифровых коммуникаций Института социально-филологических наук и массовых коммуникаций Казанского (Приволжского) федерального университета. Казань, e-mail: gazizov-da@yandex.ru

Галимова Екатерина Юрьевна – старший преподаватель кафедры информационных и управляющих систем Высшей школы печати и медиатехнологий Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна, Санкт-Петербург, e-mail: galim81@mail.ru

Горбушина Ольга Петровна – кандидат психологических наук, ученый-исследователь, рецензент научных трудов издательского дома «Мир науки», Москва, e-mail: Olga_gorbushina@mail.ru

Гордин Алексей Анатольевич – начальник управления реализации общественных инициатив аппарата администрации города Иркутска, Иркутск, e-mail: gord33307@gmail.com

Грошева Любовь Игоревна – кандидат социологических наук, доцент кафедры военно-политической работы в войсках (силах) Тюменского высшего военно-инженерного командного училища имени маршала инженерных войск А. И. Прошлякова, Тюмень, e-mail: malivia@rambler.ru

Грязнов Сергей Александрович – доцент, кандидат педагогических наук, доцент, декан факультета внебюджетной подготовки Самарского юридического института ФСИН России, Самара, e-mail: mikhail_kuznetsov_1962@list.ru

Гуринович Людмила Анатольевна – старший преподаватель Института социальных наук Иркутского государственного университета, Иркутск, e-mail: milgur@mail.ru

Дружинин Глеб Викторович – старший преподаватель кафедры государственного и муниципального управления Института социальных наук Иркутского государственного университета; член правления Иркутского регионального отделения МАТГиП; соискатель кафедры теории государства и права Саратовской государственной юридической академии, Иркутск, e-mail: druzhinin93@mail.ru

Дюндик Юлия Борисовна – доцент, кандидат филологических наук, доцент кафедры регионоведения АТР, сотрудник Научно-исследовательского центра трансдисциплинарной регионологии Азиатско-Тихоокеанского региона Иркутского государственного университета, Иркутск, e-mail: dyular@mail.ru

Егазарьянц Кирилл Андреевич – студент 2-го курса направления «Торговое дело» Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, Санкт-Петербург, e-mail: NGMMLF@yandex.ru

Ермоченко Константин Павлович – магистрант направления «История» Смоленского государственного университета, Смоленск, e-mail: ermochenko.konstantin@gmail.com

Журавлев Артем Андреевич – аспирант 2-го года обучения по направлению подготовки «Социальная структура, социальные институты и процессы» Института социальных наук Иркутского государственного университета, Иркутск, e-mail: ir-lend@list.ru

Журавлева Анастасия Андреевна – преподаватель кафедры государственного и муниципального управления Института социальных наук Иркутского государственного университета, Иркутск, e-mail: nastya_lyalikova@mail.ru

Журавлева Ирина Александровна – доцент, кандидат философских наук, директор Института социальных наук, заведующая кафедрой государственного и муниципального управления Института социальных наук Иркутского государственного университета, Иркутск, e-mail: zhuravleva_ia@list.ru

Заварзина Юлия Владимировна – доцент, кандидат экономических наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления Института социальных наук Иркутского государственного университета, Иркутск, e-mail: julia661@mail.ru

Затолокин Александр Сергеевич – магистрант 2-го курса направления «Экология и природопользование», Института наук о Земле Тюменского государственного университета, Тюмень, e-mail: zatolokin2000@bk.ru

Зацепин Алексей Леонидович – руководитель Саянского местного отделения Иркутского регионального отделения Международной общественной организации «Императорское Православное Палестинское Общество», магистр государственного и муниципального управления, Саянск, e-mail: zatsep.in.al@mail.ru

Зудина Арина Сергеевна – студентка 5-го курса направления «Журналистика» Института социально-философских наук и массовых коммуникаций Казанского (Приволжского) федерального университета, Казань, e-mail: gazizov-da@yandex.ru

Иванов Роман Викторович – доцент, кандидат исторических наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления Института социальных наук Иркутского государственного университета, Иркутск, e-mail: history2002@bk.ru

Карпенко Ольга Анатольевна – кандидат экономических наук, ведущий специалист управления реализации электроэнергии г. Самара, e-mail: olga180008@yandex.ru

Катрашова Юлия Валентиновна – студент 1-го курса магистратуры направления «Государственное и муниципальное управление» Института промышленного менеджмента, экономики и торговли Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, Санкт-Петербург, e-mail: ul.katrashova@gmail.com

Киселев Юрий Анатольевич – доцент, кандидат философских наук, доцент кафедры культурологии и управления социальными процессами Института социальных наук Иркутского государственного университета, Иркутск, e-mail: yurii54@gmail.com

Киселева Эвелина Игоревна – обозреватель информационного агентства «Татар-информ», Казань, e-mail: gazizov-da@yandex.ru

Коломейцева Татьяна Сергеевна – кандидат философских наук, магистрант 2-го курса направления «Русский язык как иностранный» историко-филологического факультета Томского государственного педагогического факультета, Томск, e-mail: kolomeytseva.ts@yandex.ru

Копылова Анна Владимировна – студент 2-го курса направления «Социальная работа» Института социальных наук Иркутского государственного университета, Иркутск, e-mail: akopylova0303@mail.ru

Королёв Сергей Александрович – студент 2-го курса направления «Социальная работа» Института социальных наук Иркутского государственного университета, Иркутск, e-mail: seriyw2011@mail.ru

Косиченко Анатолий Григорьевич – профессор, доктор философских наук, главный научный сотрудник Института философии, политологии и религиоведения Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан, Алматы, Республика Казахстан, e-mail: anatkosichenko@mail.ru

Кузнецов Михаил Иванович – доцент, кандидат педагогических наук, доцент кафедры юридической психологии и педагогики Академии ФСИН России, Рязань, e-mail: mikhail_kuznetsov_1962@list.ru

Кузнецова Екатерина Александровна – преподаватель Государственного автономного профессионального образовательного учреждения Иркутской области «Байкальский техникум отраслевых технологий и сервиса» (ГАПОУ БТОТиС), Байкальск, e-mail: kuznecova.ea2023@bk.ru

Кузнецова Ирина Александровна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры общей и педагогической психологии факультета психологии и пробации Академии ФСИН России, Рязань, e-mail: irinapf62@yandex.ru

Лавыгина Маргарита Александровна – студент 2-го курса направления «Социальная работа» Института социальных наук Иркутского государственного университета, Иркутск, e-mail: margo.lav31.05@gmail.com

Лебедева Наталья Ивановна – магистрант 2-го курса направления «Государственное и муниципальное управление» Института социальных наук Иркутского государственного университета, директор Областного государственного бюджетного учреждения социального обслуживания «Иркутский детский дом-интернат № 1 для умственно отсталых детей», Иркутск, e-mail: rezanova_igczn@mail.ru

Лещенко Ярослав Александрович – профессор, доктор медицинских наук, ведущий научный сотрудник Восточно-Сибирского института медико-экологических исследований, Ангарск, e-mail: yaleshenko@gmail.com

Люберцев Павел Павлович – аспирант 2-го года по направлению «Социальная структура, социальные институты и процессы» Института социальных наук Иркутского государственного университета, Иркутск, e-mail: 98lpp@mail.ru

Макаркина Оксана Евгеньевна – доцент, кандидат педагогических наук, начальник кафедры социально-гуманитарных и естественнонаучных дисциплин Псковского филиала университета ФСИН России, Псков, e-mail: mikhail_kuznetsov_1962@list.ru.

Малых Светлана Владимировна – кандидат исторических наук, доцент кафедры русского языка и общего языкознания Института филологии, иностранных языков и медиакоммуникации Иркутского государственного университета, проректор Института развития образования Иркутской области, Иркутск, e-mail: lana.malyx@bk.ru

Мартьянова Елена Георгиевна – кандидат философских наук, старший научный сотрудник научно-исследовательской лаборатории по социологии, культурному

туризму и прикладной этике при кафедре философии и культурологии Тульского государственного педагогического университета им. Л. Н. Толстого, Тула, e-mail: aalen34@yandex.ru

Митяшин Глеб Юрьевич – магистрант 2-го курса направления «Торговое дело» Высшей школы сервиса и торговли Института промышленного менеджмента, экономики и торговли Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, Санкт-Петербург, e-mail: gleb.mityashin@yandex.ru

Москвитина Наталья Владимировна – доцент, кандидат экономических наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления Института социальных наук Иркутского государственного университета, Иркутск, e-mail: nata.likm@mail.ru

Надточаева Надежда Владимировна – младший научный сотрудник Белорусского института стратегических исследований, Минск, Республика Беларусь, e-mail: nadtochayeva@bistr.by

Палащенко Егор Викторович – аспирант 2-го года по направлению «Социальная структура, социальные институты и процессы» Института социальных наук Иркутского государственного университета, Иркутск, e-mail: upalashchenko@mail.ru

Петров Юрий Владимирович – доцент, кандидат географических наук, доцент кафедры геоэкологии и природопользования Института наук о Земле Тюменского государственного университета, Тюмень, e-mail: y.v.petrov@utmn.ru

Поджидаева Анастасия Юрьевна – магистрант 1-го курса направления «Политология» исторического факультета Иркутского государственного университета, Иркутск, e-mail: sei135@mail.ru

Полышкевич Александр Владимирович – преподаватель-организатор Ангарского промышленно-экономического техникума, Ангарск, e-mail: polyushkevich_av@mail.ru

Полышкевич Оксана Александровна – доцент, кандидат философских наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления Института социальных наук Иркутского государственного университета, Иркутск, e-mail: okwook@mail.ru

Полянина Алла Керимовна – кандидат социологических наук, доцент Национального исследовательского Нижегородского государственного университета имени Н. И. Лобачевского, доцент Самарского государственного университета путей сообщения, Нижний Новгород, e-mail: Alker@yandex.ru.

Попова Марина Владимировна – преподаватель кафедры государственного и муниципального управления Института социальных наук Иркутского государственного университета, Иркутск, e-mail: bobrovskaya_marina93@mail.ru

Пружинин Александр Николаевич – преподаватель кафедры клинической, социальной психологии и гуманитарных наук Иркутского государственного медицинского университета; преподаватель кафедры государственного и муниципального управления Института социальных наук Иркутского государственного университета, Иркутск, e-mail: alex.pruzhin@gmail.com

Пряжников Ольга Николаевна – научный сотрудник отдела экономики Института научной информации по общественным наукам РАН (ИНИОН РАН), Москва, e-mail: olgapr07@rambler.ru

Скуденков Владимир Алексеевич – магистр психологии, Иркутск, e-mail: vskudenkov@mail.ru

Слобожанин Алексей Вячеславович – доцент, кандидат философских наук, доцент кафедры философии и культурологии Тульского государственного педагогического университета им. Л. Н. Толстого, Тула, e-mail: alelen34@yandex.ru

Соловьева Людмила Николаевна – доцент, кандидат философских наук, преподаватель кафедры военно-политической работы в войсках (силах) Филиала Военной академии РВСН им. Петра Великого в г. Серпухове, Серпухов, e-mail: luniso@rambler.ru

Ступин Сергей Геннадьевич – доцент, кандидат философских наук, преподаватель кафедры государственного и муниципального управления Института социальных наук Иркутского государственного университета, действительный государственный советник Иркутской области I класса, директор Иркутского областного краеведческого музея имени Н. Н. Муравьева-Амурского, Иркутск, e-mail: sstupin@mail.ru

Терехова Наталья Владимировна – старший преподаватель кафедры китаеведения Института филологии, иностранных языков и медиакоммуникации Иркутского государственного университета, Иркутск, e-mail: zabnata@yandex.ru

Терехова Татьяна Александровна – профессор, доктор психологических наук, профессор кафедры социальной, экстремальной и пенитенциарной психологии факультета психологии Иркутского государственного университета, Иркутск, e-mail: terehovata@mail.ru

Терещенко Анна Григорьевна – доцент, кандидат психологических наук, доцент кафедры гуманитарных и информационных дисциплин Иркутского юридического института (филиала) ВГУЮ (РПА Минюста России), Иркутск, e-mail: 89025119540@yandex.ru

Трескин Петр Андреевич – старший преподаватель Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского, директор МАУ «ИЦ «Дзержинские ведомости» (СМИ – «Дзержинские ведомости» – общественно-политическая городская газета), Нижний Новгород, e-mail: treskin-ne@ya.ru

Трихин Олег Владимирович – студент 4-го курса направления «Строительство зданий» Рязанского филиала Петербургского государственного университета путей сообщения императора Александра I, Рязань, e-mail: natalya.trik@mail.ru

Трофимова Елена Леонидовна – доцент, кандидат психологических наук, доцент кафедры социальной, экстремальной и пенитенциарной психологии факультета психологии Иркутского государственного университета, Иркутск, e-mail: trofimova-bgy@mail.ru

Тузова Злата Юрьевна – старший преподаватель кафедры государственного и муниципального управления Института социальных наук ИГУ, заместитель начальника организационно-аналитического отдела управления по информационной политике аппарата администрации города Иркутска, Иркутск, e-mail: zlatatuz@yandex.ru

Туркова Валентина Николаевна – старший преподаватель кафедры юриспруденции Института экономики, управления и права Иркутского национального исследовательского технического университета, Иркутск, e-mail: v_turkova87@mail.ru

Удалых Станислав Кузьмич – доцент, кандидат экономических наук, заместитель руководителя Иркутского регионального отделения Российской академии естественных наук, Иркутск, e-mail: ysk2.irk@yandex.ru

Харисова Аделина Рустамовна – студентка 1-го курса направления «Бизнес-информатика» Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, Санкт-Петербург, e-mail: harisova.adelina@bk.ru

Харисова Айгуль Забировна – кандидат экономических наук, доцент кафедры обществознания, права и социального управления Башкирского государственного педагогического университета им. М. Акмуллы, преподаватель кафедры охраны труда ЧОУ «Межотраслевой институт», Уфа, e-mail: harisovaaigul@bk.ru

Чеснокова Леся Владимировна – кандидат философских наук, старший преподаватель кафедры отечественной истории, социологии и политологии Омского государственного университета им. Ф. М. Достоевского, Омск, e-mail: L.Tchesnokova@mail.ru

Чунихина Татьяна Николаевна – доцент, кандидат политических наук, заведующий кафедрой социологии, правоведения и работы с персоналом Института фундаментальных наук Кубанского государственного технологического университета, Краснодар, e-mail: taniithbook77@mail.ru

Ширяева Ксения Александровна – магистрант 2-го курса Института социальных наук Иркутского государственного университета, Иркутск, e-mail: rykovak1997@gmail.com

Научное издание

СОЦИАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ ВИРТУАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА

Материалы
V Международной научно-практической конференции
Иркутск, 25 сентября 2023 г.

ISBN 978-5-9624-2186-5

Публикуются в авторской редакции

Дизайн обложки: *П. О. Ершов*

Темплан 2023. Поз. 87
Уч.-изд. л. 22,8

ИЗДАТЕЛЬСТВО ИГУ
664082, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 124

ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНЫХ НАУК ИРКУТСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

Институт социальных наук – учебное подразделение ИГУ, которое объединяет специалистов четырех кафедр: социальной философии и социологии, социальной работы, культурологии и управления социальными процессами, государственного и муниципального управления.

В Институте ведется подготовка бакалавров и магистров по пяти направлениям: «Социология»; «Социальная работа»; «Менеджмент», «Государственное и муниципальное управление»; «Социально-культурная деятельность».

В структуру Института входят социальный факультет и факультет дополнительного образования. Действует аспирантура по трем специальностям – «социальная структура, социальные институты и процессы», «социология управления», «социальная философия».

На базе Института функционируют Иркутское отделение Академии социальных наук и Иркутское отделение Российской социологической ассоциации.

Научная деятельность Института развивается в соответствии с комплексными темами: «Современный гуманизм: история, теория и социальная практика» и «Социальная консолидация и социальное воспроизводство». Среди других приоритетных направлений научной деятельности – социальные трансформации, социология образования, политическая социология, гражданское общество, и др.

Институт активно сотрудничает со структурами Правительства Иркутской области и администрациями городов Иркутск, Ангарск, Шелехов, а также с муниципальными органами местного самоуправления, различными специализированными центрами и организациями. Профессорско-преподавательский состав Института осуществляет экспертизу областных и федеральных социальных проектов и программ, участвует в разработке государственных докладов. На базе Института могут пройти переподготовку и повышение квалификации преподаватели российских вузов и ссузов, управленческий персонал социальной сферы, специалисты по социальной работе.

Институт социальных наук приглашает к сотрудничеству всех заинтересованных лиц для проведения совместных научных исследований, хоздоговорных работ по актуальным проблемам общественного развития.

КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:

Почтовый адрес: 664003, г. Иркутск, ул. Карла Маркса, 1, ИГУ, каб. 302

Адрес Института: 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 3, корпус 3, каб. 211

Телефон/факс: (3952) 243-748, (3952) 200-205

E-mail: vresh@socio.isu.ru