

обусловленных теми или другими социально-психологическими свойствами, которые определяются общественным строем, культурой, закономерностями социализации, воспитания данного общества, современные возрастные границы от 14-16 до 25-30 лет, доля в составе населения до 20 %» [5].

При определении возрастных границ понятия «молодежь» в качестве исходных, по нашему мнению, следует принять широко распространенные взгляды, что началом молодости (концом детства) является момент, когда в организме человека завершаются физиологические и психические процессы, связанные с половой зрелостью (интервал от 12 до 16 лет), а также ряд социальных обстоятельств, а концом молодости - момент, когда молодой человека полностью вступает в положение взрослого [4].

Предпринимательская активность молодежи является важным фактором финансовой поддержки многих молодежных организаций и общественных объединений, созданных в рамках предпринимательской структуры. Поэтому теперь стоит разобраться в определении - предпринимательство.

Согласно ныне действующему Гражданскому кодексу Российской Федерации (ГК РФ) - ст. 2 п. 1, предпринимательская деятельность - это самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке [1].

Факторами, способствующими организации молодых людей в собственном бизнесе, являются, прежде всего, желание стать предпринимателем, действия для достижения этой цели, качества и личностные качества, а также их внешнее окружение.

Если говорить об отношении молодежи к предпринимательству, то стоит отметить, что в большинстве случаев гражданин России довольно пессимистично оценивает свое положение в обществе. Это можно объяснить недостаточно высоким уровнем жизни.

Попробуем обратиться к репрезентативному опросу ФОМнибус от 4 июля 2016 года [3]. В опросе участвовали 1500 респондентов (от 18 лет и старше) – жителей 104 городских и сельских населенных пунктов в 53 субъектах РФ. Интервью в режиме face-to-face проходили по месту жительства респондентов. Погрешность не превышает 3% (рис. 1).

Как вы считаете, сегодня в России созданы благоприятные или неблагоприятные условия для предпринимательства?

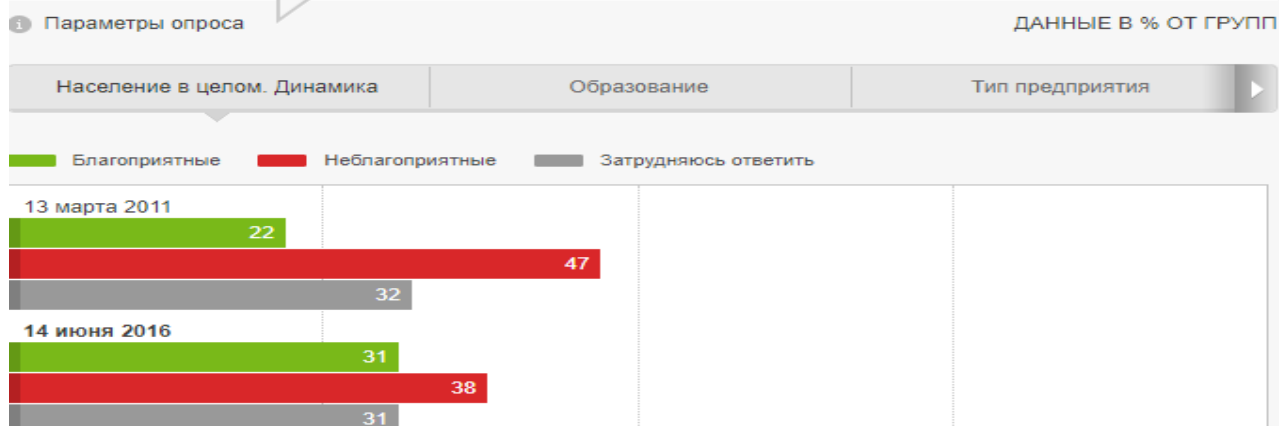


Рис. 1. Отношение молодежи к комфортности предпринимательской деятельности в России (в % от числа опрошенных; n = 1500).

По результатам опроса большинство респондентов отметили, что в России скорее неблагоприятные условия для развития бизнеса, а именно 38%. Затруднились ответить и ответили положительно – равное количество опрошенных 31%. Но если обратить внимание на опрос 2011 года, то можно увидеть что результаты разнятся. Так, например в 2011 году количество недовольных условиями для бизнеса в России составило 47%, а это больше, чем в 2016 году. Мы можем прийти к выводу, что ситуация меняется и молодёжь все же видит улучшение в ситуации.

В действительности, нашей стране еще многое предстоит сделать для создания условий для молодых предпринимателей. Это выгодно обеим сторонам: и самой стране, и непосредственно предпринимателю. Ведь у предпринимателя небольшой бизнес, который очень маневренный, адаптируется к любым внешним изменениям, что очень эффективно влияет на развитие экономики страны.

Есть проблема студенческого предпринимательства и предпринимательства в целом, и ее нужно решать. Этого можно добиться за счет формирования научного сообщества: публикации по предпринимательству в экономической и социологической литературе. Создавать больше бизнес-школ, обеспечивающих качественное обучение молодых предпринимателей.

Также для анализа этой проблемы мы обратились к результатам масштабного социологического исследования, проведённого Институтом комплексных стратегических исследований в 2009 году [2]. Стоит отметить отношение молодежи к людям, занимающимся предпринимательством (таблица 1).

Таблица 1. Отношение молодежи к предпринимателям (в %; n = 1000)

2. В целом, как Вы относитесь к людям, которые занимаются предпринимательской деятельностью?

Варианты ответов	Количество ответов	% от общего количества респондентов
Положительно	872	87,2
Нейтрально	123	12,3
Отрицательно	5	0,5
Всего	1000	100,0

Большинство респондентов (87%) в ходе опроса указали, что положительно относятся к людям, ведущим предпринимательскую деятельность. 12% респондентов заявили, что нейтрально по отношению к предпринимателям, и только 1% респондентов выразили отрицательное отношение к предпринимателям.

Еще одной из задач исследования было – определить желание участия молодежи в предпринимательской деятельности (таблица 2)

Таблица 2. Желание респондентов заняться предпринимательством (в %; n = 1000).

Планируете ли Вы сами в будущем организовать свой бизнес?			Всего
Да	Нет	Затрудняюсь ответить	
658 чел.	50 чел.	290 чел.	998 чел.
65,9%	5,0%	29,1%	100,0%

Кратко подводя итоги, можно сказать, что в представлениях молодежи занятие малым бизнесом является привлекательным видом деятельности, и большинство респондентов заявляет о своих планах открыть свое дело 66%. По результатам этого вопроса, можно сделать вывод о том, что большинство респондентов считает (61%), что предприниматель это уважаемый человек в обществе.

Подавляющее большинство студентов положительно относится к предпринимателям. Положительное отношение к предпринимательству обусловлено стремлением человека к материальному благополучию, социальным связям. Но чтобы добиться успеха, нужно быть решительным, внимательным, честным, и трудолюбивым.

Итак, реальные тенденции развития предпринимательства в России оставляют желать лучшего. Но образ малого предпринимателя в глазах молодежи позитивный: молодежь признает привлекательность занятия малым бизнесом; по мнению студентов, предприниматель пользуется уважением общества.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации, Ч. 1. М.: Инфра-М, 2009.
2. Молодежь и малый бизнес: отношение к предпринимательству и создание условий для реализации предпринимательского потенциала(на примере крупных городов России). – М., 2019. – 121 с.
3. Отношение к предпринимательству и предпринимателям [Электронный ресурс]. URL: <https://fom.ru/Ekonomika/12735>
4. Социальные практики современной молодежи: поиск новых идентичностей: материалы Всеросс. науч.-практ. конф. - Барнаул, 2019.

УДК 334

Г. Р. Апаев, Л. Н. Липатова

(Санкт-Петербург, Северо-Западный институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»)

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Аннотация. Проведен анализ развития малого бизнеса в Республике Мордовия. Выявлена тенденция к сокращению этого сектора экономики, что негативно сказывается на устойчивости всей региональной экономической системы, а также уровне жизни населения. Отсутствие возможности трудоустройства побуждает людей к переезду. Рассмотрены государственные и региональные программы поддержки малого и среднего предпринимательства, отмечена их недостаточная эффективность. Предложены пути решения существующих проблем.

Ключевые слова: рынок, экономика, занятость, малое предпринимательство, денежные доходы, имущественная поддержка, финансовая поддержка.

Опыт передовых зарубежных стран свидетельствует о большой роли сектора малого бизнеса в развитии экономики всей страны и делает обоснованными надежды на оздоровление структуры российской экономике по мере развития предпринимательской инициативы. Малые предприятия насыщают рынок необходимыми товарами и услугами, удовлетворяя индивидуальные потребности населения, создают новые рабочие места, тем самым противодействуют монополизации и способствуют здоровой конкуренции. За счет более быстрой и адекватной реакции на изменение рыночной конъюнктуры, малые и средние предприятия повышают гибкость экономической системы в целом, способствуют более полному удовлетворению спроса и, в конечном счете, повышению качества жизни людей.

Вместе с тем, уровень развития малого предпринимательства – важнейшая характеристика всей экономической системы, поскольку условиями для успешного развития сектора малой экономики

являются стабильный платежеспособный спрос на их товары и услуги со стороны крупных хозяйствующих субъектов и населения.

Сегодня в условиях, характеризующихся ограничением экономической активности вследствие введения мер по противодействию распространению новой коронавирусной инфекции, эта проблематика приобретает особую актуальность. Ведь именно небольшие предприятия, не имеющие необходимого запаса прочности, наиболее восприимчивы к резким переменам, которые произошли весной 2020 г. и с высокой вероятностью будут повторяться до тех пор, пока опасный вирус не будет побежден.

К сожалению, отечественная статистика свидетельствует о слабости этого важного сегмента экономической системы страны и об уменьшении числа субъектов малого предпринимательства в последние 5 лет [1].

На сокращение количества предприятий малого и среднего бизнеса оказывают влияние множество факторов, наиболее значимыми из них являются:

- снижение платежеспособного спроса на производимые товары и услуги;
- рост закупочных цен (для торговых предприятий), сырья и материалов (для обрабатывающих производств);
- высокая степень монополизации рынка, не позволяющая небольшим предприятиям со сравнительно высокими индивидуальными издержками конкурировать на рынках сбыта;
- недоступность кредитных ресурсов вследствие высокой стоимости их обслуживания и отсутствия залогового обеспечения;
- сохраняющиеся административные барьеры.

Согласно исследованию Института комплексных стратегических исследований, активность российских малых предприятий падает, и в ближайшем будущем снижение продолжится. Основной проблемой эксперты считают сокращение уровня государственной поддержки и числа ее получателей [2], хотя на поддержку указанного сектора экономики направляются значительные ресурсы. Ею занимаются целые институты, например АО «Корпорация малого и среднего предпринимательства», однако, по оценке высшего контрольного органа страны, эффективность деятельности таких институтов невысока и не всегда соразмерна с теми средствами, которые расходуются на их содержание [5].

Снижение предпринимательской активности россиян подтверждается и данными официальной статистики: удельный вес доходов от предпринимательской деятельности в структуре денежных доходов россиян снизился с 15,4 % в 2000 г. до 6 % в 2019 г. [4, с. 53].

Структура сектора малой экономики в Мордовии мало отличается от других российских регионов схожей специализации. В

структуре занятых в этом секторе наибольший удельный вес принадлежит предприятиям, занятым оптовой и розничной торговлей – 19 %, на втором месте строительство – 15, на третьем обрабатывающие производства – 13 %. Далее следуют: деятельность по операциям с недвижимым имуществом – 11 %, сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство – 8 %, деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги – 7 %, деятельность профессиональная, научная и техническая – 6 %, транспортировка и хранение – 4 %, здравоохранение и социальное обслуживание – 3 %. Другие виды экономической деятельности представлены слабо [3, с. 200].

Республика Мордовия относится к числу регионов с низким уровнем развития малого предпринимательства, хотя имеет развитую инфраструктуру поддержки малого бизнеса. Консультативную помощь предпринимателям Мордовии оказывают следующие организации: ООО «Инновационно-технологический центр Республики Мордовия», ГКУ «Бизнес-инкубатор Республики Мордовия», ООО «Бизнес-центр», а также информационно-правовые центры поддержки малого предпринимательства в муниципальных районах республики. В республике действуют Совет предпринимателей при Главе Республики Мордовия и 4 общественных объединения предпринимателей.

Основные проблемы предпринимателей связаны с нехваткой финансовых ресурсов. Субъектам малого предпринимательства в Республике Мордовия оказывается следующая финансовая помощь:

- предоставление поручительств АУ «Гарантийный фонд кредитного обеспечения Республики Мордовия»;
- получение микрофинансирования через АУ МКК «Центр Микрофинансирования Республики Мордовия», МКК Фонд поддержки предпринимательства Республики Мордовия.

Следует отметить, что предприниматели, зарегистрированные в Мордовии, активно пользуются возможностью получить поддержку государства. По данным Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства, в 2019 – 2020 гг. помощь была предоставлена 6 638 субъектам малого и среднего предпринимательства на общую сумму 2,44 млрд руб. [1]. Это стало возможным благодаря программе по оказанию поддержки малому и среднему предпринимательству в условиях пандемии коронавирусной инфекции, реализуемой в соответствии с Постановлением Правительства РМ № 350 от 15 июня 2020 г. Данное постановление направлено на вывод малых и средних предприятий из кризисного состояния.

В 2020 г. государственную поддержку получил каждый десятый субъект малого и среднего предпринимательства,

зарегистрированный на территории Республики Мордовия. Представляется, что не все предприниматели были осведомлены о существующих программах государственной финансовой поддержки. Возможно, некоторые не смогли правильно оформить необходимые документы. В подобных случаях необходимо более активно использовать информационные коммуникационные технологии для информирования предпринимателей, разместить на специальном сайте образцы всех документов с примерами их заполнения, а также осуществлять электронную рассылку и открыть «горячую линию», чтобы люди по телефону могли при введении ограничений на перемещение выполнить все требующиеся процедуры, получить помощь, которая позволит сохранить бизнес и рабочие места.

Однако, несмотря на достаточно большое количество федеральных и региональных программ поддержки малого и среднего бизнеса, уровень такой поддержки остается очень низким. Так, за 2019 — 2020 гг. финансовую помощь получили только 6 638 субъектов малого и среднего предпринимательства, что составляет $\frac{1}{3}$ от их общего количества [1].

Итак, мировая экономическая история показывает, что чем успешнее развивается малый бизнес, тем выше и показатели общей экономической динамики. Это выражается в расширении и насыщении местных рынков, позволяя вместе с тем компенсировать такие издержки рыночной экономики, как безработица, конъюнктурные колебания, кризисные явления. Однако в нашей стране этот сектор экономики пока развит слабо, что не обеспечивает экономической системе страны необходимой гибкости и устойчивости. Это требует активизации усилий по поддержке малых форм хозяйствования на федеральном и региональном уровнях.

Список литературы

1. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. URL: <https://rmsp-pp.nalog.ru/statistics.html#statdate> (дата обращения: 22.09.2021).
2. Институт комплексных стратегических исследований: «О поддержке малого и среднего бизнеса». URL: <https://icss.ru/ekonomicheskaya-politika/drugoe1/o-podderzhke-malogo-i-srednego-biznesa> (дата обращения: 22.09.2021).
3. Мордовия: стат. ежегодник / Мордовиястат. – Саранск, 2020.
4. Российский статистический ежегодник: стат. сб. / Росстат. М., 2020.
5. Счетная Палата РФ: офиц. сайт. URL: <https://ach.gov.ru/checks/podderzhku-v-ramkakh-natsionalnoy-garantiynoy-sistemy-poluchil-tolko-1-subektov-msp> (дата обращения: 22.09.2021).

УДК 316.

А.В.Афанасьева, Н.В. Корж

(Пенза, Пензенский государственный университет)

ПРОБЛЕМЫ БЕДНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Аннотация. В статье рассмотрена проблема бедности в России; Проанализирована ситуация с бедностью в современной России в связи с COVID-19 и возможности её преодоления.

Ключевые слова: бедность, прожиточный минимум, безработица, пандемия.

Проблема бедности «бедность» относится к глобальным проблемам, в нашей стране вопрос бедности стоит очень остро. Данная тема очень сильно влияет на другие общественные вопросы такие как: социальное неравенство, образ жизни, социальный статус, удовлетворение жизненных потребностей, социализация и многое другое.

Бедность – состояние нужды, нехватки жизненных средств, не позволяющее удовлетворить насущные потребности индивида или семьи. Бедность считается одной из наиболее острых социальных проблем современного общества[2]. Исследователи выделяют различные виды бедности, в связи с этим существуют разные подходы к оценки данного явления.

Для объективной оценки часто используют сравнение с прожиточным минимум (или потребительской корзиной). Происходит соотнесение уровня жизни населения с прожиточным минимумом, получаемому каждым человеком.

Данные статистики показывают, что в современном обществе значительную часть нашего государства занимает население, находящееся на грани бедности или уже за её чертой. На этом фоне можно заметить ярко выраженное расслоение между бедным и богатым населением, с разницей даже не в тысячи, а в десятки и сотни тысяч человек.

По данным Росстата в 2020 году численность населения с доходом ниже прожиточного минимума составила 17,8 млн. человек. Конечно, данная цифра снижается, так в 1992 году было 49,3 млн. чел., 2002 г. - 35,6 млн. чел, 2012 г. - 15,4 млн. чел. [4]

В России официально считается бедным человеком тот, у кого прожиточный минимум, установленный законодательством, ниже установленного прожиточного минимума. В 2021 году сумма прожиточного минимума составила 11 653 рубля, для трудоспособного населения – 12 702 рубля, для детей – 11 303 рубля, для пенсионеров – 10 022 рубля [3]. Данная сумма средняя для страны, в регионах озвучены другие цифры. Так, например, в Московской области – 13509 руб., а в Пензенской области - 9610.

В современном обществе Российской Федерации за чертой бедности проживают люди, относящиеся к следующим категориям:

имеющие физические и психологические отклонения; отсутствие образования; проблемы с грамотностью; неразвитые интеллектуальные способности.

По данным опроса ФОМ, только 1% респондентов считают себя материально обеспеченными, 64% отнесли себя к категории людей со средним достатком и 33% опрошенных считают себя бедными. Среди основных причин бедности респонденты выделили: низкие оплаты, рост цен, выход на пенсию, потеря работы [1]. Стоит отметить, что среди опрошенных преобладают пессимистичные взгляды на улучшения своего материального положения. Так 20% респондентов считают, что через 3-5 лет будут жить также бедно. И только 6% надеются на улучшения ситуации. К основным причинам, не позволяющим надеяться на лучшие опрошенные назвали низкие заработные платы и пенсии, рост цен, тарифов, политика государства, ухудшение ситуации в стране, безработица и т.д.

Так как количество бедных регулярно увеличивается, данная тема является весьма обсуждаемой для российского общества. Если довольно значительная доля населения находится в состоянии нищеты и разрухи, то это влияет прямым образом на социальное самочувствие социума. Уменьшается чувство защищенности и неприкосновенности, увеличивается криминальная составляющая всей обстановки, возрастают конфликты, обостряются вспышки проявления девиации.

Проблему бедности в России за последние несколько лет (2020-2021), обострила ситуация с новым коронавирусным заболеванием COVID-19. Ее последствия привели к тому, что многие предприятия закончили своё существование во время карантина, вместе с этим многие люди потеряли свои рабочие места; обострился экономический кризис и вырос процент инфляции и т.д.

Все эти факторы сказываются на населении России. Заработные платы не увеличиваются, а стоимость продуктов, коммунальных и других видов услуг, растет очень быстрыми темпами. В связи с этим большому количеству людей в нашей стране приходится не жить, а практически выживать. Рабочих мест очень мало, люди хватаются за любую работу, чтобы прокормить себя и семью. Конечно, государство предпринимает меры по регулированию данной ситуации. Инвалидам и пенсионерам выплачиваются надбавки к пенсиям, периодически бывают поступления в помощь семьям с детьми, но всего этого недостаточно.

Пандемия изменила жизнь общества не в лучшую сторону. Многие отрасли народного хозяйства переживают не лучшие времена. Если рассмотреть сферу общественного питания, то ограничения, связанные с распространением COVID-19 привели к безработице людей, занятых в таких профессиях как официанты, бармены, сотрудники клиринговых компаний.

Даже, несмотря на то, что в связи с пандемией стала популярной доставка еды и продуктов через интернет. Однако, не все маленькие точки общественного питания практикуют данную возможность, а также не всегда у людей есть возможность заказать еду на дом из-за отсутствия средств.

Таким образом, решения данного вопроса требует комплексных мер. Со стороны государства должны быть созданы дополнительные рабочие места в регионах, пересматривать уровень социальных выплат, обеспечивать социальную поддержку, регулировать рост инфляции и т.д. Если рассматривать решение данной проблемы с точки зрения самой личности, то должно быть желание изменить свое социальное и материальное положение. Есть категория людей, у которых отсутствует мотивация к большему заработку, смене работы и т.д. Они привыкли к определенному образу жизни, и не хотят ничего менять. Конечно, в большей степени решение данной проблемы зависит от проводимой политики в государстве, но и сами граждане должны быть заинтересованы в этом.

Список литературы

1. Бедность. О причинах бедности. Представления о возможности ее преодолеть [электронный ресурс] – URL: <https://fom.ru/Obraz-zhizni/14512>

2. Бедность. Энциклопедия Кругосвет [электронный ресурс] – URL: https://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/ekonomika_i_pravo/BEDNOST.html#:~:text=БЕДНОСТЬ%20-%20состояние%20нужды%20и%20нехватки,явлением%20и%20присущим%20подавляющему%20большинству%20населения

3. Постановление от 31 декабря 2020 года №2406/Российская газета [электронный ресурс] – URL: <https://rg.ru/2021/01/14/postanovlenije-o-velichine-projitochnogo-minimuma-dok.html>

4. Численность населения, имеющего среднедушевые денежные доходы ниже величины прожиточного минимума, и дефицит денежного дохода, динамические ряды [электронный ресурс] – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/13397>

УДК 659.441

Е. В. Васильева

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ СОТРУДНИКОВ ВУЗА КАК ФАКТОР СНИЖЕНИЯ НАПРЯЖЕННОСТИ

Аннотация. Актуальность статьи заключается в том, что в современных компаниях и государственных учреждениях часто возникают проблемы с внутренней коммуникацией, поскольку как сотрудники не умеют общаться друг с другом по разным причинам, так и связи между коллегами четко не определены, кто с кем должен общаться и какие вопросы решать, чтобы получить положительный результат.

Ключевые слова: коммуникация, внутренние коммуникации, управление коммуникационной средой, модель коммуникации сотрудников, связи с общественностью в вузе.

Современное управление коммуникационной средой вуза базируется на таком элементе, как обмен информацией между всеми участниками образовательного процесса. Важность коммуникации как связующего звена между информационными процессами всех управленческих структур в высшей школе является необходимым условием такого управления. Также в современном обществе коммуникационные инновации являются мощным источником развития образовательных и культурных учреждений. Формирование интегрированной коммуникационной системы позволяет повысить эффективность взаимодействия государственных институтов при совместной реализации важных социокультурных и финансово обоснованных проектов. Развитие единого информационно-коммуникационного пространства способствует эффективной реализации как программ развития конкретных образовательных учреждений, так и национальных инициатив по модернизации образования. Реализация этих двух направлений невозможна без тесного взаимодействия с внутренними аудиторами (корпоративными) и профессиональными и деловыми внешними сообществами, государственными и муниципальными органами власти, общественными организациями. [2]. Интеграция университета в социальную, культурную и экономическую жизнь города, региона и страны является главной целью его коммуникационной политики. Цель данной статьи: выявить, насколько успешна существующая модель коммуникации, в какой мере она удовлетворяет руководство и рядовых преподавателей.

Выборка глубинных интервью составила 23 сотрудника из разных подразделений. Мы поделили их на рядовых сотрудников, руководителей среднего и руководителей высшего звена.

Интерес к изучению темы внутренние коммуникации существует уже на протяжении нескольких десятков лет, а за последние годы существенно возрос как среди зарубежных, так и среди отечественных практиков и теоретиков. Например, коммуникации внутри вуза изучалась рядом зарубежных и отечественных ученых (В. Кан, А. Ричман, К. Шо, Р. Бомрак, С. А. Липатов, А. Ю. Павлюк, Г. Ф. Яричина, С. В. Орел, М. Кост и др.). Многие публикации, прямо или косвенно затрагивающие вопросы его формирования, указывают на вовлеченность персонала в организационную культуру (часто корпоративную) отношений. Одно из первых писем о привлечении сотрудников было опубликовано U. Kahn в 1990 году. В обязательстве автор выделил признательный аспект, под которым понимается мнение работников об организации, ее руководителях (руководителях) и условиях труда, эмоциональный или негативный аспект - положительное или отрицательное отношение к организации и ее руководителям,

физико - энергетический аспект, который работники вкладывают в свою работу [4]. Согласно С. Блэку, необходимость создания положительного образа вуза в глазах его сотрудников сопрягается с оценкой имиджа этой организации во внешней среде, так как персонал, являясь фундаментом внутренних связей с общественностью, всегда был первым главным. Герберт Спенсер, анализируя дефиницию понятия «система PR-коммуникаций», выделял составляющие понятия «внутренняя PR-коммуникация».

Первым элементом выделим информацию. Она выполняет ряд задач. Кроме привычного для PR-деятельности привлечения внимания целевой аудитории информация должна стимулировать интерес реципиентов. Она направляет действие и должна быть интерпретирована так, как выгодно инициатору коммуникации. Нередко сама информация в силу своей семантической природы призвана обеспечить правильное понимание и запоминание сообщения аудиторией. Наличие большого количества сотрудников в организации, характеризующихся низким уровнем вовлеченности в работу, и заинтересованностью в успехе, будет проявляться, прежде всего, в высоких показателях неявки по болезни, несоблюдении сроков выполнения задания, отсутствии инициативы, незаинтересованности в повышении квалификации.

По другим данным, организации с высоким уровнем вовлеченности сотрудников на 48% эффективнее организаций с показателем вовлеченности работников ниже 60%. Исследование, проведенное Американским институтом общественного мнения Gallup, показало, что средний отчет работников, вовлеченных в состояние организации, составляет для тех, кто не участвует активно, он составляет 2:1, в то время как для лидеров рынка этот показатель составляет 10:1 [3]. Можно сделать вывод, что в данном случае хорошо известен принцип работы Non-reto: для того чтобы достичь высоких результатов, количество сотрудников и заинтересованных сторон в успехе компании в организации должно составлять около 80%, а процент тех, кто не участвует, не должен превышать 20% от общего числа сотрудников.

В ходе анализа было выявлено, что создание системы внутреннего PR в вузах практически не отличается от аналогичной работы в другой организации, поэтому служит основой для подготовки соответствующих отчетов, отчетов разработки предложений и принятия управленческих решений [1]. Среди основных задач внутренних связей с общественностью в университете выделяются следующие: разработка внутренней коммуникационной политики университета и контроль за ее реализацией; диагностика и коррекция состояния внутренней организационной среды (социально-психологический климат, осведомленность, мнения, статус и поведение внутреннего аудитора вуза.); гармонизация отношений между университетом и его внутренним

сообществом, основанная на принятии основных принципов организационной культуры; информационная поддержка всех кафедр университета; поддержка коммуникаций и незабываемых дат университета; корпоративные мероприятия, мероприятия [5]. Мы также выявили условия, препятствующие развитию корпоративной культуры в вузе, такие как игнорирование интересов участников процесса, навязывание мнений, давление и конфликт. На наш взгляд, выявленные условия могут быть отражены в социокультурном пространстве как проблемы массовых коммуникаций.

В ходе исследования мы задавали такие вопросы, направленные на оценку уровня информированности сотрудников вуза о делах вуза и коммуникации с руководством и оценку возможностей для обратной связи и источников информации о вузе. Например, на вопрос «Как осуществляются коммуникации в вашем подразделении/на факультете/кафедре? Какие они? Существуют ли какие-то барьеры коммуникации?» большинство сотрудников отвечали, что в их подразделении коммуникации осуществляются напрямую, посредством диалога и личных переписок в случае, если кого-то из коллег нет на рабочем месте. Но также они отмечали: «нам не хватает коммуникаций и не всегда способ коммуницирования является удобным». Что касается общения с лично своим руководителем, то тут вопросы разделили на два сектора, в зависимости от подразделений: «Мы работаем в одном помещении, поэтому возможность задать вопрос у нас есть практически всегда. Конечно, значительную часть времени начальник проводит на совещаниях или за важной работой, но при обращении всегда отвечает» или же: «наш руководитель часто занят и чтобы решить срочный вопрос должно пройти несколько часов или, же он может не решиться в этот день». Следовательно, в таких ситуациях нужно искать компромисс и решать этот вопрос руководству, чтобы сотрудником могли компетентно отвечать на их вопрос, когда он имеет такую срочность. Мы также решили оценить уровень информированности сотрудников о делах вуза и коммуникации с руководством. Поэтому был задан следующий вопрос: «Как вы считаете, руководство ведет себя по отношению к сотрудникам открыто? Есть у вас возможность задать вопрос руководству и получить на него ответ? (если нет, то, как вы получаете ответ? Какие каналы используете?)». Получили, что рядовые сотрудники могут задать любой вопрос непосредственно своему руководителю, начальнику отдела, но с коммуникациями далее могут возникнуть проблемы, руководители среднего звена уже реже могут сразу задать свой вопрос, потому что руководитель выше их имеет намного больше обязанностей, и отвечать на все вопросы просто не имеет возможности. Руководители высшего звена считают, что они стараются максимально направить все силы, чтобы контактировать с желающими сотрудниками, но не всегда удается по времени.

Чтобы оценить возможности обратной связи среди сотрудников, мы спросили: «Каким источникам вы доверяете больше всего?». И выяснили, что рядовые сотрудники ответили, что это: «Прием по личным вопросам» или же доверие в личном общении со своим руководителем. Руководители среднего звена доверяют личным встречам, звонкам и перепискам. А руководители высшего звена утверждают, что им необходимо лично встретиться с источником информации. После чего мы задали вопрос: «Какие каналы обратной связи считаете наиболее удобными?». Рядовые сотрудники по этому поводу сошлись во мнении и предлагают создать общий чат, чтобы коммуникации выстраивались быстрее и проще: «Я считаю вполне допустимым создать корпоративный чат, в котором также можно лично написать руководителям, но получить ответ быстрее и в более удобной форме». Мнение руководителей среднего звена схоже с мнением рядовых сотрудников, они считают, что необходимо применять новые технологии, потому что обычная система передачи информации в их вузе устарела и перестала быть удобной: «Я бы создала чаты, группы, где можно задавать актуальные вопросы. Такие, какие есть в крупных корпорациях. Чтобы можно было вносить какие-то предложения. Это могут быть ящики, в которые можно помещать свои вопросы. Рядовые сотрудники должны чувствовать, что в их мнении нуждается руководство, что на них не все равно. Такой формат необходим хоть раз в две недели». Руководители высшего звена предлагают сделать опрос среди сотрудников, как им было бы удобнее задавать вопросы и выстраивать коммуникации: «Тут нужно думать, и спрашивать у сотрудников, мы подстроимся».

В ходе исследования мы определили, что ценностные установки играют значительную роль в контакте с коллегами и вышестоящими должностями. Такими являются ответственность, честность, порядочность, активность в выполнении задач и коммуникабельность. Эти результаты говорят о том, что сотрудникам очень важно, чтобы их коллеги могли справляться со своей работой и вовремя предоставлять выполненную работу, чтобы не подводить коллектив.

При описании характеристик взаимодействия между вертикальными и горизонтальными информационными потоками, можно отметить, что каналы налаживаются с определенной сложностью и определёнными непониманием, потому что существует минимизация количества каналов коммуникаций, которая не уменьшает количество циркулирующей информации, а переводит ее в неформальные формы. Поэтому необходимо найти оптимальное сочетание каналов передачи информации и определить её количество.

Таким образом, комплекс управления внутренней коммуникационной средой и коммуникационными потоками высшего учебного заведения является одним из важнейших и необходимых

условий реализации деятельности образовательного учреждения. Высокое качество деятельности высшего учебного заведения в этой связи позволит вам в кратчайшие сроки информировать персонал об изменениях в наборе, а также оперативно реагировать на факторы внешней среды, все это будет способствовать укреплению имиджа и бренда высшего учебного заведения в большей степени.

В рамках анализа глубинных интервью выявлена закономерность: чем ниже должность сотрудника, тем больше у него возникает проблем в коммуникации и возможностях решить свои вопросы своевременно. В этом может помочь запуск специального общего чата, в котором вопросы смогут решаться напрямую или же просто быстрее. Перспективы их развития должны лежать в области обмена опытом и знаниями, как профессиональными, так и универсальными, создания и предоставления возможности пополнения корпоративного банка знаний всеми сотрудниками, предоставления и получения обратной связи с помощью открытых, но анонимных (по желанию отправителя) форм, внесения предложений по улучшению работы организации, запрос на онлайн-консультацию от компетентного сотрудника или подразделения, мониторинга дефицитов, имеющихся у сотрудников и использования результатов мониторинга в целях постоянного совершенствования системы коммуникаций.

Если говорить о создании корпоративного портала, который мог бы объединить ресурсы компании, ее сотрудников и руководство для достижения общей цели, необходимость построения таких каналов на принципах восходящей коммуникации очевидна, иначе любой коммуникационный канал может оказаться очень далеко от понятия «коммуникация».

Список литературы

1. Баталова, О. С. Специфика маркетинговых коммуникаций на рынке образовательных услуг// Экономическая наука и практика : материалы I Междунар. науч. конф. — Чита, 2012. — С. 110-114.
2. Гурина М. А. Влияние коммуникационной политики общественной организации на формирование имиджа /Гурина М. А.// Креативная экономика. – 2018. – с. 17-21.
3. Гурина М.А., Моисеев А.Д., Шурупова А.С. Влияние коммуникационной политики общественной организации на формирование имиджа/Гурина М.А., Моисеев А.Д., Шурупова А.С.// Креативная экономика.- № 3. – С. 35-45.
4. Дагаева Е. А. Специфика функционирования PR-службы высшего учебного заведения [Текст] /Дагаева Е. А. // Вестник Таганрогского института управления и экономики. – 2016. – С. 182.
5. Ромашко Т. В. Концептуализация коммуникационной деятельности отечественного вуза [Текст] / Ромашко Т. В. // Вестник Герценовского университета. – 2014. – С. 27.
6. Царева, В.Д. Проблемы продвижения образовательных услуг на рынок АТР и пути совершенствования международной коммуникативной

деятельности российских вузов (на примере Дальнего Востока): монография. Владивосток: Дальнаука, 2009. 272 с.

7. Чухломин В.Д. Бизнес-образование, основанное на технологиях // Вестник НГУЭУ. 2010. № 2. С. 112-124.

8. Шидов А.Х., Нагоев А.Б. Коммуникационная политика вуза и ее развитие /Шидов А.Х., Нагоев А.Б. //Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2. – С. 71-75.

9. Эффективные системы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fisun-alexey.livejournal.com/5523.html> (дата обращения: 10.05.2016).

УДК 339.13

Е.С. Воднихина

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

БРЕНД КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ВУЗА В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ

Аннотация. В статье рассматриваются традиционный подход к позиционированию вуза и современные модели позиционирования. На примере Ульяновского государственного технического университета рассматривается стратегия брендинга вуза на базе новых моделей позиционирования.

Ключевые слова: бренд вуза, конкурентная среда, брендинг, позиционирование, конкурентоспособность.

В современных условиях происходят серьезные изменения в системе российского образования, формирования рынка образовательных услуг. С одной стороны, переход к рыночным отношениям способствовал появлению негосударственных (частных) образовательных организаций, увеличению числа участников и разнообразию образовательных услуг. С другой стороны, резко возрос спрос на образовательные услуги высшего образования. В результате конкуренция на образовательном рынке обострилась, что побудило образовательные организации все активнее применять маркетинг для адаптации образовательной деятельности к рыночным условиям. На первом этапе преимущественно применялись реклама или PR, по мере развития и накопления знаний в области маркетинга образовательных услуг инструментарий стал шире и сложнее [2].

Важнейшей маркетинговой проблемой, с которой столкнулись вузы, оказалась необходимость эффективного позиционирования и продвижения своего бренда. В области брендинга образовательных организаций носят достаточно общий характер. Проблема позиционирования бренда образовательной организации остается малоизученной, но именно правильно выбранная позиция образовательной организации служит основой ее коммуникационной политики [1].

Для собственного исследования мы сформулировали проблему. С одной стороны, необходимо подключение к процессу продвижения и

позиционирования разных PR-инструментов для формирования благоприятного коммуникационного климата в социуме и поддающегося управлению общественной позицией. С другой стороны, задача образовательной организации заключается в том, чтобы найти ту уникальную позицию, которая, будучи значимой для всех или большей части потребителей, позволила образовательной организации дифференцироваться от конкурентов. Цель данной статьи - выявить влияние конкретных элементов бренда на целевые группы. Объектом выступает бренд Ульяновского государственного технического университета.

Е. М. Лухменева и О. П. Калиева, рассматривая процесс формирования бренда вуза, в качестве первого этапа называют позиционирование бренда как его размещение в сознании потребителей по сравнению с конкурентами. При этом данный этап является основой для дальнейшего продвижения бренда вуза и выбора стратегии его развития. Наиболее значимыми для позиционирования бренда вуза называют следующие характеристики: доверие (соответствие желаний потребителей реальному положению вуза), ценность (выгоды, воспринимаемые потребителями), пригодность (сильные стороны вуза), устойчивость (период времени, в течение которого позиция бренда будет сохраняться) [3].

М. Е. Пьянзина выделяет три уровня формирования комплексной ценности бренда вуза: социальная ценность (при выборе абитуриентом вуза, работодателем – выпускника вуза); добавленная потребительская ценность (формирование доверия у всех участников потребительской ценности (вуз – студент – работодатель) к бренду и повышение их социальной ответственности, а также придание бренду уникальных характеристик для позиционирования); долгосрочная ценность бренда, которая формируется посредством таких показателей, как фирменный стиль, имидж вуза, взаимоотношение с внешней средой, качество образовательной услуги, трудоустройство выпускников [5].

Е. В. Коневская отмечает значимость позиционирования бренда вуза в условиях конкурентной борьбы, как во внешней среде, так и внутрикорпоративной. При этом она имеет в виду многоуровневое позиционирование, которое учитывает не только функциональные и рациональные, но и эмоциональные и ценностные характеристики [4].

Для достижения цели было проведено качественное исследование методом фокус-групповых дискуссий. Проведено 5 фокус-групп с количеством участников 8 человек на одну группу; всего участников – 40 человек- студентов 1 курса. Полученные результаты показали, что большинство студентов 1 курса, помимо Ульяновского государственного технического университета, рассматривали классический университет в качестве вуза для поступления, меньше студентов отметили педагогический университет. В процессе обсуждения, было выявлено,

что ребята выбирали вуз по качеству образования, количеству профессиональных лабораторий, сотрудничеству с работодателями (партнеров), а также возможности для самореализации.

Полученные результаты показали, что большинство студентов 1 курса, помимо Ульяновского государственного технического университета, рассматривали классический университет в качестве вуза для поступления, меньше студентов отметили педагогический университет. В процессе обсуждения, было выявлено, что ребята выбирали вуз по качеству образования, количеству профессиональных лабораторий, сотрудничеству с работодателями (партнеров), а также возможности для самореализации.

Главным информационным источником о поступлении является социальная сеть Вконтакте, а именно официальная страница – «Ульяновский Политех» и группа «Поступающим в УлГТУ». Сайт же показался опрошенным сложным и непонятным в использовании: «Мне было сложно найти нужную информацию на сайте, ничего не понятно, нет ответов на нужные мне вопросы, проще было написать в группу Вконтакте, где я оперативно получал ответы на все свои вопросы» (студент энергетического факультета). Стоит отметить, что при поиске информации об УлГУ будущие студенты использовали сайт и отмечали, что с ним было приятно работать, легко найти информацию и получить ответы на свои вопросы.

По данным исследования BrandAnalytics среди российской молодежи младше 18 лет самым популярным ресурсом оказалась социальная сеть «Вконтакте» (492 тыс. цитирований). На втором месте – видеосервис YouTube 363,1 тыс. упоминаний, на третьем – социальная сеть Instagram. Большинство ребят состоят в группе Вконтакте УлГТУ и продолжают получать информацию об университете именно из социальных сетей. Чаще всего их интересуют новости университета и мероприятия проводимы в вузе. Страница в Instagram достаточно популярна у активистов университета и на втором месте по популярности у студентов. Канал на YouTube оказался одним из самых непопулярным источником получения информации об УлГТУ, студент гуманитарного факультета поделился «Меня устраивает YouTube, но по большей части там трансляции мероприятий, которые я могу посетить самостоятельно, мне не интересно смотреть на сцену из дома». Студентка радиотехнического факультета предложила: «Можно было бы передать этот канал студентам, чтобы они снимали интересный контент, или снимать что-то в стиле науч-поп, или про soft skills, вариаций много, жаль, что канал работает только на трансляции».

Брендинг Ульяновского государственного технического университета участники опроса восприняли положительно, больше всего выделяли глубокий синий цвет и новый логотип университета: «Мне нравится логотип, он стал современнее и оформлен по-

трендевому что-ли, для 2021 года» (студентка инженерно-экономического факультета). Девиз университета «Если за знаниями, то в Политех» посчитали устоявшимся и узнаваемым: «Мне кажется, еще в классе 9 услышал его где-то, или прочитал, не помню уже, но он отложился в моей голове на всю жизнь. Не стоит менять девиз, его уже все знают. Если за знаниями, то все знают куда» поделился студент строительного факультета.

Профориентационная работа в школах для поддержания позиции университета проводилась со всеми участниками фокус-групп. Участники отметили, что более интересно им было получать информацию от студентов, нежели от преподавателей. Один участник фокус-группы, студент факультета информационных систем и технологий, отметил: «К нам пришел в школу студент и настолько вдохновляющее рассказывал об университете, обучении в нем, активной студенческой жизни, что я понял - хочу поступить именно в Политех и никуда больше».

Сейчас традиционно во многих современных ВУЗах проходят «Дни открытых дверей», как общевузовские, так и отдельных факультетов, в рамках которых проводятся экскурсии, в том числе с демонстрацией новейших достижений, выставки, мастер-классы, открытые уроки по профессиям. День открытых дверей в УлГТУ в 2020 году в связи с пандемией проводился как в офлайн, так и в онлайн форматах. Все участники отметили, что офлайн-формат им больше по «душе», так как можно лично задать вопрос представителю интересующего факультета, узнать все нюансы обучения, а также познакомиться со студентами, которые уже обучаются на факультете. Онлайн-формат им тоже нравится, но как дополнение к очному посещению вуза: «Я была на дне открытых дверей еще осенью 2019 года, когда пандемии не было и очень этому рада, я пообщалась с представителями интересующих меня кафедр и сделала свой выбор в пользу строительного факультета и Политеха в целом» (студентка строительного факультета). Участники опроса пришли к общему мнению по итогам обсуждения, что такие мероприятия бесспорно нужны, но к молодому поколению на данный момент крайне необходим современный подход.

Также ребята поделились, что они удовлетворены обучением в Политехе в полной мере. Большинство из них получили то, что и ожидали, но некоторые все-таки немного разочаровались именно в процессе обучения: «Большинство преподавателей старается сделать процесс обучения интересным, ты чувствуешь, что информация новая и поможет тебе развиваться в профессиональной сфере. Но некоторые преподаватели, как будто не меняли ни информацию, ни формат подачи информации с тех пор как провели первый урок и советуют учебники 90 годов, материал просто не актуален в наше время» (студент факультета информационных систем и технологий).

Для развития социальных сетей поступило много предложений: «Побольше конкурсов и люди потянутся» (студент инженерно-экономического факультета), «Мне не нравится новое оформление группы, визуалы сделаны на тят-ляп, подача текста как в газетах, мне читать не интересно. Для развития я посоветовала бы изменить структуру контента и запустить третированную рекламу, чтобы полезную информацию знали и читали все» (студентка машиностроительного факультета).

Для определения конкретных ожиданий со стороны потребителей образовательных услуг, в том числе и компаний, необходимо провести комплекс маркетинговых исследований. Наличие точной информации о конъюнктуре рынка, конкурентной среде и целевых аудиториях позволяет разрабатывать наиболее оптимальные стратегии продвижения, и более эффективно планировать бюджет коммуникационных кампаний. При этом особое внимание стоит уделить изучению коммуникационной деятельности конкурентов — их стратегию, позиционирование, рекламные образы и ключевые корпоративные сообщения, которые они используют при взаимодействии с целевыми аудиториями. Основные критерии выбора вуза потребителями образовательных услуг следующие: статус государственного (обеспечение уровня образования, диплом государственного образца), хорошая репутация, современность, качество образования, количество профессиональных лабораторий, сотрудничество с работодателями (партнерами), а также возможности для самореализации.

По итогам проведенного исследования сделан вывод о необходимости разработки комплексного метода успешности бренда вуза, системы показателей измерения, создающих основу для подготовки тактических решений по управлению позиционированием бренда. Нужно сделать акцент на эффективные методы профориентационной работы, которые позволят вовлекать выпускников в активные действия знакомства с профессией, формировать их заинтересованность. Специальные мероприятия помогают школьникам ознакомиться с профессией, встретиться с профессионалами своего дела, накопить опыт в ходе коллективной работы.

Список литературы

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление / пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. СПб., 2007
2. Завалько Н. А. Методология повышения эффективности использования рыночных инструментов в сфере образовательных услуг : автореф. дис. ... д-ра экон. наук. М., 2013. 42 с.
3. Захарова И. В. Маркетинг образовательных услуг. Ульяновск :УлГТУ, 2008. 191 с.
4. Коневская Е. В. Брендинг как инструмент конкурентоспособности высшего учебного заведения на рынке образовательных услуг // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. 2011. № 2.

5. Пьянзина М. Е. Современные бренд-технологии в сфере высшего профессионального образования // ИнВестРегион. 2013. № 4

УДК 165.612.

К.О. Годунова

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

СОЦИАЛЬНАЯ СПРАВЕДЛИВОСТЬ В СОЗНАНИИ МОЛОДЕЖИ: РАСПРЕДЕЛЕНИЕ МАТЕРИАЛЬНЫХ БЛАГ

Аннотация. Статья посвящена социальной справедливости в имущественной сфере. Исследование социального неравенства в нашей стране не теряет своей актуальности.

Ключевые слова: социальная справедливость, материально-имущественная сфера.

Справедливость в сфере материального благополучия — распределение, которое соответствует двум условиям: с одной стороны, оно должно являться равноправным, когда никто из субъектов общества не отдает предпочтение товарному набору другого лица взамен своего собственного товарного набора. С другой стороны — оно должно быть **эффективным**: одновременно и равноправное, и эффективное распределение можно трактовать как справедливое.

Проблемы социальной справедливости и социального неравенства всегда были и остаются актуальными для российской действительности. Для молодого поколения актуальным становится неравенство стартовых возможностей и условий жизни, которые зависят от происхождения, благосостояния семьи

Цель данной статьи заключается в определении уровня социальной справедливости в материально-имущественной сфере.

Создание и сохранение социальной справедливости по-прежнему остается одной из наиболее обсуждаемых проблем, как в научных кругах, так и в реальной практике. Идея справедливости непосредственно связана с общественным благосостоянием, она влияет на распределение ресурсов и их использование.

Психологи полагают, что у каждого человека к определенному возрасту развивается чувство справедливости, которое позволяет ему оценивать нравственную сторону поступков других людей и своих собственных. Люди овладевают искусством суждения о вещах справедливых и несправедливых, умением рационально обосновывать эти суждения [1, с. 101].

С целью выявления отношения современной молодежи к проблеме социального неравенства и социальной справедливости мы провели собственное социологическое исследование. Выборочная совокупность была представлена жителями Ульяновской области в возрасте от 18 до

30 лет (n=466), из которых было 50% представителей мужского пола и 50% – женского.

Нами была предпринята попытка понять, от кого зависит справедливое распределение социальных благ в зависимости от условий. Так, большая часть респондентов придерживается мнения, что это «органы федеральной власти» (59%) и «органы региональной власти» (52%). Половина опрошенных определили «законодательство, его соблюдение» (50%). Меньше половины определили, что справедливость общества зависит «от нас самих» (22%) и «объединение граждан» (18%). Менее популярными были такие ответы как «политические партии, движения» (16%), «судебные органы, полиция» и «СМИ, интернет-издания» (13%).

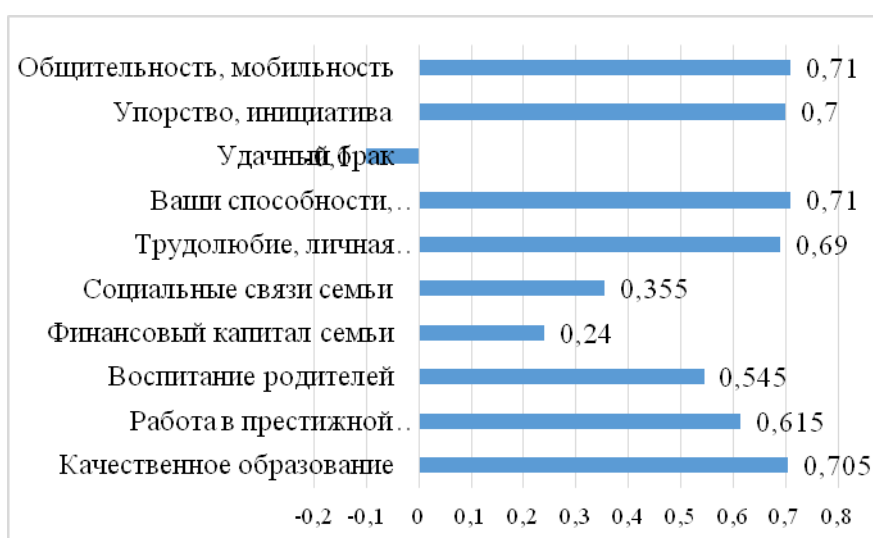


Рис. 1 - Личные ресурсы, влияющие в первую очередь на достижение положения в обществе (в индексах¹, max=1)

В развитие темы положения в обществе респондентам задавался вопрос «На Ваш взгляд, какие личные ресурсы больше влияют на достижение высокого положения в обществе?» (рисунок 1). Большее значение участники опроса придают способностям и компетенциям (0,71), общительности и мобильности (0,71), качественному образованию (0,705), упорству и инициативе (0,7). Такие факторы, как трудолюбие, личная активность (0,69), работа в престижной организации (0,615) оцениваются молодыми людьми ниже. Так, только чуть более половины респондентов отметили необходимость воспитания родителей (0,545). Помимо этого, участники опроса назвали такие условия как социальные связи семьи (0,355), финансовый капитал семьи (0,24). Низкий показатель «удачный брак» (-0,1) говорит о том, что данный

¹ Примечание: Индекс рассчитан по формуле, с усвоением коэффициентов разных вариантов ответа; значение индекса – 0,75 – 1 (очень высокий); 0,51 – 0,74 (высокий); 0,25 – 0,5 (средний); 0 – 0,24 (низкий)

фактор, по мнению молодежи, не влияет на достижение положения в обществе.

Что касается мер, которые могли бы способствовать реализации возможностей молодежи, то респондентами были названы следующие: «Повысить уровень жизни» (45%), «Активно бороться с коррупцией» (23%), «Повысить меры социальной поддержки» (21%), «Соблюдать принцип «закон един для всех» (11%) (рисунок 2).



Рис. 2. Меры, способствующие реализации возможностей молодежи (в % от числа опрошенных, n=466)

В заключение раздела анкеты, посвященного социальной справедливости, респондентам был задан вопрос, что на их взгляд должно сделать государство, чтобы наше общество стало более справедливым. Участники опроса считали, что для этого, в первую очередь, в государстве необходимо «обеспечить прожиточный минимум для всех граждан» (40%), а также обеспечить условиями получения дохода (32%). Еще одним действенным способом было установление верхнего предел доходов (19%). Также молодые люди отметили, что необходимо помогать только группам риска (9%).

Итак, в целом молодые люди признают, что социальное неравенство существует. Слабая вера в справедливость проявляется в оценках возможности достигнуть высокого положения благодаря способностям и компетенциям, качественному образованию, упорству и инициативе. Большую роль здесь, по мнению молодых людей, играют такие факторы как трудолюбие, личная активность, работа в престижной организации.

Молодые люди считают, что для того, чтобы наше общество стало более справедливым, в первую очередь, государству необходимо обеспечить прожиточный минимум для всех граждан, а также обеспечить условиями получения достойного дохода. Проблемы справедливости, по мнению молодых россиян, находятся в политико-экономической плоскости.

Список литературы

1. Петренко, Е.С., Галицкая, Е.Г., Богомолова, Е.В. Представления россиян о социальной справедливости и оценки качества жизни: желаемое и действительное//Жизнь исследования после исследования: как сделать результаты понятными и полезными: Сб. материалов. - М.: ВЦИОМ, 2016. – С. 597-602.

УДК 316.344.2

В.П. Горелышева

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

РАЗВИТИЕ СРЕДНЕГО КЛАССА В РОССИИ КАК УСЛОВИЕ СНИЖЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО НЕРАВЕНСТВА

Аннотация. Данная статья посвящена динамике развития населения конкретного среднего класса. В этой статье рассматриваются изменения социально-демографического статуса в России. Значимыми условиями считается, как средний класс

Ключевые слова: развитие, средний класс, рост в России.

Движение среднего класса зависит от стабильности и постоянного развития общества. Сегодня для роста развития среднего класса необходим тесный контакт с властью, а также работа в ее структурах. Современное российское общество обнаружило выраженную социальную поляризацию, которая означает высокий пробел между богатым и средним классом населения.

Цель данной работы заключается в выявлении тенденций развития среднего класса. Проследить динамику развития среднего класса в России.

Средний класс - это социальный слой населения государства, который занимает стратификационное положение между бедным и богатым классом. Рыночные преобразования в России привели к устойчивой тенденции социального расслоения общества, одним из проявлений которого стало неравенство населения в доходах. Неравенство доходов – характерная черта всех современных обществ, но его значение как фактора социальной стратификации в разных странах может проявляться по-разному.[2]

С помощью этого класса государство может вводить новые порядки и устои. Самым главным является постройка среднего класса, тогда он повлияет на выше и нижестоящие классы. Этот класс считается самостоятельным, который мало зависим от других организаций.

В странах, развивающихся на принципах рыночных отношений, главным стабилизатором политического и социально-экономического положения общества является так называемый средний класс, играющий основную роль в социально экономическом развитии.

Возникший в процессе исторического развития и укрепивший свое ведущее положение в социально-экономической структуре общества

средний класс в настоящее время в развитых странах является не только основным налогоплательщиком, от экономического положения которого зависит состояние государственного бюджета и решение социальных проблем, но и гарантом стабильности общества.

Существует точка зрения, что современная западная цивилизация — это цивилизация среднего класса, и что она стала такой, какой мы ее наблюдаем в настоящее время, лишь благодаря тому, что в ходе исторического развития был создан многочисленный социальный слой, который называется средним классом и который оказывает существенное влияние на формирование этических норм и мотивов поведения в обществе. И если на ранних этапах своего развития средний класс в основном состоял из мелких предпринимателей.[3]

На сегодняшний день существует большое количество чисел предпринимателей и все занимаются различными сферами деятельности, например: малым бизнесом, фермерством, банковским делом, менеджментом.

По мнению экспертов Высшей школы экономики, средний класс в России насчитывал менее трети от общей численности населения, но его рост в последние годы замедлился, а пандемия коронавируса перевела часть людей в категорию бедных. Сравнительная малочисленность среднего класса и его сокращение в кризис вызывает опасение, поскольку в современном мире именно эта категория граждан является залогом стабильного развития государства.



Рис. 1. Динамика среднего класса в России

Признаками среднего класса по социально-профессиональному статусу считаются высшее или незаконченное высшее образование при регулярной занятости, не связанной с физическим трудом, или малое предпринимательство. Домохозяйства, где глава семьи занимает

высокий управленческий пост в крупном или среднем бизнесе, исключались из выборки. Наконец, по признаку самоидентификации средним классом считались семьи, где более половины взрослых оценивали свое положение от 4 до 6 по 9-балльной шкале. По совокупности этих критериев обобщенный средний класс составлял в 2017 г. около 28% населения России.

В этом году пандемия коронавируса и введенные ограничительные меры, на основе выборочных наблюдений о доходах населения, привели к потере работы 11% среднего класса, еще 3,9% оказались в простое с сохранением трудового дохода не выше минимального размера оплаты труда. Для 9% среднего класса это привело к переходу в категорию бедных. Сегмент работников из числа среднего класса не просел массово из-за COVID-19, но те, кто теряли свои доходы и занятость из-за пандемии, имели очень высокие шансы не просто выйти из состава среднего класса, а сразу скатиться в бедность [1].

Таким образом, средний класс является частью общества, но в связи неустойчивости и потери работы в условиях пандемии значительная часть его перешла в категорию бедных. Средний класс будет развиваться в том случае, если государство будет поддерживать этот сегмент населения во всех форс-мажорных обстоятельствах.

Список литературы

1. Белогруд И.Н., Необходимость развития среднего класса// Проблемы в экономике менеджмента. 2014. №3. С.14-22.
2. Пишняк А.И., Тихонова Н.Е. Новостные экспертизы в НИУ ВШЭ// Центр анализа доходов и уровня жизни. – М., 2020
3. Малышев М.А., Становление и развитие концепции среднего класса в России.// Государственное управление. Электронный вестник.-2017. №5

УДК 378

А. К. Карцева, А. И. Чумаченко

(Санкт-Петербург, Северо-Западный институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»)

О ПОВЫШЕНИИ ДОСТУПНОСТИ КАЧЕСТВЕННОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ

Аннотация. В статье поднимается проблема несоответствия структуры и качества высшего образования в России запросам рынка труда. Одной из причин сложившейся ситуации является слабая конкуренция в этой сфере. Большая часть вузов сосредоточены в двух столицах. В небольших российских регионах, где функционируют 2 – 3 вуза, проблема качества подготовки специалистов стоит особенно остро. Предлагается расширение филиальной сети крупнейших вузов страны, что позволит молодежи получить качественное высшее образование в родном городе.

Ключевые слова: образование, экономика, наука, инновации, подготовка кадров, человеческий потенциал.

Для достижения целевых показателей государственных программ, национальных проектов, стратегических инициатив, а также национальной цели развития Российской Федерации, касающейся экономической динамики, ВВП России должен ежегодно увеличиваться не менее чем на 3 % [1]. Однако пока надежд на такие темпы экономической динамики не много: в 2012 – 2019 гг., прирост ВВП России составил 10,5 %, а значит, среднегодовой тем роста не превысил уровень в 101,25 %. Очевидно, что этого недостаточно для решения стоящих перед нашей страной задач.

Вряд ли удастся выполнить и другую цель, поставленную перед Правительством РФ Президентом страны В. В. Путиным – к 2024 г. войти в пятерку крупнейших мировых держав. Страны, с которыми Российская Федерация конкурирует за рейтинговые позиции по величине ВВП, тоже не стоят на месте. В 2010 – 2018 гг. практически все экономически развитые страны, включая те, с которыми РФ предстоит соперничать хотя бы за 5-е место, демонстрировали значительно более высокие показатели экономического развития, чем Российская Федерация. Например, в Германии индекс ВВП составил 116 %, в США – 119 %. В нашей стране в этот период прирост ВВП не превысил 15 %. Огромные различия выявляет сравнение экономической динамики РФ с развивающимися странами. Например, в Китае в 2010 – 2019 гг. индекс ВВП составил 178 %, Индии – 171 % [5, с. 84].

О том, что ключевые факторы экономического развития Российской Федерации пока не задействованы в полном объеме говорит и то обстоятельство, что больших успехов в экономической динамике, чем наша страна, добились в рассматриваемый период и большинство новых независимых государств, образовавшихся после распада СССР, за исключением Беларуси и Украины. Например, в Эстонии рассматриваемый показатель экономического развития составил 134 %, Литве – 133 %, Латвии – 131 %, Узбекистан – 168 %, Армения – более 125 % [5, с. 16 – 17].

Приведенные данные убедительно говорят о том, что приоритетным направлением развития России является коренное обновление материально-технической базы, за счет чего будет достигнуто кардинальное повышение производительности труда. Для работы на новом оборудовании и по новейшим технологиям нужны высококвалифицированные специалисты. Не секрет, что нередко высокопроизводительное оборудование используется не на полную мощность по той причине, что не хватает специалистов, способных управлять этой техникой. Далекое не все возможности современного оборудования, заложенные его создателями, доступны специалистам, которые его обслуживают, поскольку они не обладают для этого всеми необходимыми компетенциями.

О том, что требования к участникам трудового процесса неуклонно возрастают, свидетельствует тот факт, что в 2009 – 2019 гг. структурная доля работников, имеющих высшее образование, возросла на 20 % и составляет в среднем по российской экономике 34,2 %. Отдельные сектора более требовательны к своим работникам. Так, удельный вес высококвалифицированных работников в организациях финансовой сферы составляет 68 % от их общей численности, в то время как в научных и образовательных организациях таким образованием характеризуются только 56 % сотрудников [3, с. 33].

Отчасти такой состав работников связан с традиционно высокой привлекательностью для многих россиян занятости в банковской сфере. Многие выпускники вузов профильных специальностей мечтают об этом, и готовы идти к своей цели, начиная с самых нижних ступеней карьерной лестницы с низкой оплатой труда в надежде на достойную и стабильную заработную плату в будущем. Определенная доля истины в этом, конечно, есть. Но нам представляется, что главная причина этого – целенаправленная кадровая политика банков, нацеленная на формирование трудовых коллективов, способных быстро и полноценно осваивать новые знания и практические компетенции.

Из всех отраслей российской экономики именно банковский сектор оказался наиболее восприимчивым к инновациям. И благодаря этому многие банки добились колоссальных успехов. В 2018 г. Тинькофф Банк признан лучшим розничным банком в мире, лучшим на планете признано и мобильное приложение Тинькофф. В 2019 г и 2020 г. банк подтвердил свои титулы и сохранил лидирующие позиции в мире в этих номинациях. Инновации позволили многим российским банкам не только не потерять, а приумножить свою прибыль в сложнейших условиях пандемии.

В подтверждение нашего предположения о том, что большая концентрация высококвалифицированных специалистов в банковском секторе обусловлена не только особой привлекательностью этих рабочих мест, а в большей степени высокими требованиями к их соискателям, приведем несколько фактов:

1) наиболее близко к отрасли, обладающей наиболее высокообразованным трудовым потенциалом, стоит сфера, имеющая непосредственное отношение к инновациям и их распространению – информатизация – высшее образование имеют 63 % работников занятых этой деятельностью организаций;

2) в органах государственной власти, о работе в которых также мечтают многие россияне, удельный вес специалистов с высшим образованием почти на 10 п. п. ниже, чем в банковском секторе – 58,5 % [3, с. 60].

Нет сомнений в том, что эта тенденция продолжится и распространится на другие отрасли и сектора экономики, поскольку это

общемировой тренд. Растущие требования к качеству рабочей силы со стороны современного производства диктуют необходимость качественных перемен в организации образовательного процесса.

О слабом соответствии национальной системы высшего образования запросам рынка труда говорят, например, следующие данные: в 2009 – 2019 гг. уровень занятости в экономике России уменьшился на 4,2 % (с 62 % до 59,4 % от численности населения), но в большей степени это коснулось лиц с высшим образованием, уровень занятости которых снизился на 4,8 % (с 80 % до 77,1 % от численности населения соответствующего уровня образования).

Еще отчетливее расхождение спроса и предложения на рынке труда проявляется в показателях занятости мужской части населения. Сравнение показателей занятости в зависимости от уровня образования показало: если в рассматриваемый период уровень занятости мужчин в целом увеличился (66,9 % до 67,3 % от численности населения), то в категории лиц, имеющих высшее образование, этот показатель, напротив, снизился (с 84,9 до % 82,4 % в процентах от численности населения соответствующего уровня образования) [3, с. 34].

О слабом соответствии современной российской системы высшего образования запросам рынка труда говорят сохраняющийся дефицит кадров определенных специальностей в условиях безработицы, а также показатели трудоустройства выпускников. Почти 1 / 3 выпускников российских вузов 2016 – 2018 гг. работают не по полученной специальности, а по некоторым направлениям подготовки доля «невостребованных специалистов» превышает 50 %, среди них: сельское, лесное и рыбное хозяйство, социология и социальная работа, политические науки и регионоведение [3, с. 86].

Однозначно утверждать, что главная причина – низкое качество образования, нельзя. Причиной такого несоответствия спроса и предложения на отдельных сегментах рынка труда является структура занятости. В первую очередь, речь идет о таких направлениях подготовки, как «социология и социальная работа» и «политические науки и регионоведение», обладатели которых при всем желании не могут найти себе применение по полученной специальности по той причине, что эти сферы экономике находятся в слабо развитом состоянии. Сами обучающиеся и их родители / представители осознают невостребованность таких специалистов, поэтому, по статистике, основной поток обучается на бюджетной основе.

Вот что можно утверждать уверенно, это то, что государственные средства, направляемые на организацию обучения по названным направлениям, расходуются не эффективно. Однако однозначно рекомендовать закрывать или сильно сокращать планы приема по этим специальностям тоже нельзя. В первую очередь, это касается такого направления, как социальная работа. Дело в том, что население нашей

страны довольно быстро стареет: в 2005 – 2019 гг. средняя продолжительность жизни в нашей стране увеличилась на 8 лет (с 65,37 года до 73,34 года) [4, с. 79].

Более того, Президентом России В. В. Путиным поставлена задача – войти в группу стран со средней продолжительностью жизни 80 лет. В этом возрасте многие люди нуждаются в помощи. Стране предстоит практически с нуля создать инфраструктуру достойной старости, включающую специализированные медицинские учреждения, дома постоянного и временного пребывания лиц с ограниченными возможностями здоровья, образовательные и досуговые организации и другие объекты. Не уверены, что не будет проблем с укомплектованием таких учреждений кадрами нужных специальностей.

Другая причина невостребованности рынком большого числа подготовленных вузами специалистов, как и любого другого товара, связана с качеством подготовки. Ведь не смотря на то, что вузы ежегодно выпускают огромное число экономистов и юристов, и поток желающих получить такое образование на коммерческой основе не сокращается, многие предприятия ищут и не могут найти профессионалов именно в этой сфере. Показатели эффективности деятельности российских предприятий тоже свидетельствуют о низком качестве управления – удельный вес убыточных организаций в нашей стране остается очень высоким: 2005 г. – 36,4 %, 2010 г. – 29,9 %, 2015 г. – 32,6 %, 2019 г. – 32,5 % [4, с. 626].

Одна из возможных причин снижения качества подготовки специалистов в вузах, как и на любом рынке, – ослабление конкуренции. Если обеим столицам это не грозит, поскольку 30 % вузов страны сосредоточены именно на их территории (в г. Москве 153 вуза, в г. Санкт-Петербурге – 66 вузов из 741 вуза в РФ в 2019 г.), то в регионах ситуация совсем иная: в 28 субъектах функционируют 1 – 3 вуза [4, с. 343]. Отсутствие возможности получения качественного высшего образования в родном городе (регионе) побуждает молодежь к переезду, а вузы, чтобы выполнить план приема вынуждены снижать проходные баллы и продлять сроки приема документов.

Например, в Республике Мордовия функционируют 3 организации высшего образования, 2 из которых государственные [2, с. 171]. Конкурировать в границах региона не с кем, и, открывая приемную кампанию 2021 г., ректор ведущего вуза региона и одного из крупнейших вузов страны, имеющего статус национального исследовательского, – МГУ им. Н. П. Огарева – объявил о снижении минимального порога баллов ЕГЭ для поступления в этот вуз: по иностранному языку на 10 баллов, истории – на 5 баллов, химии, физике, биологии – на 1 балл [6]. Это, конечно же, не может быть свидетельством укрепления конкурентоспособности этого вуза и повышения качества оказываемых

им образовательных услуг. Проблему усугубляет отток научно-педагогических кадров из региона.

Самым надежным способом оздоровления любого рынка является конкуренция. Сфера высшего образования многих небольших регионов лишена такого эффективного механизма. Для решения этой проблемы предлагается открытие в таких регионах филиалов крупнейших вузов страны. Накопленный в пандемию опыт организации дистанционного обучения поможет это сделать. Эта та проблема, в решении которой важен не только и не столько финансовый результат. Обеспечивая молодым людям возможность получения качественного образования в родном городе, эта мера будет также способствовать укреплению человеческого потенциала территории. Проблему дефицита кадров отдельных специальностей предлагается решать путем планового распределения выпускников бюджетных отделений.

Список литературы

1. Минэк назвал условия достижения роста ВВП России в 3 % / Известия. 21.09.2021. [Электронный ресурс] – URL: <https://iz.ru/1224845/2021-09-21/minek-nazval-usloviia-dostizheniia-rosta-vvp-rossii-v-3> (дата обращения – 26.10.2021)
2. Мордовия: Стат. ежегодник. / Мордовиястат. – Саранск, 2020. – 427 с..
3. Рабочая сила, занятость и безработица в России (по результатам выборочных обследований рабочей силы). 2020.: Стат.сб. / Росстат. – М., 2020. – 145 с.
4. Регионы России. Социально-экономические показатели: Стат. сб. / Росстат. – М., 2020. – 1242 м.
5. Российская Федерация и мир: Стат. сб. / Росстат. – М., 2020. – 385 с.
6. Сергей Вдовин рассказал об особенностях приёмной кампании в МГУ им. Н.П.Огарёва / Официальный портал органов государственной власти Республики Мордовия. [Электронный ресурс] – URL <https://e-mordovia.ru/for-smi/all-news/sergey-vdovin-rasskazal-ob-osobennostyakh-priyemnoy-kampanii-v-mgu-im-n-p-ogaryeva/> (дата обращения 26.10.2021)

УДК: 159.9.072, 159.99

С.С. Князев, Г.М. Шигабетдинова

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА АВТОРА КАНАЛА ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ НОВИНОК НА YOU TUBE

Аннотация. В экспертной оценке и разборе канала на ютуб должно учитываться большое количество факторов. Первая сторона оценки это психология коммуникатора, вторая – психология сообщения, третья – психология аудитории. А так же нужно рассмотреть основные характеристики и особенности самого канала.

Ключевые слова: ютуб каналы, экспертная оценка автора канала, технологические новинки.

Актуальность нашей темы обусловлена, во-первых, возрастанием роли цифровизации в стране и мире, во-вторых, возрастанием количества и разнообразия каналов коммуникации, числа самих коммуникаторов, взаимодействующих с массовой аудиторией, в-третьих, развитием ютуб-каналов, ориентированных на различные аудитории и по различным темам и недостаточностью анализа данных каналов коммуникации.

Тематика обзоров технологических новинок востребована аудиторией, поскольку технологических новинок много, тем людям без специальных знаний сложно в этом массиве информации разобраться. Авторам таких обзоров необходимо использовать подходящие по тематике приёмы воздействия на аудиторию, а эта тема эффективного использования самых действенных приёмов недостаточно освещена и раскрыта в литературе.

Объект - коммуникация эксперта с аудиторией в коммуникации новых медиа. Предмет исследования – влияние приемов воздействия на аудиторию на you tube канале. Цель этой работы - выявить приемы воздействия на аудиторию в коммуникации на канале you tube при экспертизе технологических новинок. Эмпирическим объектом выступает выпуск на Youtube-канале «Wylsacom».

В результате теоретического анализа нами выявлено, что приёмы воздействия на аудиторию в психологии – это способы влияния на кого-либо для достижения определённой реакции или изменения мнения о чём-либо у определённых социальных групп. Д.В. Ольшанский, считал массовую коммуникацию — процессом производства информации и ее широкого распространения средствами прессы, радио, телевидения и интернета, осуществляемый с помощью специальных каналов и технических средств [3]. Лазарсфельд утверждал, что массовые коммуникации выполняют ряд важнейших социальных функций.

В данной работе был проведён контент-анализ выпуска на Youtube-канале Валентина Петухова, сделано это было на основе модели коммуникации Лассуэлла [2], которая подходит для анализа массовой коммуникации и любого коммуникативного действия. Мы определили критериальную базу для анализа эмпирических объектов, состоящую из 5 модулей: миссия издателя, психология коммуникатора, психология аудитории, психология сообщения, специфика канала.

Youtube-канал обладает аудиторией в 10 миллионов подписчиков. В процессе анализа психологии коммуникатора и сообщения выявлены закономерные связи и сформулированы критерии для оценки эмпирического объекта: функции, цели, образ и стиль общения коммуникатора; характеристика и свойства выпуска, признаки и классификация выпущенной публикации.

Миссия коммуникатора: информировать людей о хороших и плохих продуктах, разъяснять свой личный опыт использования и помогать тем,

кто размышляет над приобретением какой-либо техники. Тематика этого канала - технологические новинки. Ведущий поясняет достоинства и недостатки выпускаемых гаджетов. Нами проанализирован выпуск видео-обзора от «Wylsacom» о гибком смартфоне от фирмы oppo. Валентин ведёт своё видео в форме монолога, вначале он сравнил предыдущие версии раскладных смартфонов с гибким экраном, сказал об их недостатках, которые подтверждают превосходство нового телефона oppo над предыдущими версиями. Для большей наглядности и лучшего восприятия выступает метод сравнения. Так же автор использует свой основной приём «вовлечение» (тип воздействия, предполагающий единство коммуникатора и зрителя, их соучастие, содействие и единое переживание как настоящего и прошлого, так и будущего).

Функции коммуникатора: сбор информации способом получения личного опыта использования гаджетов и различной техники, создание контента - то есть определённого сообщения для аудитории, и выпуск этого сообщения в свет. Коммуникатор находится непосредственно в пределах объектива и представляет собой официальное лицо данного канала на Youtube.

Тип общения: дальнедистанционный, стиль общения вербальный, а также «я – другой - центрация».

В подобной коммуникации нужно добиваться доверия от аудитории и авторитетности в выбранной сфере. И контент, и сам Валентин Петухов соответствуют названным критериям. Ведущий обращает внимание на основные возможные вопросы и проблемы своей аудитории, которые возникают у нее при использовании и приобретении каких-либо гаджетов и электронных устройств. Сам Валентин Петухов достаточно харизматичен, обладает приятным голосом, и из-за этого атмосфера в его видео очень приятная и спокойная, его повествования как правило, вызывают большой интерес у аудитории. Этот эксперт делает упор не на юмор, как многие другие блогеры, а на достоверность и полезность представленной информации. Именно поэтому видео-контент Петухова пользуется популярностью у подписчиков.

Данный выпуск и ему подобные направлены на достаточно широкую аудиторию, от детей возрастом от 15 лет и до взрослых людей (50-60 лет). Можно предположить, что эти семьи достаточно обеспечены, так как могут себе позволить приобрести устройства различных классов и ценовых сегментов.

Автором достаточно грамотно применяются приёмы воздействия, которые он использует в своей коммуникации по отношению к его аудитории. Они способствуют правильному расположению зрителя к автору и контенту. У аудитории появляется чувство как при беседе с приятелем или другом. Рассказ всегда имеет чёткую структуру и логическую последовательность, но в тоже время ведётся в дружеской

манере и свободном стиле речи, это помогает зрителю наилучшим образом воспринимать предоставляемую информацию. Все видео данного блогера несут полезные суждения в вопросах выбора и эксплуатации гаджетов. Валентин использует многие экспертные слова и обозначения, которые позже объясняет. Тем самым, он повышает уровень экспертности своей аудитории. При помощи таких приёмов повышается уровень лояльности и авторитетности у его зрителей по отношению к каналу.

Список литературы

1. Казакова Л.П. Психология массовых коммуникаций / Л.П. Казакова; Моск. гос. ун-т печати имени Ивана Федорова. — М.: МГУП имени Ивана Федорова, 2014. — 214 с.
2. Квернадзе Эка Эффекты и технологии социально-психологического воздействия СМИ на целевую аудиторию 2019. - 243с.
3. Лазарсфельд П. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действия // Макаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. — М.: Аспект-пресс, 2000.
4. Ольшанский Д.В. Психология масс / Д.В. Ольшанский. — СПб., 2002. — 363 с.

УДК 332

В.Н. Градусова, К.С. Ковалева

(Санкт-Петербург, Северо-Западный институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»)

ОГРАНИЧЕННОСТЬ СПРОСА НА ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНУЮ ПРОДУКЦИЮ КАК УГРОЗА ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В статье поднимается проблема возможного снижения эффективности функционирования инновационных предприятий по причине неполной загрузки оборудования из-за отсутствия спроса на высокотехнологичную продукцию. Являясь крупнейшими налогоплательщиками в регионах, такие предприятия в случае значительного сокращения объемов производства способны дестабилизировать ситуацию не только на региональном рынке труда, но и в бюджетной сфере.

Ключевые слова: инновации, нанотехнологии, телекоммуникации, связь, оптическое волокно, экспорт.

Одной из наиболее острых и сложных проблем современной России является слабая инновационная активность хозяйствующих субъектов. Нередко те немногочисленные предприятия, которые ее проявляют, сталкиваются с проблемой неготовности рынка к тем объемам высокотехнологичных товаров, которые они способны изготовить. Примером для раскрытия этой проблемы стало уникальное в своем виде деятельности предприятие – АО «Оптиковолоконные

Системы» (г. Саранск). Краткая справка: общество было зарегистрировано 18 февраля 2008 г. Инвесторами общества являются АО «РОСНАНО», ООО «Газпромбанк-Высокие технологии», Правительство Республики Мордовия. Промышленная специализация АО «Оптическое Волокно» – производство телекоммуникационного и технического оптического волокна. Предприятие оснащено по последнему слову техники, производство основано на лучших мировых достижениях по созданию наноструктур в оптическом волокне и использованию нанотехнологий для улучшения свойств волокна. Производственные мощности завода позволяют ежегодно производить 4 млн. км. оптического волокна.

Первую продукцию предприятие отгрузило в 2015 г. На выпуск первого миллиона километров волокна потребовалось 1,5 года, второго – 1 год, третьего – 6 месяцев. Трёхмиллионный километр отечественного оптического волокна был произведен компанией в свою 3-ю годовщину – 25 сентября 2018 г. Отмечая это событие, генеральный директор АО «Оптическое Волокно» А. Николаев сообщил, что с третьего квартала 2018 г. АО предприятие вышло на полную загрузку производственных мощностей, что позволило значительно нарастить объём продаж отечественного оптического волокна на российском рынке. Топ-менеджер компании поделился планами на ближайшую перспективу, которые предусматривали выход на объём производства 1 млн км оптического волокна в квартал к концу 2019 года после завершения проекта модернизации производства. Это расширяет производственные возможности предприятия до 4 млн. км оптического волокна в год. План модернизации включал в себя завершение модернизации вытяжки (в начале 2019 г.), начало проектирования второго пускового комплекса (в 1 квартале 2019 г. и его строительство во втором полугодии 2019 г., запуск собственного производства заготовок в 2021 г., что означает освоение полного технологического цикла производства оптического волокна [2].

Заметим, что АО «Оптическое Волокно» – единственный в России производитель оптического волокна. Высокое качество его продукции признали и высоко оценили не только крупнейшие российские корпорации «Ростелеком», «МТС», «Мегафон», «Транснефть», но и зарубежные компании (продукция предприятия экспортируется в 14 стран), в числе крупных партнеров – компании Rosendahl Nextrom и Sumitomo Electric Industries.

Можно с высокой долей вероятности предположить, что недавно созданному единственному в своем роде, не имеющему конкурентов внутри страны, предприятию ничего не угрожает. Для оценки экономической безопасности предприятий–монополистов, практически самостоятельно формирующим рыночные условия, традиционные методики не пригодны, поскольку расчеты по ним предсказуемо покажут

высокий уровень экономической устойчивости.

В то же время, даже у суперсовременных предприятий, не испытывающих губительных для многих хозяйствующих субъектов финансовых трудностей, могут возникнуть серьезные проблемы. Источником таких угроз выступают, как правило, не внутренние факторы (хотя и такое возможно, например, при потере одного или нескольких ключевых специалистов из-за ошибок кадровой политики), а внешняя среда. В условиях значимой для стабильного функционирования неопределенности работают большинство экспортоориентированных предприятий. Ярким примером этому является ситуация с АО «Газпром», в работу которого грубо вмешивается политика.

Периодические акции по расширению санкционного списка, проводимые отдельными государствами по отношению к хозяйствующим субъектам и / или главным акционерам компаний тоже могут дестабилизировать их экономическое положение. Яркий пример этого – российская компания «Русал», акции которой демонстрируют сильную волатильность из-за политических решений.

Существует и другая проблема – некоторым суперсовременным предприятиям оказывается «тесно» на внутреннем рынке. И происходит это не только и не столько из-за жесткой конкуренции на рынке, а причиной тому является слабая восприимчивость национальной экономической системы к инновациям, низкому и / или слабо растущему спросу на инновационную продукцию. И с такой проблемой могут столкнуться даже предприятия–монополисты.

Подобные риски существуют и для организации, ставшей объектом нашего исследования – АО «Оптиковолоконные системы», уже сегодня испытывающей проблемы с полной загрузкой производственных мощностей, что не может не сказываться на эффективности деятельности предприятия. Дело в том, что выход на проектную мощность (4 млн км оптического волокна в год) позволил предприятию покрыть 80 % спроса на этот товар на российском рынке. Оставшуюся часть занимают передовые мировые компании Corning, OFS и Fujikura.

По сути, развитие АО «Оптиковолоконные системы» сдерживается ограниченным спросом на этот специфический товар (телекоммуникационное и техническое оптическое волокно), основными потребителями которого являются организации связи.

И это не внутренние угрозы, поддающиеся диагностике и купированию, а внешние, связанные с общей слабой восприимчивостью экономической системы страны к инновациям. Доказательством этому служат следующие данные, приведенные в статье, опубликованной сотрудниками этого предприятия М. В. Буралкиным, Ю. В. Долговым, Д. А. Танякиным, А. Черновым, В. О. Гусевым в 2019 г. По мнению специалистов, для современной России характерна низкая степень развития сетей связи. Подтверждая это, авторы ссылаются на

авторитетные в отрасли источники, содержащие информацию о том, что объем проложенного оптического кабеля в нашей стране составляет, например, всего 11 % от соответствующего показателя США. По количеству проложенного волокна на душу населения Россия отстает от развитых стран в 3 – 4 раза. С 1999 г. по 2018 г. в мире проложено 4 млрд км оптического волокна. Около 60 % объема мирового рынка оптоволокна приходится на Китай. Доля России в этой «паутине» – 0,9 % [1].

Мировой рынок оптического волокна достиг своего пика в 2018 г., когда введенные производственные мощности превысили спрос, и оптическое волокно перестало быть дефицитным товаром, что ранее стимулировало создание предприятий этого профиля и рост объемов производства. Дальнейший рост мирового рынка связывается с развитием сетей 5G и IoT-технологий.

Изменения, происходящие на мировом рынке оптоволокна, – ключевой фактор экономической безопасности рассматриваемого предприятия, поскольку большая часть производимой продукции реализуется на экспорт. Крупнейшие потребители оптического волокна, производимого в Мордовии: Беларусь – 21 % продаж, Австрию – 17 %, Китай – 8 %, Пакистан – 5 %, Индию – 3 % (рисунок 1).



Рис. 1. Структура реализованной продукции по территориальной принадлежности потребителей, 2018 г.

Учитывая сложившуюся конъюнктуру на мировом рынке оптоволокна, характеризующуюся превышением предложения над спросом, прогнозировать рост спроса со стороны зарубежных потребителей серьезных оснований нет. Более того в подобной ситуации можно ожидать введения протекционистских мер в целях защиты внутреннего рынка в странах – основных производителях этого вида товара.

Кроме того, в сложившейся геополитической ситуации необходимо предусмотреть и оценить риски, связанные с санкционным давлением на Российскую Федерацию со стороны крупнейших мировых держав. Особую обеспокоенность вызывает то обстоятельство, что учредителями АО «Оптиковолоконные системы» выступают АО «Газпромбанк» и АО «РОСНАНО», которые могут попасть в санкционный список, поскольку последний порой формируется просто по ключевым словам (как, например, это было с банком «Россия»).

Если спрос со стороны зарубежных партнеров снизится, а внутренняя потребность не сможет заместить эти потери, то у данного предприятия будут проблемы с загрузкой оборудования, что может повлечь за собой не только временное снижение эффективности, что предприятие-монополист может выдержать, но и уменьшение заработной платы, сокращение числа рабочих мест, отток высококвалифицированных кадров, что ведет к ослаблению экономического потенциала, что, в свою очередь, при определенных обстоятельствах, например, появлении на рынке новых игроков, потере устойчивости.

Поэтому надежды единственного в РФ производителя уникального для нашей страны товара – оптического волокна – связаны с реализацией программ развития информационного общества в Российской Федерации, запланированных на 2017 – 2030 годы. Это будет способствовать росту спроса на оптическое волокно внутри страны. Предприятие сможет стабильно функционировать, будут созданы новые высокопроизводительные рабочие места, бюджет региона будет иметь стабильный источник доходов.

Список литературы

1. Буралкин М. В., Долгов Ю. В., Тянкин Д. А., Чернов А., Гусев В. О. АО «Оптиковолоконные системы»: этапы и результаты модернизации производства. Анализ развития рынка оптического волокна. // Спецвыпуск «Фотон-Экспресс-Наука». – 2019. – № 6. [Электронный ресурс] – URL: www.fotonexpres.ru (дата обращения 25.10.2021)

2. «Оптиковолоконные системы»: полгая загрузка / Aspmedia24, 09.10.2018 [Электронный ресурс] – URL: <https://aspmedia24.ru/business-live/item/23163-optikovolokonnye-sistemy-polnaya-zagruzka> (дата обращения 25.10.2021)

УДК 330

Л. Н. Липатова

(Санкт-Петербург, Северо-Западный институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»)

Н. А. Пруель

(Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный университет)

ЗДОРОВОЕ ПИТАНИЕ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

Аннотация. В статье анализируется структура питания населения одного из аграрных регионов страны – Республики Мордовия. Не смотря на более высокую физическую доступность продовольственных ресурсов, о чем говорит высокая доля личных подсобных хозяйств в структуре производства основных видов продукции сельского хозяйства в этом регионе, делается вывод о нездоровом рационе питания жителей Мордовии, избыточном потреблении сахара и жиров, дефиците овощей (включая картофель), а также молока и молочных продуктов. Предлагаются меры, направленные на популяризацию здорового питания и создание условий для оптимизации структуры питания.

Ключевые слова: экономика, регион, ожидаемая продолжительность жизни, качество жизни, трудовой потенциал, здоровье, рацион питания.

Исследования специалистов Всемирной организации здравоохранения показывают, какой ущерб экономике наносит плохое здоровье населения, подчеркивают, что экономический подъем государства и общее хорошее здоровье населения взаимно положительно влияют друг на друга. Во многих странах Европейского региона ВОЗ повышение благосостояния, связанное с ростом средней продолжительности жизни за период 1970 – 2003 гг., составляющее 29 – 38 % от объема ВВП, намного превышает расходы на здравоохранение в каждой из этих стран [8].

Российские ученые и исследователи этой проблематики придерживаются мнения о том, что экономические потери в России обусловлены большим распространением в нашей стране смертности в трудоспособном возрасте, что также во многом связано с образом жизни людей. Специалисты в России все чаще говорят о том, что экономически более выгодно предотвращение или сведение к минимуму неинфекционных заболеваний в более молодом возрасте, а также о том, что такое возможно благодаря нормализации питания и формированию привычки к подвижному образу жизни [5].

Важнейшее слагаемое здорового образа жизни, доказано продляющего жизнь людей, – правильное питание, т. е. потребление продовольствия по научно обоснованным нормам. Доступность рационального питания зависит от места проживания (в сельской местности средней полосы и южных регионов, многие продукты питания жители, как правило, выращивают в личных подсобных хозяйствах), качества и разнообразия предлагаемых торговой сетью продовольственных товаров, уровня доходов людей, их знаний о

рациональных нормах потребления, сложившихся пищевых привычек, интереса к своему здоровью и др.

Рассмотрим, как питаются люди, проживающие в Республике Мордовия – одном из российских регионов, специализирующемся на сельском хозяйстве, которое формирует 14 % валового регионального продукта республики (2018 г.). Для сравнения в РФ в целом структурная доля этого вида экономической деятельности в ВВП составляла 5,3 % [6, с. 503, 506] и характеризующемся сравнительно высокой долей сельского населения – 36,2 % против 25,3 % в РФ в целом в 2019 г. [6, с. 47 – 48].

Уровень жизни в данном регионе – один из самых низких в стране. Согласно данным аналитического агентства РИА, по качеству жизни Мордовия занимает 52-е место, по уровню заработной платы – 85-е, по динамике вкладов населения – 55-е место в стране (2020 г.) [1].

При низком уровне денежных доходов основная их часть тратится людьми на покупку продуктов питания и другие товары первой необходимости. Расходы жителей Мордовии на питание в республике в 2019 г. составили 43,7 % от всех расходов домохозяйства, а в 2020 г. по предварительным данным Мордовиястата – 42,7 % [2]. По данным Росстата, доля граждан, придерживающихся здорового образа жизни в Мордовии составляет 10,3 %. В РФ этот показатель равен 9,1 %, в ПФО – 9,5 % [3]. Однако, анализируя рацион питания жителей Мордовии, можно говорить о нездоровой его структуре (табл. 1).

Таблица 1. Потребление основных продуктов питания населением Республики Мордовия (на члена домохозяйства в год; килограммов) [4, 5]

Наименование	Рекомендованная норма потребления	2015	2017	2019	В процентах от рекомендованной нормы, 2019 г.
Хлебные продукты	96	92	104	112	116,67
Картофель	90	44	46	43	47,78
Овощи и бахчевые	140	85	92	89	63,57
Мясо и мясопродукты	73	82	81	88	120,55
Яйца (штук)	260	189	240	263	101,15
Рыба и рыбопродукты	22	22	26	31	140,91
Сахар и кондитерские изделия	8	36	38	41	512,50
Масло растительное и другие жиры	7	11	13	14	200,00
Молоко и молочные продукты	340	268	284	293	86,18

Показатели потребления картофеля (47,78 % от рациональной нормы), овощей и бахчевых культур (63,57 %) и молока (86,18 % от рациональной нормы), зафиксированные в республике, не достигают рекомендованных норм Минздрава РФ. А потребление сахара и

кондитерских изделий, а также растительного масла и других жиров значительно превышает норму: в 5,5 раза и 2 раза соответственно, что не может привести к улучшению здоровья.

Кроме того не все наблюдаемые изменения в объеме и структуре потребления тоже нельзя оценить положительно: за последние 5 лет заметно увеличилось потребление хлеба и хлебопродуктов, что привело к превышению рациональной нормы; потребление мяса и мясопродуктов, уровень которого был выше рекомендованной нормы уже в 2015 г., продолжает расти; в части рыбы и морепродуктов в регионе, расположенном в большом удалении от морских акваторий и не имеющем на своей территории крупных водных объектов, значительную часть ассортимента этой в целом полезной продукции составляют консервы, а также соленая и копченая рыба, что снижает полезное воздействие этих продуктов на здоровье человека.

Фиксируемая статистическим ведомством структура питания не может не настораживать, поскольку экономические, социальные и медицинские последствия неполноценного питания имеют негативные последствия, которые носят долгосрочный характер. К неинфекционным болезням, в значительной степени связанным с питанием, специалисты относят такие грозные заболевания, как инфаркты и инсульты, которые являются частыми причинами преждевременной смерти и значительно снижают качество жизни людей и повышают расходы на охрану здоровья в случае инвалидизации, а также некоторые виды рака и сахарный диабет.

Медицинские исследования, вплотную изучающие влияние рациона питания на здоровье и долголетие граждан, однозначно подтверждают следующее: на частоту онкозаболеваний ЖКТ в популяции в вероятной степени влияют модифицируемые факторы питания (высокое содержание красного мяса, низкое содержание растительной клетчатки и цельного зерна, а также кальция в рационе) и образа жизни (ожирение, низкая физическая активность) [6]. Данные статистики по заболеваемости в Мордовии подтверждают опасения специалистов ВОЗ: заболеваемость на 1000 человек населения по классу «новообразования» ежегодно выявляется 14,8 заболеваний – это 5 место в ПФО [7].

Неправильное питание и, как следствие, лишний вес приводят к многочисленным заболеваниям граждан, что увеличивает нагрузку на медицинские учреждения. Это подтверждает и рейтинг регионов России по распространению сахарного диабета 2 типа, дебют и развитие которого во многом обусловлены неправильным образом жизни: Республика Мордовия в 2020 г. опустилась на 4 позиции, и заняла 57-е место [8].

О росте числа заболеваний сахарным диабетом и неправильном питании как основном провоцирующем факторе говорят и ученые: «в

2018 и 2019 гг. выявлен значимый рост распространенности сахарного диабета среди лиц среднего возраста и старше 60 лет). При оценке факторов риска сахарного диабета за последние 5 лет ... сохраняется высокая распространенность нерационального питания» [9].

Осознавая самоценность здоровья человека, власти Республики Мордовии предпринимают определенные усилия по его укреплению путем развития массового спорта и вовлечения населения в регулярные занятия физической культурой: в регионе много Дворцов спорта, стадионов, круглогодичных катков, спортивных площадок и других объектов спортивной инфраструктуры. Предпринимаемые региональными властями меры направлены на активизацию гражданского самосознания в деле сохранения собственного здоровья: организована регулярная диспансеризация населения, проводится просветительская деятельность по популяризации здорового образа жизни и правильного питания.

Однако этого недостаточно. Для профилактики развития заболеваний, ассоциированных с неправильным питанием, а также в целях формирования правильного пищевого поведения считаем необходимым, в первую очередь, предпринять следующие меры:

- пересмотреть рацион питания в дошкольных и школьных учреждениях с учетом медицинских рекомендаций для этих возрастных категорий;

- установить порог, ниже которого не может опускаться стоимость суточного питания детей и подростков при организации государственных закупок;

- ввести в регионах налоговые льготы для фермеров, занимающихся производством продуктов питания, потребление которых не достигает рациональной нормы;

- организовать закупку сельскохозяйственной продукции, произведенной в хозяйствах населения и крестьянских (фермерских) хозяйствах;

- обеспечить реализацию образовательных программ, направленных на популяризацию здорового образа жизни, привлекая к этому родителей, медицинских работников, преподавателей учебных заведений, СМИ, общественные организации и другие заинтересованные стороны.

Список литературы

1. Брыляева А. Е. Есина, М. В., Ефремова О. Н., Ямашкина Е. И. Модифицированные факторы риска, заболеваемость и распространенность сахарного диабета у взрослого населения Республики Мордовии // *Огарев-online*. URL: <http://journal.mrsu.ru/arts/modificirovannye-factory-riska-zabolevaemost-i-rasprostranennost-saxarnogo-diabeta-u-vzroslogo-naseleniya-respubliki-mordovii> (дата обращения 13.09.2021)

2. Осипов М. Экономика ЗОЖ // Ведомости : сайт. URL: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2017/09/22/734899-ekonomika-zozh> (дата обращения: 19.09.2021).
3. Инфографика. РИА РЕЙТИНГ. МИА «Россия сегодня» : сайт. URL: <https://riarating.ru/infografika/20210405/630198230.html> (дата обращения: 13.09.2021).
4. Колоректальный рак. / Московский клинический научный центр : сайт. URL: https://mknc.ru/diseases_view/10612/kolorektalnyy-rak/?kt_lang=ru (дата обращения: 13.08.2021).
5. Мордовия: Стат. ежегодник. / Мордовиястат. Саранск, 2020.
6. Регионы России. Социально-экономические показатели: Стат. сб. / Росстат. – М., 2020.
7. Рекомендации по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания. Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов : сайт. URL: <https://docs.cntd.ru/document/420374878> (дата обращения: 13.09.2021).
8. Федеральный Регистр сахарного диабета. Профессиональный всероссийский ресурс по нозологиям диабета под эгидой Эндокринологического Научного Центра. URL: <http://sd.diaregistry.ru/content/o-proekte.html#content> (дата обращения 13.09.2021).
9. Экономический ущерб от плохого здоровья: ситуация в Европейском регионе. / Всемирная организация здравоохранения. Европейское региональное бюро : сайт. URL: https://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0009/83484/E93695R.pdf (дата обращения: 16.09.2021).

УДК 316.454.7

Д.В. Емелин

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

НЕРАВЕНСТВО ВОЗМОЖНОСТЕЙ: ПРОБЛЕМЫ СТУДЕНЧЕСКОЙ ВОВЛЕЧЕННОСТИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС В ЭПОХУ ПАНДЕМИИ

Аннотация. Статья посвящена анализу проблем, обострившихся в 2020 году в период пандемии коронавирусной инфекции и усугубивших неравенство различных групп студентов в доступе к современным информационным технологиям, получению качественных знаний, вовлеченности в образовательный процесс.

Ключевые слова: студенты, неравенство, пандемия, самоорганизация.

Период пандемии, начавшийся в 2020 году, обострил имеющиеся проблемы неравенства в сфере образования, позволил посмотреть на них под иным углом, а также добавил новые трудности, а вместе с тем и новые возможности в их преодолении. «Пандемия меняет условия жизни людей: физические (они же химические, биологические и проч.), социальные (они же правила, роли, режимы, регламенты и проч.), и, как следствие, меняется ситуация по трем главным социологическим координатам:

1) устройство жизни – образ жизни, повседневность, работа, дом, близкие, времяпрепровождение;

2) качество жизни – доходы, потребление, возможности благополучия, здоровья, развития;

3) смыслы жизни – мечты, планы, амбиции»[2, С.18].

Огромная инфраструктура высшего образования, которая раньше обеспечивала социальную жизнь студентов (образовательные организации, транспорт, столовые, секции, библиотеки и т.д.), практически прекратила свою работу. Обязанности по «обслуживанию» обучающихся взяли на себя частично родители, а также сами молодые люди, которым необходимо было самоорганизовываться, сохраняя вовлеченность в процесс образования, что ощутимо изменило привычный для всех образ жизни. Перевод большей части студентов в дистанционный режим обучения фактически означал перевод их на заочное обучение. Инфраструктура и опыт работы с цифровыми технологиями в ряде вузов оказались недостаточными для эффективного перехода в удаленный формат работы, «60% преподавателей редко или никогда не проводили лекции и занятия в дистанционном формате или в формате вебинаров»[3, С.12].

Цель данной статьи состоит в анализе проблем, обострившихся в период пандемии коронавируса и усугубивших неравенство различных групп студентов в доступе к технологиям, информации, получению качественных знаний, вовлеченности в образовательный процесс.

Эмпирической базой настоящей статьи послужили результаты исследований, лежащих в основе аналитического доклада Томского государственного университета 2021 года, аналитического доклада «Уроки стресс-теста. Вузы в условиях пандемии и после нее» 2020 года, а также результаты социологического исследования, проведенного в ульяновских вузах весной 2021 года (объем выборки составил 400 человек, представлена студенческая молодежь 17-24 лет, разного пола, профиля и уровня образования, а также уровня жизни).

Университеты можно рассматривать как пространство нивелирования социального неравенства, где любой студент получает доступ к «общим благам»: преподавателям, книгам и библиотеке, пространству для обучения, спортивным и досуговым занятиям. Переход на дистанционный формат обучения, «отлучение» студентов от привычных форм взаимодействия в образовательном процессе, актуализирует неравенство. Помимо проблем непосредственно касающихся обучения происходит обострение социальных проблем, связанных с возвращением значительного числа студентов домой, а для тех, кто вынужден был остаться проживать в общежитии - введением режима самоизоляции. Произошло резкое сворачивание досуговой деятельности и внеучебного взаимодействия с другими студентами, с преподавателями. Ограничения, введенные в экономической сфере,

вылились в потерю работы и снижение других источников дохода у многих студентов, проживавших самостоятельно, отдельно от родителей. Обострилось имущественное неравенство, в том числе в отношении средств цифрового обучения.

Все эти проблемы вылились в разделение обучающихся на группы, различающиеся, в технических возможностях доступа к образовательным технологиям, а также уровню самоорганизации, мотивации и, как следствие, вовлеченности в образовательный процесс.

Необходимость каждодневного использования личных средств связи для обучения, поиска информации, общения с преподавателями и одногруппниками в формате видеоконференций острее обозначили имеющиеся проблемы материального и имущественного неравенства. Студенты, обладающие современной мощной и быстрой техникой, получают значимое преимущество перед теми, кто имеет средства связи, не отвечающие современным требованиям программного обеспечения, а также которым приходится делить их с родственниками.

Отсутствие хорошей техники – лишь один из барьеров, не дающий обучающимся молодым людям из небогатых семей получать качественное образование. Отсутствие личного рабочего места, шум, конфликты в семье – все это части одной проблемы. «В начале периода «удаленки» более 10% всех студентов не имели техники, которая отвечает всем функциональным требованиям к удаленному обучению, при этом для студентов из низкодоходных групп населения эта цифра составила 30%»[3, С.24]. Плохие технические условия для дистанционного обучения является значимым риском для получения студентами качественного образования.

На обострение имущественного неравенства повлияла потеря работы студентами. У 40% опрошенных студентов снизились доходы, у части приостановилась трудовая деятельность[3, С.25].

В период перехода на удаленный формат общения и обучения обозначилось неравенство студентов в навыках саморегуляции своей деятельности. Из проведенных опросов преподавателей выяснилось, что многие студенты просто «потерялись», их приходилось искать по телефону, с помощью однокурсников и семей, некоторые оказались недостаточно четко проинформированы о новом расписании, о новых требованиях. Это стало особенно остро видно в преддверии экзаменов – данные опроса, проведенного в мае 2020 года, свидетельствуют о появлении проблем с осведомленностью студентов о том, как будет проходить сессия в дистанционном формате. Только половина опрошенных знали о форматах экзаменов, 40% не были осведомлены о том, как будут организованы защиты курсовых и дипломных работ[3, С.22].

Новый формат взаимодействия повлиял и на социально-психологический климат обучения. «Более 40% студентов отмечали

нехватку очного общения с преподавателями и сокурсниками как основную сложность организации обучения в дистанционном формате»[3, С.22].

В результате опроса ульяновских студентов весной 2021 года выяснилось, что в процессе учебы они наиболее тесно взаимодействуют и рассчитывают на помощь и поддержку студентов своей группы (74%) и преподавателей (32%). Отмечая формальный характер общения преподавателей со студентами (85%), обучающиеся в вузах ждут от наставников более доверительного и неформального взаимодействия в процессе обучения. Более 90% опрошенных студентов заявили, что «доверительные отношения студентов и преподавателей улучшают освоение учебных дисциплин», а «неформальное общение с преподавателями помогает нам понять профессию и жизненные проблемы». Что касается пандемии, то 55% студентов заметили увеличении дистанции между ними и преподавателями.

Дистанционный формат взаимодействия в ходе обучения не смог полноценно заменить непосредственное общение студента и преподавателя при передаче и освоении знаний, умений, навыков.

С точки зрения эффективности образовательного процесса многие студенты отмечают недостаток навыков самоорганизации, при этом сильнее всего это беспокоит студентов младших курсов. Более трети студентов сложно сосредоточиться при самостоятельном изучении материала (данные конца мая 2020 г.)[3, С.23]. Специфические проблемы студентов первых курсов были связаны с повышенным и неудовлетворенным спросом на общение с преподавателями и другими студентами, а также со сравнительно слабыми навыками самостоятельного обучения. Данные, полученные в ходе исследования среди ульяновских студентов вузов, также подтверждают, что первокурсники (63%) видят в хороших отношениях с преподавателями залог своих успехов в учебе, что почти в два раза выше, чем у молодых людей 23-24 лет.

Пандемия, как мы видим, также опосредованно оказала влияние на увеличение неравенства в процессе социализации между более адаптированными к образовательной среде старшекурсниками, магистрами, с одной стороны, и еще не прошедшими полноценную адаптацию в вузе студентами младших курсов, с другой.

Наиболее уязвимой группой студентов оказались иностранные граждане. «Около половины иностранных студентов считают, что качественное образование – это очное образование, и при наличии выбора около трети иностранных студентов (среди российских – около четверти) предпочли бы учиться только таким традиционным образом»[1, С.34]. Необходимость для иностранных студентов более тесных связей с субъектами учебно-воспитательного процесса, недостаточных в условиях «дистанта», обозначили неравенство в

образовательном процессе между ними и местными студентами. Отсутствие поддержки семьи, родных, нахождение в иной культурной, языковой среде в условиях неопределенности и возрастающего риска в большей степени оказали влияние на ожидаемую ими учебную деятельность, затормозили процесс адаптации к новым условиям.

Пандемия обострила неравенство и выделила в образовательной сфере слои студентов, оказавшиеся наиболее чувствительными к изменившейся социальной реальности: студенты из малообеспеченных семей, по материальному и имущественному положению; студенты младших курсов бакалавриата или специалитета, по уровню самоорганизации и степени мотивации; иностранные студенты, по уровню самоорганизации и адаптации.

Рассматривая неравенство с позиции вовлеченности студентов в учебную деятельность можно отметить, что особенными группами риска являются первокурсники бакалавриата/специалитета и иностранные студенты, поскольку они более остро переживают нехватку общения с преподавателями и сокурсниками, обладают менее развитыми навыками саморегуляции и самоорганизации, особенно важными для эффективного обучения в дистанционном и смешанном форматах.

Список литературы

1. Качество образования в российских университетах: что мы поняли в пандемию: Аналитический доклад / науч. ред. Е. А. Суханова, И. Д. Фрумин. – Томск: Издательство Томского государственного университета, 2021. – 46 с.
2. Социология пандемии. Проект коронаФОМ / Рук. авт. колл. А.А.Ослон. – М.: Институт Фонда Общественное Мнение, 2021. – 319 с.
3. Уроки стресс-теста. Вузы в условиях пандемии и после нее // Качество образования. – 2020. – № 2. – С. 40-45.

УДК 331

А. К. Карцева

(Санкт-Петербург, Северо-Западный институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»)

Т. Б. Малинина

(Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный университет)

ОСЛАБЛЕНИЕ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ

Аннотация. В статье проведен анализ формирования человеческого потенциала, в ходе которого выявлено, что современные российские условия не обеспечивают необходимого развития трудового потенциала. К факторам, негативно воздействующим на процесс воспроизводства трудового потенциала населения РФ, относятся: деформация возрастной структуры населения; высокая избыточная смертность; отток высококвалифицированных кадров из страны; низкий уровень оплаты труда, не обеспечивающий нормального воспроизводства рабочей силы;

широкое распространение вредных и опасных условий труда; значительные масштабы теневой занятости; слабая ориентация отечественной системы образования на запросы рынка труда; слабая заинтересованность работодателей в повышении в обучении работников и др.

Ключевые слова: экономика, производительность труда, трудовой потенциал, уровень жизни, оплата труда, инновации, образование.

Главный враг современной России – бедность, отмечал Президент Российской Федерации В. В. Путин в интервью американскому телеканалу CNBC. Лидер страны особо отметил, что основные социальные задачи, в том числе повышение доходов и разрешение демографической проблемы, будут решаться на базе качественного роста экономических составляющих [4].

Решение стоящих перед страной задач по развитию экономики и улучшению жизни людей возможно только на основе повышения производительности труда. Значит, занятые в экономике в основной массе должны обладать необходимыми компетенциями, чтобы освоить достижения научно-технического прогресса и применить их в своей трудовой деятельности и повседневной жизни.

Количественные параметры трудового потенциала формируются в результате демографических процессов: на численность рабочей силы влияют рождаемость, избыточная смертность, миграция. Формирование качественных характеристик трудового потенциала определяется общими условиями жизнедеятельности людей, здоровьем человека, уровнем его образования, состоянием условий и содержанием труда, а также наличием таких личностных качеств, как добросовестность, ответственность, исполнительность, инициативность, стремление к личностному росту, включая профессиональное развитие, и др. Производство, основанное на новейших достижениях науки, требует от исполнителей таких качеств, как способность находить и осваивать новые знания, самостоятельно ставить и решать комплексные задачи, умения критически мыслить, работать в команде и др.

В 2000 – 2019 гг. численность населения в трудоспособном возрасте сократилась на 6 %, не смотря на пополнение трудовых ресурсов за счет воссоединения Крыма и Севастополя с Россией. Общий коэффициент рождаемости увеличился в рассматриваемый период на 16 %, однако следует учитывать, что динамика показателя в последние годы характеризуется его снижением после кратковременного роста под влиянием мер по стимулированию рождаемости и по причине отложенных рождений. Миграционный прирост населения сократился в 1,3 раза, особенно ощутимо после того, как сильно ослабел поток, формируемый русскоязычным населением из новых независимых государств из числа бывших союзников по СССР [7, с. 90].

Прогнозные оценки Росстата во всех трех вариантах предполагают к 2036 г. сокращение численности населения в трудоспособном возрасте

[6, с. 99]. Общий коэффициент рождаемости во всех трех сценариях прогноза тоже снижается [2. 8.4]. Пандемия новой инфекции существенно обострила проблему дефицита рабочих рук уже сейчас. Некоторые регионы и отрасли, зависимые от иностранных трудовых мигрантов просят ослабить ограничения для въезжающих в страну гастарбайтеров.

Значительно ослабляет трудовой потенциал современной России так называемая «утечка умов». Эксперты считают, что потери вследствие оттока из страны высококвалифицированных кадров компенсировать за счет иностранных мигрантов маловероятно [3]. По данным Росстата, поток покидающих родину россиян стремительно растет: в 2010 – 2018 гг. он стал больше в 2,3 раза. Из общего числа выехавших из России в зарубежные страны около 80 % – граждане в трудоспособном возрасте [1. 7.3].

Таким образом, численность рабочей силы в России в среднесрочной перспективе будет неуклонно сокращаться. В этой связи факторами укрепления трудового потенциала должны стать предотвращение оттока из страны кадров высшей квалификации, привлечение высококвалифицированных рабочей силы из-за рубежа.

Важнейшим фактором укрепления трудового потенциала страны следует рассматривать сглаживание территориального неравенства социально-экономического развития, что позволит обеспечить достойные условия жизни людям, включая трудовую деятельность, в каждом регионе и во многом предотвратит массовый отток населения из бедных регионов. В каждом регионе необходимо разработать программу содействия трудоустройству выпускников учебных заведений. Для обеспечения необходимыми кадрами наукоемких производств требуется введение планового распределения выпускников профильных специальностей, обучавшихся на бюджетной основе.

Демографические ограничения экономического развития могут быть компенсированы более высоким качеством трудового потенциала. На формирование качественных характеристик рабочей силы влияют материальные условия жизнедеятельности людей, состояние здравоохранения и развитие образования в стране. Вложения в развитие человека путем улучшения питания, условий проживания, охраны здоровья, качественного образования, создания современных рабочих мест, гуманизации условий труда, повышения профессиональной квалификации помогают развивать трудовой потенциал общества. Недофинансирование этой сферы сказывается не только на действующем, но и будущем поколениях.

Пока по инвестициям в человеческий капитал Россия сильно отстает от других европейских стран. Государственные расходы на образование в РФ не превышают 3,7 % ВВП – это самый низкий уровень в Европе. Финансирование государством здравоохранения составляет

3,4 % – это в 2,5 – 3 раза меньше, чем в странах, лидирующих по уровню развития человека [8, с. 129].

О сильном падении уровня жизни в России в последние годы наглядно говорит динамика структуры расходов россиян. В 2019 г. в сравнении с 2010 г. сильно увеличились структурные доли таких статей, как покупка товаров и услуг, обязательные платежи и взносы. Произошло это за счет финансовых активов, удельный вес прироста которых уменьшился более чем в 10 раз (даже в 1990 г. эта статья весила в 8,5 раз больше, чем в 2019 г.), а также резкого падения доли расходов на приобретение недвижимости – в 1,4 раза. Уровень доходов большинства россиян не позволяет им правильно и полноценно питаться, а также обращаться к платным медицинским и образовательным услугам: в структуре потребительских расходов услуги здравоохранения занимают 3,8 %, образования – 0,9 % от их общей величины [7, с. 166, 170].

Минимальный размер заработной платы в нашей стране приравнен к величине прожиточного минимума, что, безусловно, является большим достижением государства, но такое соотношение этих индикаторов нельзя признать достаточным. Согласно экономическим законам, для простого воспроизводства рабочей силы каждый работающий должен иметь возможность подготовить замену себе, для обеспечения расширенного воспроизводства рабочей силы – вырастить более одного ребенка. Это значит, что минимальный размер оплаты труда должен быть постепенно повышен до уровня 2-кратной величины рационального потребительского бюджета.

О крайне низком уровне оплаты труда в России говорят данные о распределении населения, имеющего денежные доходы ниже величины прожиточного минимума, по социально-экономическим группам. Парадокс, но среди бедных в России очень много работающих граждан. Удельный вес работающих в составе малоимущих россиян стабильно высок и сокращается очень медленно: 2014 г. – 32,4 %, 2018 г. – 31 % [7, с. 165].

Поэтому ключевым фактором укрепления трудового потенциала России следует рассматривать неуклонное повышение жизненного уровня, поэтапное повышение минимального размера оплаты труда до уровня 2-кратной величины рационального потребительского бюджета, что позволит обеспечить полноценное питание и отдых, достойные условия проживания, сохранение и укрепление здоровья, материальную доступность качественного образования для взрослых и детей. Это будет соответствовать непреложным законам экономического и социального развития и способствовать формированию рабочей силы, обладающей физическими, профессиональными и личностными качествами, необходимыми для устойчивого развития Российской Федерации на основе инноваций.

Современную экономику нередко называют экономикой знаний. Требования к уровню и качеству образования работников неуклонно возрастают. Традиционно принято считать, что уровень образования взрослого населения нашей страны – один из самых высоких в мире. Однако в рейтинге национальных систем высшего образования, формируемом по версии международной сети университетов Universitas 21, из 50 стран, по которым была произведена оценка, РФ в 2019 г. заняла 35-е место, разделив его с Венгрией. Наивысшие показатели у США, Швейцарии, Великобритании, Швеции, Дании. Китай находится в этом рейтинге на 27-м месте [5].

Нередко можно слышать утверждения, что структура подготовки кадров в России и содержание образовательных программ вузов слабо отвечает запросам рынка труда. Подтверждением тому можно считать невысокий удельный вес выпускников вузов, трудоустроившихся по полученной специальности – по данным НИИ труда, из общего числа выпускников российских вузов 2015 – 2017 гг. трудоустроились по полученной специальности 71 % [9].

Одна из ключевых проблем отечественной системы образования – низкий уровень оплаты труда профессорско-преподавательского состава, что не способствует повышению качества высшего образования и усилению стремления молодых людей связать свою жизнь с наукой. Повышение заработной платы в вузах зачастую сопровождается ростом учебной нагрузки, что тоже не способствует повышению качества образовательного процесса, поскольку у людей, транслирующих знания, нет времени на то, чтобы их обновлять. Профильное министерство признает увеличение аудиторной нагрузки в 2006 – 2014 гг. в 1,3 раз – с 16,3 часа в неделю до 21,2 часа в неделю [9].

Таким образом, важнейшим фактором укрепления трудового потенциала современной России следует рассматривать расширение филиальной сети лучших вузов страны, а также развитие региональных вузов, повышение качества образования на основе более точного учета запросов рынка труда, повышения престижа и уровня оплаты труда ученых и преподавателей, привлечения в науку молодых людей. Высшим учебным заведениям для более полного учета современных и перспективных запросов и требований работодателей на стадии разработки образовательных программ следует наладить сотрудничество с представителями регионального делового сообщества, к организации производственной практики и проведению итоговой аттестации активнее привлекать руководителей предприятий.

Проведенный анализ позволяет говорить о том, что современные российские условия не обеспечивают необходимого развития трудового потенциала на всех стадиях его воспроизводства. Факторами укрепления трудового потенциала следует рассматривать: снижение

сверхсмертности; предотвращение оттока из страны кадров высшей квалификации, привлечение высококвалифицированной рабочей силы с внешних рынков труда; неуклонное повышение уровня жизни населения, поэтапное повышение минимального размера оплаты труда до уровня 2-кратной величины рационального потребительского бюджета; обеспечение равного доступа всех граждан страны к качественным услугам здравоохранения и образования; повышение качества образования на основе более полного учета требований современной экономики к качеству профессиональной подготовки, организации взаимодействия учебных заведений и работодателей на разных стадиях образовательного процесса, а также повышения престижа и уровня оплаты труда ученых и преподавателей.

Список литературы

1. Демографический ежегодник России. 2017: Стат. сб. / Росстат. – М., 2017.
2. Демографический ежегодник России. 2019: Стат. сб. / Росстат. – М., 2019.
3. Лекарства от утечки умов нет и не будет. Из России бегут профессионалы. Они не хотят прозябать на родине, 2018 // Lenta.ru – Режим доступа: <https://lenta.ru/articles/2018/06/18/poravalit/> (дата обращения 10.10.2021).
4. Путин назвал главную проблему и задачу властей России / Московский комсомолец. 14.10.2021. [Электронный ресурс] – URL: https://www.mk.ru/economics/2021/10/14/putin-nazval-glavnuyu-problemu-i-zadachu-vlastey-rossii.html?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.sberometer.ru (дата обращения – 14.10.2021)
5. Рейтинг национальных систем высшего образования. Гуманитарная энциклопедия: Исследования // Центр гуманитарных технологий, 2006–2020. По адресу – URL: <https://gtmarket.ru/ratings/u21-ranking-of-national-higher-education-systems> (дата обращения 10.10.2021).
6. Российский статистический ежегодник. 2019: Стат. сб. / Росстат. – М., 2019.
7. Российский статистический ежегодник. 2020: Стат. сб. / Росстат. – М., 2020.
8. Россия и страны мира. 2020: Стат. сб. / Росстат. – М., 2020.
9. Эксперты оценили уровень трудоустройства выпускников вузов по профилю. По адресу – URL: <https://www.rbc.ru/society/17/06/2019/5d073be99a794764e4ce4a7c> (дата обращения 10.10.2021).

УДК 331(075.8)

М.А. Попова, Е.В. Щанина

(Пенза, Пензенский государственный университет)

УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ТРУДОМ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ КАК ФАКТОР РОСТА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА

Аннотация. Данная статья посвящена рассмотрению основных показателей работы персонала, напрямую связанных с удовлетворенностью работой. Представлены формы и мотивационные факторы удовлетворенности сотрудников работой. Цель этой статьи - установить взаимосвязь удовлетворенности работой и производительностью труда.

Ключевые слова: персонал, удовлетворенность трудом, мотивация, рынок труда, стабильность, производительность.

Проблема удовлетворенности трудом отнюдь не является новым понятием и уже имеет достаточное количество исследований, как за границей, так и в России, но не потеряла своей актуальности. Опыт, накопленный в этой области социальных разработок, открывает перед руководителями компаний более широкий спектр возможностей для принятия эффективных стратегических решений в области политики компании. Экономическая эффективность работы зависит от удовлетворенности работой, от совершенствования форм ее организации и от гуманизации содержания.

Мотивация и удовлетворённость сотрудников - это два фактора, влияющих на успешное достижение цели предприятия.

Удовлетворённость трудом - это результат восприятия сотрудниками того, насколько хорошо их работа гарантирует удовлетворение потребностей, важных с их точки зрения. Отсюда понятно, что высокий уровень удовлетворённости труда работников обеспечивает минимальную текучесть кадров на предприятии, гарантирует минимальное количество прогулов, а также улучшает физическое и психическое здоровье, которые в свою очередь влияют на обучаемость сотрудников, их взаимосвязь с клиентами и коллегами.

Категория удовлетворенности работой учитывается при изучении вопроса об отношении специалиста к своей работе и работе в целом. Удовлетворенность работой состоит из двух элементов: запросов сотрудников и возможностей их реализации. При этом запросы могут зависеть от набора нестабильных переменных, количество и сила воздействия которых не будут постоянными. Эти переменные включают различные показатели условий труда, содержания должностных функций, организации трудовой деятельности, стимулов (материальных и нематериальных), организационной культуры, карьерных возможностей и других.

Оценить удовлетворенность работой сложно, потому что она зависит от эмоционального восприятия и, следовательно, субъективна и относительна.

Также следует отметить, что удовлетворенность работника текущим местом работы обычно напрямую зависит от срока, в течение которого сотрудник работает в компании. После 3-5 лет работы на прежней должности сотрудник становится более тревожным, а его мотивация постепенно снижается.

Для решения этой проблемы менеджерам необходимо придумывать новые стимулы с целью повысить функционал работника в организации.

Мотивация – это побуждение работников к действию, через удовлетворение их собственных потребностей, а стимулирование – это комплекс мер, направленных на повышение эффективности труда и его качество. [2]

Исследователи различают общую и частичную удовлетворенность работой. Общее удовлетворение понимается как основное удовлетворение деятельностью, а частичное удовлетворение характеризуется условиями, вознаграждением и возможностями карьерного роста.

В научной литературе есть несколько других форм удовлетворения от работы: постепенное удовлетворение, стабильное, конструктивное, фиксированная неудовлетворенность, псевдоудовлетворённость. Рассмотрим каждую подробнее.

Под постепенным удовлетворением следует понимать удовлетворение профессиональной деятельностью, которую испытывает человек, повышение уровня стремления к достижению чего-то нового с целью достижения высокого уровня удовлетворения.

Устойчивое (стабильное) удовлетворение - это когда профессионал удовлетворен определенным типом работы и у него есть мотивация продолжать что-то делать.

При конструктивном удовлетворении человек чувствует себя неудовлетворенным на работе, но пытается справиться с ситуацией, поддерживает уровень стремления и развивает достаточную терпимость к разочарованию.

При фиксированной неудовлетворенности человек также чувствует неудовлетворенность работой, он поддерживает уровень стремления, при этом даже не пробуя решить проблемы, застревая в них.

Псевдоудовлетворённость работой характеризуется тем, что сотрудник чувствует себя неудовлетворённым, его стремления постоянно находятся на одном уровне, все проблемы он воспринимает в искажённом свете. [3]

Рассмотрев представленные формы удовлетворенности, можно предположить, что постепенное и стабильное удовлетворение сможет

повысить социально-экономические показатели организации. Однако связь между уровнем удовлетворенности работой и производительностью не была достоверно доказана в научном сообществе.

На наш взгляд, удовлетворенность работой - это субъективная категория неформального уровня, которая наряду с личным отношением к работе формирует отношение к работе. Помимо влияния установленной трудовой этики, отношение к работе, в свою очередь, формирует рабочее поведение сотрудника. Поскольку поведение работы находится на формальном уровне, с возможностью объективной оценки уровня взаимодействия работы, то можно говорить о ее высокой или низкой продуктивности. Таким образом, мы получаем довольно длинную цепочку влияющих друг на друга элементов, что затрудняет возникновение прямой зависимости между уровнем удовлетворенности работой и производительностью. Тем не менее, мы не можем отрицать косвенное влияние исследуемых показателей. Так, положения Школы человеческих отношений, Хоуторнские эксперименты могли бы свидетельствовать о возможности подобной связи.

Трудно спорить с утверждением, что снижение удовлетворенности собственной работой негативно сказывается на производительности труда сотрудника, его желании прилагать максимум усилий в интересах компании, разделять ее ценности и цели. При этом стоит помнить, что удовлетворенность работников работой не должна быть максимальной, она должна иметь оптимальный уровень. Для повышения производительности труда среди сотрудников должен быть определенная степень неудовлетворенности.

Кроме того, высокие показатели производительности труда являются следствием удовлетворенности трудом. В основе подобной корреляции могут лежать награды, дополнительные бонусы, получаемые в результате высокой производительности труда.

Результаты межрегионального исследования Ивановой Т.Ю., Рассказовой Е.И. и Осина Е.Н. (выборка 4708 респондентов, в 6 регионах (Архангельск, Новгород, Тверь, Вологда, Кострома)), свидетельствуют о том, что удовлетворенность трудом связана с лояльностью организации, вовлеченностью в работу и общей удовлетворенностью жизнью. В предложенной ими модели выделены такие компоненты удовлетворенности трудом как: социальные, внутриорганизационные и личностные. [1]

Исследование формирования удовлетворенности трудом, его динамики является одной из значимых проблем управления персоналом, где удовлетворенность трудом является важнейшим условием профессионального саморазвития, индикатором эффективности текущей деятельности предприятия, фактором будущих

перспектив организационного развития, а также непосредственно связана с мотивацией персонала.

Список литературы

1. Иванова, Т. Ю. Структура и диагностика удовлетворенности трудом: разработка и апробация методики / Т. Ю. Иванова, Е. И. Рассказова, Е. Н. Осин // Организационная психология. – 2012. – Т. 2. – № 3. – С. 2-15.

2. Павлова, Е. А. Основы построения эффективной системы мотивации и стимулирования персонала / Е. А. Павлова, Е. В. Щанина // Традиционное, современное и переходное в условиях модернизации российского общества : Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции, посвящённой 75-летию Победы в Великой Отечественной войне, Пенза, 27–28 декабря 2019 года. – Пенза: Автономная некоммерческая научно-образовательная организация «Приволжский Дом знаний», 2019. – С. 109-112.

3. Турабаева Ф.М., Бакшеев С.Л. Удовлетворенность трудом – как фактор стабильности персонала // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2017. № 3 [Электронный ресурс]. URL: <https://ekonomika.snauka.ru/2017/03/14327> (дата обращения: 28.09.2021).

УДК159.9; 316.6; 37.03

В.А. Абысова, И.С. Гришин, И.Н. Семенов

(Москва, Московский городской педагогический университет)

ПРАКТИКА ФОРМИРОВАНИЯ ЕСТЕСТВЕННОНАУЧНОГО МЫШЛЕНИЯ И САМОСОЗНАНИЯ ЛИЧНОСТИ КАК КОМПОНЕНТОВ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА И СУБЪЕКТНЫХ РЕСУРСОВ ПРЕОДОЛЕНИЯ НЕРАВЕНСТВА

Аннотация. Согласно методологическому принципу дополнительности, наряду с обсуждением социально-экономических условий устранения неравенства, ставится проблема его психологического преодоления активной деятельностью субъектов(образования и труда) посредством культивирования ресурсов их человеческого капитала. Рост его потенциала в непрерывном профессиональном образовании обеспечивается рефлексивно-педагогическими практиками, в т.ч. в контексте цифровизации социума. В статье характеризуются опыт формирования пространственного и инженерно-технического мышления учащихся на ранних этапах когнитивного развития их человеческого капитала как стартового обеспечения перспективного создания в образовании конкурентных субъектно-психологических возможностей преодоления неравенства.

Ключевые слова: социализация, неравенство, адаптация, субъектные ресурсы, человеческий капитал, техническая деятельность, инженерное мышление, когнитивное развитие, педагогическая психология.

Научно-практическое изучение актуальной комплексной проблематики адаптации молодежи к условиям растущего в современном обществе неравенства ведется в различных аспектах: философском, культурологическом, информационно-коммуникативном, социо-экономическом, психологическом, педагогическом. Соответственно строятся разнообразные практики учета этих аспектов

при разработке путей и технологий адаптации молодежи и профессионалов к росту неравенства. Одним из важных направлений психолого-педагогической подготовки молодежи к преодолению неравенства является формирование у нее мышления и самосознания личности [6] как компонентов человеческого капитала [4] в непрерывном образовании в целях обеспечения конкурентоспособности [5] на рынке труда и самореализации в профессиональной деятельности. В социуме человеческий капитал тесно связан с социальным [4] и другими видами капитала: финансовым, экономическим, ресурсным и т.д. Их взаимодействие обеспечивает как социализацию, адаптацию, интеграцию людей в социум, так и рост национального богатства страны при различных научно-промышленных, социо-экономических, классово-политических укладах, образующих социокультурные условия для благополучной жизни граждан или же для возникновения среди них неравенства, преодоление которого составляет важное направление внутренней политики государства.

В психологическом же плане [4; 7] человеческий капитал означает интегральную совокупность способностей, мышления, креативности, знаний, компетентностей, умений, организованности, воли, активности, самосознания, целеустремленности, ответственности субъекта учебной и профессиональной деятельности, системное взаимодействие которых обеспечивает ее продуктивность, успешность, адаптацию и социализацию. Для формирования этих качеств личности в непрерывном профессиональном образовании необходимо использование таких разнообразных психолого-педагогических практик, как:

1) социокультурное проектирование образовательного пространства интеллектуально-личностного развития учащихся и профессионалов в информационно-технической среде [8] цифровизации социума;

2) психолого-педагогическое проектирование учебно-воспитательного процесса с учетом индивидуально-возрастных различий и способностей обычных и одаренных учащихся [5];

3) формирование знаниевых компетенций и элементов их человеческого капитала на основных ступенях непрерывного профессионального образования [6]; 4) разработка педагогических технологий психологической поддержки и консультирования субъектов при личностно-значимых межпоколенческих [1] переходах: от дошкольного детства к школьному обучению, в периоды полового созревания и взросления, адаптации к послешкольной учебной, трудовой и семейной жизни, к профессиональному развитию после специального или вузовского обучения основам специальности, к карьерному росту после трудового старта, к творческой и социальной

самореализации, а также к ответственной реализации своих гражданских свобод и законных прав.

В человекознании психологами установлено (Л.С. Выготский, А.В. Запорожец, А.Н. Леонтьев, А.В. Петровский, Д.Б. Эльконин), что все эти аспекты адаптации и социализации тем более эффективны, чем на более ранних этапах непрерывного образования они начинают формироваться и продолжают далее развиваться в учебно-воспитательном процессе. Поэтому согласно разработанной нами [4] системно-деятельностной стратегии развития человеческого капитала, его соответствующие элементы формируются на всех основных взаимосвязанных этапах непрерывного профессионального образования: от дошкольного и школьного через вузовское и последипломное до профессионально-дополнительного. На основе этой стратегии разрабатывается психолого-педагогическое проектирование развития человеческого капитала, в данном случае, на первоначальных этапах его формирования, а именно – у старших дошкольников и младших школьников в условиях обучения их пропедевтике естественно-научного мышления, которое стало специально изучаться в человекознании (Г.С. Альтшуллер, Г.А. Берулава, В.А. Моляко, Э.С. Чугунова).

Актуальность настоящего психолого-педагогического исследования определяется тем, что обучение специальностям технического профиля в современных условиях цифровизации социума становится наиболее востребованным (в отличие от запроса на экономико-юридическое образование, что доминировало при переходе к рынку). Это создает в перспективе социализации более благоприятные возможности для профессиональной адаптации молодежи, усиливая конкурентоспособность ее человеческого капитала [5] как психологического средства преодоления социально-финансового неравенства. Поскольку изучение и формирование интеллектуальных элементов человеческого капитала ведется на всех ступнях непрерывного профессионального образования, то на каждой из них также должно – согласно методологическому принципу дополнительности – сопровождаться технологиями психологической поддержки профессионально-деятельностного и коммуникативно-рефлексивного развития мышления и самосознания [6] личности учащихся и специалистов в процессе их непрерывного образования.

В нашей научной школе рефлексивной психологии педагогики развития профессионализма и творчества [3; 6; 7] накоплен проектно-исследовательский опыт психолого-педагогического изучения и развития мышления как элементов человеческого капитала детьми, молодежью и специалистами в непрерывном профессиональном образовании. При этом мы опирались на достижения классической (А.В. Брушлинский, П.Я. Гальперин, Я.А. Пономарев) и современной (А.И. Савенков, Д.В.

Ушаков, В.Д. Шадриков) когнитивной психологии, где разработана типология таких основных видов мышления, как: наглядно-действенное, наглядно-образное, пространственное, дискурсивное, понятийное, логическое, продуктивное, рефлексивное, интуитивное, эвристическое, творческое, социальное, социокультурное, символическое, эмоциональное, мифологическое, духовное (их анализ см.: [6; 7]).

Среди них важный – и интересный для целей настоящего исследования – класс составляют используемые в технической деятельности такие виды практического мышления, как: математическое, физическое, пространственное, инженерное, конструкторское, проектное, компьютерное, цифровое (Г.С. Альтшуллер, Ю.Д. Бабаева, Д.Н. Завалишина, О.К. Тихомирови др.). С учетом этих достижений когнитивной психологии, нами был выбран – для изучения в контексте цифровизации [8] социума и формирования в дошкольном и начальном образовании ранних элементов человеческого капитала [4] – такой важный для технической деятельности вид практического, естественнонаучного мышления, как инженерно-физическое (Г.А. Борулава, В.А. Моляко, В.Т. Кудрявцев, В.Н. Пушкин), которое наряду с мышлением математическим (В. Ф. Асмус, В.А. Крутецкий, В.В. Давыдов) и эргономическим (Н.Г. Алексеев, В.П. Зинченко, В.М. Мунипов, И.Н. Семенов) составляет базу социального и инженерного проектирования [2; 9].

На этом проработанном фоне новизна проводимого исследования состоит теоретически в том, что при изучении инженерно-физического мышления детей его свойства впервые трактуются как ранние элементы человеческого капитала [4]. При этом практически значимо впервые исследуемое различие в этом виде мышления учащихся, характеризуемое при их межпоколенческом [1] переходе от дошкольного обучения к начальному школьному как важному кризисно-продуктивному периоду когнитивного развития и первоначальной социальной адаптации в системе непрерывного образования на самой ранней его стадии [4], которое на дальнейших ступенях развивает понятийно-знаниевые компетенции и профессионально-технологические средства труда и социализации как условия самореализации, адаптации и преодоления неравенства.

Для достижения наших исследовательских целей – с учетом достижений возрастной психологии и педагогического менеджмента – разработан социокультурный проект изучения и развития ранних форм физико-технического мышления и самосознания личности как компонентов человеческого капитала на материале исследования двух групп детей, обучающихся: 1) в классах дошкольной подготовки и 2) в начальной школе. Экспериментальной площадкой проводимой нами в МГПУс И.С. Гришиным [8] психолого-педагогическом исследовании способностей детей пространственному мышлению, каких

потенциальному человеческому капиталу является столичный Центр педагогического мастерства. Изучение же естественнонаучного мышления с В.А. Абысовой ведется в курируемой ею «Лаборатории раннего инженерного образования» (школы № 1412 г. Москвы), где задается информационно-техническая среда развития элементов человеческого капитала. Функционально эти центр и школа каждый является единым образовательным комплексом с дошкольным и школьным обучением учащихся. Это позволяет изучать изменения в когнитивном развитии детей и динамику интеллектуально-личностных элементов их человеческого капитала в межпоколенческом переходе, в ходе которого учащиеся овладевают естественнонаучным мышлением как основой освоения электромеханики, робототехники, цифровизации и другими сферами современной технической деятельности. Проектно-техническая практика формирования мышления как компонента человеческого капитала, разрабатываемая на основе методологии системно-развивающего и рефлексивно-деятельностного подходов подхода [6], дополняется рефлексивно-коммуникативной практикой сопровождения интеллектуально-личностного развития самосознания личности учащихся в информационно-образовательной [8] среде. Она, в свою очередь, создается посредством практики социокультурного проектирования [1] учебно-воспитательного процесса с учетом достижений и средств инновационной рефлексивно-деятельностной [7] психологии и педагогики развития мышления и самосознания.

Таким образом, структура проводимого психолого-педагогического исследования включает такие его этапные компоненты, как: историко-научное и практико-ориентированное обоснование, теоретико-методологическая концептуализация, социокультурное проектирование, психолого-педагогическая организация учебно-воспитательного процесса, диагностика и развитие пространственного и физико-технического мышления как ранних элементов человеческого капитала у старших дошкольников и младших школьников при стандартном обучении и при межпоколенческом переходе от дошкольного к начальному школьному учебно-воспитательному процессу как базовым начальным звеньям системы непрерывного профессионального образования. Если эмоциональные и пространственные виды мышления – как элементы человеческого капитала – возникают в дошкольном возрасте, то ряд аспектов самосознания начинает оформляться у подростков, а структурируется как целостный образ Я у старшеклассников и студентов [7]. В инновационном образовании самосознание Я активизируется с помощью рефлексивно-педагогических практик и рефлетехнологий [9]. Осуществляемое ныне формирование у детей когнитивно-личностных элементов потенциального человеческого капитала дополняет психологическую панораму его целостного развития в системе непрерывного

профессионального образования с учетом результатов ранее проведенных исследований активизации мышления и самосознания у старшеклассников [9], студентов и специалистов [7] в условиях других периодов их межпоколенческого перехода как способа адаптации [1; 3] к социуму, в т.ч. путем роста конкурентоспособности [5] как одного из средств преодоления неравенства.

Итак, если эффективность и успешность профессионального образования в перспективе дальнейшей социализации учащихся и профессионалов создает субъектно-психологические условия преодоления неравенства, то государственная система социальной защиты и адаптации призвана обеспечить объективные социо-экономические и социокультурные условия для этого в контексте нового научно-технического уклада, связанного с «нано-обеспечением» электронно-промышленного производства и цифровизацией управления социальными, экономическими, информационным процессами в современном социуме.

Список литературы

1. Болдина, Т.Г., Семенов, И.Н. Рефлексивно-развивающие технологии инновационной подготовки одаренных учащихся к межпоколенческому переходу // Известия АПСН. 2008. Т. XXП. Ч. 1. - М.: МПСУ; РАО, 2008. - С. 66-78.

2. Ладенко И.С., Семенов, И.Н., Советов, А.В. Рефлексивная организация проектировочного мышления. - Новосибирск: ИИФФ СО АН СССР, 1990.

3. Рефлексивно-психологическая концепция игрорефлексии и инновационно-комплексные программы по социальной защите и адаптации. /Отв. ред.-сост. И.Н. Семенов.- М.: ИРПТиГО, 1996.

4. Семенов, И.Н. Человеческий капитал и человеческий фактор производительности труда: психологические аспекты. //X Межд.научн.конф. по проблемам развития экономики и общества. Т. 1. - М.: Всемирный банк; Высшая школа экономики, 2010. - С. 505-512.

5. Семенов, И.Н. Развитие рефлексивно-исследовательской конкурентоспособности учащихся как компоненты их человеческого капитала // Исследовательский подход в образовании: от теории к практике. Т. 2.-М.: МПГУ, 2010. - С. 51-61.

6. Семенов И.Н. Методологические проблемы формирования мышления и самосознания личности в рефлексивно-развивающих средах непрерывного образования //Россия: тенденции и перспективы развития. Ежегодник ИНИОН РАН. Выпуск.7. Ч. 2. - М.: ИНИОН, 2011.

7. Семенов И.Н. Новые тенденции и перспективы современной рефлексивной психологии развития человеческого капитала // Новые тенденции и перспективы развития психологической науки (Серия: Методология, теория и история психологии) / Под. ред. академика РАН А.Л. Журавлева и др. - М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2019. С. 510-575.

8. Семенов И.Н., Гришин, И.С. Философско-психологические аспекты рефлексивно-педагогического развития человеческого капитала в процессе

информационной цифровизации образования. // Мир психологии. 2021. № 1.- С. 20-34.

9. Семенов И.Н., Серегин, К.С., Корниенко, Е.Е. Зависимость выбора перспективных жизненных направлений от рефлексии уровня конформности личности учащихся // Учен. зап. МГПУ. Психол. науки. Вып.8. - Мурманск: МГПУ, 2008. - С. 176-182.

10. Советов А.В., Семенов И.Н. Развитие творческого потенциала инженера-проектировщика в процессе принятия многоальтернативных решений // Творческое мышление и деятельность инженера. – Тюмень: ТГУ, 1989.

УДК 316.752

Н.В. Власова , В.А. Слипченко

(Ульяновск, Ульяновский государственный университет)

ВЛИЯНИЕ МЕЙНСТРИМ-КИНЕМАТОГРАФА НА ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. С каждым годом находят все новые и новые способы воздействия на ценностную ориентацию современной молодежи. А в результате научно-технической революции такие способы становятся все проработаннее и действеннее. Самым явным проявлением форм воздействия является использование медийности, средств массовой информации и мейнстрим-кинематографа, как форм проявления массовой культуры.

Ключевые слова: кинематограф, мейнстрим-кинематограф, молодежь, культура, массовая культура, элитарная культура, ценности, нормы.

Мейнстрим-кинематография – феномен, главной целью которого является расширение потребительского рынка, путем рождения спроса на предложение разнообразия продукции. Жанровое разнообразие предлагаемых кинопродуктов нацелено на эмоциональное и психологическое воздействие молодежи, представляющей собой разнородную, но в то же время амбициозную, старающуюся находится в «массе» прослойку общества.

Понятия: «массовая личность» – «такой же как все», или «желающий быть общепризнанным идеалом» достаточно широко распространено среди молодежи. В этом и заключается главная опасность его проявления.

Идентифицируя себя с кем-то из кинематографии, человек сталкивается с рядом конфликтов, как ценностных, так и ролевых. Это связано с тем, что демонстрируемые в кинокартинах образцы поведения и ценности не соответствуют объективной реальности.

Термин «мейнстрим» появился в музыкальном лексиконе. Если точнее, то в результате популяризации джазовых композиций. Уже позже, с течением времени, при помощи данного понятия стали обозначать течения и направления, характерные для определенного промежутка времени.

И.П. Ильин считает, что мейнстрим-кинематограф особый тип информационного процесса, вид культурной деятельности, заключающийся в производстве и реализации кинофильмов, которые представляют собой генетическую память общества [4].

Углубимся в тему влияния мейнстрим-кинематограф на ценностные ориентации человека. Мейнстрим-кинематограф имеет определённые нормы.

Нормы мейнстрим-кинематографа – это предписания, пожелания и требования, латентно или открыто воздействующие на массовое сознание при помощи средств массовой коммуникации и агентов социализации (семьи, школы, друзей и пр.). Нормы является своего рода трансляторами требуемых образцов поведения, характерных для массового человека.

Одной из главных норм мейнстрим-кинематографа является массовость индивидов. В то же время нормы – это эталоны поведения, которые характеризуют массовую личность.

Стоит отметить, что мейнстрим-кинематограф – феномен массовой культуры, ориентированный на создание и распространение стереотипизированной и коммерциализированной кинопродукции, содержанию отличающейся упрощенно-образным характером.

Студенческая молодёжь в силу её возрастных характеристик, особенностей социального положения и психических способностей восприятия информации является наиболее рискованной категорией людей, потенциально возможных попасть под влияние ценностного контента, заложенного в мейнстрим-кинематографе[3].

Современная студенческая молодежь, представляя собой разнородную социально-демографическую группу, является активным субъектом формирования ценностных ориентаций, которые выстраиваются и трансформируются под влиянием ценностного содержания продукции мейнстрим-кинематографа. В особенности это проявляется в особенности влияния образа жизни наиболее известных в мире актёров. Это сказывается на формировании ценностных ориентаций студентов, которые в будущем будут использованы ими в рамках профессиональной деятельности.

Анализ проводился на основе исследования Белгородского государственного исследовательского института в 2016 и в 2019 году [1, 2].

Так, такая ценность, как «уверенность в себе», в наибольшей степени присутствует в боевиках, мелодрамах, комедиях, триллерах и детективах. «Развитие» – история, детектив. «Свобода» – боевик, хоррор, мелодрама, детектив. «Счастье других» – фэнтези. «Общественное признание» – боевик, комедия, хоррор, мелодрама и триллер. «Материально-обеспеченная жизнь» – мелодрама, фэнтези. Таким образом, такие ценности, как «материально-обеспеченная жизнь»

и «уверенность в себе» распространены в наибольшем количестве жанров.

Подготовив комплексное социологическое исследование, собрав данные, и проведя корреляцию между ценностями и отношениями к фильмам, социологи смогли выявить определенную зависимость. Чем большей ценностью, близких для себя, респонденты могут найти в фильме, тем с большей вероятностью он становится для них актуальным. И наоборот, чем популярнее фильм, тем большей ценностью пытаются найти в нём молодёжь. Именно зачастую в результате просмотра фильма и выбора для себя определенного образа героя, на которого молодой человек старается походить, он приобретает комплекс ценностных ориентаций, ранее ему не принадлежавших. Тем самым формируется новая личность, искусственно сформированная в результате трансляции мейнстрим-кинематографа.

Участниками опроса не были названы примеры элитарного кино, только массовое, студенты в большей степени предпочитают западную киноиндустрию.

В ходе анализа полученных данных также было выявлено, что респонденты выбирают героев, которые стремятся к получению материального достатка (71%), хотят быть популярными (71%), а также имеют заинтересованы в получении интересной работы (65%).

Определенные кинопредпочтения молодёжи в образах героев и антигероев могут говорить о широком распространении романтизации, стигматизации культурного и интеллектуального поведения, а также массовой неграмотности: примерно 64% составили различные супергерои – Человек-Паук, Люди-Х, Бэтмен и Мстители, обладающие суперсилами, борющиеся за справедливость и социальные ценности. Вторая группа – киногерои, отличающиеся профессиональными навыками, но в то же время компанейские и коммуникабельные герои (62,5%). Это Крепкий орешек, Джеймс Бонд, Перевозчик, Нико, Телохранитель и др. От супергероев их отличает то, что у них нет сверх способностей от природы, а все достигнуто в результате упорной работы над собой. Третья группа – обычные люди, не отличающиеся выдающимися способностями (Хитч, Ромео и Джульета, Тай Вентура и др. герои знаменитых кинолент). Персонажи мелодрам или комедий составили в типологии (9%).

Анализ позволил выявить, что между качествами хороших и плохих героев нет четкой границы, что также свидетельствует о размытии в понимании норм морали и девиации.

Мейнстрим-кинематограф демонстрирует героев, которые привлекают зрителя своей волей к достижению ценностей, при помощи использования различных средств, даже девиантного характера. Что в свою очередь транслируется как норма, и по возможности заменяя нормальные ценности на антиценности.

Было выявлено, что кинопредпочтения молодёжи в образах героев имеют романтизированный характер. Значительная доля респондентов выбирают для себя фильмы, герои которых по характеру или жизненным ориентациям похожи на них самих. Также есть место ситуации, когда не фильм выбирают под свои интересы, а наоборот – фильм диктует свои правила и формирует ценности ориентации и желания потребителя кинопродукта.

Также было выявлено, что студенческая молодёжь уверена, что кинематограф всячески демонстрирует вседозволенность и влияет на формирование личности. Вседозволенность на экране, в некоторой степени подталкивает к вседозволенности в реальной жизни. Ведь если понравившийся герой без зазрения совести совершает преступления, курит, употребляем запрещенные вещества и не обращает на социум, возникает вопрос – почему мы так не можем себе позволить сделать?

Рекомендации, предложенные исследователями, выглядят следующим образом: усилить контроль за тем, какие культурно-идеологические ценности транслируют в сознание молодых людей при помощи массового кинематографа; не допускать популяризацию и одобрение деструктивных установок; развивать критическое мышление формирующейся личности, путем продвижения ценностей и традиций через отечественное кино[5].

Список литературы

1. Босов, Д.В. Отечественный мейнстрим-кинематограф и студенческая молодежь / Д.В. Босов // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2016.
2. Босов, Д.В., Петрунова, Т.В. Предпочтения студенческой молодежи в области западного мейнстрим-кинематографа / Д.В. Босов, Т.В. Петрунова// Научные ведомости Белгородского государственного университета. Философия. Социология. Право. — 2019.
3. Васильева, Т.В. Проблема формирования ценностных ориентаций студентов / Т.В. Васильева // Вестник Кемеровского государственного университета. - 2014.
4. Ильин, И.П. Постмодернизм от истоков до конца столетия: эволюция научного мифа. / И.П. Ильин - М.: Интрада, 2016.
5. Кракашова, В.Д. Влияние кинематографа на сознание студенческой молодёжи / В.Д. Кракашова // Социологические науки, - 2020.

УДК 338.1

Д.А. Страхов

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК СПОСОБ ПРЕОДОЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО НЕРАВЕНСТВА СРЕДИ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. Статья посвящена раскрытию конкретных сфер изучения малого и среднего бизнеса, для более углубленного понимания проблемы сложностей молодежи и её отношению к предпринимательству.

Ключевые слова: молодежь, предпринимательство, малый и средний бизнес.

Отношение молодежи к происходящим в стране событиям - важный фактор для государства и общества. Это выражается в восприятии молодыми людьми жизни современного общества и функционирования государства, в оценке своего места в обществе, а также в содействии его развитию. При этом государство призвано активно проводить молодежную политику, постоянно следить за ее реализацией, проводить систематические мероприятия по решению актуальных проблем молодежи. Молодежь - особая часть общества, положение которой определяется социально-экономическим состоянием общества. Она представляет собой стратегический ресурс для своего развития, разумного пополнения производительных сил общества, являясь не только энергичной, но и быстро обученной рабочей силой [2].

Молодое поколение сталкивается с множеством проблем, связанных с нестабильностью рынка труда, недостатком опыта и знаний, обесцениванием традиционных профессий, дисбалансом спроса и предложения. Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью теоретического обоснования и методического обеспечения построения системы поддержки и развития молодежного предпринимательства в России. К сожалению, молодежь - одна из самых уязвимых групп на рынке труда. По данным Международной организации труда, молодые люди во всем мире сталкиваются с реальными проблемами при поиске достойной работы.

Жизненная практика подтверждает, что с каждым днем увеличивается количество молодых людей, которые считают получение полноценного образования необходимым условием достижения желаемого социального статуса и более высокого материального положения. Профессиональное обучение становится важным элементом инфраструктуры рынка труда, поскольку поддерживает качественно сбалансированный спрос и предложение рабочей силы и во многом определяет эффективность мер по реализации политики занятости молодежи. Чтобы полностью реализовать свой потенциал, молодые люди должны быть вовлечены в работу.

Важнейшими показателями экономической ситуации в стране являются динамика уровня безработицы, емкость и конъюнктура рынка труда, соотношение спроса и предложения на рабочую силу. Согласно

государственной статистике, около трети молодых людей зарегистрированы как безработные в Центре занятости. Однако приведенная выше статистика не в полной мере отражает ситуацию на рынке труда, особенно в молодежном сегменте. Следует отметить, что молодые люди редко обращаются в центр занятости. При этом не учитывается все многообразие новых явлений в сфере занятости, связанных со спецификой российских рыночных отношений. Более 50% молодых людей, занятых на предприятиях государственного сектора, работают неполный рабочий день, около 25% работают неполный рабочий день в различных альтернативных формах занятости.

Это подтверждает, что в молодежной среде происходят процессы социальной дифференциации. Причина: коренная трансформация российского общества и связанные с этим глубокие изменения в его социальной стратификации. Основопологающими критериями социальной дифференциации молодежи являются социальное происхождение и положение, материальные возможности, ценностные ориентации и образ жизни. Из-за низкого спроса на рабочую силу для молодежи стал характерен социальный пессимизм. В связи с этим происходят полярные изменения в мотивации труда, что в конечном итоге может привести к отсутствию баланса в профессиональной структуре рабочей силы. Одним из ключевых способов снижения безработицы является государственная поддержка развития молодежного предпринимательства. Молодые люди в силу возраста находятся в процессе поиска профессионального вида деятельности и часто выбирают предпринимательство. Выдвигаются разные суждения относительно процесса открытия малого бизнеса. Например, американский ученый П. Самуэльсон утверждает, что «люди всегда хотят начать самостоятельный бизнес. Даже если они не зарабатывают больше нескольких тысяч долларов в год». В этом случае главный мотив - стремление решать повседневные проблемы организации своего бизнеса.

Сегодня около 70% зарегистрированных предприятий альтернативного сектора экономики организованы людьми в возрасте 25-30 лет. Малый бизнес позволяет создавать новые рабочие места, способствует демонополизации экономики России, нацелен на формирование нового слоя цивилизованных предпринимателей

Малый бизнес отличается низкой капиталоемкостью и большей трудоемкостью по сравнению с крупным производством. Государству выгодно вкладывать свои ресурсы в развитие малого бизнеса, что дает быструю отдачу, увеличение количества рабочих мест и налоговых поступлений. Важным фактором стимулирования молодых предпринимателей является не только обучение основам ведения бизнеса, но и помощь в открытии собственного дела: выделение льготных кредитов и субсидий, предоставление нежилых помещений на

условиях льготной аренды; помощь с техническим оборудованием на основе лизинга и в составлении бизнес-планов.

В современных условиях система ценностей развивающегося предпринимательского слоя становится значимой для значительной части молодежи района. Формируются рыночные стандарты поведения (экономическая активность и свобода действий, предпринимательский дух, умение идти на риск). Опрос показал, что молодые люди с оптимизмом смотрят в будущее: 23,5% уверены, что будут изменения к лучшему; 34,2% - предлагают только изменения к лучшему; 26,9% - считают, что ничего не изменится; 10,9% - предлагают изменения в худшую сторону; 2,2% уверены в изменениях к худшему; 2,3% - затруднились дать собственную оценку будущего. Как было сказано выше, молодежь - творческая социальная сила, активно вовлеченная в экономические реформы. Это подтверждают эксперты [1, 25]/ определяющие значительную роль молодежи в социально-экономической сфере (62,30%; рисунок 1).

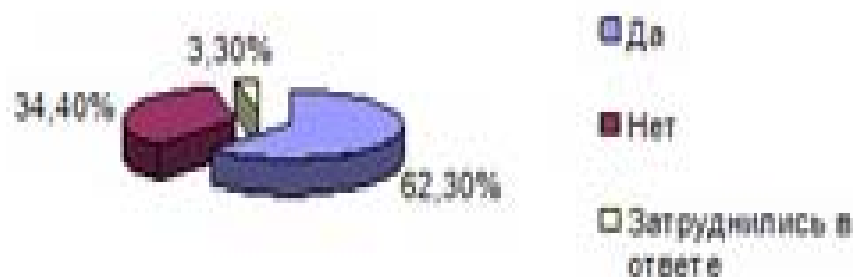


Рис. 1. Мнения экспертов о роли молодежи, в %.

Подводя итоги, за рассматриваемой статистикой наибольшей популярностью у малого бизнеса по-прежнему пользуются: продажи (торговля), строительные работы, транспорт и средства коммуникации. Следует отметить, что современная бизнес-среда характеризуется наличием значительных трудностей при выходе на рынок. К ним относятся, прежде всего, низкая платежеспособность населения, рост транспортных и ряда других издержек, труднодоступность сырья, новых технологий и заемного капитала.

Итак, ухудшение социально-экономической ситуации в стране, ослабление государственной поддержки, несовершенство нормативно-правовой базы, регулирующей экономическую деятельность, административные барьеры, налоговое давление и недоступность инвестиционных ресурсов все больше усложняют ведение молодежного бизнеса. Таким образом, для поступательного развития молодежного предпринимательства важно установить правильные ориентиры как для молодых предпринимателей, так и для государственной политики в этой области. Также следует уделить

внимание новым исследования в этой сфере, ведь большое количество новых проблем, может встретиться на пути молодых предпринимателей. В то же время необходимо критически подходить к навязыванию западных стандартов и уделять наибольшее внимание национальным предпринимательским традициям, основанным на уникальном национальном менталитете.

Список литературы

1. Крутик, А.Б. Введение в предпринимательство // А.Б. Крутик, А.Л. Пименова. - М.: СПб: Политехника, 2011. 234 с.

2. Мелкова Е.Ю., Энвери Л.А., Осипова Л.Б. Проблемы развития молодежного предпринимательства на региональном уровне // Современные проблемы науки и образования. – 2014; [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=15815> (дата обращения: 04.06.2021).

УДК 316.422

М.Н. Таганова

(Нижний Новгород, Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского)

СОЦИАЛЬНАЯ СПРАВЕДЛИВОСТЬ В КОНТЕКСТЕ АКАДЕМИЧЕСКОГО РЫНКА ТРУДА

Аннотация. В статье раскрывается сущность понятия социальной справедливости, а также выделены основные критерии оценки эффективности ее реализации. Затрагивается вопрос поиска компромисса между экономической эффективностью и социальной справедливостью в рамках академического рынка труда. Выявлены слабые стороны обеспечения социальной справедливости в сфере науки и высшего образования.

Ключевые слова: социальная справедливость, академический рынок труда, преподаватели вузов, занятость, образование.

Проблема социальной справедливости относится к наиважнейшим проблемам современного общества. Однако следует отметить абстрактное восприятие идеи социальной справедливости ввиду сложности материализации явления и крайне размытых контуров его определения. Большинство исследователей ассоциируют данное понятие прежде всего с профилактикой социальных конфликтов и эффективным распределением общественных благ, принимая во внимание особенности функционирования общества. Такие факторы, как временные рамки, исторический, политический и культурный контексты, а также характер взаимодействия социальных институтов, в значительной степени определяют семантику понятия социальной справедливости [4].

В качестве меры социальной справедливости часто понимается адекватное соответствие между тем вкладом, которое исследуемый объект вносит в развитие общества, и его признанием, социальным

«рейтингом», выражающимся в различного рода государственной поддержке, авторитетности и ценности явления в обществе [2]. Учитывая важную роль института образования в развитии интеллектуальных ресурсов общества и установлении вектора развития страны, вышеупомянутые критерии должны проявляться в полной мере. В контексте академического рынка труда принцип социальной справедливости заключается прежде всего в адекватном уровне жизнедеятельности работников науки и образования.

Отсутствие соразмерности между вкладом института образования в развитие общества и степенью внимания к нему со стороны государства проявляется в первую очередь в неудовлетворительном финансировании данной сферы (особенно в сравнении с бюджетами других государств). В рейтинге стран мира по уровню расходов на образование Россия занимает 120 место с показателем 3,7% в 2016 году [11].

Кроме того, для современного академического рынка труда характерна своего рода ложная оптимизация образовательной деятельности за счет объединения образовательных учреждений, не вполне оправданных изменений в организации трудового и учебного процессов и т.д. Реорганизационные процессы в системе российского образования, включающие в себя новые правила оплаты труда, административные функции, краткосрочные трудовые договоры и т.д., требуют от профессорско-преподавательского состава коррекции привычной профессиональной деятельности в ответ на новые трудовые условия. Для некоторых работников образования не представляется возможным соответствовать усиленным стандартам научно-преподавательской деятельности, что в конечном итоге стимулирует сотрудников к поиску нестандартных форм занятости, либо выходу из профессии [6]. Так, в 2019 году 78,2% всех выбывших работников покинули образовательные учреждения по собственному желанию. С другой стороны, доля данного мотива в общем выбытии преподавателей имеет тенденцию к снижению. Процент иных причин, не связанных с самостоятельным решением и сокращением, вырос с 18,3% в 2017 году до 19% в 2019 году. За период с 2017 по 2020 год численность профессорско-преподавательского состава в высших учебных заведения снизилась на 6,5% с 245,1 тыс. чел. до 229,3 тыс. чел.

В связи с этим в ряде научных работ не обоснованно поднимается вопрос поиска компромисса между экономической эффективностью и социальной справедливостью. Согласно позиции некоторых авторов, в отличие от института здравоохранения, благотворительности, социальных служб применительно к сфере образования приоритетное значение в решении данного компромисса должно отдаваться именно экономической эффективности [9]. Совершенствование методов организации трудового процесса и

широкомасштабное применение инновационных технологий являются, пожалуй, наиболее очевидными способам повышения экономической эффективности. Отдельного внимания заслуживает процесс цифровизации, охватывающий, в том числе и трудовую сферу. С одной стороны, явление оказывает позитивный эффект на общество в целом, с другой, для неподготовленного населения является источником стресса и потенциальных карьерных неудач. В ряде исследований отмечается, что трансформации в трудовой и образовательной сферах, связанные с технологическими изменениями, делают определенные группы работающего населения неконкурентоспособными на рынке труда из-за отсутствия необходимых адаптационных навыков. Ввиду сложности процесса построения цифровой экономики, подразумевающего в том числе внедрение технологических инноваций в образовательную систему и модернизацию инструментария политики занятости, подчёркивается важность государственного регулирования и поддержки с точки зрения социально-экономических, правовых, и организационных механизмов [3].

Помимо этого, на академическом рынке отмечаются и другие непопулярные методы повышения экономической эффективности, включающие в себя повышение интенсивности труда преподавателей, неоправданно низкие зарплаты, а также процесс кадровой оптимизации, выражающийся в высвобождении персонала [1]. Более того, некоторые авторы, сравнивая труд работников науки и образования с другими сферами, отмечают повышенную незащищенность и ненадежность, проявляемую в практике увольнения по сокращению штата без положенной компенсации [10].

В контексте занятости следует отметить выраженную для нашей страны специфику понимания социальной справедливости, объясняемой смешением принципов, на которых базируется российское общество. Социально-экономическая модель России представляет собой комбинацию элементов постиндустриального и индустриального обществ с сохранением признаков традиционного. В связи с удерживающимися в российском обществе традиционными проявлениями для большинства работающего населения в стране (до 60%) социальная справедливость ассоциируется с уровнем заработной платы (без подработок), обеспечивающим достойное качество жизни, включающее возможности саморазвития [7]. Таким образом, в некотором смысле масштаб и характер распространения вторичной занятости на академическом рынке труда является показателем социальной справедливости по отношению к сфере высшего образования. Принимая во внимание специфику академического рынка труда, характеризующуюся большей долей вовлеченных в дополнительную работу сотрудников по сравнению со средним показателем по стране (65% и 5-10% соответственно), вполне

допустимо предположение о нарушении в системе принципа социальной справедливости[8]. Анализ мотивов вторичной занятости демонстрирует стремление к увеличению материального дохода как одну из первостепенных причин совместительства. Имеющиеся данные показывают, что получение дополнительного заработка является основным критерием официальной подработки в рамках одного учебного заведения для 45% преподавателей [5].

Таким образом, вопрос применения принципа социальной справедливости в отношении работников науки и высшего образования в условиях специфичной модели развития нашего общества представляется крайне актуальным и востребованным. Слабые места в соблюдении этого принципа в России выражаются прежде всего в недостаточном государственном участии относительно финансирования и не всегда последовательной политики изменения структуры образовательных учреждений. Очевидно, что необходимы новые оптимизационные и модернизационные процедуры организации трудового и учебного процессов, контроля соблюдения правовых норм и создания, таким образом, достойных условий труда и жизнедеятельности работников Вузов, адекватных той миссии, которую несет институт образования.

Список литературы

1. Бернацкий Г.Г. Экономическая эффективность против социальной справедливости в российском образовании // Право и современная наука. 2018. С. 19-21.
2. Гулина Н.А., Роголев А.И. Социальная справедливость в сфере современного российского образования // Современный город: социальность, культуры, жизнь людей. 2014. С. 310-313.
3. Золин И.Е. Роль цифровой экономики в развитии системы непрерывного образования // LogosetPraxis. 2019. Т. 18. № 1. С. 41-51.
4. Ильина О.А. Понятие социальной справедливости в контексте образования // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии. 2015. С. 36-43.
5. Кулакова А.В., Рощина Я.М. Типология и факторы «портфелей работ» российских ученых // Форсайт. Т. 4. №4. 2010. С. 42-55.
6. Лапина Т.А. Нестандартная занятость научно педагогических работников российских вузов // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. 2020. Т.18. №4. С. 75-81.
7. Мкртумова И.В. Новые векторы социальной справедливости в эпоху постиндустриальной занятости // Отечественный журнал социальной работы. 2018. №3 (74). С. 53-61.
8. Рощина Я.М. Динамика позиций учащихся и преподавателей на рынке образовательных услуг: 2006-2007 гг. // Мониторинг экономики образования. Информационный бюллетень №1 (33). М.: Министерство образования и науки Российской Федерации, Государственный университете – Высшая школа экономики. 2008.

9. Сквирский В.Я. К вопросу о компромиссе между принципами социальной справедливости и экономической эффективности в образовании // Экономика образования. 2012. №1. С. 108-112.

10. Чуйкова Т.С. Неустойчивая занятость в академической среде: психологические следствия и векторы реагирования // Педагогический журнал Башкортостана. 2021. №2 (92). С. 74-85.

11. Рейтинг стран мира по уровню расходов на образование. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://gtmarket.ru/ratings/global-education-expenditure> (дата обращения: 15.10.2021)

УДК 330

В. А. Толкунов

(Брянск, Брянский филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»)

БЕДНОСТЬ КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГЕОСТРАТЕГИЧЕСКОЙ ТЕРРИТОРИИ

Аннотация. Анализируется социально-экономическая ситуация в приграничном регионе – Брянской области. Доказывается, что угрозу экономической стабильности региона создают естественная убыль и миграционный отток, во многом вызванные низким уровнем жизни населения. Предлагаются меры по оптимизации структуры региональной экономики и укреплению человеческого потенциала Брянской области.

Ключевые слова: регион, экономика, экономический потенциал, уровень жизни бедность, естественная убыль, миграционный отток.

Социально-экономическая ситуация в субъектах Федерации сильно различается. Сохраняется значительный разрыв в уровне жизни людей в разных частях страны, что побуждает их переезжать туда, где, по их мнению, они смогут реализовать свой потенциал и обеспечить достойную жизнь своим детям. Противостоять миграционному оттоку можно только путем создания благоприятных условий для проживания во всех частях страны. Именно это должно стать главной целью государственной политики регионального развития. Пока до достижения этой цели далеко. В данном исследовании анализируется социально-экономическое положение одного из приграничных регионов России – Брянской области.

Экономические возможности территории принято оценивать душевым ВРП. В 2018 г. в Брянской области этот показатель составлял 272742,5 руб. на человека, что соответствует 64-му месту. Среднероссийский показатель в этом году был в 2 раза больше – 578740,0 руб. на душу населения. Еще более низкие позиции среди регионов этого округа занимает только Ивановская область. Что вызывает особое беспокойство, это то, что совсем рядом – в соседних с Брянской областью Калужской и Курской областях этот индикатор

значительно больше – в 1,7 и 1,4 раза соответственно. Экономический потенциал также находящейся на границе с Брянской областью Орловской области тоже заметно выше, хотя и не так сильно – на 14 % [2, с. 492].

Наши опасения связаны с оттоком жителей Брянской области, что происходит в этом регионе в последние годы [2, с. 90]. Особенно активны, протекают такие процессы, когда возможность приложения сил с желаемой отдачей существует недалеко – соседние с Брянской областью регионы характеризуются более высокой экономической активностью. Это может ослабить человеческий потенциал территории и создать угрозы для реализации крупномасштабных программ, а также проектов, основанных на инновациях. Поскольку к поиску работы с достойной оплатой, как правило, прибегают уверенные в себе высокопрофессиональные специалисты, а также мобильная и не обремененная семейными заботами молодежь. И то и другое губительно для региона, не обладающего конкурентными преимуществами в части сырьевой обеспеченности, что позволяет использовать экстенсивные факторы экономического развития.

В условиях слабости природно-ресурсной базы главным направлением государственной экономической политики должен стать курс на инновационное развитие. Для его реализации нужны молодые хорошо образованные работники, не загруженные шаблонами и стереотипами, способные мыслить креативно, искать и находить неординарные решения, что требуется в условиях повышенной неопределенности; быстро обучаться новым приемам и методам труда, что происходит при смене технологий. При всем уважении к опытным сотрудникам старшего возраста, именно в силу возрастных особенностей им сложно быстро перестраиваться. А простои современного, как правило, дорогостоящего оборудования очень дорого обходятся.

По темпам экономического развития рассматриваемый регионе, имеющий статус геостратегической территории, к числу лидеров также не относится: в 2010 – 2018 гг. валовой внутренний продукт РФ увеличился в 2,3 раза, валовой региональный продукт Брянской области – в 2,2 раза [2, с. 490]. Не вселяет больших надежд на прорывное развитие и значительное отставание, которое наблюдается по такому показателю, как инвестиции в основной капитал на душу населения. В Брянской области этот во многом определяющий перспективы развития индикатор был в 2,5 раза меньше, чем в среднем в стране и в 2,7 раза меньше, чем в ЦФО: 53450 руб. (74-е место) против 131631 руб. и 143702 руб. соответственно. Среди регионов ЦФО еще более низкая инвестиционной привлекательностью обладают только Ивановская (85-е место) и Костромская (83-е место) области [2, с. 517].

Ключевой отраслью региональной экономики является сельское и лесное хозяйство. На долю этого вида экономической деятельности в структуре валового регионального продукта Брянской области приходится наибольшая часть – 19 %. На втором месте по вкладу в ВРП области – обрабатывающие производства с удельным весом в 18 %. Еще 17 % генерируют торговые организации, 8,5 % – предприятия, занятые транспортировкой и хранением.

Сравнительно большой удельный вес в структуре региональной валовой добавленной стоимости принадлежит сектору государственного управления – 7 %. В то время, как в РФ и ЦФО этот показатель в 1,6 раза меньше – 4,5 %. Это может быть связано со значительной численностью аппарата государственного управления или / и высокой заработной платой этой категории занятых в экономике области.

Считаем необходимым оптимизировать численность сотрудников государственных органов власти. В 2019 г. удельный вес сотрудников органов государственного управления и обеспечения военной безопасности, а также социального обеспечения в Брянской области составлял 9,5 % [2, с. 48 – 49]. В структуре занятых в российской экономике на эту категорию приходилось 5,1 % [4, с. 120].

Здравоохранение генерирует 5 % ВРП Брянской области, строительство – 4 %. Сложно поверить в то, что такой вид экономической деятельности, как деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений приносит в формирование валовой добавленной стоимости области в 2 раза высокий вклад, чем структурная доля этого вида деятельности ВВП страны: 1,8 % против 0,9 % (2018 г.) [2, с. 504 – 505].

Сомнения усиливаются после знакомства со статистикой по численности и величине заработной платы этой категории работающих. В 2019 г. численность занятых в организациях сферы культуры, спорта, организации досуга и развлечений в структуре занятого населения Брянской области была равна 1,65 % от общего числа занятых в экономике региона [1, с. 48 – 49]. Заработная плата работников этой сферы в Брянской области – одна из самых низких в России: 25725 против 41878 руб. в месяц. Более низкий уровень оплаты труда работников культуры зафиксирован еще в Ивановской области, Республике Калмыкия, всех северокавказских республиках, Республике Мордовия, Кировской области и Алтайском крае [2, с. 247 – 249]. Эти обстоятельства вызывают сомнения в достоверности статистических данных об удельном весе экономической деятельности в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений в структуре ВРП Брянской области.

Необходимо обратить внимание и на такую особенность экономики Брянской области, как слабое развитие отраслей, обеспечивающих разработку и внедрение инноваций: удельный вес в ВРП Брянской

области научно-технической деятельности – 1,8 % (против 4,1 % в РФ и 6,3 % в ЦФО); деятельности в области информации и связи – 2,2 % (против 3 % в РФ и 4,7 % в ЦФО [2, с. 504 – 507]. Особо выделяем эти виды деятельности, поскольку для региона, природно-сырьевая база которого очень слаба, ключевым направлением развития должно стать широкое внедрение инноваций.

По оценкам ВШЭ, разрабатывающей рейтинг инновационного развития субъектов РФ, Брянская область входит в III группу, объединяющую 29 субъектов РФ, для которых характерно отставание по величине совокупного индекса инновационного развития от первого региона в рейтинге более чем на 40 %, но не более чем на 60 %, и занимает 53-е место в РФ. Из 5 блоков индикаторов, составляющих структуру российского регионального инновационного индекса, наиболее низкое место Брянская область занимает по социально-экономическим условиям инновационной деятельности – 67-е, самое высокое – по качеству инновационной политики – 26-е место в РФ. По другим слагаемым сводного индекса рейтинговые позиции Брянской области оказались следующими: по научно-техническому потенциалу – 38-е, по инновационной деятельности – 44-е, по экспортной активности – 63-е место в стране [3, с. 83 – 84].

Серьезным ограничением для инновационного развития Брянской области может стать демографическая ситуация в регионе: численность его населения быстро сокращается: в 2020 г. она составляла 1192,5 тыс. чел., что на 19 % меньше по сравнению с 1989 г. [1, с. 41]. Для современной демографической картины в Брянской области характерно одновременное воздействие и естественной убыли, и миграционного оттока [2, с. 75, 91].

Уровень рождаемости в Брянской области, судя по общему коэффициенту рождаемости, низкий: 8,3 чел. на 1000 чел. населения (74-е место) против 10,1 промилле в РФ и 9,3 промилле в ЦФО. Суммарный коэффициент рождаемости в Брянской области тоже существенно ниже его значений в РФ и ЦФО: 1,321 против 1,504 и 1396 детей на 1 женщину соответственно.

Показатели смертность в Брянской области, напротив, выше, чем в среднем в России и ЦФО: 14,7 случаев на 1000 чел. населения против 12,3 промилле и 12,6 промилле соответственно. Вследствие такого соотношения рождаемости и смертности численность населения Брянской области в последние 10 лет сокращается на 0,5 – 0,6 % ежегодно [2, с. 65, 67. 77].

Усугубляет демографическую ситуацию миграция. Вследствие межрегионального обмена население Брянская область ежегодно теряет 2 – 4 тыс. чел. [1, с. 44]. Главные причины демографического неблагополучия – отставание региона по уровню жизни населения. Так, реальные денежные доходы жителей области за последние 10 лет

практически не изменились. В среднем в стране прирост этого показателя в 2010 – 2019 гг. составил 1,7 %, в ЦФО – 2,8 %, в Брянской области – 0,5 %. По реальной начисленной заработной плате в анализируемый период тоже отмечается отставание: 4 % против 5 % в РФ и 6 % в ЦФО. Пенсии жителей региона в реальном исчислении в 2019 г. в сравнении с 2010 г. даже уменьшились – темп роста составил 99,5 % против 100,8 % в РФ и 100,4 % в ЦФО. Высоким остается и уровень бедности: если в 2019 г. в РФ в целом удельный вес населения, имеющего денежные доходы ниже величины прожиточного минимума, составлял 12,3 % от общей численности населения страны, в Брянской области этот показатель был равен 13,8 % [2, с. 232, 234, 236, 278].

Таким образом, выраженная негативная демографическая динамика, характерная для Брянской области и во многом связанная с низким уровнем жизни, требует усиления мер государственной поддержки для обеспечения опережающего развития этой приграничной территории, поскольку ослабление человеческого потенциала геостратегических территорий создает угрозы экономической безопасности страны в целом.

Список литературы

1. Брянская область в цифрах. 2020: Крат. стат. сб. / Брянскстат. – Брянск, 2020.
2. Регионы России. Социально-экономические показатели: Стат. сб. / Росстат. – 2020.
3. Рейтинг инновационного развития субъектов Российской Федерации. Выпуск 6 / Г. И. Абдрахманова, С. В. Артемов, П. Д. Бахтин и др.; под ред. Л. М. Гохберга; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2020.
4. Российский статистический ежегодник. 2020: Стат. сб. / Росстат. – М., 2020.

УДК 316.6

И.Г. Гоношилина

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ПРОБЛЕМЫ НЕРАВЕНСТВА И СПРАВЕДЛИВОСТИ В РОССИЙСКИХ РЕГИОНАХ (ОБЗОР МАТЕРИАЛОВ УЧАСТНИКОВ КОНФЕРЕНЦИИ)

Аннотация. В работе представлены результаты исследований современных ученых по проблемам неравенства и справедливости в российском обществе.

Ключевые слова: социальная справедливость, социальное неравенство, молодежь, ожидания, установки, политическая активность, цифровые коммуникации.

Всероссийская научная конференция «Социальное неравенство и социальная справедливость в российском обществе: содержательный и коммуникативный аспекты», организованная кафедрой «Политология, социология и связи с общественностью» Ульяновского государственного технического университета, посвящена обсуждению проблем,

связанных с представлениями современных исследователей о сущности явления социального неравенства, социальной справедливости и о путях достижения социально справедливого общества. Тема, предложенная организаторами конференции, интересует исследователей, практиков, студентов из разных городов Российской Федерации, о чем свидетельствует широкая география присланных на конференцию научных статей (нами получено около 70 научных статей из Санкт - Петербурга, Москвы, Твери, Нижнего Новгорода, Брянска, Казани, Ульяновска, Пензы, Сургута). Их работы отражают следующие аспекты: экономическое неравенство и справедливость в материально-имущественной сфере, цифровые коммуникации, интересы молодежи в сфере досуга, социальная справедливость в образовательной сфере, ценностные ориентации современной молодежи. Значительная доля авторов из Твери, Брянска, Санкт-Петербурга и Ульяновска. исследует в своих работах проблему достижения справедливости в материальной сфере (С.В.Михайлов, В.А. Толкунов, К. С. Ковалева, С.С. Князев, Н.С.Андреев и др.). Например, С.В. Михайлов (Тверь), анализируя мнения и оценки региональной студенческой молодежи ведущего вуза Тверской области по проблематике социального неравенства ставит в своей статье актуальный вопрос: как студенты относятся к социальному неравенству, чем, по их мнению, оно вызвано? [9, с. 29]. Автор показывает, что большая часть респондентов посчитало социальное неравенство негативным фактором: 71% опрошенных заметили, что в молодежной среде к социальному неравенству относятся отрицательно, а самыми значительными проявлениями социального неравенства ими была названа безработица, социальная незащищенность молодежи, недостаточная доступность высшего образования, необеспеченность собственным жильем [9, с. 28-30]. Интересное исследование по изучению проблемы бедности в Брянской области было предложено исследователем В. А. Толкуновым (Брянск) [5]. Ученый показывает, что угрозу экономической стабильности региона создают естественная убыль и миграционный отток, во многом вызванные низким уровнем жизни населения, и считает, что поскольку для региона, природно-сырьевая база которого очень слаба, ключевым направлением развития должно стать широкое внедрение инноваций [5]. Продолжает анализировать эту тему и молодой исследователь К. С. Ковалева (Санкт-Петербург) [8]. Автор отмечает, что к числу регионов, в которых по оценкам экспертов, разрабатывавших Стратегию пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 г., в которых сложились условия для формирования научно-образовательных центров мирового уровня, относятся только 3 региона из списка лидеров по внедрению в производство технологических инноваций – г. Москва, г. Санкт-Петербург и г. Ростов-на-Дону [8]. Но, практика

показывает, что даже высокий уровень образования населения и наличие на территории региона крупнейших вузов не способно задержать молодых людей на малой родине, которые, получив образование, стремятся уехать в столичные агломерации и крупные промышленные центры, поскольку тот уровень оплаты труда, который им предлагается при первичном трудоустройстве, их совсем не устраивает [8].

Проблеме социальной справедливости в образовательной сфере посвящены исследования А. И. Чумаченко, А. К. Карцевой, Е. В. Васильевой, С. О. Хазовой и др. Так, А. И. Чумаченко и А. К. Карцева (Санкт-Петербург), поднимая вопрос доступности качественного высшего образования, показывают, что отсутствие возможности получения качественного высшего образования в родном городе (регионе) побуждает молодежь к переезду, после чего не многие возвращаются на родину, что приводит к ослаблению кадрового потенциала регионов [4]. Ученые констатируют, что растущие требования современного производства к качеству рабочей силы требуют, чтобы система высшего образования в регионах была гибкой и быстро перестраивалась под меняющиеся запросы рынка труда [4]. Неоднозначную оценку процессов, происходящих в сфере образования сегодня, демонстрируют молодые исследователи А.В. Шиндязова, Е.В. Васильева и С.О. Хазова (Ульяновск). Например, А.В. Шиндязова отмечает, что одним из необходимых условий успешной реализации профессиональных планов современного человека является образование; всё больше молодых людей начинают осознавать зависимость карьеры от образования, и результаты многих социологических исследований свидетельствуют об усилении потребности современных россиян в получении высшего образования [2, с.247-248]. Образование занимает далеко не последнее место в ценностных ориентациях молодёжи. Ведь оно помогает поддерживать установленные обществом моральные, интеллектуальные ориентиры и одновременно выступает как важный фактор развития социума. Человек, который овладевает уникальными знаниями, быстрее адаптируется к постоянно меняющимся условиям общества, становится активно развивающейся личностью [2, с.247-248]. С другой стороны, автор С.О. Хазова сигнализирует о тревожной тенденции среди студентов - потеря интереса к образовательной деятельности, отсутствие желания получать знания, приобретать навыки, чтобы стать хорошими специалистами в будущем [1, с.255-256]. Большинство студентов, по мнению автора, посещают учебные заведения для того, чтобы весело провести время, пообщаться с друзьями, а не узнавать для себя новую информацию, развиваться и совершенствовать себя. Многие студенты часто прогуливают пары, из-за чего потом появляются проблемы с учебой, все начинают сдавать накопившиеся долги и ходить

на пересдачу, чтобы закрыть сессию[1,с.255-256]. Следовательно, по нашему мнению, различные тенденции, происходящие в сфере образования, обусловлены региональными условиями, от которых могут зависеть и качество образовательных услуг, и ценностные основы поведения молодых людей.

Вызывает определенный интерес и исследование Е.В.Васильевой, которая рассматривает коммуникационные инновации как мощный источник развития образовательных и культурных учреждений[7, с.27]. На основе проведенного в Ульяновском государственном техническом университете исследование делает вывод, что среди основных задач внутренних связей с общественностью в вузе выделяются следующие: разработка внутренней коммуникационной политики университета и контроль за ее реализацией; диагностика и коррекция состояния внутренней организационной среды (социально-психологический климат, осведомленность, мнения, статус и поведение внутреннего аудитора вуза.); гармонизация отношений между университетом и его внутренним сообществом, основанная на принятии основных принципов организационной культуры; информационная поддержка всех кафедр университета; поддержка коммуникаций и незабываемых дат университета; корпоративные мероприятия [7,с.27].

В поле зрения авторов находится и проблема ценностных ориентаций современной молодежи (В.А. Михайлов, Л.Н. Липатова, А.А. Лапина, А.Д. Спасова, Е.С.Папина и др.). В.А. Михайлов и Е.С. Смирнова (Тверь) анализируют ценностные ориентации региональной студенческой молодежи на примере Тверского государственного университета [10, с.120-122]. Отчасти соглашаясь с мнениями социологов в отношении того, что у современной российской молодежи фиксируется ценностно-нормативный кризис, связанный с переоценкой этических, культурных и духовных ценностей предшествующих поколений, ученые подчеркивают, что ценностные ориентации молодежи явно сдвинулись в сторону «духовного» компонента, продвинув в первый ряд важность творчества и саморазвития: «Для современной молодежи одной из важнейших ценностей является ценность самореализации, а одним из заметных опасений – страх не реализовать себя в жизни (49,6% опрошенных)... [10, с.125-126]. Исследователи Л. Н. Липатова и Н. А. Пруель (Санкт-Петербург) заостряют внимание на ценности здорового образа жизни[6]. Они отмечают, что предпринимаемые властями меры направлены на активизацию гражданского самосознания в деле сохранения собственного здоровья, обеспечения доступности знаний о мерах по его укреплению, а также предотвращению заболеваний, усилению массовых профилактических мероприятий [6].

А молодой автор Е.С.Папина (Ульяновск) рассматривает влияние рекламы на формирование ценностных предпочтений молодежи в

сфере здравоохранения [3, с. 45-49]. Как показало исследование, жители города в возрасте от 18-35 лет считают, что реклама в сфере здравоохранения должна быть направлена не на конкретный товар/услугу, а на изменение культурных ценностей. «Донести мысль о последствиях халатного отношения к здоровью» [3, с. 45-49]. Таким образом, краткосрочный не планируемый эффект «коллективная реакция» вызывает положительную реакцию у жителей в возрасте от 56 лет и старше, может изменить их мнение к рекламируемому товару. Краткосрочные планируемые эффекты «индивидуальный отклик», «кампания в СМК» вызывает положительную реакцию у жителей города Ульяновск в возрасте от 36 лет и старше. Чем старше респондент, тем лучше он воспринимает этот эффект рекламы. Это объясняется тем, что у потребителей рекламы возникают когнитивные последствия. Последствия, которые изменяют наши знания и мышление в лучшую сторону. Долгосрочные не планируемые эффекты «Социализация», «Культурные изменения» вызывают положительную реакцию у респондентов всех возрастных групп. Эффект «Предоставление социальной реальности» вызывает положительную реакцию у респондентов возрастных групп от 36 лет и старше. Долгосрочный планируемый эффект «Распространение инноваций» вызывает положительную реакцию у респондентов разных возрастных групп от 18 лет и старше [3, с. 45-49].

Таким образом, исследователи формулируют общий вопрос: что есть социальная справедливость, какими путями она достигается, в каких формах проявляется социальное неравенство, как его преодолеть? Надеемся, что организованная нами конференция позволит дать ответы на эти вопросы.

Список литературы

1. Акутина, С. П. Формирование смысла о жизненной концепции современного студенчества в процессе профессионального воспитания в вузе / С. П. Акутина, Т. В. Калинина // Научный диалог. — 2016. — № 3 (51). — С. 255—266
2. Борзиева, З.М. Ценностные ориентации современной молодежи / З. М. Борзиева // Молодой ученый. — 2018. — № 52 (238). — С. 247-248.
3. Курьяков, И.А. Экономическая эффективность рекламы / И.А. Курьяков, Н.Н. Каштанов, Н.Н. Николаенко. — Сибирский торгово-экономический журнал. — 2008. — №7. — С. 45-49
4. Рабочая сила, занятость и безработица в России (по результатам выборочных обследований рабочей силы). 2020.: Стат.сб. / Росстат. – М., 2020.
5. Рейтинг инновационного развития субъектов Российской Федерации. Выпуск 6 / Г. И. Абдрахманова, С. В. Артемов, П. Д. Бахтин и др.; под ред. Л. М. Гохберга; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2020.
6. Рекомендации по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания.

Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов : сайт. URL: <https://docs.cntd.ru/document/420374878> (дата обращения: 13.09.2021).

7. Ромашко, Т. В. Концептуализация коммуникационной деятельности отечественного вуза [Текст] / Т.В.Ромашко // Вестник Герценовского университета. – 2014. – С. 27

8. Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года (Утверждена Распоряжением Правительства РФ от 13.02.2019 № 207-п) [Электронный ресурс] – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_318094/ (дата обращения 22.09.2021)

9. Студенчество России о социальном неравенстве и социальной справедливости: сборник научных статей / под общ. ред. Ю.Р. Вишневого. – М.: Российское общество социологов; Екатеринбург: Изд-во УМЦ УПИ, 2016. – 253 с.

10. Ценностные ориентации российской молодежи и реализация государственной молодёжной политики: результаты исследования: монография / под общ. ред. С.В. Чуева]. – М.: Издательский дом ГУУ, 2017. – 131 с

С.В. Цыганова

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

СИМВОЛЫ СЕМЬИ, РЕГИОНА И ГОСУДАРСТВА КАК ИНСТРУМЕНТЫ ОБЪЕДИНЕНИЯ ГРАЖДАН

Аннотация. В работе представлены результаты исследований современных ученых по проблемам неравенства и справедливости в российском обществе.

Ключевые слова: социальная справедливость, социальное неравенство, молодежь, ожидания, установки, политическая активность, цифровые коммуникации

Актуальность исследования ценностных ориентаций современной молодежи подтверждается многими факторами. Во-первых, молодежь всегда играла важную социальную роль – развитие и перемены устоявшихся стандартов, стремление к изменениям в обществе в соответствии с запросами современности. Старшее поколение обычно консервативно, в то время как для молодежи перемены – это естественный и необходимый процесс. Во-вторых, молодежь обладает высокой степенью мобильности по сравнению с другими социальными группами. Так, пятая часть молодежи (20%) планирует уехать на постоянное место жительства за границу после завершения обучения в вузе. [9, С.17] Для государства потеря ценных человеческих ресурсов может обернуться экономическим и демографическим кризисами. В-третьих, мировое сообщество переживает сложный этап глобализации общественных процессов, что обусловлено цифровизацией. Глобализация охватила все сферы общества. Стремление привести все к единым стандартам способствует утрате уникальных символов. Уникальные символические ресурсы отдельных семей и государства

могут стать фактором сохранения важных ценностей в молодежной среде.

Цель данной работы: определить роль символических ресурсов семьи, региона и государства в процессе формирования ценностных ориентаций молодежи. Эмпирическая база работы – авторское исследование методов глубинного интервью: «Символы в жизни людей», выборка – 21 человек. Теоретическая база составляют работы, в которых затронуты вопросы формирования ценностей, теоретические основы функционирования символов в социальном пространстве. Мы обратились к таким авторам, как М.А. Горелкина, Н.В. Маслодудова, А.А. Русанова, А.Н. Тимоховичи др.

Морозова Т.И. и Шмигирилова Л.Н. определяют ценности как важнейший социокультурный механизм интеграции и развития общества. Представляя собой феномен коллективного сознания, ценности выражают общественные идеалы, цели, к которым так или иначе привязаны наиболее предпочтительные способы поведения.[4, С.31] Их можно назвать духовными путеводителями социальной жизни.

Если обратиться к истории развития человеческого общества, можно отметить, что материальные ценности сформировались раньше духовных. Рассмотрим более детально следующие виды духовных ценностей.

Жизненные ценности связаны с общечеловеческими нормами, играют важную роль в жизни людей: любовь, свобода, семья и её защита, здоровье и другие. По результатам исследования «Ценности российской молодежи» (2017 г, выборка 1600 человек) молодые люди проводят свободное время с друзьями (77,7%) и родственниками (50,6%), важно отметить, что каждый пятый (19%) проводит свободное время только в семье.[9, С.21] Данный факт подтверждает ценность ближайшего социального окружения для молодых людей.[7]

Моральные ценности отражают отношение человека к нормам нравственности, как он оценивает поступки других людей: честь, совесть, справедливость, ответственность, долг и другие. Исследования указывают на то, что нравственные и моральные ценности не входят в список базовых ценностей современной молодежи, а духовные и культурные ценности занимают последние позиции.[6] Это связано с тем, что молодежь согласовывает свою систему ценностей, прежде всего с критериями жизненного успеха. Такие понятия, как честно прожитая жизнь, чистая совесть, скромность отходят, к сожалению, на второй план.

Социальные ценности связаны с межличностными отношениями и представлением человека о роли общества и своем месте в нем. В данной категории можно выделить следующие ценности: принадлежность к определенной социальной группе; друзья; коммуникативные способности; политические взгляды и убеждения; социальный статус.

Интересные тенденции наблюдаются по отношению к коммуникативным способностям. В структуре досуга молодых людей общение с друзьями занимает лидирующие позиции: 44% респондентов отмечают, что общаются с друзьями оффлайн; 48,6% общаются с друзьями онлайн. Виртуальное общение начинает преобладать.[9, С.19] Современные молодые люди практически с рождения пользуются интернетом и современными технологиями, и это значительно отличает их от предыдущих поколений. Их образ жизни и работа формируются под влиянием этих технологий, что способствует появлению у них совершенно иного набора целей, убеждений, стремлений и даже страхов.[3, С.217]

Если обратиться к теоретическим основам символического интеракционизма, можно отметить плотные пересечения между ценностями и функциями символов. Русанова А.А. отмечает, что ключевой мыслью Дж. Мида было утверждение, согласно которому именно символы, приобретаемые в процессе социализации, формируют личность и ее социальные действия. И именно благодаря символическим значениям и универсумам человек осваивает окружающий мир. Используемые в происходящих процессах глобализации символы изменяют и природу человека, и систему ценностных ориентиров и установок.[5, С.32-33]

Функция социальной идентификации проявляется в процессе взаимодействия индивида с другими людьми, согласно И. Гоффману социальная идентичность индивида в данном контексте связана с типизацией его личности другими людьми на основе атрибутов социальной группы, к которой он принадлежит. Благодаря функции социальной интеграции устанавливаются связи между самостоятельными социальными объектами, которые порождают целостную систему, действующую на основе общих целей, интересов. Функция формирования ассоциативных связей позволяет формировать устойчивые связи между территорией или организацией и отдельными событиями, предметами, которые отражены в конкретных символах. Эти связи устанавливаются в процессе многократного взаимодействия индивида с интерпретацией определенного символа. Функцию демонстрации статуса можно определить, как взаимодействие между индивидами, которое строится на основе демонстрации символов в качестве признаков социальной успешности одними и считывании этого значения другими. Функция сохранения памяти осуществляется благодаря механизму культурной памяти, в основе его действия находятся символы. Функция подкрепления определенной идеи осуществляется на основе идентификации с символами культуры, поэтому подкрепление в своей основе связано с образами места (дом, организация, территория), где эти символы существуют. Перечисленные функции связаны с рядом социальных ценностей.

В социальном пространстве семьи происходит формирование личности человека. В семье индивид осваивает нормы общественной жизни и культуры, а также традиции, моральные и религиозные ценности. Исследователи Топичев М.С. и Холова Л.А. считают, что современная российская молодежь рассматривает семью, как «узкородственную, традиционную группу людей, которые связаны общим бытом и досугом». И для них она остается одной из главных ценностей.[8, С.97] Исходя из полученных данных исследования «Символы в жизни людей», можно с уверенностью сказать, что семейные реликвии представляют ценность для людей разных поколений, в том числе и для молодежи. Только 2 из 21 респондентов ответили отрицательно на вопрос о наличии семейных реликвий, но стоит отметить, что в ходе интервью, они отмечают, что хотели бы передать что-то потомкам: «Да, для того, чтобы оставить после себя след» (интервью №8), «Да, хотела бы» (интервью №1). Совместное проживание является отождествлением себя с семейной группой. Предметно-пространственный мир кодирует многопоколенный семейный опыт, опосредованно направляя деятельность человека. [1, С.164] Поэтому для людей важно сохранять семейные реликвии и передавать их потомкам.

Если рассматривать функционирование семейных реликвий в социальном пространстве семьи, то можно говорить о том, что они выполняют функцию сохранения семейных ценностей и связи поколений. Люди узнают о семейных реликвиях от родителей, бабушек и дедушек: «Про вещи, которые ценны для нашей семьи, рассказывали родители» (интервью №6), «Об этих вещах мне рассказала бабушка» (интервью №7), «Об этом предмете узнала от бабушки» (интервью №10), «Откуда у нас эти вещи мне рассказали родители» (интервью №13).

Интересно, что значительный вклад в сохранение связи поколений делают классные часы и уроки обществознания и истории, во время которых ученикам необходимо составить генеалогическое древо и рассказать о своей семье. Несмотря на то, что подобные уроки проходят довольно редко – 1-2 раза за время обучения в школе, респонденты уже во взрослом возрасте отмечают, что многое о своей семье узнали в процессе подготовки к этим занятиям: «Еще в детстве видела их, но только в подростковом возрасте для классного часа перед Днем победы я подробно расспросила родителей о них» (интервью №5).

Среди молодежи отмечается потребность не только передать те семейные реликвии, которые существуют на данный момент с целью сохранить семейную историю, но и оставить что-то лично от себя, оставить свой след в истории рода: «Я бы хотела передать следующим поколениям свое любимое кольцо. Потому что это будет частичкой меня, и когда меня не будет рядом физически, у них останется

воспоминание» (интервью №6), «Я хотела бы передать какое-нибудь необычное украшение и обязательно придумать о нем какую-то притягательную историю, о том, что оно приносит удачу или исполняет желания» (интервью №13).

Человек как часть своей семьи разделяет ее ценности. Он знает, как поступали его предки в прошлом, думает об этом, принимает и примеряет это на себя. Такое знание и такие раздумья меняют ощущение мира и пространство решений современного человека: он понимает, что за его спиной стоит несколько десятков человек, его предков, которых он, возможно, никогда в своей жизни не видел, но они ему близки. Он начинает понимать и чувствовать, что он не один. [2]

Говоря о важных местах и символах Ульяновской области, молодые люди выделяют исторические личности и места, связанные с их именами, природу Ульяновской области: «В первую очередь про Ленина, потом про природу, ветропарк. В Ульяновской области очень красивые места» (интервью №6). «В первую очередь расскажу о природе Ульяновской области. Места для посещения будут связаны также с какими-нибудь природными особенностями: озера, леса, конечно же, река Волга» (интервью №8), «Летом можно съездить в Ундоры, осенью в Языково и по пути на родину Пластова в Прислониху, там есть небольшой музей» (интервью №13).

В рамках исследования мы решили узнать, как относятся жители региона относятся к ветропарку и ИТ-компаниям. Ветропарк воспринимается молодыми людьми положительно: «Наличие ветропарка говорит о дальновидности и современности взглядов» (интервью №8), «Возведение ветропарка указывает на то, что город развивается и инвесторы видят в нем какие-то преимущества по сравнению с другими» (интервью №13). Респонденты также положительно оценивают развитие ИТ-кластера в регионе: «Функционирование на территории Ульяновской области известных в России и мире ИТ-компаний говорит о регионе, как о современной площадке для привлечения в регион новых инвесторов. И факт, благодаря которому наши земляки, лучшие специалисты, останутся в родном крае» (интервью №8), «Наличие таких компаний повышает имидж города. Отношение жителей, думаю, в большинстве случаев положительное» (интервью №21).

Молодежь Ульяновской области знакома с историей региона, молодые люди могут рассказать о талантливых земляках – исторических личностях, показать важные архитектурные сооружения, музеи и памятники. По сравнению с более старшими поколениями молодежь хорошо осведомлена о современном уровне развития города, о развивающихся современных предприятиях, компаниях, о новых культурных пространствах. Это еще раз подтверждает мысль о том, что

молодежь более динамична, быстро ориентируется в изменяющейся среде.

Чтобы узнать отношение жителей Ульяновска к официальной символике России, мы обратились к ситуации, связанной со спором «Россия против ВАДА», в результате которого до 16 декабря 2022 года российские спортсмены не смогут выступать под флагом и гимном своей страны на чемпионатах мира и Олимпийских играх. На вопрос о влиянии запрета на использование официальной символики на престиж страны, представители молодежи ожидаемо ответили, что это отрицательное событие: «На международной арене это сильно принижает нашу страну» (интервью №21), «Это очередная попытка испортить имидж нашей страны. Тут, скорее всего на престиж страны должна повлиять реакция нашей стороны на это решение. Насколько я знаю, наши не сдаются и сделали форму сборной максимально российской» (интервью №13). Молодые люди в данном споре отстаивают позицию России, что может говорить о высоком уровне патриотизма среди данной возрастной группы. Это подтверждают результаты исследования «Ценности российской молодежи»: чуть меньше 75% респондентов считают себя патриотами. На вопрос «Считаешь ли ты себя патриотом?» 33,3% ответили утвердительно; 41,4% отметили, что скорее считают себя патриотами, чем не считают.[9, С.34]

Итак, символические объекты прочно закреплены как в физическом, так и социальном пространстве молодежи. В межличностном общении и в массовых коммуникациях информация закрепляется в сознании индивидов с помощью символов. Символ, можно сказать, является триггером, который вызывает у человека определенные воспоминания и ряд ассоциаций при взаимодействии с ним. Символические ресурсы семьи, региона и государства участвуют в формировании личности молодого человека, взаимодействуя с ними индивид чувствует сопричастность к тому сообществу, чьи ценности он разделяет. Из чего следует, что этап знакомства с семейными реликвиями, официальными и неофициальными символами территориальных субъектов играет важную роль в становлении личности, способной полноценно взаимодействовать с обществом.

Список литературы

1. Горелкина, М.А. Семейная микрокультура как ценностно-смысловая ориентация в эпоху нестабильности / М.А. Горелкина // Психологические проблемы смысла жизни и акме. – 2020. – №25. – С. 162-164.

2. Корнеевская И. Почему обществу важна семейная история / Familio.Media., 2020 [Электронный ресурс] URL: <https://familio.media/history-and-we/pochemu-obshhestvu-vazhna-semejnaya-istoriya/> (дата обращения: 10.05.2021).

3. Маслодудова, Н.В. Ценностные ориентации современной молодежи российских регионов / Н.В.Маслодудова, В.Е. Шинкевич // Социально-гуманитарные знания. – 2019. – №5. – С. 212-220.

4. Морозова, Т.И. К вопросу о самоорганизации современной молодежи /Т.И. Морозова, Л.Н.Шмигирилова// Человек и труд – 2011. – №5. – С. 30-33.

5. Русанова, А.А. Конструктивная и деструктивная роль символа как объекта культурной идентичности в процессах глобализации / А.А. Русанова, Н.А. Лукьянова // Философская мысль. – 2017. – №5. – С. 31-44.

6. Семенов, В.А. Ценностные ориентации современной молодежи/В.А. Семенов // Социологические исследования. – 2007. – №4. – С. 37-43.

7. Тимохович, А.Н. Включенность молодых людей в субкультуры: результаты эмпирического исследования / А.Н. Тимохович, С.С. Филенко// Вестник университета ФГБОУ ВПО ГУУ – 2015. –№10. – С. 303-307.

8. Топчиев, М.С. Специфика трансформации института семьи на постсоветском пространстве / М.С. Топчиев, Л.А. Холова // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Философия. Политология. Культурология. – 2019. – №5 (71). – С. 95-103.

9. Чуев, С.В. Ценностные ориентации российской молодежи и реализация государственной молодежной политики: монография /С.В. Чуев, А.Н. Тимохович, М.Б. Поляков, С.А. Гришаева, О.Л. Бегичева. – Москва, 2017. – 132 с

УДК 364.662

А.О.Шмирко, И.А. Яковлева

(Тверь, Тверской государственный университет)

БЕДНОСТЬ КАК ПРОБЛЕМА СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема бедности в России, перечислены основные социальные группы, подверженные риску бедной жизни, названы методы по решению проблемы бедности

Ключевые слова: бедность, бедное население, прожиточный минимум, уязвимые группы, общественное расслоение.

Вопрос о бедности всегда выступал в качестве актуальной проблемы. В настоящее время для России проблема бедности является действительно острым моментом.

Проведенные исследования в данной области и выявленная на основе полученных данных статистика показывает, что на текущий момент в России значительная часть населения находится за чертой бедности или граничит с положением бедности. Это становится особенно заметно на контрасте групп бедных и богатых людей, между которыми все больше растет расслоение.

В России замечена тенденция динамичного расслоения между группами людей, когда богатые слои общества еще больше наращивают свой капитал, а бедные слои общества становятся еще беднее.

Нельзя сказать, что процент бедного населения в России всегда был запредельно высоким. В 90-х гг. к бедному населению приписывали около 41 млн. человек, в настоящее время по данным Счетной палаты

от 2017 года это число уменьшилось до 20,3 млн. человек, то есть почти в два раза. Однако, это по-прежнему огромное число людей, живущих на грани бедности, и необходимо найти пути решения данной проблемы.

Бедное положение принято определять, если в семье совокупный семейный доход значительно, ниже прожиточного минимума, установленного законодательством, из расчета на одного члена семьи. На текущий момент прожиточный минимум составляет 11653 руб.

Бедное положение, как правило, наблюдается у людей с некоторыми психологическими или физическими недостатками, у людей с проблемами в образовательной сфере, у малограмотных людей. Российская Академия Наук проводила социологическое исследование по изучению вопроса бедности в России, по результатам этого исследования был сделан вывод, что в бедном положении находятся люди, которые остались без работы, люди с инвалидностью, люди, у которых есть проблемы с алкоголем и наркотиками.

По мнению доктора экономических наук Колмакова И.Б., среди бедных значительную часть занимают следующие группы населения[2]:

- безработные;
- частично занятые, работающие неполный день или на нецелую ставку;
- занятые на финансово неблагополучных предприятиях;
- занятые на государственных и муниципальных предприятиях;
- семьи с двумя и более детьми;
- пенсионеры;
- вынужденные переселенцы.

Традиционно уязвимыми группами, подверженными риску жить в бедных условиях, являются родители-одиночки, которым тяжело совмещать работу и уход за ребенком; люди, только получившие диплом и не способные найти сразу работу по своей специальности; безработные, которые либо не получают никаких пособий, либо получают их в несоразмерном объеме с установленным прожиточным минимумом. В особенно тяжелом бедном положении находятся люди, которые долгое время не могут найти работу; бывшие преступники; мигранты; работники старших возрастов.

Особенностью бедности в России является феномен «догоняющей бедности». Проявляется он в том, что бедные и малообеспеченные слои населения пытаются копировать престижный уровень жизни, потреблять престижные товары и услуги, чтобы казаться высокообеспеченными людьми. Такая жизнь, не соответствующая реальному уровню доходов, нередко толкает людей на заем кредитов или незаконные способы получения желаемого товара.

В России следует уделять внимание не только проблеме роста общественной нищеты. Важно акцентироваться и на постоянном росте финансовой нищеты. Даже работающие люди не могут гарантировать

самим себе минимальный достаток, поскольку заработная плата бывает нестабильной, не всегда есть перспектива карьерного роста в профессии, не всегда профессия продолжает быть востребованной. Но одной из ключевых причин является низкий уровень заработной платы.

Можно выделить несколько факторов, влияющих на рост бедности и снижающих уровень качества жизни[1]:

- низкая заработная плата;
- маленькая пенсия;
- маленькие социальные пособия;
- дефицит высокооплачиваемой работы;
- рост цен на продукты первой необходимости, на одежду, на жилье, на лекарства.

Справиться с проблемой бедности населения не так просто, но возможно улучшить положение и уменьшить число бедных людей в стране. Наиболее важным фактором, который поможет справиться с проблемой экономической бедности, является экономический рост. Это способствует прямому увеличению валового национального дохода. С ростом валового национального дохода будет формироваться фонд потребления, который распределяется для удовлетворения потребностей людей.

Снизить уровень бедности помогут следующие методы[3]:

- создание таких условий для индустрии, чтобы был обеспечен ее рост и развитие в новых направлениях;
- поддержание макроэкономической стабильности в государстве;
- увеличивать минимальную оплату труда, чтобы она превышала размер прожиточного минимума;
- и разработка общественных программ, которые будут улучшать ситуацию в обществе, уменьшать уровень безработицы;
- увеличение значения самой человеческой жизни.

Однозначно, выполнение данных методов не решит полностью проблему бедности, но сможет значительно улучшить ситуацию и уменьшить число бедных людей. Немаловажно, чтобы психологически человек не ощущал своей обделенности на фоне более обеспеченных слоев населения. Здесь играет фактор психологической бедности – самоидентификация себя с бедными слоями населения, отсутствие мотивации и стремления улучшить свое благосостояние.

Список литературы

1. Анисимова Г.В., Воейков М.И. Политическая экономия равенства и неравенства. М.: ИЭ РАН, 2016. - 47 с.
2. Колмаков И.Б. Методология и прогноз показателей поляризации денежных доходов населения // Экономика и математические методы. -2016. - № 3 - С. 17-26.
3. Кузнецова П. Недоходная бедность пожилых // ЭКО. – 2018. - №3 – С

РАЗДЕЛ 2. ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ МОЛОДЕЖИ И СПРАВЕДЛИВОСТЬ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ

УДК 334

Г. Р. Апаев, Л. Н. Липатова.

(Санкт-Петербург, Северо-Западный институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»)

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Аннотация. Проведя анализ развития малого бизнеса в Республике Мордовия, была выявлена тенденция к сокращению этого сектора экономики, что негативно сказывается на устойчивости всей региональной экономической системы, а также уровне жизни населения. Отсутствие возможности трудоустройства побуждает людей к переезду. В статье рассмотрены государственные и региональные программы поддержки малого и среднего предпринимательства, отмечена их недостаточная эффективность, и предложены пути решения существующих проблем.

Ключевые слова: рынок, экономика, занятость, малое предпринимательство, денежные доходы, имущественная поддержка, финансовая поддержка.

Опыт передовых зарубежных стран свидетельствует о большой роли сектора малого бизнеса в развитии экономики всей страны и делает обоснованными надежды на оздоровление структуры российской экономике по мере развития предпринимательской инициативы. Малые предприятия насыщают рынок необходимыми товарами и услугами, удовлетворяя индивидуальные потребности населения, создают новые рабочие места, тем самым противодействуют монополизации и способствуют здоровой конкуренции. За счет более быстрой и адекватной реакции на изменение рыночной конъюнктуры, малые и средние предприятия повышают гибкость экономической системы в целом, способствуют более полному удовлетворению спроса и, в конечном счете, повышению качества жизни людей.

Вместе с тем, уровень развития малого предпринимательства – важнейшая характеристика всей экономической системы, поскольку условиями для успешного развития сектора малой экономики являются стабильный платежеспособный спрос на их товары и услуги со стороны крупных хозяйствующих субъектов и населения.

Сегодня в условиях, характеризующихся ограничением экономической активности вследствие введения мер по противодействию распространению новой коронавирусной инфекции, эта проблематика приобретает особую актуальность. Ведь именно небольшие предприятия, не имеющие необходимого запаса прочности, наиболее восприимчивы к резким переменам, которые произошли

весной 2020 г. и с высокой вероятностью будут повторяться до тех пор, пока опасный вирус не будет побежден.

К сожалению, отечественная статистика свидетельствует о слабости этого важного сегмента экономической системы страны и об уменьшении числа субъектов малого предпринимательства в последние 5 лет [1].

На сокращение количества предприятий малого и среднего бизнеса оказывают влияние множество факторов, наиболее значимыми из них являются:

- снижение платежеспособного спроса на производимые товары и услуги;

- рост закупочных цен (для торговых предприятий), сырья и материалов (для обрабатывающих производств);

- высокая степень монополизации рынка, не позволяющая небольшим предприятиям со сравнительно высокими индивидуальными издержками конкурировать на рынках сбыта;

- недоступность кредитных ресурсов вследствие высокой стоимости их обслуживания и отсутствия залогового обеспечения;

- сохраняющиеся административные барьеры.

Согласно исследованию Института комплексных стратегических исследований, активность российских малых предприятий падает, и в ближайшем будущем снижение продолжится. Основной проблемой эксперты считают сокращение уровня государственной поддержки и числа ее получателей [2], хотя на поддержку указанного сектора экономики направляются значительные ресурсы. Ею занимаются целые институты, например АО «Корпорация малого и среднего предпринимательства», однако, по оценке высшего контрольного органа страны, эффективность деятельности таких институтов невысока и не всегда соразмерна с теми средствами, которые расходуются на их содержание [5].

Снижение предпринимательской активности россиян подтверждается и данными официальной статистики: удельный вес доходов от предпринимательской деятельности в структуре денежных доходов россиян снизился с 15,4 % в 2000 г. до 6 % в 2019 г. [4, с. 53].

Структура сектора малой экономики в Мордовии мало отличается от других российских регионов схожей специализации. В структуре занятых в этом секторе наибольший удельный вес принадлежит предприятиям, занятым оптовой и розничной торговлей – 19 %, на втором месте строительство – 15, на третьем обрабатывающие производства – 13 %. Далее следуют: деятельность по операциям с недвижимым имуществом – 11 %, сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство – 8 %, деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги – 7 %, деятельность профессиональная, научная и техническая – 6 %, транспортировка и

хранение – 4 %, здравоохранение и социальное обслуживание – 3 %. Другие виды экономической деятельности представлены слабо [3, с. 200].

Республика Мордовия относится к числу регионов с низким уровнем развития малого предпринимательства, хотя имеет развитую инфраструктуру поддержки малого бизнеса. Консультативную помощь предпринимателям Мордовии оказывают следующие организации: ООО «Инновационно-технологический центр Республики Мордовия», ГКУ «Бизнес-инкубатор Республики Мордовия», ООО «Бизнес-центр», а также информационно-правовые центры поддержки малого предпринимательства в муниципальных районах республики. В республике действуют Совет предпринимателей при Главе Республики Мордовия и 4 общественных объединения предпринимателей.

Основные проблемы предпринимателей связаны с нехваткой финансовых ресурсов. Субъектам малого предпринимательства в Республике Мордовия оказывается следующая финансовая помощь:

- предоставление поручительств АУ «Гарантийный фонд кредитного обеспечения Республики Мордовия»;
- получение микрофинансирования через АУ МКК «Центр Микрофинансирования Республики Мордовия», МКК Фонд поддержки предпринимательства Республики Мордовия.

Следует отметить, что предприниматели, зарегистрированные в Мордовии, активно пользуются возможностью получить поддержку государства. По данным Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства, в 2019 – 2020 гг. помощь была предоставлена 6 638 субъектам малого и среднего предпринимательства на общую сумму 2,44 млрд руб. [1]. Это стало возможным благодаря программе по оказанию поддержки малому и среднему предпринимательству в условиях пандемии коронавирусной инфекции, реализуемой в соответствии с Постановлением Правительства РМ № 350 от 15 июня 2020 г. Данное постановление направлено на вывод малых и средних предприятий из кризисного состояния.

В 2020 г. государственную поддержку получил каждый десятый субъект малого и среднего предпринимательства, зарегистрированный на территории Республики Мордовия. Представляется, что не все предприниматели были осведомлены о существующих программах государственной финансовой поддержки. Возможно, некоторые не смогли правильно оформить необходимые документы. В подобных случаях необходимо более активно использовать информационные коммуникационные технологии для информирования предпринимателей, разместить на специальном сайте образцы всех документов с примерами их заполнения, а также осуществлять электронную рассылку и открыть «горячую линию», чтобы люди по телефону могли при введении ограничений на перемещение выполнить

все требующиеся процедуры, получить помощь, которая позволит сохранить бизнес и рабочие места.

Однако, несмотря на достаточно большое количество федеральных и региональных программ поддержки малого и среднего бизнеса, уровень такой поддержки остается очень низким. Так, за 2019 — 2020 гг. финансовую помощь получили только 6 638 субъектов малого и среднего предпринимательства, что составляет $\frac{1}{3}$ от их общего количества [1].

Итак, мировая экономическая история показывает, что чем успешнее развивается малый бизнес, тем выше и показатели общей экономической динамики. Это выражается в расширении и насыщении местных рынков, позволяя вместе с тем компенсировать такие издержки рыночной экономики, как безработица, конъюнктурные колебания, кризисные явления. Однако в нашей стране этот сектор экономики пока развит слабо, что не обеспечивает экономической системе страны необходимой гибкости и устойчивости. Это требует активизации усилий по поддержке малых форм хозяйствования на федеральном и региональном уровнях.

Список литературы

1. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. URL: <https://rmsp-pp.nalog.ru/statistics.html#statdate> (дата обращения: 22.09.2021).
2. Институт комплексных стратегических исследований: «О поддержке малого и среднего бизнеса». URL: <https://icss.ru/ekonomicheskaya-politika/drugoe1/o-podderzhke-malogo-i-srednego-biznesa> (дата обращения: 22.09.2021).
3. Мордовия: стат. ежегодник / Мордовиястат. – Саранск, 2020.
4. Российский статистический ежегодник: стат. сб. / Росстат. М., 2020.
5. Счетная Палата РФ: офиц. сайт. URL: <https://ach.gov.ru/checks/podderzhku-v-ramkakh-natsionalnoy-garantiynoy-sistemy-poluchil-tolko-1-subektov-msp> (дата обращения: 22.09.2021).

УДК 614.8.086

Д.Х. Ахтямова, Д.Д. Карпова, А.С. Сальников

(Ульяновск, Ульяновский институт гражданской авиации имени Главного маршала авиации Б.П. Бугаева)

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ

Аннотация. В статье рассматриваются особенности регулирования труда несовершеннолетних. Анализируется ряд проблем на рынке труда и организации трудоустройства работников в возрасте, не достигшем восемнадцати лет в нормах российского законодательства.

Ключевые слова: детский труд, несовершеннолетние, трудоустройство, трудовой договор информационные технологии, вредные условия труда.

В современных условиях трудовая занятость несовершеннолетних лиц является актуальной темой. Существует ряд проблем при их трудоустройстве, поскольку работодатели отдают предпочтение в приеме на работу совершеннолетним лицам с опытом работы.

В наше время работодатель должен в достаточной мере постараться, чтобы обеспечить несовершеннолетнего соответствующими условиями труда, требуемыми законодательством. При заключении трудового договора он должен приобщить подростка к условиям труда, ознакомить с характером работы, его правами и обязанностями, внутренними правилами трудового распорядка и иными локальными нормативными актами. Помимо этого, необходимо провести инструктаж по технике безопасности, производственной санитарии и другим правилам по охране труда [1].

А всего лишь 100 лет назад детский труд был широко распространен по всему миру, но правового регулирования по этому вопросу никогда не было. Дети, как и взрослые трудились по 14-18 часов в сутки, причём платили им за это в несколько раз меньше. Детей вынужденно отправляли на работу, что привело к их жесточайшей эксплуатации, как со стороны нанимателя.

В современных условиях работодатель может заключить трудовой договор с сотрудником, достигшим 16 лет. С подростком 15 лет трудовой договор могут заключать для выполнения легкого труда, при наличии у него основного общего образования. С учащимися 14 лет договор может быть заключен с согласия одного из родителей и органа опеки и попечительства для выполнения в свободное от учебы время легкого труда, не причиняющего вреда здоровью и не нарушающего процесс обучения несовершеннолетнего.

Для подростков установлена сокращенная рабочая неделя. До 16 лет можно работать не больше 24 ч. в неделю; от 16 до 18 лет — не больше 35 ч. в неделю.

Подросткам можно попробовать раздавать флаеры и листовки, набирать текст на компьютере, проводить социологические. Практически единственный способ работать официально до 14 лет – это быть актером или артистом (сниматься в кино, работать в цирке и быть певцом). Несовершеннолетних и малолетних берут на работу моделью (обычно это съемки для каталога детской или подростковой одежды какого-либо производителя). Если у ребенка есть хобби, связанное с созданием красивых или необычных вещей, можно делать на этом деньги (например, продавать украшения, вязаные изделия, мыло собственного изготовления).

Кроме этого, благодаря интенсивному развитию информационных технологий у подростков возникает интерес по созданию собственных компьютерных программ. На сегодняшний день профессии в сфере IT считаются перспективными и престижными. Поэтому дети даже в самом

раннем возрасте хотят связать свою жизнь с разными IT-направлениями. Они могут создавать сайты, заниматься разработкой 3D- и 2D-игр, создавать разные 3D-модели и адаптировать их для печати на 3D-принтере и еще многое другое.

Лицам, не достигшим 18 лет, предоставляется ежегодный основной оплачиваемый отпуск продолжительностью 31 календарный день, причем в удобное для них время. Оплата труда осуществляется на основании принятых в организации форм и систем оплаты. Если расторжение договора происходит по инициативе работодателя, увольнение допускается только с одобрения соответствующей госинспекции и комиссии по делам несовершеннолетних. В случае отсутствия согласия указанных служб органов увольнение может быть признано незаконным. Нарушение процедуры увольнения может повлечь для работодателя ряд негативных последствий: несовершеннолетний работник будет восстановлен на работе с выплатой среднего заработка за все время вынужденного прогула. Помимо этого, по требованию подростка может быть вынесено решение о возмещении ему денежной компенсацией морального вреда, причиненного указанными действиями [3].

Подводя итог можно выделить две главные проблемы трудоустройства несовершеннолетних:

1) существуют профессии, куда нанимать детей и подростков противозаконно;

2) за юридические ошибки в работе с несовершеннолетними фирму могут оштрафовать, а руководителя этой компании временно лишат права занимать руководящую должность. Пожаловаться на компанию могут работающий подросток, его родители, сотрудники и даже конкуренты организации.

Все эти факты в совокупности для работодателя могут значить, что в перспективе косвенные затраты на несовершеннолетнего сотрудника могут сравняться с общими расходами на взрослого специалиста, что значит, брать на работу несовершеннолетних невыгодно. Наблюдается социальное неравенство. По статистике 9 из 10 несовершеннолетних желают устроиться на работу еще во время обучения. Они рассматривают свой первый опыт работы, как возможность попробовать себя в различных профессиях. 40 % из учащихся хотят зарабатывать деньги себе на карманные расходы, 12 % хотят работать, чтобы помогать семье. Подростки не довольны той работой, которую им предлагают: курьеры, расклейщики объявлений, уборщики. Они считают, что готовы к более интеллектуальному труду. Ребята хотят от старшего поколения более внимательного и достойного отношения к себе и к своим способностям. И с развитием информационных технологий у несовершеннолетних открываются много возможностей для заработка и дальнейшего своего развития. Если у ребенка имеются

такие таланты, как творчество, артистические данные, то все это можно запросто объединить, например модные профессии как блогер, веб-дизайнер и т.д., которые не имеют возрастных ограничений.

Список литературы

1. Балашов К.В. Нормативное регулирование условий занятости несовершеннолетней молодежи в России // Законность и правопорядок в современном обществе. 2012 № 8 С. 199–202.
2. Коршунов Ю.Н. Права несовершеннолетних в трудовых правоотношениях. // Гражданин и право. - М.: Новая правовая культура, 2018, № 1. - С. 87-96
3. Гаврющенко А.П., Сайфутдинов Р.А., Шадрин Е.П., Костерина А.И. Система информационного обеспечения в области охраны труда В сборнике: Информационные технологии в образовании. Сборник научных трудов. Ульяновск, 2018. С. 19-23
4. Сайфутдинов Р.А., Козлов А.А. Анализ производственного травматизма при оценке профессиональных рисков Вестник Ульяновского государственного технического университета. 2020. № 1 (89). С. 60-69
5. Сайфутдинов Р.А., Гаврющенко А.П., Магдеева Д.Р., Карсакова Е.Д. Управление безопасностью технологических процессов В сборнике: Информационные технологии в образовании. Материалы всероссийской очной научно-практической конференции. 2019. С. 101-104
6. Сайфутдинов Р.А., Сальников А.С., Магдеева Д.Р., Карсакова Е.Д. Использование современных технологий для обеспечения безопасности на рабочем месте. В сборнике: Информационные технологии в образовании. Сборник научных трудов. Ульяновск, 2018. С. 87-91.
7. Сайфутдинов Р.А., Лукьянов В.А. Электронная библиотека как средство эффективности компьютерного обучения В сборнике: Прикладные информационные системы. вторая Всероссийская НПК: сборник научных трудов. 2015. С. 51-56
8. Сайфутдинов Р.А., Полесова К.О., Неижмак В.В., Ятманов В.А. Использование инновационных методов обучения В сборнике: Образование и информационная культура: теория и практика. Сборник научных трудов. Ульяновский государственный педагогический университет им. И.Н. Ульянова. Ульяновск, 2017. С. 83-8

УДК 821.0

**А.А. Байбикова, Т.Н. Васильчикова, К.В. Виссарова, С.Н. Карпухина,
А. Н. Кондрашова, С.С. Кудakov, А.В. Трескова**

(Ульяновск, Ульяновский государственный университет)

ФОРМЫ ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация: В статье поставлена проблема организации и выбора досуговой деятельности современной молодежи. Авторы предлагают типологию форм молодежного досуга в социальном пространстве страны. Устанавливаются социальные, возрастные и личностные факторы выбора занятий по интересам.

Ключевые слова: досуг, хобби, молодежь, возраст, отдых, развлечения

Понятие досуга неразрывно связано с понятием свободного времени, свободного от работы и других обязательных занятий и дел. В структуре досуга выделяются несколько уровней, которые отличаются психологической и культурной значимостью, степенью духовной активности. Самым простым видом досуга является отдых, предназначенный для восстановления затраченных во время работы физических и духовных сил. Самым сложным и энергозатратным видом досуга является познавательная деятельность и творчество. Однако именно за счет такого досуга, основанного на культуре, происходит процесс инкультурации, то есть окультуривания человека и его духовной природы. Создание благоприятных условий для культурного досуга подрастающего поколения, является первостепенной целью молодежной политики, как именно молодежь формирует гражданское общество в будущем, во многом определяя его структуру и динамику. Для решения этой проблемы необходимо прежде проанализировать состав молодежи, выявить отличающиеся факторы и влияния на выбор категории досуга [3, с.7].

Молодёжь — это особая социально-возрастная группа, отличающаяся возрастными рамками и своим статусом в обществе: переход от детства и юности и к социальной ответственности. Молодежью в России считаются все граждане от 14 до 35 лет. Выделяются возрастные группы:

- Учащаяся молодежь школьного возраста 14-18 лет
- Учащаяся молодежь студенческого возраста 18-25 лет
- Молодые специалисты возраста 25-30 лет
- Молодежь старшего возраста 30-35 лет [1, с.50].

Помимо возраста на интересы молодежи влияет и территориальный признак: городская молодежь (проживающая в: городах федерального значения, столицах субъектов РФ, городских поселениях, иных населенных пунктах с численностью населения свыше 1000 чел.). Сельская молодежь (сельские поселения, межселенные территории, иные населенные пункты с численностью населения не превышающего 1000 чел.) Интересы молодежи могут измениться и со сменой семейного положения. Молодая семья - семьи в первые три года после заключения брака. Современные формы досуга молодежи зависят от всех этих факторов. Наиболее социально справедливыми формами организации культурного досуга являются формы вовлечения молодежи в культурно-досуговую деятельность, основанную на инициативе и практическом участии каждого. В практике работы учреждений культуры сложились разнообразные виды организации культурного досуга молодежи: организация деятельности различных клубных формирований, любительских творческих коллективов, культурно-досуговых мероприятий.

Клуб — общественная организация, объединяющая людей в целях общения на основе совместных научных, художественных и других интересов. Разновидность клубов весьма широка: интеллектуальные, политические, спортивные, развлекательные. К ним относятся и различные коллективы [6].

Творческий коллектив — это тоже добровольное объединение любителей музыкального, хореографического, театрального и других жанров художественного творчества, основанное на общности интересов и совместной творческой деятельности, способствующей развитию дарований его участников, освоению и созданию культурных ценностей. Они тоже разнообразны по форме: ансамбли, кружки, студии, секции, клубы. На базе клубов и творческих коллективов возможна организация различных культурно-досуговых массовых мероприятий:

- концерты;
- шоу-программы;
- театрализованные представления;
- фольклорные праздники;
- конкурсы и фестивали;
- акции;
- театрализованные шествия;
- творческие встречи с выдающимися деятелями культуры, искусства, танцевальные вечера.

Для молодежи наибольший интерес представляют досуговые программы рекреационного характера, которые позволяют снять утомление, стресс, нервное напряжение, отключиться от всех повседневных забот [4].

Особое место в досуге современной молодежи сегодня занимает виртуальная реальность и VR игры. Виртуальная реальность стала особенно популярна начиная с 2018, так как население массово узнало о том, что стоимость игры в виртуальной реальности снизилась, а качество при этом ощутимо выросло. Теперь игроки свободно перемещаются по огромному пространству, надев на себя высокотехнологичные vr-очки, рюкзак и еще несколько мелких приборов. В виртуальной реальности теперь можно видеть своих друзей, с которыми ты пришел на игру, активно с ними взаимодействовать и ощущать очень реалистичные эмоции и ощущения.

Однако популярны также спорт и активные развлечения. Общество, заинтересованное в ЗОЖ, активно интересуется фитнесом, йогой, различными видами спорта. Спорт актуален как в секциях, так и в самостоятельных занятиях дома.

Привлекательны также интеллектуальные игры, которые одновременно относятся и к познавательной деятельности. Они помогают скрасить досуг, развить умственные способности, расширить словарный запас, улучшить память, стать более внимательным,

сообразительным. При умелой организации в командной игре у подростков проявляются лидерские качества, прививаются навыки коммуникации и социальной толерантности, формируется умение прислушиваться к высказываниям других. Интеллектуальная игра — прекрасное средство развития. Она не только дает дополнительные знания, но и развивает целый спектр разнообразных способностей, является полигоном общественного и творческого самовыражения каждого. Особой популярностью в этом направлении пользуются групповые квизы — интерактив с опросом, тестом или викториной.

Одной из новых форм досуга стали вебинары, которые тоже являются и средством умственного развития.

Вебинар — это обучающее групповое занятие, проводимое с помощью Интернета. Интерактивные занятия позволяют максимально вовлечь вашу аудиторию в процесс обучения с помощью технологий видеосвязи и совместной работы. Участники могут подключаться к событию через браузер, что делает вебинары простыми и доступными. Во время занятия каждый может задать вопросы докладчику, дополнить его выступление личным опытом, обмениваться сообщениями в чате [7].

Блоггерство. Приобрело популярность среди молодежи блоггерство в социальных сетях. Блог — подобие дневника, который ведется на личном сайте или на сайте, специально предназначенном для ведения блогов, с возможностью публичного или частного чтения и комментирования другими пользователями. Интернет-блоги привлекают молодое поколение, потому что являются благоприятной средой для демонстрации альтернативной точки зрения, средством самовыражения и помогают найти единомышленников, со схожими интересами, мнениями, оценками и стилем мышления. Блогерами называют людей, ведущих блог. Блогеры влились в повседневную жизнь и стали ее привычным элементом, а не только частью виртуальной реальности. Общим свойством всех социальных сетей, включая блогосферу, является их формирование пользователями, которые вносят в нее свои ценности и нормы [5].

Кинопросмотры. Просмотр кинофильмов и сериалов сохраняет свою популярность. Если нет возможности домашнего просмотра, можно пойти в кинотеатр и насладиться кинофильмом на большом экране, в отличном качестве и с эффектом присутствия (3D). Огромное разнообразие кинофильмов и сериалов также является причиной привлекательности для молодежи с разными интересами и вкусами.

Творческие хобби. Давно известные творческие хобби сегодня вновь набирают популярность. Любая деятельность в свободное время, связанная с творчеством и приносящая удовольствие, относится к творческим видам хобби. Такие увлечения позволяют развить воображение и повысить креативный потенциал. Но самое важное, это положительные эмоции от занятий любимым делом.

Назовем наиболее популярные хобби. Топы популярных хобби современных подростков мира и отдельных стран различаются незначительно. Многие люди относят к хобби чтение книг, прослушивание музыки, туризм, уход за комнатными растениями и прочее. В список хобби и увлечений для подростков России входят следующие наиболее популярные формы:

- чтение;
- танцы;
- кулинария;
- различное рукоделие;
- охота и рыбалка;
- коллекционирование редкостей;
- выращивание растений;
- уход за домашними животными;
- литературное творчество (стихи, рассказы, статьи для личного блога и т. д.) [8].

Квест – комнаты — новая форма культурного досуга молодежи. Это интеллектуальная игра, в которой игроки находятся в замкнутом пространстве комнаты и они должны выбраться за время, находя предметы и решая головоломки. Прохождение таких комнат не только помогает необычно и с интересом провести время, но и лучше узнать своих друзей, а также завести новых знакомых.

Волонтерство (добровольческая деятельность) — это общественно полезная деятельность (индивидуальная или коллективная), осуществляемая людьми безвозмездно на основе доброй воли и свободного выбора в пользу третьих лиц или общества в целом. Добровольчество бывает групповым или индивидуальным [9].

Путешествия. Молодежный туризм — особый вид путешествий, индивидуальный или коллективный по форме, когда молодые люди предпочитают отдыхать большими компаниями, объединенными общей целью познания мира и проведения досуга. Специфика молодежного туризма, в первую очередь, заключается в его экономичности: молодые люди готовы экономить на всем, начиная от транспорта и заканчивая местом проживания и уровнем его комфорта. Всё, что их интересует — это новые впечатления, знакомства, получение новых знаний и испытание новых ощущений. Для молодежи являются привлекательными труднодоступные места, необычные объекты [1, 46].

Проанализируем и сопоставим полученные данные:

Учащаяся молодежь школьного возраста 14-18 лет интересуется групповыми или наоборот одиночными формами досуга. Интроверты предпочитают творческие хобби — чтение, музыка, писательство, просмотр кино и сериалов, видеоигры. Для подростков-экстрвертов предпочтительны активные виды досуга. Танцы, спорт, прогулки и посиделки в компаниях, выступления на сцене, прохождение квест-

комнат, посещение парков аттракционов, посещение творческих коллективов, ансамблей.

Учащаяся молодежь студенческого возраста 18-25 лет отдает большую часть свободного времени учебе. Их развлечения попадают в вечернее или ночное время суток, им доступны «взрослые» формы досуга. Ночные клубы, вечерние походы в кино, видеоигры, занятия спортом на более серьезном уровне, интеллектуальные игры. Учеба в университете так же позволяет занять свой досуг университетскими мероприятиями, волонтерством, прогулками и живым общением с сокурсниками.

Молодые специалисты возраста 25-30 лет выбирают свой досуг более внимательно. Выбор падает на более расслабляющие формы досуга или же на постоянные и любимые. Сюда входят занятия йогой, фитнес, интеллектуальные игры, творческие хобби, настольные и видеоигры. Эта группа молодежи еще более осознанная, чем предыдущая и большой упор они делают на саморазвитие, поэтому курсы, вебинары, тренинги – это не только форма досуга, но и новые возможности, и способы заработка.

Молодежь старшего возраста 30-35 лет чаще всего уже имеет семью или близких друзей, поэтому развлечения у этой группы чаще всего групповые, деловые. Эта наиболее платежеспособная часть населения, может позволить себе дорогие удовольствия: путешествия, тренажерные залы, фитнес, «игрушки» для виртуальной реальности.

Для молодежи, имеющей детей главным интересом выступает их подрастающее поколение. Много времени уходит на воспитание и содержание детей, поэтому их развлечения очень локальные и минимальные. В основном это домашние хобби, редкие походы в кино, кафе, путешествия.

Городская и сельская молодежь тоже отличается интересами. Сельской молодежи свойственно более активные досуговые формы, спорт, массовые мероприятия, спортивные игры. Городская молодежь больше времени проводит дома, в интернете.

Можно заключить: современное социально-культурное пространство включает самые разнообразные формы досуга и отдыха. Реализация досуговых потребностей в системе социального и культурного развития – это замечательная возможность узнать себя, раскрыть свои потенциальные возможности. Досуговые потребности опосредованы культурными. Реализация их испытывает влияние культурных факторов и технологий и определяется ими, что связано в первую очередь с тем, что современная культурная ситуация влечет за собой ряд общественных перемен и трансформацию современной системы организации досуга.

Таким образом, справедливость в реализации досуговых потребностей заключается как в личных возможностях и склонностях

каждого представителя молодежи, так и в развитой системе социального и культурного развития, локализации социальных ценностей, реализуемых в конкретных досуговых проектах.

Список литературы

1. Акимова Л.А. Социология досуга. – М.: МГУКИ, 2011.–123 с.
2. Ветров В.Т. Соперничество или партнерство. – М.: Мысль, 2010.–268с.
3. Козионова Е.А. Специфика организации досуговой деятельности молодежи». Ресурс социальные сети. Режим вхождения [https://elar.rsvpu.ru/bitstream/123456789/29168/1/RSVPU_2019_112.pdf]. Дата обращения: 10.10.2021
4. Демченко А. Возможности российского досуга // Клуб. – М., 2012. Зяблова П.А. Влияние блогинга на молодежь
5. Паладьев С.Л. Клубное объединение в школе как воспитательный феномен
6. Что такое вебинар? Электронный ресурс. Режим ввода [<https://trueconf.ru/webinar.html>] Дата обращения: 14.10.2021
7. Творческие виды хобби. Электронный ресурс. Режим ввода [https://familydoctor.ru/about/publications/zdorovyy_obraz_zhizni/tvorcheskie_vidy_khobbi.html]. Дата обращения: 16.10.2021

УДК 321

Ю.В. Бакулина

(Уфа, Уфимский государственный нефтяной технический университет») **РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В РЕГУЛИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ**

Аннотация: в статье раскрывается понятие роли государства в обществе, качества сильного государства, первостепенность нравственности в управлении.

Ключевые слова: гражданское общество, развитие, социальная справедливость, сильные лидеры, здоровое общество, нравственность

Главным институтом политической власти в любом обществе является государство. Государственное воздействие на сферы жизнедеятельности общества существенно влияет на развитие социума.

Становление гармоничного общества основано на цивилизованности взаимоотношений личности и государства, гармонизации отношений в обществе. Государство обусловлено социумом, народом, его населяющим т.к. государственная деятельность определяется выполнением общесоциальных дел, общенародных проблем в том числе, вытекающих из природы общества.

Государство как основной институт политической власти – это не только наличие властных структур, систем управления и влияния на общество, в понятие государства также входит определение самих граждан, совокупность которых формируется в систему, взаимосвязанную с государством. В теории государства и права такая система представляет собой гражданское общество. Теория

гражданского общества раскрывает данное понятие как способ организации экономических, производственных сил, совокупность отношений, возникающих в процессе владения, пользования и распоряжения собственностью, функционирование общественных объединений, средств массовой информации, семьи, воспитательных, образовательных, научных учреждений.

Гражданское общество в лице объединений (религиозных, общественных, политических партий) ставится в особые политические отношения с государством. [3] Уровень социально-политических коммуникаций зависит от взаимного развития гражданского общества и государства в целом.[5]

Суть понятий «государство и гражданское общество» формировалась такими мыслителями, как Аристотель, Цицерон, Гроций, Гоббс, Локк, Гегель, Маркс. Большинство ученых, политологов, социологов определяет идею человека как первооснову в системе государства.

С позиции правовой «идея человека» - это идея реальности прав и свобод личности в социуме, уважение и стабильность этих прав, справедливость, разумность, юридическое равенство при соблюдении гражданских прав, степень социальной свободы, которая является также показателем уровня развития гражданского общества.

Понятие социальной справедливости взаимосвязано с понятием нравственности. Разумеется, сильное государство по определению является социально справедливым и нравственным. С точки зрения юридической данная терминология формулируется в понятие «правовое демократическое социальное государство». [4] То есть общество, направленное на человека, на защиту его прав, на развитие уровня комфорта и повышения качества жизни во всех смыслах: экономическом, моральном, культурном, эстетическом, что в целом составляет по сути отдельные направления политической деятельности государства.

Понятие гражданского общества взаимосвязано с определениями «правовое государство», «политическая культура», «политико-правовое сознание», так как помимо государственной составляющей в перечисленные понятия входит межличностный фактор, составляющий основное звено в социальных взаимосвязях политических субъектов.

Разумеется, в полноценном гражданском обществе социализация граждан должна быть гармоничной. Социализация – процесс многогранный, затрагивающий огромное количество социальных и политических связей человека. В самом первичном состоянии социализация человека в форме адекватного его приобщения к частной и государственной жизни происходит на уровне отдельной семьи и в процессе образовательной деятельности в дальнейшем.

Планомерная социализация для всех граждан государства – залог более развитого, морально устойчивого, сильного общества, в котором соблюдаются принципы нравственности, гуманности, справедливости и демократии. [6]

На территории России существует концептуальная система законов. Конституция РФ, являясь основным законом государства, также выделяет первостепенные приоритеты в развитии общества, например: «Человек, его права и свободы являются высшей ценностью в государстве», «Все равны перед законом и судом независимо от социальной, расовой принадлежности, вероисповедания, должностного положения..», «Достоинство личности охраняется государством», «Граждане РФ имеют право участвовать в управлении делами государства как непосредственно, так и через своих представителей» и т.д. [2]

Конституция определяет основные принципы, провозглашает на юридических основаниях данные стороны развития общества. Приоритетное направление именно сильного государства состоит в том, чтобы законы соблюдались на всех уровнях жизнедеятельности общества, чтобы социум и представители государственного управления понимали, осознавали важность их исполнения, ответственность.

В современном обществе необходима позитивная социальная пропаганда нравственных идеалов, приобщение социума к истинно культурным ценностям и, очевидно, что данные социально-государственные действия следует активизировать параллельно с повышением экономической ситуации отдельных семей, отдельной личности.

В современном российском обществе также необходима и социально-экономическая модернизация для гармоничной трансформации социальных отношений и становления полноценного демократического, правового государства с достаточным уровнем развития культуры, морали и образования. [1]

Уровень и качество развития государства невозможно без компетентных ответственных политических лидеров, наделенных помимо интеллектуальных качеств, высоким уровнем морально-нравственного сознания, что само по себе является признаком психологически сильной принципиальной личности.

Приоритетом при управлении в государстве является забота о духовности как о состоянии разума и души. [2] А непосредственно духовность может быть объединяющей реальной силой в обществе. В сильном государстве при поддержке управляющей системы защищаются ценности чести, совести, доброты, культуры, образования. И системы коммуникаций, СМИ должны способствовать становлению достойной духовной атмосферы, здорового морального климата, так как

это напрямую влияет на социализацию, культуру и развитие граждан, в том числе на воспитание подрастающего поколения.

Раскрывая роль государства в управлении обществом, следует также отметить классический общенаучный взгляд на понятие системы управления в целом. В учении Платона раскрывается важное первостепенное качество сильных политических лидеров – нравственность. Сократ отмечал, что государственные должности люди должны получать «не по принципу жребия», а только по принципу компетентности. Сократ утверждал, что некомпетентность государственного управляющего – это «реальная стагнация и гибель общества». Кроме этого он отмечал, что «только государство, в котором есть мораль, будет жить», т.е. общество, в котором существует реальная ответственность государства и личности, соблюдаются права и свободы человека и существует принцип справедливости на всех уровнях.

Цицерон понимал государство и гражданское общество, как «общее дело, основанное на стабильности», т.е. общество, в котором существует сильная государственная идеология правопорядка и законности, объединяющая весь социум.

Никколо Макиавелли также рассматривал в своих научных трудах истоки «гармоничного функционирования гражданского общества» и государства в целом. Он отмечал, что «почитание религиозных учений», есть сила такой первостепенной важности, что она по своей природе служит величю общества. «Нет большего показателя роста коррупции в государстве, чем мало ценимая вера в Бога».

Секрет, который знал Древний Рим – и забытый современным миром, - состоит в том, что роль религиозных институтов относительно достижения государством величия аналогична роли выдающейся личности. Т.е. религия может служить для воодушевления. Интересны исторические факты, что, прежде чем начинать сражения, римские полководцы всегда упоминали о счастливых предзнаменованиях. Это побуждало войска идти на битву с полной уверенностью в победе, которую впоследствии они и одерживали. [5] Исторические примеры России также доказывают данную идею.

Воспитание в обществе нравственности должно приносить богатые плоды – славу государству. Макиавелли делает вывод, что лидеры любого общества должны не только «принять и увеличить» все, что способствует укреплению религиозного чувства, но и сами должны поступать по религиозным нормам.

Зарубежные ученые в своих исследованиях зачастую говорят о «трех китах» здорового общества: наука, культура, мораль. Исходя из этого, можно сделать вывод, что в современности следует развивать данные институты на всех уровнях человеческой жизнедеятельности нашего государства.

О духовном сознании общества, разумеется, следует заботиться на уровне государства. Платон говорил, что «без духовности государство не будет жить».

Следует также отметить, что возрождение российского государства должно происходить в условиях взаимопонимания различных политико-социальных структур, учитывая многонациональный и межконфессиональный характер нашей страны. Основным аспектом в процессе возрождения и развития гражданского общества и государства в целом должна быть объединяющая сильная идеология, на основе которой и следует развивать институты гражданского общества. Исторически Россия была и остается многонациональным государством, что, по мнению современных социологов представляет собой позитивную тенденцию, так как наличие огромного количества наций, народностей в системе одного государства способствует развитию и взаимному обогащению российского народа, а также выработке чувства взаимоуважения и гражданского единства. Из истории известны многочисленные примеры, когда российский народ объединялся в единое целое и добивался побед во многих политико-социальных мероприятиях.

Ценность российского общества – в многонациональности, во взаимосвязи разноплановых культур. Исторически россиянам свойственен единый менталитет, несмотря на межконфессиональность и межнациональный характер общества. Многие философы отмечают, что настоящее единение российского общества возможно только в сильном единстве. Взаимоподдержка представителей различных конфессий, которую можно развить в социальном самосознании, может привести российское общество к пониманию своей исторической сути, к пониманию своей исторически истинной природы, к осознанию того, что развитие российского гражданского общества возможно только совместными искренними усилиями, реальными действиями, основанными на нормах морали и нравственности. Тем более, основывая государство на религиозных постулатах, следует помнить, что люди все равны и в этом осознании равенства также существует свой важный аспект развития нашего общества – возрождения Российского государства на основе духовности и принципов гармонии.

Несмотря на достаточно неоднозначную ситуацию, сложившуюся в обществе на сегодняшний день, следует отметить, что в России проживает огромное количество людей, талантливых, сильных, ответственных, способных качественно повлиять на развитие общества и в завершение данной статьи хочется напомнить известную фразу, что «государство – это люди». Народ государства, который может влиять на свое собственное развитие, на выработку жизненной концепции. Раз мы говорим о развитом гражданском обществе и о роли сильного государства, значит, следует его создавать реальными действиями, при

наличии качественного управления и помнить при выполнении государственных функций, что «разумное и нравственное всегда совпадают».

Список литературы

1. Бакулина Ю.В. Правовые основы Российского Государства, часть 1, Уфа, 2006. – 25-55 с.
2. Бакулина Ю.В. Правовые основы Российского Государства, часть 2, Уфа, 2006. – 75-90 с.
3. Основы государства и права: Учебное пособие. Под ред. С.А. Комарова, М.: Манускрипт, 1996. – 112-140 с.
4. Правоведение: учебник. Под ред. А.В. Малько, М.: КНОРУС,-2006.с.120-150.
5. Скиннер, К. Макиавелли/пер. с англ. – М.: Астрель,2009. – 34-50 с.
6. Теория государства и права: Курс лекций. – М.: ИНФРА-М, 2002,- 100-135 с.

УДК 378.1

А.М. Быкова

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

АЛКОГОЛЬ В ЖИЗНИ МОЛОДЕЖИ: КУЛЬТУРА ИЛИ ШАГИ К БЕСКУЛЬТУРЬЮ?

Аннотация: статья посвящена изучению проблемы распространенности алкоголя. Почему молодые люди начинают его употреблять. Производится анализ различных исследований и причины, по которым молодые люди начинают употреблять алкоголь.

Ключевые слова: молодежь, алкоголь, причины употребления алкоголя

До недавнего времени алкоголизм как научная проблема существовала только на медико-биологическом уровне. В настоящее время увеличилось число исследователей, которые рассматривают влияние социально-психологических факторов на отношение молодого поколения к алкоголю.

На данный момент в России все острее проявляется проблема: подростки начинают злоупотреблять алкоголем: три четверти уже пробовали алкоголь в возрасте 11-17 лет. Этот, и еще ряд других показателей позволяют говорить об алкоголизме как о социальном зле. Пьянство наносит непоправимый урон обществу, калечит судьбы людей, представляет опасность для здоровья не только нынешнего, но и будущих поколений. Виновата в большей степени не культура пропагандирующая алкоголизм, а воспитание, где родители могут подавать не самый положительный пример. Актуальность темы заключается в том, что употребление молодежью алкоголя приводит не только к проблемам с физическим здоровьем, но и психологическим. Многие молодые люди становятся хроническими алкоголиками и уже никогда не смогут стать полноценной частью общества, а значит и не

смогут приносить ему пользу. Чем больше таких людей будет становиться в обществе, тем хуже оно будет становиться. Утратить некоторые человеческие ценности, что приведет будущее поколение к полному бескультурью.

Цель данной статьи - выявить причины потребления подростками алкоголя. Если понять, почему молодые люди начинают употреблять алкоголь, можно уменьшить число, употребляющих алкоголь молодых людей. Что благоприятно скажется на их физическом и психологическом здоровье, а также поможет развитию общества.

Постоянные масштабные проверки по стране выявляют огромное число молодых людей употребляющих алкоголь. Правоохранительные органы активно включаются в борьбу за здоровье подрастающего и молодого поколения. Однако для того, чтобы их усилия приносили пользу, требуется изменить законодательство. В России до сих пор нет закона о принудительном лечении детского алкоголизма.

Кроме того, считается, что главное в борьбе с проблемой алкоголизма в молодежной среде - это создание и изменение общественного мнения и взгляда на проблему.

Исследования в этой теме проводил институт социологии российской академии наук. В ходе исследования социологи поделили подростков на четыре группы: трезвенники (32%), ситуативные потребители (50%), экспериментаторы (12%) и пьющие (6%) и выяснили, что становясь старше молодежь которая придерживается трезвости становиться все меньше. А к 10-11 классу получается так, что около 86 % девушек пробовали алкоголь и около 81% юношей. В исследованиях говорится, что самой очевидной причиной являются привычки и традиции семьи: разводы родителей, жизнь в атмосфере скандалов и конфликтов, родитель-алкоголик, а также «забитые» и замкнутые подростки пытаются вылезти, таким образом, из этого статуса. А так же очевидной причиной является то что родители прививают ребенку культуру распития алкогольных напитков, к примеру уже с 2, 3-х летнего возраста на дне рождения детей появляется «Детское шампанское»

Этот вопрос поднимают в своей научной статье Смирнова Т. В., Масляков В. В., Смирнов Р. Г. Рассмотрена проблема восприятия молодежью потребления алкоголя. Методом анкетирования (N=620) авторами было проведено исследование, респондентами которого выступили жители Москвы и Московской области в возрасте 14-30 лет. По результатам исследования сделан вывод о двойственном, противоречивом характере восприятия молодежью потребления алкогольных напитков. С одной стороны, респонденты декларировали ярко выраженное негативное отношение как к потреблению алкоголя, так и к лицам, его употребляющим. В то же время современные статистические данные, а также более мягкое отношение респондентов

к личному потреблению алкоголя, говорят о поверхностности декларируемого негативного восприятия.

Часто принято думать, что в этом виновата реклама, фильмы, романтизируют распитие алкогольных напитков, а также музыка и сами исполнители, что ведут себя вызывающе. Чаще всего это происходит в компании друзей и родителей. Ведь некоторые родители и сами разрешают, а иногда даже и уговаривают выпить вместе с ними. Очень часто можно услышать от родных такую фразу: «Лучше дома, чем где-то в подворотне» родители намеренно прививают подросткам выпивать по праздникам ведь это некая традиция и в ней нет ничего предосудительного, именно так думает большая часть населения России. Точно так же бывает и с компанией друзей, которые могут взять на «слабо»; чтобы не быть белой вороной, подросток сдается и принимает правила игры. Так же для большинства подростков алкоголь является самым простым способом вписаться в «новую» компанию.

Таким образом, одной из главных причин употребления молодежью алкоголя является негативный пример родителей, которые своими действиями показывают, что употребление алкоголя это правильно, что пить спиртосодержащие напитки – это нормально. Так же ещё одной из главных причин являются плохая работа органов власти в этом направлении, а именно алкогольные напитки доступны для молодёжи (несмотря на закон запрещающий продажу до 18 лет) как по цене, так и по возможности их купить. Решив эти две проблемы количество выпивающей молодежи резко сократится.

Список литературы

1. Михайлова Д.А. Алкоголь в жизни молодежи культурное потребление или шаги к бескультурию - Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск. Статья в сборнике трудов конференции Язык: русский Год издания: 2018. Страницы: 215-218
2. Позднякова М. Е. Алкоголизация населения как фактор дестабилизации российского общества// Федеральный научно-исследовательский социологический центр РАН
3. Смирнова Т. В., Масляков В. В., Смирнов Р. Г. Бытовые практики и декларативность: противоречивое отношение молодежи к алкоголю. – Текст : электронный // Вестник университета. Социологические науки. – 2020. – С 1-5. – UR: <https://cyberleninka.ru/article/n/bytovye-praktiki-i-deklarativnost-protivorechivoe-otnoshenie-molodezhi-k-alkogolyu> (дата обращения 04.06.21)

УДК 316

Я.В. Дворянчиков, Е.С. Шепелева

(Тверь, Тверской государственный университет)

УРОВЕНЬ СОЦИАЛЬНОЙ СПРАВЕДЛИВОСТИ В ЗАВЕДЕНИЯХ СРЕДНЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация: Существует проблема доступности среднего образования в России, связанная с разными возможностями населения. Разное качество бюджетного и платного образования вынуждает ставить вопрос о справедливости.

Ключевые слова: справедливость в среднем образовании, среднее образование, социальная справедливость в сфере образования, бюджетные учебные заведения, платные учебные заведения

Проблема доступности образования обычно приравнивается к рассмотрению определённых моментов в обучении социально незащищённых слоев населения: инвалидов, детей-сирот, детей из малообеспеченных или неблагополучных семей. Но сама проблема справедливости куда шире, чем кажется на первый взгляд и связана не только с людьми, имеющими ограниченные возможности. Сама проблема происходит из-за с неравенства возможностей учеников в разных регионах, неравенство между городом и маленькими населёнными пунктами. В современном российском обществе также стремительно развивается платное среднее образование, что также увеличивает дистанцию в знаниях между учащимися из разных слоев населения. К тому же, среди обеспеченного население популярно отправлять своих детей учиться за границу, что ставит под сомнение эффективность образования в России.

Проблема справедливости заключается в необходимости предоставить возможность равномерно обучаться представителям всех слоёв населения настолько качественно, насколько это возможно.

Повышение качества среднего образования способно расширить средний класс и сделать его преобладающим по отношению к другим слоям населения. Более качественный набор жизненных шансов представителей средних слоев в современной России оказывается возможным за счет накопительного эффекта от взаимного грамотного распределения обязанностей и ресурсов, что проявляется во взаимодействии накопленного образовательного ресурса с такими качествами, как финансовое поведение, взаимодействие с социальными сетями, образ жизни, сохранение здоровья. В современном российском обществе наблюдается воспроизводство классовой принадлежности выходцев из наиболее образованных семей во всех типах городов, а принадлежность к ядру среднего класса более жестко связана с культурным капиталом. Большинство тех, чьи родители не имели высшего профессионального образования, не попадают в средний класс. [1]

В российском обществе представления о справедливости весьма противоречивы. По данным ВЦИОМ (13-14 апреля 2013 г., опрос 1600 человек в 130 населенных пунктах в 42 регионах России, статистическая погрешность не превышает 3,4%), 36% полагают, что справедливость состоит «в равенстве всех перед законом», 20% - «в том, чтобы уровень жизни всех был бы примерно одинаковым, не было ни богатых, ни бедных», 13% - «в том, чтобы каждый мог достичь того, на что способен», 12% - «в том, чтобы положение каждого члена общества определялось его трудовыми усилиями», 11% - «в гарантиях для социально не защищенных, в социальной ответственности богатых»,

еще 6% ответили, что «никакой социальной справедливости в обществе не было и никогда не будет», и по 1% выбрали другие ответы или затруднились с ответом. [2]

Следует заметить, что респонденты разного возраста, в зависимости от того, где они проживают, в селе или в городе, зависит понимание справедливости. Характерные представления о справедливости проявляются и в зависимости от того, с советским складом ума человек, либо же с современным капиталистическим. Очевидно, что слои населения, живущие с дефицитом денежных ресурсов, предпочтут образование, предлагаемое государством, ибо просто нету выбора. Но государственное образование реализовано очень неоднородно, например, дети из сёл, деревень и прочих малонаселённых пунктах, вынуждены, в лучшем случае, тратить колоссальное количество времени на дорогу до школы, а в худшем случае – получить некачественное образование, связанное с тем, что учителя-профессионалы чаще всего уезжают работать в крупные города.

Как было выявлено, понимание справедливости тесно связано с противоречиями. Чтобы сделать образование равнодоступным для всех, необходимо увеличить государственное и муниципальное финансирование данного социального института, предложить большее количество бюджетных мест. В противном случае блокируется вертикальная социальная мобильность детей из малообеспеченных семей, что делает более весомой проблему наследственной бедности, которая в свою очередь способна усугубить напряженность в российском обществе. Однако, с другой стороны, либеральное понимание справедливости в образовании, представленное в виде конкуренции среди учащихся, также способна в дальнейшем увеличить улучшить качество образования в целом. В связи с этим очень трудно принять решение о грамотном распределении образовательных услуг, какие из них должны быть платными и являться коммерческим интересом для отдельных компаний, а какие должны поддерживаться государством. [3] Проблема справедливости в сфере образования имеет большое значение для воспроизводства и увеличения среднего класса, посему обсуждать данный вопрос необходимо очень тщательно, согласую между всеми заинтересованными сторонами, коими выступают образовательные учреждения, государство, как главный источник финансирования и, конечно же, люди, которые в первую очередь нуждаются в получении качественного образования для своих детей. [4]

Образование должно быть призвано дать возможность людям, которые по различным причинам, не могут получать образование в культурных центрах нашей страны, получить качественные знания. Принято считать, что учащиеся заведения должны бороться за знания, изучать литературу, прилагать усилия, чтобы качественно осваивать

материал – и это бесспорно, но в свою очередь государство должно предоставить возможность учащимся находить, пользоваться и усваивать этот материал. Возможно, построить больше учебных заведений близь скопления сёл и деревень, улучшить транспортную систему, чтобы учащиеся могли без проблем добираться от дома до школы и прочее.

Проблема справедливости безусловно присутствует и должна быть решена если не полностью, хотя бы частично. Весомое количество учеников не имеют возможности получить качественное образование и зачастую это не зависит от их способности к обучению, а, банально, от финансового состояния их семьи. Если государство возьмётся за данный вопрос всерьёз, то мы можем ожидать только улучшение и прогресс в системе образования, что очень важно для нашей страны в современном мире.

Список литературы

1. Горин Д. Г., Ницевич В. Ф. Справедливость в сфере образования: социальные тенденции и управленческие подходы в трансформирующемся обществе // Среднерусский вестник общественных наук. 2016. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spravedlivost-v-sfere-obrazovaniya-sotsialnye-tendentsii-i-upravlencheskie-podhod-v-transformiruyuschemsya-obschestve> (дата обращения: 07.10.2021).
2. Ильина О. А. Понятие социальной справедливости в контексте образования // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии. 2015. №3-4 (50). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-sotsialnoy-spravedlivosti-v-kontekste-obrazovaniya> (дата обращения: 07.10.2021).
3. Константиновский Д.Л., Вознесенская Е.Д., Чередниченко Г.А., Хохлушкина Ф.А. Образование и жизненные траектории молодежи: 1998-2008 годы. - М.: ЦСПиМ, 2011.
4. Социальная справедливость: как мы ее понимаем - Пресс-выпуск ВЦИОМ № 2346 - URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=114297>

М.И. Кадничанская, К.В. Липатова

(Ульяновск, Ульяновский государственный университет)

АЛКОГОЛИЗАЦИЯ МОЛОДЕЖИ КАК СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА

Аннотация: В статье рассматривается проблема алкоголизации молодежи как одна из опасных форм девиации и как социальное явление, которое повышает вероятность криминогенного поведения. В условиях расслоения общества и растущего неравенства в доступе различных групп населения к ресурсам и в связи с тем, что молодые люди имеют небольшой жизненный опыт и чаще подвержены влиянию моды и кумиров, данная социальная группа является одной из наиболее уязвимых среди населения.

Ключевые слова: молодежь, девиантное поведение, алкоголизация, алкогольный опыт, алкогольная компания.

Одним из важных критериев благополучия общества является состояние здоровья населения. Здоровье человека выступает как

определенная социальная ценность. В период пандемии 2020-2021 гг. возросло внимание к вопросам сохранения и укрепления здоровья населения. Дополнительную актуальность эта тема приобретает в условиях социально-политических изменений, трансформации системы здравоохранения, расслоения общества и растущего неравенства в доступе различных групп населения к ресурсам. Чрезмерное употребление населением алкоголя, и прежде всего молодежью, ведет к различным девиациям в обществе.

Истоки причин проявления девиации у современного молодого поколения заключаются в особенностях его взаимодействия с миром вокруг и своим собственным, что представляет собой итог конкретного стечения обязательных и случайных факторов с момента рождения и в процессе социализации индивида.

Алкоголизации молодого населения способствует активизация других форм отклонений (например, рост преступности, влечения к наркотическим веществам), что объясняется решимостью опьянённого человека совершать поступки, на которые в трезвом состоянии он бы не пошёл. В связи с тем, что молодые люди имеют небольшой жизненный опыт и чаще подвержены влиянию моды и кумиров, данная социальная группа является одной из наиболее уязвимых среди населения.

Многие исследователи считают, что алкоголизм именно как заболевание формируется и начинает проявлять себя в основном у лиц 30-40 летнего возраста, но приобщение к алкогольным напиткам именно в подростковом возрасте может являться причиной развития у индивида алкогольной зависимости в будущем [2, с.114].

Появление девиантного поведения, заключающегося в злоупотреблении алкоголем, имеет несколько предпосылок, среди которых можно назвать наследственность, характер, индивидуальные свойства человека и объективные обстоятельства, не зависящие от субъекта.

Формирование алкоголизма у молодого населения происходит вследствие раннего пристрастия к спиртным напиткам и появления «алкогольного мышления». Алкоголизм молодёжи опасен и наносит большой урон медицинского и социального характера, который может проявиться в сокращении сроков перерастания пьянства в алкоголизм.

Если молодежь прибегает к употреблению алкогольных напитков для снятия напряжения из-за негативных взаимоотношений с членами семьи, сверстниками или друзьями, то в более осознанном возрасте у них развивается привычка бегства таким способом от проблем, они теряют способность восприятия жизненных неурядиц и поиска их преодоления. Ссора с другом, с девушкой, проблемы на работе или учебе - становятся поводом выпить. Молодой человек теряет или так и не приобретает способность брать на себя ответственность за свои

поступки, предпочитая не замечать то, как алкоголь искажает восприятие реальности.

Кроме этого, на алкоголизацию молодежи влияет традиция семейного застолья, когда за одним столом по случаю праздника, встречи, утраты собираются все родственники, вовлекая молодое поколение к распитию алкоголя.

Итак, можно выделить два фактора приобщения к алкоголю – компания/друзья и семья - имеют примерно равное значение по степени влияния на социализацию молодого поколения, соперничая друг с другом [1, с. 59].

Это подтверждается и результатами социологического исследования, представленными в работе Д. В. Зернова "Особенности вхождения молодежи в алкогольную среду", в ходе которого методом анкетирования опрашивались молодые нижегородцы в возрасте от 15 до 24 лет. Инструментарий для проведения анкетирования разработан на кафедре прикладной социологии ФСН ННГУ им. Н. И. Лобачевского (Таблица 1).

Таблица 1. Место первого опыта употребления алкоголя, %

Места	Молодежь	Юноши	Девушки
В компании знакомых	47	52	43
В кругу семьи, в присутствии родителей	34	27	40
Вдвоем со своим другом или подругой	14	15	14
Один, когда никто этого не видел	2	3	2
В случайной компании	2	3	1

Интересен и тот факт, что девушки чаще, чем юноши в первый раз употребили алкоголь в кругу семьи, в присутствии родителей. Незначительным остается процент тех молодых людей, кто употребил алкоголь один, когда никто не видел или в случайной компании.

Первый алкогольный опыт до 16 лет приобретают свыше 70 % респондентов, также высок процент лиц, попробовавших алкоголь в раннем возрасте. К 18 годам заканчивается вхождение молодежи в алкогольную среду, как следствие начинается процесс алкоголизации. Регулярность употребления алкоголя у юношей выше, чем у девушек. Примерно половина девушек выпивают алкоголь несколько раз в год, тогда как большинство юношей употребляют алкоголь несколько раз в месяц [4, с. 158-166].

Ранняя алкоголизация опасна по ряду причин: воздействие алкоголя на молодой организм приводит к более тяжелым последствиям медицинского и социального характера [3, с. 284].

Рост алкоголизации молодого населения - один из наиболее опасных видов девиации, так как способствует активизации других форм

отклонений (например, рост преступности, влечения к наркотическим веществам), что объясняется решимостью опьянённого человека совершать поступки, на которые в трезвом состоянии он бы не пошёл. К сожалению, не редки случаи, когда под воздействием алкоголя молодые люди совершали убийства по неосторожности во время конфликтов.

Молодое население репродуктивного возраста, подвергаясь алкогольной зависимости, увеличивает риск рождения детей с физическими или психическими аномалиями. Поэтому девушкам и юношам очень важно заботиться о своём здоровье.

Изучив тенденции данного отклонения можно сказать, что в современное время в России идет массовая алкоголизация молодежи, которая набирает обороты и поражает все большее количество молодых людей из различных социальных слоев. Борьба с молодежным, и в частности подростковым алкоголизмом - одна из серьезных проблем общества. Молодежный алкоголизм как форма девиантного поведения дестабилизирует общество. Лидирующие позиции среди этих факторов занимают семья с традицией семейного застолья и неправильным воспитанием молодого поколения и дружеская компания, которая негативно влияет на подростка.

Список литературы

1. Рубанов, А. В. Девиантное поведение: проблемы и противодействие / А. В. Рубанов // *Философия и социальные науки*. 2013, № 3, С. 59.
2. Самыгин, П.С. Девиантное поведение молодёжи / П.С. Самыгин. - Ростов н/Д: Феникс, 2006. - 440 с.
3. Самыгин, П. С. Профилактика девиантного поведения молодежи/ П. С. Самыгин, С. И. Самыгин, Д. В. Кротов; под общей редакцией П. С. Самыгина. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 284 с.
4. Зернов, Д. В. Особенности вхождения молодежи в алкогольную среду // *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского*. Серия: Социальные науки. 2016, № 4 (44), с. 158-166.

УДК 316

Е.В. Капалова

(Пенза, Пензенский государственный университет)

ТРУДОВЫЕ ЦЕННОСТИ МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Аннотация: Трудовые ценности молодежи в современном обществе формируются под влиянием множества факторов. Исследование приоритетов в системе ценностных трудовых установок помогает определить значимые трудовые ориентиры молодого поколения, а также рассмотреть пожелания к будущей трудовой занятости. Современные представления о трудовых ценностях оказывают влияние как на профессиональное самоопределение, так и на мировоззренческие установки молодежи.

Ключевые слова: трудовые ценности, потребности молодого поколения, современное общество, занятость молодежи, социализация, выбор профессии.

Между подростковым и взрослым возрастом у человека существует жизненный этап называемый «молодежью». Возрастные рамки, которые позволяют относить человека к молодежи, весьма относительны. По разным классификациям нижняя возрастная граница молодежи устанавливается между 13 и 17 годами, а верхняя – между 25 и 35 годами. На данной фазе жизненного цикла люди еще свободны от взрослых обязанностей и могут спокойно изучать и выбирать вид деятельности, которым они хотят заниматься в дальнейшем.

В современных условиях на процесс формирования трудовых ценностей молодежи влияют многие факторы. В зависимости от возраста, пола, национальности, интересов и многих других факторов каждый человек формирует свою индивидуальную систему ценностей, которая отвечает именно его потребностям. Появление этих потребностей исходит из жизнедеятельности индивида. Важное значение имеет социальная ситуация развития личности, которая включает в себя особенности социализации личности. Эти особенности зависят от ближайшего окружения человека, то есть от его семьи, друзей и знакомых. Также в современном обществе трудовые ценности молодого поколения формируются исходя из социально-экономической ситуации в стране, региональных особенностей и из сложившейся в обществе системы ценностей. В наше время средства массовой информации выступают неким проводником между общественными трудовыми ценностями и формирующимися у молодежи поведенческими установками в сфере труда.

В связи с многочисленными изменениями в ценностной системе общества отношение к трудовой деятельности у молодежи значительно поменялось. В настоящее время у молодого поколения наблюдается высокая мотивация к труду. Она основана на стремлении стать высококвалифицированным специалистом, построить профессиональную карьеру, самореализоваться. Данная тенденция является положительной, поскольку она показывает высокую экономическую активность молодежи.

Нынешнее молодое поколение полно сил и энергии, тянется к новым знаниям и умениям, имеет огромный трудовой потенциал и готово его реализовывать, если его трудовая деятельность будет достойно оплачиваться.

Сейчас молодежь считает наиболее предпочтительным методом поощрения за работу – повышение заработной платы. При этом для молодого поколения важно не только материальное, но и моральное поощрение со стороны руководства. Оно дает возможность ощутить свою необходимость в трудовом коллективе, придает уверенности и поднимает самооценку.

Ныне выбор места работы у современной молодежи носит противоречивый характер. Он определяется как индивидуальными

способностями с одной стороны, так и потребностями с другой. Первостепенно молодое поколение рассматривает работу как способ удовлетворения своих материальных способностей, несмотря на формы и виды трудовой занятости.

Более того, необходимо отметить, что формирование социально-трудовой ориентации современного молодого поколения зависит не только от самой молодежи и ее окружения, но и от молодежной политики, проводимой государством. Государству необходимо предпринять все возможные усилия по созданию благоприятных условий для успешной интеграции молодого поколения в систему современных социально-экономических отношений.

Список литературы

1. Жупник, О.Н. Карьера в системе ценностей современной студенческой молодежи. – Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Социология. Педагогика. Психология, 2019 – С. 19-27.
2. Кох, И.А., Орлов, В.А. Ценности и профессиональное самоопределение студенческой молодежи. – Образование и наука, 2020 – С. 143-170.
3. Маметбакиева, Н.П. Трудовые ценности и установки современной студенческой молодежи. – Инновационный потенциал молодежи: гражданственность, профессионализм, творчество, 2020. – С. 304-306.
4. Овчаренко, Я.Э., Гаврилей К.В. Трудовые ценности и трудовая активность современной молодежи. – Научно-практические исследования, 2020 – С. 11-14.
5. Петрушина, В.В., Мартынова Н.А. Проблемы и перспективы развития рынка труда молодых специалистов. – Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии, 2019 – С. 99-104.
6. Ретивина, В.В. Трудовые ценности и установки современной студенческой молодежи. – Высшее образование в России, 2019 – С. 57-63.
7. Третьякова, О.В., Попкова, А.А. Молодежь в современном обществе: система ценностей. – Вестник Сургутского государственного университета, 2020 – С. 112-116.

УДК 316

Л.И. Кузахметова, К.А. Султанова

(Пенза, Пензенский государственный университет)

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы определения значения ценностных ориентаций для молодого поколения, предпринята попытка сравнительного анализа структуры ценностных ориентаций современной молодежи за последнее десятилетие.

Ключевые слова: ценностные ориентации, молодежь, социализация, социологические исследования

В настоящее время, процесс социализации молодых людей достаточно осложнен. Это связано с их переоценкой традиций, норм и

ценностей. В связи с происходящими в обществе изменениями, можно предположить, что особенно трудно приходится молодежи.

Молодёжь - это мобильная и динамичная группа молодых людей, проходящая стадию взросления т.е. становления личности, усвоения знаний, социальных ценностей и норм, с ещё не устоявшимся мировоззрением и установками, которые необходимы для определения дальнейших действий. Промежуточное положение между мировоззрением и установками занимают ценностные ориентации личности.

Ценностные ориентации – важнейший элемент внутренней структуры личности. Они для каждого человека разграничивают существенное и важное от несущественного. В силу этого ценностные ориентации выступают важным фактором мотивации к действию и поступкам личности, выступают компонентом мировоззрения и признаются в качестве стратегических жизненных целей и ориентиров.

В свою очередь, ценностные ориентации молодежи динамичны, поэтому их изучение является актуальным в связи с развитием современного общества.

Результаты современных исследований определяют, что ценности, обладая жизненной значимостью, способностью удовлетворения интересов и потребностей индивида, обуславливают образ жизни молодежи и выражаются в объективных формах поведения [3, с.440].

Следует отметить, что ценностные ориентации современной молодежи базируются на двух направлениях.

Первое - духовное направление, для которого характерны нравственные установки гуманизма и любви к людям.

Второе - направлено в сторону индивидуализма, преобладание материального над духовным [5, с.64].

Для молодых людей свойственны как духовно-нравственные, так и сугубо прагматичные, материальные жизненные ценности. Они все занимают важное место в ценностном пространстве личности современной молодежи.

Прежде всего, формирование ценностных отношений среди молодёжи является сложным и достаточно противоречивым процессом.

Во-первых, современная молодежь руководствуется принципом выбора иного жизненного пути, чем у своих родителей.

Во-вторых, особое внимание молодые люди уделяют тому, что выходит за рамки их повседневной жизни, будь то социальная структура, политика или экологические проблемы.

В-третьих, семейные ценности имеют большое значение в образе мышления современной молодежи. Кроме того, среди наиболее важных личностных черт и социальных систем ценностей высокие рейтинги приобрело такое качество, как ответственность.

Одной из главных особенностей системы ценностей молодого поколения является то, что в ценностной иерархии современной российской молодежи позитивные ценностные ориентации преобладают над негативными.

Ценностный мир молодежи представлен многообразием ценностей и ценностных ориентаций, которые оказывают существенное влияние на процесс формирования и социализации развивающейся личности. То, на какие ценностные ориентации нацелено молодое поколение определяет дальнейшее развитие общества [1,с.247].

В данной научной работе был проведен вторичный анализ социологических исследований ученых в этой области.

Изучение ценностных ориентиров молодых людей позволяет проследить динамику изменений отношений молодежи ко многим аспектам жизни и выявить наиболее значимые для молодежи жизненные ориентации.

Вишневым Ю.Р., Дидковской Я.В., Певой М.В. было проведено исследование ценностных ориентаций молодежи за 2010 г. [2,с.27], ценностные ориентации молодежи за 2020 год исследовали аналитики ВЦИОМ [4].

Ниже представлена сравнительная характеристика ценностных ориентаций молодежи за 2010-2020 г. (Рисунок 1)

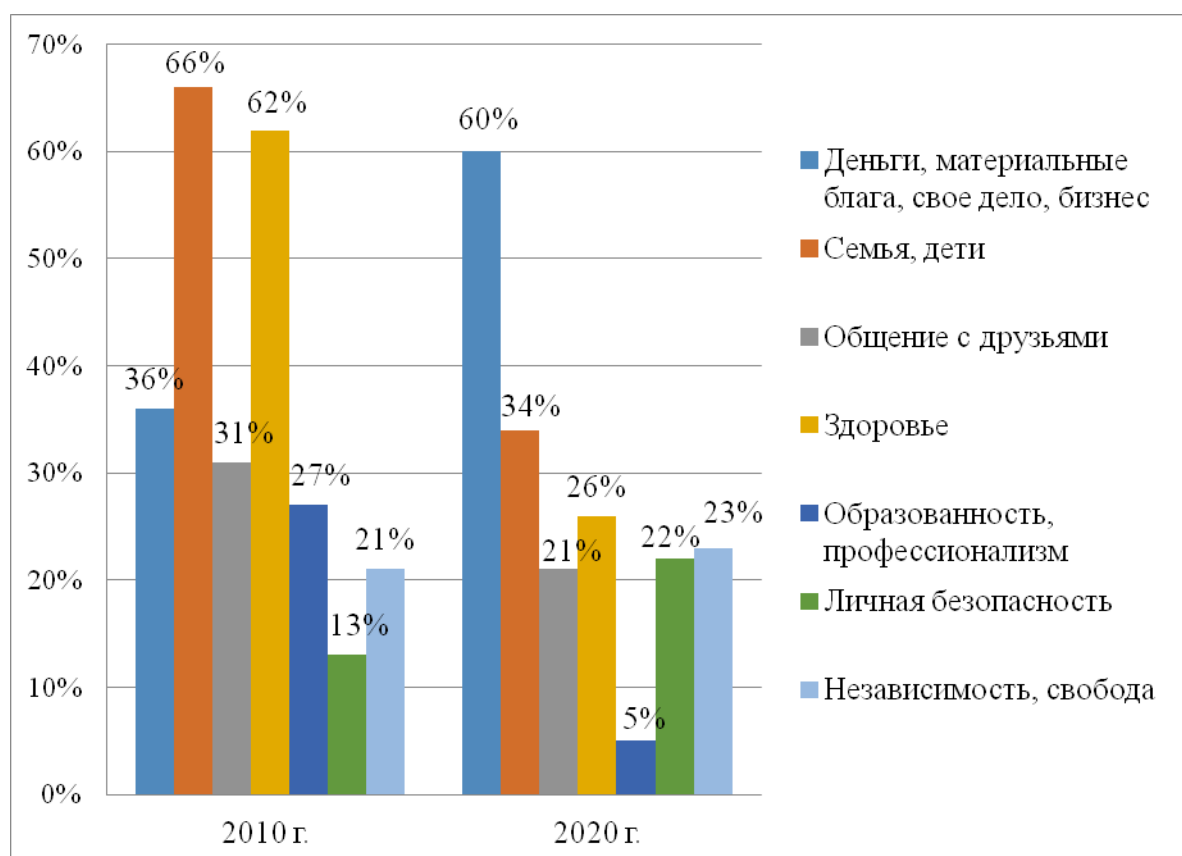


Рис. 1 - Сравнительная характеристика ценностных ориентаций молодежи за 2010-2020 гг.

Сравнительный анализ ценностных ориентаций молодежи в период с 2010 по 2020 гг. позволил определить следующие тенденции, можно сказать, что в 2010 году:

- для большинства молодых людей (66%) основной жизненной ценностью является семья и дети;
- для 62% респондентов важным является здоровье.
- деньги и материальные блага оказались значимыми для 36% опрошенных.
- 31% респондентов считают важным общение с друзьями.
- 27% опрошенных указали получение хорошего образования в качестве важной жизненной цели.
- независимость и свобода важны для 21% респондентов.
- личная безопасность является значимой только для 13% [2,с.27].

Для сравнения, в 2020 году в ходе исследования были получены следующие результаты:

- важнейшей ценностью для молодых людей являлись деньги и материальные блага (60%);
- ряд опрошенных (34%) в качестве своей жизненной цели указали наличие семьи и детей;
- для 26% здоровье является крайним важным;
- свободу и независимость высоко ценят 23% респондентов;
- 22% признают важным личную безопасность;
- общение с друзьями является ключевой ценностью для 21% опрошенных;
- всего 5% респондентов указали образование в качестве жизненной цели [4].

На основе проведенного сравнительного анализа можно сделать выводы о том, что ценностные ориентации за 10 лет претерпели изменения. Если в 2010 году основными жизненными ценностями молодёжи являлись наличие семьи и детей, здоровье и образование, то в 2020 году наивысшую значимость приобрели деньги и материальные блага, а затем уже наличие семьи и детей, а также здоровье.

Таким образом, за период с 2010 по 2020 года произошла значимая переоценка ценностей среди современной молодежи.

Следует учитывать, что ценностные ориентации являются механизмом личностного роста и саморазвития молодого поколения, представляя собой важный фактор мотивации к действию и поступкам личности.

Молодые люди не только воспроизводят социальные отношения и структуры, но и выполняют инновационные функции по изменению существующего порядка, включая признанные нормы и стандарты поведения, касающиеся важных и социально приемлемых идей.

Список источников

1. Борзиева, З. М. Ценностные ориентации современной молодежи / З. М. Борзиева. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2018. — № 52 (238). — С. 247-248.
2. Вишневский Ю.Р., Дидковская Я.В., Певная М.В. Проблемы профессионального самоопределения молодежи: анализ ценностных ориентаций и профессиональных стратегий// Информационно-аналитический отчет. Екатеринбург: УрФУ, 2011. 167 с.
3. Данилова Е.А., Ионова О.В. Ценностные установки на здоровье и здоровый образ жизни современной молодежи//Здоровье как ресурс: V. 2.0: материалы международной научно-практической конференции. Под общей редакцией З.Х. Саралиевой. - Нижний Новгород: ООО «Научно-исследовательский центр», 2019. - С. 439-442.
4. Молодёжь России назвала свои жизненные ценности: деньги оказались выше всего [Электронный ресурс] - Режим доступа:www.uralweb.ru/news/society/515169-molodej-rossii-nazvala-svoi-jiznennye-cennosti-dengi-okazalis-vyshe-vsego.html
5. Чуева С.В. Ценностные ориентации российской молодежи и реализация государственной молодёжной политики: результаты исследования [Текст]: монография / Государственный университет управления; – М.: Издательский дом ГУУ, 2017. – 131 с.

УДК 316.454

А.А. Лапина

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКАЯ АКТИВНОСТЬ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В КОНТЕКСТЕ ОТНОШЕНИЙ С ГОСУДАРСТВОМ

Аннотация: статья посвящена групповому эгоизму как поведенческой стратегии студенческой молодежи в социально-политической сфере. На разных уровнях социальной структуры все активнее проявляются «атомизация» и групповой эгоизм как поведенческая стратегия, особенно ярко это проявляется в ценностях и поведении молодежи.

Ключевые слова: стратегия поведения студентов, групповой эгоизм, социально-политическая сфера.

Актуальность статьи заключается в том, что в современной России наблюдается рассогласованность между социальными группами и слоями, недоверие к государственным и социальным институтам, разделение социально-статусных позиций, социальных и нравственных норм. Групповой эгоизм, несомненно, имеет прагматический эффект для индивидов, привыкших жить и действовать в условиях социальной аномии и социальной анархии. Но групповой эгоизм блокирует усилия по социальной сплоченности общества, созданию эффективного государства и продвижению по пути социальной модернизации. Особенность группового эгоизма в российском обществе и в том числе его распространенность среди молодых студентов, заключаются в его разновекторности, связанной с использованием «опыта прошлого» и

институциональной аномии, социальной анархии в период социальных трансформаций [2, с. 32].

Цель статьи - выявить стратегии поведения студентов в социально-политической сфере.

Социально-политическая сфера трактуется как система из четырех взаимосвязанных элементов: социума, политики, ситуации, страны. Социально-политическая сфера есть пространство политической деятельности классов, других социальных групп, национальных общностей, политических партий и движений, разного рода общественных организаций. Главнейшей целью является интеграция общества, обеспечение равновесия социальной системы [1, с. 59].

Мы провели собственное социологическое исследование по изучению группового эгоизма как поведенческой стратегии студенческой молодежи; выборка составила 400 студентов в возрасте от 17 до 24 лет.

В ходе нашего исследования было выявлено, что самым распространённым ответом о значении «патриотизма» среди студентов является «ответственность за страну и её будущее» (58%), самым непопулярным – «Причастность к национальным проектам» (11%) (рисунок 1). Лидирующими позициями рейтинга являются определения, характеризующиеся как «ответственность», «гордость» и «любовь», далее в рейтинге находятся определения, отражающие принадлежность человека к культуре, народу, традициям и семье. Из этого можно сделать вывод, что молодёжь воспринимает «патриотизм» не как процесс объединения, а как индивидуальное отношение к стране.

Интересно, что девушки чаще воспринимают патриотизм как «готовность защищать Родину» (46%), это можно объяснить тем, что выражение «защищать Родину» у молодых людей чаще вызывает ассоциации с обязательной службой в армии. Ответственность за страну и будущее тоже чаще испытывают девушки (67%).

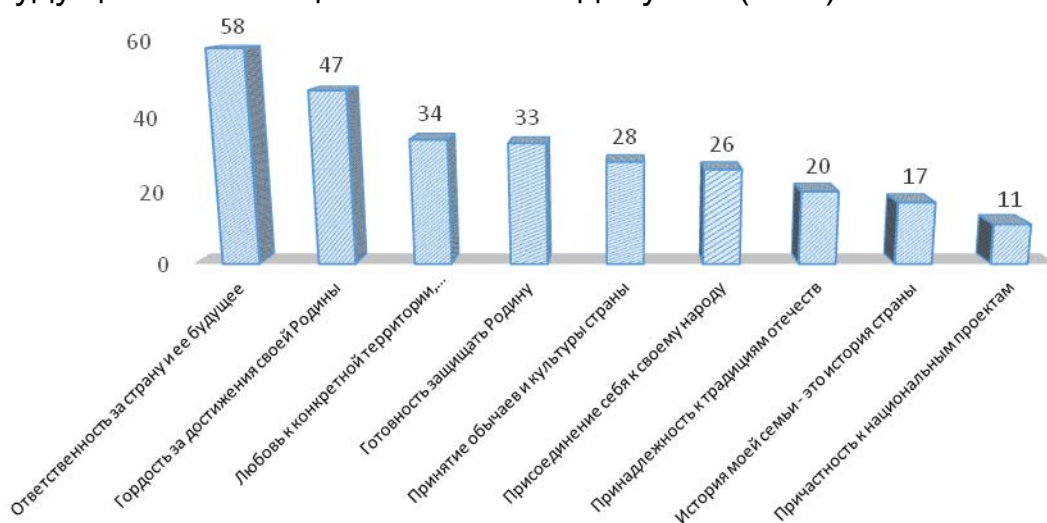


Рис. 1. Восприятие патриотизма (в % от числа опрошенных, n = 400)

Проанализирована степень участия респондентов в различных формах социально-политической жизни, что буквально отвечает на

вопрос, где и с какой частотой они участвуют и оставляют свой вклад сообща (Рисунок 2). Отметим, что все предложенные формы социально-политической жизни имеют очень низкий индекс участия. Только обсуждение социально-политических вопросов с друзьями имеет индекс участия на уровне – ниже среднего (индекс = 0,31).

Участвуют иногда же также в обсуждениях и в работе общественных организаций разного профиля. Очень редко – обсуждение проблем в интернет-сообществах и сбор средств нуждающимся. Никогда не участвуют – участие в работе политических партий и участие в выборных компаниях в качестве наблюдателя или агитатора. В целом молодежь, как видно, находится в стадии бурного обсуждения и интереса, но до действий этот интерес не доходит.

Низкая заинтересованность молодежи в политической сфере жизни общества обусловлена рядом причин. Во-первых, жизненные интересы, особенно подростков, акцентированы на вхождение во взрослую жизнь, и к тому же их социальный опыт достаточно низок и ограничивается межличностными и внутрисемейными коммуникациями. Во-вторых, молодежи не хватает знаний правовой культуры, а значит, она не может полноценно принимать участие в политических процессах. В-третьих, на современном этапе развития российского общества ценности молодого поколения кардинально изменились по сравнению с ценностями предыдущих поколений. Сегодня актуальна проблема формирования новой ценностной системы. Молодые люди теряют самобытность, теряют национальные культурные корни и чувство национальной принадлежности.

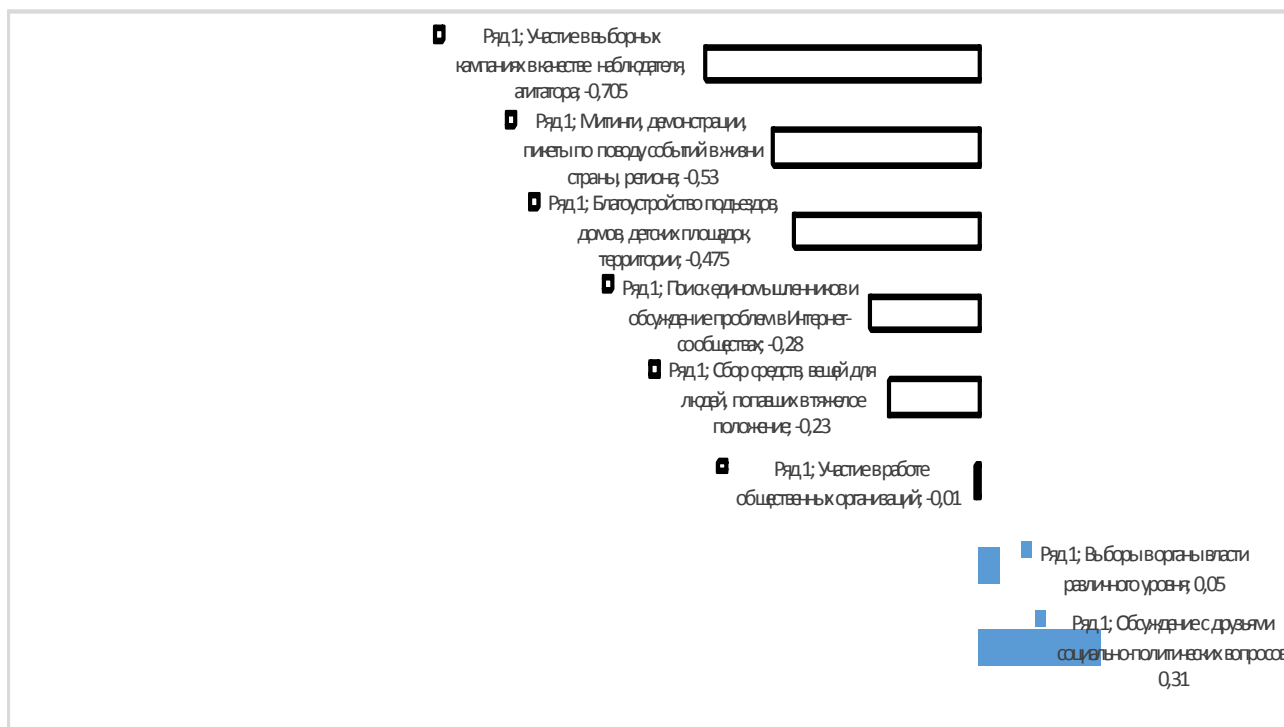


Рис. 2. Степень участия в формах социально-политической жизни (в индексах, n = 400)

*Примечание: индекс рассчитан по формуле с присвоением коэффициента разных вариантов ответа; значение индекса – 0,75 – 1 – высокий; 0,51- 0,74 - средний; 0,25 – 0,5 – ниже среднего; 0 – 0,24 – низкий.

Таким образом, исходя из ответов респондентов, наблюдается повышенный интерес к политике и неутешительно низкий к социальной сфере. Это говорит о закрытости к нуждам окружающих, к примеру, по отношению к людям, попавшим в сложную жизненную ситуацию. Но сами они позиционируют себя как равнодушные члены общества. Они интересуются, обсуждают, но не готовы к активным действиям в социально-политической сфере. Результаты исследования рассчитаны, во-первых, на органы управления образованием и, во-вторых, на руководство вузов. Данное исследование позволит выстроить политику обучения студентов-первокурсников с учетом особенностей их поведения и усовершенствовать подготовку кадров в Российской Федерации. С учетом этого, возможно выстроить эффективную тактику по снижению негативного проявления группового эгоизма и вовлечения студенческой молодежи в социальные связи.

Список литературы

1. Балюшина Ю. Л. Социальная политика: понятие и сущность // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2009. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-politika-ponyatie-i-suschnost> (дата обращения: 09.06.2021).
2. Нечуткий, А. Ю. Автореферат. Групповой эгоизм в российском обществе: социологический анализ. – Ростов н/Д, 2007. – 32 с.

УДК 659.441.37

М.А. Латыпова

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЁЖИ К ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯМ: МОТИВАЦИЯ И РЕАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ

Аннотация: Статья посвящена отношению молодежи к интернет-коммуникациям в современном мире, влиянию сети интернет на поведение в социуме и обзор положительных и отрицательных воздействий электронного обмена информации.

Ключевые слова: молодежь, коммуникации, интернет, интернет-коммуникации, коммуникации в интернете

Интернет-коммуникации – это методы общения, при которых передача информации происходит по каналам сети Интернет с использованием стандартных протоколов обмена и представления информации. Благодаря такому обмену информации уровень жизненного комфорта значительно увеличился, поскольку все данные находятся в одном месте и всегда под рукой. [1,156]

Актуальность данной статьи заключается в том, что основной аудиторией интернета является молодежь, с одной стороны самые

умелые, а с другой самые неосторожные пользователи глобальной сети. Исследователи отмечают, что интернет-коммуникации оказывают огромное влияние на подрастающее поколение. Их поведение в социуме, воспитание, поступки – все это, молодые люди впитывают в себя из интернета. [3, 249]

Цель данной статьи: выявить роль интернет-коммуникаций в жизни молодежи.

В настоящее время наблюдается большая разница между поколениями миллениалов (люди, рожденные с 1984 по 2000 г.) и зумеров (люди, рожденные с 2000 по 2015 г.) Миллениалы с небольшим доверием относятся к тому, что написано в бумажных источниках, стоит ли говорить про недоверие к интернету, где каждый может опубликовать любую запись или статью. В отличие от них, зумеры гораздо проще относятся к всемирной паутине и ее содержанию, поскольку знакомы с ней с самого рождения.

Пользователи от 13 до 24 лет — первое цифровое поколение, чье взросление происходит неразрывно от технологий. В своих привычках, ценностях и поведении онлайн они принципиально отличаются от миллениалов. А главное — они проводят в Сети значительно больше времени, чем пользователи 25-34 лет. В частности, в социальных сетях, за просмотром видео и онлайн-играми.

Как правило, старшее поколение считает данный феномен из ряда вон выходящим и старается бороться с этим ограничением времени, которое их дети тратят на гаджеты, но подход следует искать с другой стороны. Зумеры не перестанут переносить интернет-пространство в реальную жизнь, участвуя в ней 2 часа в день, наоборот, они будут стараться из-за всех сил взять оттуда как можно больше. Достаточно лишь рассказать молодежи о интернет-грамотности, и они сами захотят узнать о ней больше, даже возможно, что это будет их следующим запросом в поиске интернет-сети. [2, 103]

В декабре 2016 года, корпорация Google совместно с Ipsos провела собственное исследование привычек и поведения российской молодежи онлайн. Из его показателей было выявлено: 65% россиян используют Интернет ежедневно, но если речь идет о молодом поколении, то эта цифра вырастает до 98%.

Кроме того, молодые пользователи всегда на связи. Основным каналом коммуникации для них являются социальные сети, в числе которых одна из самых популярных — YouTube. 27% россиян 13-24 лет проводят в социальных сетях более 5 часов в день, а четверть из них проверяют обновления каждые 30 минут. Интересно, что пользователи от 18 до 24 лет в среднем проводят в социальных сетях больше времени, но именно подростки (69%) чувствуют необходимость немедленно реагировать на все обновления и новые сообщения. Им важно не упустить момент и находиться в постоянном социальном

взаимодействии. А для выражения чувств и эмоций 61% из них используют особый язык — стикеры, видео, gif и emoji.

Большое влияние на молодое поколение пользователей оказывают интернет-«звезды». По данным опроса, наряду с киноактерами и музыкантами новое поколение пользователей предпочитает подписываться в социальных сетях на обозревателей онлайн-игр, звезд киберспорта и видеоблогеров.

В отличие от обычных знаменитостей, видеоблогеры находятся в постоянном диалоге со своей аудиторией и стараются выстроить с ней доверительные отношения. В среднем 30% молодых пользователей доверяют мнению и рекомендациям любимых блогеров, в том числе при выборе товаров. Сотрудничество с популярными лидерами мнений на YouTube может открыть рекламодателям путь к сердцам этой аудитории.

Новое поколение пользователей ценит бренды. Для 40% подростков название бренда является индикатором качества. В то время как пользователи в возрасте от 18 до 21 года охотно подписываются на бренды в социальных сетях. Но в то же время представители этого поколения не готовы слепо доверять имени, 56% из них отдают предпочтение только тем брендам, которые отвечают их собственным ценностям и взглядам. И хотя молодые пользователи часто сами не являются покупателями, их мнение влияет на тот выбор, который делают их родители при совершении финальной покупки.

Из всего вышеперечисленного можно сделать вывод: современная молодежь сильно отличается от предыдущих поколений. Она имеет больше знаний, опыта и навыков в использовании интернет-коммуникаций, но во многих случаях не понимают, как их можно правильно применить. [4, 256]. Интернет-пространство для них вторая реальность, в которой можно узнать любую информацию, обменяться ей, взаимодействовать с другими пользователями. Благодаря глобальной сети, поколение зумеров выросли визуалами. Для них играют огромное значение внешние характеристики, за счет этого им легче воспринимать информацию в картинках с описанием или видео формате. [6, 368]. Находка и доверие фейковой информации достаточно частое явление среди юных пользователей только потому, что поколение миллениалов частично знакомо с этим и не может вовремя предупредить об опасности. [5,160]

Итак, интернет-коммуникации имеют сильное воздействие и на старшее поколение через молодежь. Взрослые люди не до конца знакомы с этим пространством и требуют помощи и совета от молодых людей, а те, в свою очередь помогают поиском информации в тех источниках, которым доверяют сами.

Список литературы

1. Собкин, В.С. Подросток: виртуальность и социальная реальность / В.С. Собкин, Ю.М. Евстигнеева // Труды по социологии образования. Том VI. Выпуск X. – М.: ЦСО РАО, 2001 – 156 с.
2. Кондратьева Т. В. Воздействие искусственного интеллекта на личность // Человек в системе социокультурных отношений: сборник научных статей. Москва: фонд Новое Тысячелетие. 2000. Вып. 3 С.101–112]
3. Выготский Л. С. Проблема возраста // Выготский Л. С. Собрание сочинений: в 6 т. Т. 4. Москва: Педагогика, 1984. С. 244–268.
4. Герасевич Блоги и RSS: интернет-технологии нового поколения / Герасевич, Виталий. - М.: СПб: BHV, 2006. - 256 с.
5. Купко, Д. Знакомство в Интернете / Д. Купко. - М.: СПб: Питер, 2006. - 160 с.
6. Струнин, А.В. Интернет для тех, кому некогда / А.В. Струнин. - М.: Только для взрослых, 2001. - 368 с.

УДК 659.441.37

М. Д. Луликова

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ РОССИЙСКИХ СТУДЕНТОВ

Аннотация: В статье представлены результаты авторского исследования ценностных ориентаций современного поколения молодежи. Проведен анализ отношения молодого поколения к окружающей действительности, происходящим событиям, жизненным целям и ориентирам, определен круг насущных проблем неравенства и справедливости, также представлены подходы к их решению.

Ключевые слова: ценностные ориентации, молодёжь, социальное неравенство.

Современное российское общество за последние годы претерпело ряд значительных социально-экономических и политических изменений. Переход к рынку обусловил создание качественно новых экономических условий жизнедеятельности и формирование новых общественных отношений, изменения в самой структуре общества. Как следствие радикальных трансформаций в обществе появилось много серьезных проблем: имущественное и социальное неравенство, рост безработицы и преступности, кризис духовных и нравственных ценностей. Закономерными стали изменения в сознании и поведении людей, смена жизненных приоритетов, переоценка ценностей. [1, с. 66]

Актуальность данной темы заключается в проблеме приспособления студенческой молодежи к новой социальной реальности, и в этой связи особую важность приобретает изучение изменений, происходящих в сознании современной молодежи. Необходимо обладать информацией об отношении молодежи к окружающей действительности и происходящим событиям, о жизненных целях и ориентирах, о насущных проблемах и, самое главное, о способах их решения.

Цель данной статьи заключается в определении ценностных ориентаций российских студентов в рамках социального неравенства.

Известно, что трансформационные процессы в российском обществе оказали мощное влияние на процессы социализации и становления целого поколения молодежи. Старая и устойчивая система ценностей была разрушена, в течение продолжительного времени молодежь осталась без четких духовно-нравственных ориентиров, процессы социализации протекали хаотично без определенной направленности. Этим вопросам уделялось много внимания в науке кризисного для нашей страны периода конца 1990-х гг.

Под ценностными ориентациями в энциклопедической литературе понимается оценочное отношение личности к совокупности материальных и духовных благ, которые рассматриваются как предметы, цели и средства для удовлетворения потребностей группы. Они выражаются в идеалах, личностном смысле жизни и проявляются в социальном поведении личности [2, с. 46]. Понятие и суть ценностей и ценностных ориентаций, существующих в современной науке.

Мы провели собственное социологическое исследование по изучению студентов как социальной группы в вузах г. Ульяновска; выборка составила 400 опрошенных в возрасте от 17 до 24 лет. В ходе исследования были выявлены ценности и интересы студентов.

Как выяснилось в ходе опроса, 52-53% студентов выбрали такие качества, как толерантность, самостоятельность; также стоит отметить, что эти качества больше относятся к возрастной категории от 20 до 22 лет. Самый низкий выбор качества «закрытость» (8%).

Это говорит о том, что студенты считают себя самостоятельной группой в вопросе личностных качеств, необходимых студенчеству в процессе обучения для получения высоких результатов в учёбе, а также для успешного поиска рабочего места на рынке труда. Для максимально более полного охвата личностных качеств необходимо систематизировать качества студентов, непосредственно влияющие на результативность процесса обучения. На основе сложившейся в российском обществе модели социального неравенства выделились типы молодого поколения, имеющих не только разный уровень здоровья, но и разный запас социальных ресурсов его поддержания. К таким ресурсам относятся: уровень и качество жизни семьи, ценностно-смысловые ориентации и групповая идентификация студентов.

По данным опроса, мы выделили значимые *жизненные ценности* студентов: 63% отметили, что главной ценностью для них является здоровье, в основном это студенты которые не имеют высокого экономического статуса (88%). Самым низким в рейтинге оказалась ценность «поддержание традиций» (3%).

Особая неформальная структура отношений в коллективе и групповые ценности и нормы позволяют выделить студентов среди

других социальных групп. Но эти особенности временные: ориентации и установки, из которых складывается ценностное сознание студентов, изменятся под влиянием жизненного опыта, новых коллективов. Сейчас их объединяют установки, представления об учебе, которые они получили в предыдущих образовательных учреждениях. Студенческие группы постепенно индивидуализируются, приобретая особые черты.

Вывод. Анализ ценностных ориентаций связан с характеристикой ценностной ориентации как результата ценностного отношения, зафиксированного в системе личностных ценностей субъекта, и как процесса, в ходе которого формируется набор значимых для субъекта ценностей и возможных форм актуализации бытия субъекта. Иначе говоря, ценности в ценностно-ориентировочной деятельности играют двойную роль. Они могут выступать в качестве объекта оценки и выбора субъекта, в этом смысле можно говорить о социальном неравенстве. С другой стороны, ценности являются ориентиром того, в каких сферах жизнедеятельности нужно сконцентрировать субъекту свои усилия.

На основе полученных выводов мы сформулировали рекомендации.

1. Формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации; развитие исследовательских умений; использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий на практических занятиях, при написании курсовых и выпускной квалификационной работ, для эффективной подготовки к итоговым зачетам и экзаменам

2. Развитие модели и формы вовлечения молодежи в трудовую и экономическую деятельность, направленную на решение вопросов самообеспечения студенческой молодежи.

Список литературы

1. Алексеева, В. Г. Ценностные ориентации как фактор жизнедеятельности и развития личности / В.Г. Алексеева // Психологический журнал, 2005. - № 5. - С. 63-70
2. Зборовский Г. Е. Можно ли быть вместе, находясь врозь: студенты и преподаватели в вузе // Социологические исследования. 2018. № 9. С. 49-58.
3. Резник С. Д., Вдовина О. А. Преподаватель российского вуза: мотивы и приоритеты деятельности // Социологические исследования. 2017. № 6. С. 132-137

УДК 316.752

Н.В. Власова, Д.К. Максимова

(Ульяновск, Ульяновский государственный университет)

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. Ценностные ориентации — это культурные стандарты, это принятые личностью духовные и материальные ценности, отталкиваясь от которых люди

определяют благо, добродетель, и которые в широком смысле являются нормами жизни в обществе. Если сравнивать с ценностями предыдущих поколений, ценности молодежи на современном этапе существенно изменились. Проведенное исследование позволило проранжировать актуальные ценности современной молодежи города Ульяновска.

Ключевые слова: молодежь, молодое поколение, ценности, ценностные ориентации, защищенность молодежи.

Каждое новое молодое поколение является фундаментом для будущего развития общества и всего устройства страны в целом. Именно поэтому на молодежь возлагается большая ответственность за свое мировоззрение и свои настроения.

Ценностные ориентации молодежи всегда интересовали социологов, и исходя из полученных данных исследований за последние десятилетие можно сделать вывод, что ценностные ориентации современной молодежи значительно изменились, по сравнению с ценностями молодого поколения конца 20 века. По данным социологических исследований 1971–1982 годов, в данный период времени на первом месте для молодежи была интересная работа и семейное благополучие, затем польза для окружающих и уважение, и только потом материальное благополучие.

Для современной молодежи 20 века такая расстановка приоритетов является в большей степени неактуальной. Молодое поколение наших дней очень прагматично и решительно. Они настроены на борьбу, но борьба эта не за народ своей страны и общественные интересы, а лишь за себя. Такой настрой можно объяснить прежде всего изменениями, произошедшими в стране за последние десятилетия.

Советское время вспоминается чаще всего с приятной грустью на лице. В это время люди были милосерднее и тянулись больше к духовному, нежели материальному, всему причина другие настроения и другое воспитание молодежи в условиях данного периода времени страны. В советскую эпоху было доступно многое для молодежи, несмотря на наличие или отсутствие денег. Страна хотела в первую очередь здоровое и развитое поколение, поэтому были доступны все спортивные и культурные развлечения. В настоящее же время практически все развлечения стоят больших материальных вложений. Получается для того, чтобы современная молодежь развивалась духовно и физически нужны денежные ресурсы, которые у многих отсутствуют в том количестве, в котором они необходимы.

Жизнь заставляет молодое поколение приспособливаться к современным условиям, в следствии чего проявляется эгоизм по отношению к другим людям, стремление получить лишь свою выгоду, результатом которой является материальное благополучие, но полное отсутствие уважения, соучастия и сплоченности граждан. Традиционные и укоренившиеся ценности разрушаются, а на смену им приходят ценности в основе которых лежит материальная выгода. Теперь

жизненный успех связывается с предприимчивостью, решительностью «идти по головам», не учитывая интересы других людей, но не с трудолюбием, знаниями и талантом, что и отличает современную молодежь от молодежи советского времени. Такие жизненные принципы, как «лучше быть честным, но бедным», «чистая совесть – важнее благополучия» заменились на «ты – мне, я – тебе», «время – деньги», «успех – любой ценой» и др.

В 2020 году на базе кафедры психологии и педагогики был проведен социологический опрос молодежи (n=400). Результаты исследования показали, что наиболее значимыми ценностями являются:

- Здоровье (85,3%)
- Свобода (85%)
- Безопасность (83,7%)
- Дружба (81,5%)
- Семья (78,9%)

Таким образом, среди наиболее актуальных ценностей современной региональной молодежи есть место и либеральным, и традиционным ценностям.

Также в исследовании был задан вопрос о личной защищенности молодых людей от различных опасностей. В результате, большая часть респондентов, проживающих в г. Ульяновске считают, что они:

- 35% «Пожалуй, защищены от опасностей»
- 22% «Пожалуй, не защищены»
- 20% «Не защищены»
- 15% «Защищены»
- 8% затруднились ответить.

Следовательно, 50% - чувствуют защищенность и 44% респондентов не защищены от опасностей.

Таким образом, ценности, на которые ориентируется молодежь г. Ульяновска, при определении своих жизненных приоритетов и целей деятельности, становятся все более индивидуалистическими. Невысок интерес к деятельности в защиту коллективных, в том числе государственных интересов. Только третья часть молодежи проявляет интерес и готовность участвовать в общественно-политической жизни региона.

Большая часть респондентов молодого возраста, проживающих в Ульяновске считают, что основной причиной правовой незащищенности является коррумпированность государственных структур (82%). 77% респондентов считают, что молодежь полностью защищена в правовых вопросах. 76% основной причиной правовой незащищенности выбрали «отсутствие законов, направленных на защиту граждан».

Безусловно в характере социальных изменений и настроений имеются достоинства. Новое поколение отличается своим упорством, креативностью, готовностью проявлять себя и выражать свое мнение,

молодежь очень активна и, чаще всего, каждый молодой человек имеет конкретную цель, к которой готов идти до конца, убирая на пути все преграды.

Единственная проблема, на мой взгляд, заключается в том, что нужно направлять такие способности в правильное русло, то есть действовать дружно и сообща, а иначе может наступить кризисный момент, когда все будут отстаивать лишь свой интерес, не считаясь с другими людьми, вследствие чего массовые конфликты, вплоть до гражданских войн.

Таким образом, ценностные ориентации молодежи имеют непосредственное отношение к развитию своей страны. Молодое поколение способно повлиять на складывающуюся обстановку в обществе и стране в целом, в его силах изменить что-то или же укрепить, именно поэтому задача страны- прививать молодежи такие ценностные ориентации, которые были бы направлены на отстаивание общественных интересов и поддержку своей страны.

Список литературы

1. Алексеева В. Г. Ценностные ориентации как фактор жизнедеятельности и развития личности. Психологический журнал. — 2014. — Т.5. — № 5.
2. Кирьякова А. В. Ориентация личности в мире ценностей. — международный психолого-педагогический журнал, 1998, № 4.

УДК 331

А. К. Карцева

(Санкт-Петербург, Северо-Западный институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»)

Т.Б. Малинина

(Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный университет)

ОСЛАБЛЕНИЕ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ

Аннотация. В статье проведен анализ формирования человеческого потенциала, в ходе которого выявлено, что современные российские условия не обеспечивают необходимого развития трудового потенциала.

Ключевые слова: экономика, производительность труда, трудовой потенциал, уровень жизни, оплата труда, инновации, образование

Главный враг современной России – бедность, отмечал Президент Российской Федерации В. В. Путин в интервью американскому телеканалу CNBC. Лидер страны особо отметил, что основные социальные задачи, в том числе повышение доходов и разрешение демографической проблемы, будут решаться на базе качественного роста экономических составляющих [4].

Решение стоящих перед страной задач по развитию экономики и улучшению жизни людей возможно только на основе повышения производительности труда. Значит, занятые в экономике в основной массе должны обладать необходимыми компетенциями, чтобы освоить достижения научно-технического прогресса и применить их в своей трудовой деятельности и повседневной жизни.

Количественные параметры трудового потенциала формируются в результате демографических процессов: на численность рабочей силы влияют рождаемость, избыточная смертность, миграция. Формирование качественных характеристик трудового потенциала определяется общими условиями жизнедеятельности людей, здоровьем человека, уровнем его образования, состоянием условий и содержанием труда, а также наличием таких личностных качеств, как добросовестность, ответственность, исполнительность, инициативность, стремление к личностному росту, включая профессиональное развитие, и др. Производство, основанное на новейших достижениях науки, требует от исполнителей таких качеств, как способность находить и осваивать новые знания, самостоятельно ставить и решать комплексные задачи, умения критически мыслить, работать в команде и др.

В 2000 – 2019 гг. численность населения в трудоспособном возрасте сократилась на 6 %, не смотря на пополнение трудовых ресурсов за счет воссоединения Крыма и Севастополя с Россией. Общий коэффициент рождаемости увеличился в рассматриваемый период на 16 %, однако следует учитывать, что динамика показателя в последние годы характеризуется его снижением после кратковременного роста под влиянием мер по стимулированию рождаемости и по причине отложенных рождений. Миграционный прирост населения сократился в 1,3 раза, особенно ощутимо после того, как сильно ослабел поток, формируемый русскоязычным населением из новых независимых государств из числа бывших союзников по СССР [7, с. 90].

Прогнозные оценки Росстата во всех трех вариантах предполагают к 2036 г. сокращение численности населения в трудоспособном возрасте [6, с. 99]. Общий коэффициент рождаемости во всех трех сценариях прогноза тоже снижается [2. 8.4]. Пандемия новой инфекции существенно обострила проблему дефицита рабочих рук уже сейчас. Некоторые регионы и отрасли, зависимые от иностранных трудовых мигрантов просят ослабить ограничения для въезжающих в страну гастарбайтеров.

Значительно ослабляет трудовой потенциал современной России так называемая «утечка умов». Эксперты считают, что потери вследствие оттока из страны высококвалифицированных кадров компенсировать за счет иностранных мигрантов маловероятно [3]. По данным Росстата, поток покидающих родину россиян стремительно

растет: в 2010 – 2018 гг. он стал больше в 2,3 раза. Из общего числа выехавших из России в зарубежные страны около 80 % – граждане в трудоспособном возрасте [1. 7.3].

Таким образом, численность рабочей силы в России в среднесрочной перспективе будет неуклонно сокращаться. В этой связи факторами укрепления трудового потенциала должны стать предотвращение оттока из страны кадров высшей квалификации, привлечение высококвалифицированной рабочей силы из-за рубежа.

Важнейшим фактором укрепления трудового потенциала страны следует рассматривать сглаживание территориального неравенства социально-экономического развития, что позволит обеспечить достойные условия жизни людям, включая трудовую деятельность, в каждом регионе и во многом предотвратит массовый отток населения из бедных регионов. В каждом регионе необходимо разработать программу содействия трудоустройству выпускников учебных заведений. Для обеспечения необходимыми кадрами наукоемких производств требуется введение планового распределения выпускников профильных специальностей, обучавшихся на бюджетной основе.

Демографические ограничения экономического развития могут быть компенсированы более высоким качеством трудового потенциала. На формирование качественных характеристик рабочей силы влияют материальные условия жизнедеятельности людей, состояние здравоохранения и развитие образования в стране. Вложения в развитие человека путем улучшения питания, условий проживания, охраны здоровья, качественного образования, создания современных рабочих мест, гуманизации условий труда, повышения профессиональной квалификации помогают развивать трудовой потенциал общества. Недофинансирование этой сферы сказывается не только на действующем, но и будущем поколениях.

Пока по инвестициям в человеческий капитал Россия сильно отстает от других европейских стран. Государственные расходы на образование в РФ не превышают 3,7 % ВВП – это самый низкий уровень в Европе. Финансирование государством здравоохранения составляет 3,4 % – это в 2,5 – 3 раза меньше, чем в странах, лидирующих по уровню развития человека [8, с. 129].

О сильном падении уровня жизни в России в последние годы наглядно говорит динамика структуры расходов россиян. В 2019 г. в сравнении с 2010 г. сильно увеличились структурные доли таких статей, как покупка товаров и услуг, обязательные платежи и взносы. Произошло это за счет финансовых активов, удельный вес прироста которых уменьшился более чем в 10 раз (даже в 1990 г. эта статья весила в 8,5 раз больше, чем в 2019 г.), а также резкого падения доли расходов на приобретение недвижимости – в 1,4 раза. Уровень доходов большинства россиян не позволяет им правильно и полноценно

питаться, а также обращаться к платным медицинским и образовательным услугам: в структуре потребительских расходов услуги здравоохранения занимают 3,8 %, образования – 0,9 % от их общей величины [7, с. 166, 170].

Минимальный размер заработной платы в нашей стране приравнен к величине прожиточного минимума, что, безусловно, является большим достижением государства, но такое соотношение этих индикаторов нельзя признать достаточным. Согласно экономическим законам, для простого воспроизводства рабочей силы каждый работающий должен иметь возможность подготовить замену себе, для обеспечения расширенного воспроизводства рабочей силы – вырастить более одного ребенка. Это значит, что минимальный размер оплаты труда должен быть постепенно повышен до уровня 2-кратной величины рационального потребительского бюджета.

О крайне низком уровне оплаты труда в России говорят данные о распределении населения, имеющего денежные доходы ниже величины прожиточного минимума, по социально-экономическим группам. Парадокс, но среди бедных в России очень много работающих граждан. Удельный вес работающих в составе малоимущих россиян стабильно высок и сокращается очень медленно: 2014 г. – 32,4 %, 2018 г. – 31 % [7, с. 165].

Поэтому ключевым фактором укрепления трудового потенциала России следует рассматривать неуклонное повышение жизненного уровня, поэтапное повышение минимального размера оплаты труда до уровня 2-кратной величины рационального потребительского бюджета, что позволит обеспечить полноценные питание и отдых, достойные условия проживания, сохранение и укрепление здоровья, материальную доступность качественного образования для взрослых и детей. Это будет соответствовать непреложным законам экономического и социального развития и способствовать формированию рабочей силы, обладающей физическими, профессиональными и личностными качествами, необходимыми для устойчивого развития Российской Федерации на основе инноваций.

Современную экономику нередко называют экономикой знаний. Требования к уровню и качеству образования работников неуклонно возрастают. Традиционно принято считать, что уровень образования взрослого населения нашей страны – один из самых высоких в мире. Однако в рейтинге национальных систем высшего образования, формируемом по версии международной сети университетов Universitas 21, из 50 стран, по которым была произведена оценка, РФ в 2019 г. заняла 35-е место, разделив его с Венгрией. Наивысшие показатели у США, Швейцарии, Великобритании, Швеции, Дании. Китай находится в этом рейтинге на 27-м месте [5].

Нередко можно слышать утверждения, что структура подготовки кадров в России и содержание образовательных программ вузов слабо отвечает запросам рынка труда. Подтверждением тому можно считать невысокий удельный вес выпускников вузов, трудоустроившихся по полученной специальности – по данным НИИ труда, из общего числа выпускников российских вузов 2015 – 2017 гг. трудоустроились по полученной специальности 71 % [9].

Одна из ключевых проблем отечественной системы образования – низкий уровень оплаты труда профессорско-преподавательского состава, что не способствует повышению качества высшего образования и усилению стремления молодых людей связать свою жизнь с наукой. Повышение заработной платы в вузах зачастую сопровождается ростом учебной нагрузки, что тоже не способствует повышению качества образовательного процесса, поскольку у людей, транслирующих знания, нет времени на то, чтобы их обновлять. Профильное министерство признает увеличение аудиторной нагрузки в 2006 – 2014 гг. в 1,3 раз – с 16,3 часа в неделю до 21,2 часа в неделю [9].

Таким образом, важнейшим фактором укрепления трудового потенциала современной России следует рассматривать расширение филиальной сети лучших вузов страны, а также развитие региональных вузов, повышение качества образования на основе более точного учета запросов рынка труда, повышения престижа и уровня оплаты труда ученых и преподавателей, привлечения в науку молодых людей. Высшим учебным заведениям для более полного учета современных и перспективных запросов и требований работодателей на стадии разработки образовательных программ следует наладить сотрудничество с представителями регионального делового сообщества, к организации производственной практики и проведению итоговой аттестации активнее привлекать руководителей предприятий.

Проведенный анализ позволяет говорить о том, что современные российские условия не обеспечивают необходимого развития трудового потенциала на всех стадиях его воспроизводства. Факторами укрепления трудового потенциала следует рассматривать: снижение сверхсмертности; предотвращение оттока из страны кадров высшей квалификации, привлечение высококвалифицированной рабочей силы с внешних рынков труда; неуклонное повышение уровня жизни населения, поэтапное повышение минимального размера оплаты труда до уровня 2-кратной величины рационального потребительского бюджета; обеспечение равного доступа всех граждан страны к качественным услугам здравоохранения и образования; повышение качества образования на основе более полного учета требований современной экономики к качеству профессиональной подготовки, организации взаимодействия учебных заведений и работодателей на разных стадиях

образовательного процесса, а также повышения престижа и уровня оплаты труда ученых и преподавателей.

Список литературы

1. Демографический ежегодник России. 2017: Стат. сб. / Росстат. – М., 2017.
2. Демографический ежегодник России. 2019: Стат. сб. / Росстат. – М., 2019.
3. Лекарства от утечки умов нет и не будет. Из России бегут профессионалы. Они не хотят прозябать на родине, 2018 // Lenta.ru – Режим доступа: <https://lenta.ru/articles/2018/06/18/poravalit/> (дата обращения 10.10.2021).
4. Путин назвал главную проблему и задачу властей России / Московский комсомолец. 14.10.2021. [Электронный ресурс] – URL: https://www.mk.ru/economics/2021/10/14/putin-nazval-glavnuyu-problemu-i-zadachu-vlastey-rossii.html?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.sberometer.ru (дата обращения – 14.10.2021)
5. Рейтинг национальных систем высшего образования. Гуманитарная энциклопедия: Исследования // Центр гуманитарных технологий, 2006–2020. По адресу – URL: <https://gtmarket.ru/ratings/u21-ranking-of-national-higher-education-systems> (дата обращения 10.10.2021).
6. Российский статистический ежегодник. 2019: Стат. сб. / Росстат. – М., 2019.
7. Российский статистический ежегодник. 2020: Стат. сб. / Росстат. – М., 2020.
8. Россия и страны мира. 2020: Стат. сб. / Росстат. – М., 2020.
9. Эксперты оценили уровень трудоустройства выпускников вузов по профилю. По адресу – URL: <https://www.rbc.ru/society/17/06/2019/5d073be99a794764e4ce4a7c> (дата обращения 10.10.2021).

УДК 17.022.1

Д.Ф. Матурова

(Ульяновск, Ульяновский государственный педагогический университет им. И.Н. Ульянова)

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ СОВРЕМЕННЫХ ПОДРОСТКОВ

Аннотация: Данная работа посвящена актуальной проблеме о сформированности ценностных ориентаций современных подростков. Обсуждаются вопросы о жизненной позиции нового поколения, их поведении и жизненной активности.

Ключевые слова: ценностная ориентация, современность, подросток, общество, альтруизм

На современной ступени российского образования остро возникает вопрос не только о его качестве, но и о том, как образование формирует ценностные ориентации у воспитанников. Сейчас основой воспитания становятся реальные, насущные ценности, поэтому необходимо

исследовать, что же присуще подрастающему поколению на данный момент.

Теоретический анализ существующей литературы по данной проблеме позволяет сделать вывод о том, что самым ответственным этапом в становлении ценностных ориентаций является школьный. Различные ученые, к примеру, такие как П.Я. Гальперин, В.С. Мухина и многие другие, отмечали, что от ценностной основы, которая была заложена в младших классах, зависит всё то, что будет происходить в дальнейшем формировании и развитии личности ребенка в подростковом и юношеском возрасте [1]. Также стоит отметить то, что все ценности представляют собой систему, которая способна изменяться в зависимости от возраста и жизненных обстоятельств.

Школьный возраст, в частности младший, создаёт дополнительные возможности эффективного формирования ценностных ориентаций, что обусловлено возрастными особенностями детей, их восприятием, мировоззрением. Этап школьного обучения позволяет формировать в детях общепринятые ценности, такие как уважение, знание, здоровье, любовь и прочее. В первую очередь для школьника ценность знаний является неким механизмом социального контроля, ориентиром в жизни и поведении ребенка.

Стоит отметить, что каждому индивиду присущи свои ценностные ориентации. С.Л. Рубинштейн писал: «Наличие ценностей есть выражение не безразличия человека по отношению к миру, возникающего из значимости различных сторон, аспектов мира для человека, для его жизни» [2]. Как элемент структуры личности ценностные ориентации характеризуют внутреннюю готовность к совершению определенной деятельности по удовлетворению потребностей и интересов, указывают на направленность ее поведения.

Если начать разговор о современных ценностных ориентациях подростков, то стоит отметить, что в их развитии произошел определенный перелом. По итогам современных исследований, можно сделать вывод о том, что произошла глобальная переоценка ценностей, так, например, предпочтение отдается материальным потребностям – деньгам и вещам, также определенным деловым связям, индивидуальным интересам, которые в некоторых ситуациях бывают излишне эгоистичны. Возможно данная ситуация связана с событиями, которые происходят в нашей стране, это и социальное неравенство, несправедливость, жажда материального успеха, соперничество, всё это способствуют обнулению жизненных ценностей и моральных норм.

В 21 веке современных школьников мало что интересует, они всё больше увлечены различными гаджетами, но в данной ситуации имеется вторая сторона медали – таким образом, дети всё более активно прививаются к информационным технологиям и кто-то

интересуется ими всерьез, связывают с ними свою последующую деятельность. А это воспитывает в них ценность своих знаний.

Также стоит отметить, что в последнее время появляется много школьников, которые приобщаются к всевозможным волонтерским движениям, что в свою очередь говорит о положительной жизненной позиции и развитии ценностных ориентаций личности.

Многие школьники участвуют в форумах, съездах, деловых встречах, где выдвигают свои идеи о развитии не только своего края, или той или иной организации, различных сфер деятельности, но и страны в целом, что заслуживает отдельного чувства гордости за современное поколение.

Несмотря на постоянно проявляющиеся в социуме негативные тенденции, среди школьников, подростков и юношей растет процент инициативных людей, думающих не только о личностных интересах и достижениях, но и проявляющие альтруизм.

Но также остро стоит вопрос о том, кто же должен содействовать в формировании правильных ценностных ориентаций у подростков? Ведь в данный момент активно распространяется свобода выбора, где ребенок сам выбирает интересы, предпочтения и формирует на их основе личные ценности, которые не всегда позитивны. Конечно же, ответ на этот вопрос лежит на поверхности. Так, педагогическая и родительская поддержка является одним из важнейших условий успешности процесса формирования ценностных ориентаций [3]. Процесс их формирования должен быть целенаправленным, систематичным, и непрерывным, ведь каждая жизненная ситуация оставляет свой отпечаток в мировоззрении ребенка.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что ценностные ориентации современных подростков довольно позитивны, несмотря на всё новые появляющиеся негативные объединения, течения и группы, которые, так или иначе, влияют на ребёнка. Осмотревшись вокруг, можно заметить, что появляется всё больше активной, инициативной молодёжи, которая способна прийти на помощь.

В данной ситуации главное не упускать из виду инициативность ребенка, замечать его идеи, интересоваться его увлечениями, направлять его, оказывая всевозможную поддержку, это касается как родителей, так и педагога образовательного учреждения. Ведь воспитание гармоничной, альтруистически направленной личности возможно только при активном взаимодействии с ней.

Список литературы:

1. Мухина, В. С. Возрастная психология: феноменология развития, детство, отрочество: Учебник для студ. вузов. – 7-е изд., стереотип. – М., 2002. – 456 с.
2. Серебрякова Т.А. Ретроспективный взгляд на проблему ценностей и их роль в развитии современной личности [Текст]/ Т.А.Серебрякова// Наука и школа. – 2006. № 3. – с.50-54.

3. Щуркова, Н.Е. Новое воспитание: учеб. пособие. М.: Педагогическое общество России, 2000. 128 с.

УДК 326.44

С.В. Михайлов

(Тверь, Тверской государственный университет)

СОЦИАЛЬНОЕ НЕРАВЕНСТВО В МНЕНИЯХ И ОЦЕНКАХ РЕГИОНАЛЬНОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ (НА ПРИМЕРЕ ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ)

Аннотация: в статье анализируются мнения и оценки региональной студенческой молодежи ведущего вуза Тверской области по проблематике социального неравенства. Представлены и проанализированы суждения обучающихся в Тверском государственном университете относительно понимания и интерпретации ими проблем в сфере социальной справедливости и неравенства.

Ключевые слова: мнения и оценки студенческой молодежи, социальное неравенство, социальная справедливость, студенческая молодежь, Тверская область

В постсоветское время трансформация российского общества характеризуется высоким уровнем социальной поляризации и противоречивым ходом реформирования системы образования. Студенческая молодёжь является наиболее ценным потенциалом для развития любого региона, поэтому вдумчивое изучение мнений и всемерный учет суждений студентов по проблематике социальной справедливости и социального неравенства имеет особую злободневность. Например, исследование жизненных планов студентов очень важно для претворения в жизнь планов в экономической и молодёжной политике, в частности – приостановки оттока молодых специалистов как одной из постоянных проблем Тверской области.

Лаборатория социальных исследований Тверского государственного университета провела специальное исследование на тему «Социальное неравенство глазами студенческой молодежи». Метод сбора данных – анкетный опрос. Генеральная совокупность – 5842 (количество студентов очной формы обучения). Выборочная совокупность – 385 человек: студенты очной формы обучения разных факультетов и институтов университета. Среди опрошенных 60% женщин и 40 % мужчин в возрасте от 18 до 25 лет, что соответствует структуре генеральной совокупности. Первичные данные получены при активном участии выпускницы ТвГУ Е.А. Ткачевой. Ниже представлены некоторые первичные данные и основные выводы по итогам конкретно-социологического исследования.

В целом опрошенные студенты показали сформировавшиеся представления и позиции в отношении таких явлений как социальное неравенство и социальная справедливость. Это, в основном, объясняется совсем не тем, что они много читали и думали по данным

вопросам, а тем, что они часто сами очень сталкивались и сталкиваются с данной проблематикой. Например, респондентам был задан открытый вопрос «Как часто вы сталкиваетесь с проявлениями социального неравенства?», на который было получено следующее показательное распределение ответов: «довольно часто» – 68%, «ежедневно» – 30 %, «единичные случаи» – 2%.

При оценке своего материального положения 55% респондентов ответили, что финансовый вопрос стоит для них очень остро, 35% опрошенных отметили, что им постоянно не хватает денег на личные нужды и досуг, и только 20% опрошенных студентов ответили, что не задумываются по поводу денег.

Вопрос «Чем, по Вашему мнению, вызвано социальное неравенство в студенческой молодежной среде?» был направлен на выявление наиболее ярко проявляющихся факторов, инициирующих ситуацию социального неравенства среди стартовых жизненных позиций. Получены следующие варианты ответов: 69% респондентов выбрали «Уровень дохода в семье», 19% – «Проводимая в стране социальная политика», 10% – «Социальное неравенство вызвано личным нежеланием стремиться к лучшему».

90% респондентов заявило, что социальное неравенство активно и сильно влияет на положение человека в обществе.

При этом большая часть респондентов посчитало социальное неравенство негативным фактором: 71% опрошенных заметили, что в молодежной среде к социальному неравенству относятся отрицательно.

Уточняющий вопрос «К каким последствиям, по Вашему мнению, ведет социальное неравенство?» вызвал следующие ответы: 70% респондентов посчитало, что социальное неравенство «увеличивает пропасть между богатыми и бедными», 15% опрошенных студентов выбрали ответ «Препятствует развитию экономики», 10% – «Снижает уровень культуры у населения», 3% – «Подрывает национальный менталитет» и т.д.

Большинство опрошенных (58%) посчитало, что в большей мере существующее в Российской Федерации социальное неравенство это прямая вина государства, 22% респондентов заявили, что это вина самой молодежи, а 20% – родительского корпуса.

Некоторые исследователи пытаются увидеть внутренние связи между представлениями современной молодежи о социальной справедливости и присущей ей системой ценностей. Респондентам были заданы соответствующие вопросы. Так, студентам было предложено ответить на вопрос «Какова, по Вашему мнению, главная жизненная цель современной молодежи?». Полученные данные показывают, что большинство студентов посчитало, что главной жизненной целью является «высокооплачиваемая и престижная работа» (41%), «создание семьи» – 39%, «получение высшего образования» –

18%, «развитие личности (духовное и физическое)» – 2%. Таким образом, главными установками в системе ценностей региональной студенческой молодежи являются материальная обеспеченность, создание семьи и получение высшего образования. Можно заключить, что эти установочные ценности составляют основу представлений об удачной и даже счастливой жизни, поэтому представления студенческой массы о социальной справедливости и несправедливости необходимо преломлять об эту постоянно изменяющуюся систему ценностей.

По итогам проведенного социологического исследования можно сформулировать следующие выводы:

— региональная студенческая молодежь четко ощущает социальное расслоение в современном российском обществе и в общей своей массе отрицательно относится к данному феномену;

— большинство опрошенных студентов среди многих наличных проблем особо выделяют безработицу, социальную незащищенность, недостаточную доступность высшего образования, необеспеченность собственным жильем;

— вуз не может предоставить места в общежитии всем своим иногородним студентам, что влечет за собой возникновение сложностей в обеспечении жилья на время обучения. В поисках решения данной проблемы студенты вынуждены искать съемное жилье, что требует дополнительных средств. А эти средства не всегда можно получить от родителей, следовательно, необходимо искать источник доходов, что приводит к такой ситуации, как необходимость совмещать работу и учебу (феномен «вторичной занятости» студенческой молодежи), отводя при этом учебе меньше времени, чем следует;

— студенты достаточно толерантно относятся к большинству «бытовых» социальных неравенств. Более резкий протест вызывают у чрезмерная глубина неравенства в распределении собственности и доходов;

— студенты в своем подавляющем большинстве высоко оценивают значимость высшего образования. Отсюда понятно, что одним из важнейших факторов социальной справедливости они признают доступность образования и возможность получения одинакового уровня получаемых знаний, умений и навыков;

— одним из главных стрессовых факторов, усиливающих свое воздействие к концу обучения, является неясная перспектива будущего трудоустройства.

Г.Е. Зборовский в специализированном сборнике научных статей «Студенчество России о социальном неравенстве и социальной справедливости» отмечает: «Для российского менталитета существенное значение имеет *принцип социальной справедливости*, который означает, что не только оплата труда, соответствующая его количеству и качеству, но и другие блага должны распределяться с

учетом некоего понимания «правильности», и действия властей на всех уровнях должны соответствовать этим представлениям. Этот принцип означает требование соответствия между практической ролью различных индивидов (социальных слоев, групп, регионов) в жизни общества и их социальным положением, между их правами и обязанностями, между заслугами и их общественным признанием.

Социальная справедливость становится, по данным социологических исследований, одной из важнейших ценностей и критерием оценки в общественном (особенно молодежном) сознании качества жизни. Такие оценки социально-экономических, социокультурных и социально-политических ситуаций, ощущение социальной несправедливости определяют социальную нестабильность и влияют на уровень протестных настроений. Нынешний социально-экономический и политический кризис (в том числе и спровоцированный извне) обостряет эту ситуацию, поскольку и его социальные последствия, и предлагаемые пути выхода из него, оцениваемые через призму «справедливость - равенство», рассматриваются многими социальными группами и слоями как несправедливые, усиливающие неравенство [1, с. 7].

Таким образом, анализ представлений студентов о социальной справедливости методологически правильно и эффективно проводить в контексте соотнесения понятия «справедливость» с другими – близкими по социальному содержанию – терминами. Например, толерантное или интолерантное поведение молодежи во многом предопределяется представлениями о предпочтительной социальной структуре российского общества, о существующем уровне социальной справедливости-несправедливости. Исследование показало, что знание, ценностные и поведенческие компоненты общественного мнения студенческой толерантности выражены достаточно неравномерно: с одной стороны, большинство опрошенных студентов признали толерантность в качестве основополагающей ценности, а с другой, – многие вовсе не ориентируют свое поведение на сущностные требования данной ценности, указывая при этом на существующие несправедливости в российском обществе. Так, наибольший уровень интолерантности у студентов выявлен по шкале «сексуальная ориентация» (80%), наименьший – по шкале «образ жизни» (42 %). Но очень высоким оказались и показатели интолерантности также и по шкалам «этническая принадлежность» (75%) и «религиозная принадлежность» (73%). При этом опрошенные студенты посчитали, что в толерантном отношении, прежде всего, нуждаются именно социально ущемленные группы. Также многие респонденты указали на старшие возрастные группы. А вот этнические группы и мигранты в качестве особых объектов толерантного внимания были отмечены значительно реже.

Исследование также показало, что для квалифицированного анализа оценочных суждений студентов в отношении социального неравенства чрезвычайно важным является не только положительное-нейтральное-отрицательное отношение студенческой молодежи к этому феномену, но также наличные установки в отношении *допустимого уровня социального неравенства*. В нашем случае такой *допустимый разрыв между богатыми и бедными был определен большинством опрошенных студентов как «не более чем в 2-3 раза»*.

Анализ таблиц сопряженности указал на то, что отношение региональной студенческой молодежи к богатству и бедности напрямую зависит как от уровня дохода опрошенного и членов его семьи, так и от степени удовлетворенности своего социального статуса и ближайших родственников. Показательно в этом плане то, что почти половина опрошенных студентов, которые охарактеризовали себя как членами семей с относительно высокими доходами, затруднились ответить на такие вопросы: *какими должны быть предельные гранцы между богатыми и бедными в стране и насколько велика неприязнь между бедными и богатыми в Российской Федерации*. В целом респонденты с низким семейным доходом гораздо чаще проявляли склонность указывать на наличие сильной неприязни между богатыми и бедными слоями населения в России.

В заключение хотелось бы привести некоторые данные и соответствующие выводы, сделанные в ходе недавнего общероссийского опроса [2, с. 28-30]:

— 53% опрошенных считает, что необходимо большее равенство доходов, а социальное неравенство не является стимулом для развития;

— 53% полагает, что медицина и здравоохранение должны остаться государственными и не готовы платить за них самостоятельно даже при достаточном доходе;

— 69% опрошенных считают, что государство должно заботиться о всех гражданах, гарантировать каждому гражданину приличную работу и достойный уровень жизни;

— 22% убеждены, что социальные гарантии должны предоставляться только тем, кто не в состоянии позаботиться о себе самостоятельно;

— ответственность за благополучие граждан лежит: 44% на государстве, 35% на самих гражданах.

Основные выводы:

1. Взгляды студенчества представляют собой смесь патерналистских (традиционно советских) представлений о социальной роли государства и ориентаций на рыночную экономику (частную инициативу, конкуренцию и пр.).

2. Выявленные патерналистские настроения и неготовность взять на себя ответственность за собственное благополучие являются

тревожным сигналом для тех, кто неизбежно столкнется с необходимостью проведения реформ в стране.

3. В настоящий момент группа, которая, по сути, и будет проводить эти реформы в жизнь, несмотря на декларацию их необходимости, не совсем к ним готова.

4. Сопоставление полученных результатов с общероссийскими репрезентативными опросами свидетельствует о том, что прорыночная компонента у студентов выражена значительно сильнее, чем у «среднестатистического» гражданина России.

Итак, студенческая является наиболее образованной и потенциально наиболее активной частью молодежи, поэтому мониторинговые исследования наличного состояния и перспективной динамики изменений ценностей этой социальной группы населения являются не только научно обоснованными, но и практически ориентированными.

Список литературы

1. Студенчество России о социальном неравенстве и социальной справедливости: сборник научных статей / под общ. ред. Ю.Р. Вишневого. – М.: Российское общество социологов; Екатеринбург: Изд-во УМЦ УПИ, 2016. – 253 с.

2. Ценностные ориентации российского студенчества. – М.: ВШЭ, 2017. – URL:https://ioe.hse.ru/data/2017/05/29/1172122905/Ценностные%20ориентации%20российского%20студенчества_28%20мая.pdf

УДК 339.137

Д. К. Новожинова, А. А. Самодуров

(Санкт-Петербург, Северо-Западный институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»)

О НЕОБХОДИМОСТИ СТАНДАРТИЗАЦИИ УСЛУГ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

Аннотация: В статье поднимается проблема исключенности жителей малочисленных сельских населенных пунктов из культурного процесса. Экономическая целесообразность не позволяет создавать и обеспечивать функционирование современной инфраструктуры сферы культуры и досуга, однако возможность приобщения людей к достижениям мировой и национальной культуры, а также полноценного отдыха и творческой самореализации необходимо обеспечить. Для этого предлагается более широко использовать внестационарный и удаленный форматы работы, что требует определенной формализации – разработки стандарта минимального набора услуг в сфере культуры, устанавливающего также требования по материально-техническому обеспечению мобильных многофункциональных центров культуры и досуга.

Ключевые слова: культура, досуг, сельская местность, библиотека, культурно-досуговый центр, внестационарное обслуживание, удаленный формат.

Государственной программой комплексного развития сельских территорий России поставлена сложная задача – стабилизировать численность и удельный вес сельских жителей. Значительная роль в решении этой сложной задачи отводится учреждениям культуры, призванным обеспечить условия для полноценного отдыха и гармоничного развития сельчан, а также способствовать формированию позитивного отношения к сельскому образу жизни. Но, на наш взгляд, судя по демографической динамике и состоянию инфраструктуры сферы культуры и досуга, особенно в сельской местности, до решения задачи еще очень далеко.

Запросы людей к качеству культурного досуга в последние годы значительно возросли. Однако при общем увеличении количества свободного времени данные, приведенные официальными статистическими службами России, свидетельствуют о снижении потребительского спроса на услуги культурно-досуговых учреждений. Причиной тому, в большинстве случаев, является отсутствие четкого понимания того, что из себя должно представлять культурно-досуговое учреждение: каким должно быть занимаемое им помещение, каким оборудованием оно должно быть оснащено, какие специалисты должны в нем работать и какие услуги предоставлять. Нередко в штате сельских учреждений культуры состоят 1 – 2 человека, одновременно исполняющие функции администрации, технических и творческих работников. Отраслевые стандарты и регламенты в сфере культуры отсутствуют.

В таких условиях проблема отсутствия ясных требований к исполнению полномочий по созданию условий для обеспечения культурного развития и досуга населения и поддержки народного творчества решается за счет субъективного понимания представителей органов местного самоуправления вопроса о том, каким сегодня должен быть современный Дом культуры. От позиции отдельных представителей муниципальных органов власти зависит состояние материальной базы, объем и качество предоставляемых услуг, а значит и достижение цели федеральной программы, что нельзя признать правильным.

Для достижения цели должен быть выработан общегосударственный подход, что возможно на основе внедрения единых стандартов обслуживания, как это произошло, например, в части предоставления государственных и муниципальных услуг – еще совсем недавно сильно запущенной сфере, доставлявшей россиянам массу проблем, связанных с длительным стоянием в очередях и бесконечным хождением по административным коридорам.

Конечно, речь может идти только об учреждении стандарта минимального набора услуг в сфере культуры, которые должны быть

предложены каждому россиянину. Особую важность имеет эта работа в части организации предоставления этих услуг в сельской местности. Почти в 117 тыс. сельских населенных пунктов в нашей стране, или 76 % их общего числа, проживает не более 200 чел. Понятно, что организовать разнообразную культурную жизнь и полноценный увлекательный отдых невозможно. Однако оставлять без внимания 4 млн 124 тыс. чел. (именно столько россиян проживает в малочисленных сельских населенных пунктах) [1, с. 101], лишая их возможности приобщиться к достижениям национальной и мировой культуры, разнообразить свой досуг нельзя.

Многие сельские жители практически выпали из поля зрения учреждений социальной сферы. И если в аптеку или лечебное учреждение районного центра жители отдаленных сел и деревень, большая часть которых находятся в преклонном возрасте, еще находят силы добраться, то учреждения культуры для них, как правило, недостижимы.

Тенденция сокращения культурно-досуговых учреждений и общедоступных библиотек, расположенных в сельских населенных пунктах, наблюдаемая в последние годы, связана с оптимизацией сети муниципальных объектов культуры и демографические прогнозы позволяют предположить их дальнейшее сужение. Тенденция сокращения общего числа клубных учреждений дополняют проблемы, связанные с высокой степенью износа основных средств (зданий, клубного оборудования, музыкальных инструментов, костюмов, обуви, декораций и др.) действующих учреждений. Особенно остро эта проблема стоит в малых городах и сельской местности.

К тому же отток населения из сельской местности ведет к нерентабельности содержания отраслевых стационарных учреждений в малолюдных населенных пунктах. Демографическая ситуация в сельской местности в большинстве российских регионов такова, что делает экономически нецелесообразным создание развитой социальной инфраструктуры, включая сферу культуры и досуга.

Многие малолюдные сельские населенные пункты утрачивают перспективы социально-экономического развития. Но это не означает, что работа учреждений культуры должна быть прекращена. Президентом РФ В. В. Путиным поставлена задача – достигать до каждого, каждому россиянину, не зависимо от того, где он проживает, необходимо создать благоприятные условия для жизни, важной частью которой является досуг. Поэтому отсутствие современной инфраструктуры культуры и досуга в сельской местности требует изменения условий и формата работы культурно-досуговых учреждений на этих территориях.

На фоне существующих проблем особого внимания требует вопрос организации нестационарного культурного обслуживания жителей

отдаленных и труднодоступных сел и деревень. Для предоставления услуг в сфере культуры и досуга для жителей малочисленных и отдаленных населенных пунктов необходимо также более широко использовать и удаленные формы обслуживания. Но в этой работе не следует опираться только на инициативу энтузиастов. Работа должна обрести определенные формы.

Необходимость изменения формата предоставления услуг в сфере культуры диктуют современные условия жизнедеятельности людей, в которые грубо вмешалась новая опасная инфекция. Понятно, что такого никто не ожидал, и многие учреждения, в том числе и культурно-досуговые не сразу смогли войти в новый режим работы. Работники сельских библиотек и домов культуры оказались в наиболее сложном положении, поскольку далеко не все учреждения оснащены компьютерной техникой, необходимым программным обеспечением, и имеют доступ к интернет-ресурсам.

Развитие библиотек как информационных и социально-культурных пространств, в которых созданы условия для удовлетворения информационных потребностей граждан, их творческой самореализации, должно идти по пути формирования в библиотечной сфере внестационарных и удаленных форматов обслуживания на основе общероссийских электронных и информационных ресурсов. Это требует проведения работы по обучению сотрудников учреждений культуры современным информационным технологиям. Приобретение опыта работы в режиме онлайн с использованием разнообразных форматов (видеоролики, мастер-классы, игры, викторины, конкурсы, различные акции и т. п.), с помощью которых появится возможность общения в социальных сетях, организации интересных видео-занятий, учебных и развлекательных программ, позволит не прерывать культурно-образовательный процесс, сохранить и даже приумножить аудиторию.

Внедрение информационных коммуникационных технологий в сферу культуры позволит не только обеспечить необходимой информацией желающих принять участие в культурно-массовых мероприятиях. На их основе более эффективно можно осуществлять популяризацию деятельности учреждений культуры и образования. Через ведение аккаунтов в различных социальных сетях можно организовать маркетинговое и рекламное продвижение культурных продуктов, развитие культурных креативных сообществ, проведение интернет-пользователями разнообразных культурных акций в мультимедийной среде.

Таким образом, современные условия жизнедеятельности и возросшие запросы граждан к условиям и содержанию досуга требуют изменения формата предоставления услуг в сфере культуры. Особую важность эта работа имеет для малочисленных сельских населенных

пунктов, в которых содержание современной инфраструктуры сферы культуры и досуга зачастую экономическая не целесообразно. Однако лишать людей возможности приобщения людей к достижениям мировой и национальной культуры, а также полноценного отдыха и творческой самореализации нельзя. Для решения этой проблемы предлагается более широко использовать внестационарный и удаленный форматы работы, что требует определенной формализации – разработки стандарта минимального набора услуг в сфере культуры, устанавливающего также требования по материально-техническому обеспечению мобильных многофункциональных центров культуры и досуга.

Список литературы

1. Российский статистический ежегодник: Стат. сб. / Росстат. – М., 2020. – 700 с.

В.А. Орлов

(Ульяновск. Ульяновский государственный университет)

СОЦИАЛЬНЫЙ АСПЕКТ БЕЗРАБОТИЦЫ

Аннотация: В статье представлено теоретическое осмысление такого феномена, как безработица, разветвление этой проблемы на ряд не менее важных вопросов. Обоснована необходимость основательно подходить к анализу безработицы с социологической точки зрения.

Ключевые слова: безработица, социология, занятость, социальные группы

Важной и одной из самых значимых социально-экономических проблем в обществе в настоящее время остается безработица. Принимая во внимание, что около трети зарегистрированных безработных составляют молодые, в то время как они являются колоссальнейшим ресурсом страны, залогом социальной стабильности, гибким и активным трудовым ресурсом. Именно поэтому необходимо основательно подходить к анализу этой проблемы не только в рамках экономических наук, но и в том числе с позиции социологии. Поскольку социальные последствия, такие как алкоголизм, наркомания, девиантное поведение, психические заболевания, самоубийства, проблемы в семье и другие негативные последствия, плачевно отражаются на состоянии общества и его развитии.

Сущность безработицы.

Безработица является социально - экономическим явлением, при котором часть трудоспособного населения не находит применения своему труду, не получает работу. [2] Она выступает условием дестабилизации социально - трудовых отношений в обществе, выражающееся в изменении социального статуса человека, деформации его социальных связей и ценностей. Основные

социальные и моральные последствия безработицы, негативное влияние на социальные ценности и интересы жизни граждан. Изменения социального статуса человека, потерявшего работу, сказываются на межличностных отношениях в семье, способствуют разрушению гармонии семьи и самое серьезное последствие - это разводы и затруднение создания семей. Кроме того, у безработных людей развивается депрессия, теряется квалификация и практические навыки, снижаются моральные устои. В конечном счете подрывается моральное и физическое здоровье общества.

К тому же безработица влияет и на работающих людей. Исследователи, которые изучают феномен безработицы обнаруживают его воздействие на осведомленность, поведение и социальную адаптацию к постоянно меняющимся условиям труда. [3]

В итоге можно сказать, что безработица приводит к негативным социальным, психологическим последствиям для общества, отдельных общностей, групп, семей.

Для того, чтобы определить причины безработицы, а также сконструировать определенную иерархию в зависимости от социально-демографических характеристик людей, дать характеристику безработного можно использовать методы, которые используются в социологических исследованиях.

Например, в исследовании Дудиной О.М., Арсельговой М.А., целью которого стало изучение безработицы как социально-экономического явления было отмечено социальные противоречия, с одной стороны для общества, с другой стороны для личности. В обществе безработица способствует падению уровня жизни и как следствие обнищанию населения, что приводит к поляризации общества, то есть резкому разрыву между бедными и богатыми слоями. С другой стороны, благодаря безработице становится возможным создание резерва рабочей силы, подготовка работников к постоянным изменениям в экономической сфере, формирование осознания у людей необходимости постоянного повышения образования, квалификации.

Для личности социальное противоречие заключается в том, что с одной стороны, личность реализует свой потенциал в творчестве, в процессе труда, с другой стороны – безработица выступает как форма отчуждения человека от своего «я», лишая его возможности самореализации в ходе трудовой и творческой деятельности, что приводит к деградации личности. [1]

Безработица в Ульяновской области

По данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики в Ульяновской области в 2020 году, начиная с апреля, когда число безработных уже достигло 8613 человек, наблюдается рост числа безработных. В мае это число

увеличилось в 2 раза и безработных было уже 16535. В июне и июле цифры возросли до 22140, 27534 соответственно. Наибольшее количество безработных приходится на конец сентября и составляет 31872 человека, что больше в 11,8 раз по сравнению с соответствующим месяцем прошлого года. В конце года статистика показывает уменьшение числа незанятых граждан, однако это число все равно остается большим – 20527 человек на конец декабря. Объясняются такие большие числа на протяжении почти всего года ухудшением ситуации в стране и области в период пандемии, вызванной Covid-19.

В 2021 году наибольшее количество безработных приходится на конец января и составляет 16506 человек, а с февраля их численность постепенно снижается и в конце мая составляет 5809. С июня по август безработных наблюдается чуть больше пяти тысяч. [4]

В итоге, судя по статистике ситуация в Ульяновской области в 2021 году, связанная с безработицей, значительно улучшилась по сравнению с 2020 годом. Однако сколько бы безработных ни было, решение этой проблемы все равно остается одной из главных задач. Помочь в ее решении могут углубленные социологические исследования, направленные на изучение востребованности профессий на рынке труда и выпускаемых специалистов из учебных заведений.

Список литературы

1.Дудина О.М., Арсельгова М.А. Социальные и экономические последствия безработицы // Экономика труда. - 2019. - Том 6. - № 2. - С. 923-940.

2.Зайцева, И. А. Безработица как одна из глобальных проблем современного мира//РоШВок. Экономика и экономические науки. - 2017. - № 2. - С. 160-175

3.Сапаниди, П. Молодёжь на рынке труда. // Человек и труд. - №4. - 2011. - С.55-56.

4.<https://uln.gks.ru> (дата обращения: 20.10.2021)

УДК 659.19

Е.С. Папина

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

КРАТКОСРОЧНЫЕ И ДОЛГОСРОЧНЫЕ ЭФФЕКТЫ РЕКЛАМЫ В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Аннотация: В данной статье рассматриваются краткосрочные и долгосрочные эффекты коммуникаций по Н.Н. Назарову. Выявлено отношение к данным эффектам среди потребителей рекламы разного возраста.

Ключевые слова: долгосрочные эффекты рекламы, краткосрочные эффекты рекламы, реклама, социальная реклама, эффекты, реклама в сфере здравоохранения

В современном мире отношение общества к рекламе в целом стало не однозначным. Существуют люди, которые считают рекламу искусством и с удовольствием смотрят ее, а кто-то испытывает очень негативные эмоции, раздражение. Реклама играет одну из главных ролей в нашей жизни, например, в случае, когда человеку нужно решить условную «проблему», какой товар купить чтобы помочь своему организму вылечить простудное заболевание, или в какую клинику лучше обратиться, чтобы сделать коррекцию зрения. Нам в выборе «проблемного» товара помогает реклама.

Актуальность избранной нами темы обусловлена, во-первых, реклама в сфере здравоохранения оказывает информационное, психологическое, эмоциональное воздействие на потребителя, соответственно манипулируя его выбором. Во-вторых, необходимостью выявления отношения населения к рекламе в сфере здравоохранения и эффектов, которые оказывают наибольшее влияние на потребителей.

Цель нашей работы - выявить краткосрочные и долгосрочные эффекты рекламы в сфере здравоохранения среди жителей разного возраста, которые оказывают положительное воздействие на потребителей.

В социологии под эффектом рекламы понимают любой результат рекламы и рекламной деятельности (экономический, социокультурный, социально-психологический, психологический, политический). Помимо прямого рекламного воздействия (через сообщения как таковые), допускается возможность косвенного рекламного эффекта – посредством влияния интересов рекламодателей на политику масс-медиа. [1]

В качестве главной научной теории мы используем – теорию эффектов массовой коммуникации Н.Н. Назарова. По его мнению, все пространство возможных подходов к исследованию эффектов может быть разделено с помощью двух координатных осей. Полюсами первой оси являются эффекты краткосрочные и эффекты долгосрочные. Полюсами второй — эффекты преднамеренные и непреднамеренные (Рис.1). [2]



Рис.1 Типология эффектов массовой коммуникации по Н.Н. Назарову

Индивидуальный ответ, отклик — процесс, с помощью которого происходит изменение установок, знаний, поведения или закрепление, стабилизация последних. Происходит это в качестве реакции на сообщения, цель которых и состоит в осуществлении изменений.

Кампания в СМК. В этом случае используется несколько каналов массовой коммуникации, помощью которых достигаются цели информирования или убеждения аудитории. Наиболее часто кампании применяются в области политики, потребительской рекламы.

Индивидуальная реакция. Состоит в непланируемых коммуникатором последствиях, наблюдаемых после контактов индивидов с материалами массовой коммуникации. Происходит за счет имитации и научения. Предметом их могут быть самые различные области индивидуальной и социальной реальности — следование новым жизненным стилям, акты девиантного поведения, проявления боязни и страха.

Коллективная реакция представляет собой ряд индивидуальных реакций, переживаемых одновременно многими людьми. Последнее приводит к совместным действиям неуправляемого типа. Эффекты страха, беспокойства, ярости в потенциале могут приводить к панике и гражданским волнениям.

Распространение инноваций. Планируемое распространение нововведений в целях долгосрочного развития. При этом используются кампании в средствах массовой коммуникации, а также сети межличностной коммуникации.

Социализация. Влияние СМК на процессы научения и принятия норм, ценностей и образцов поведения в конкретной социальной ситуации.

«Представление» социальной реальности. Процесс близкий к предыдущему. Однако здесь больший акцент делается на производстве знаний и мнений, нежели формировании ценностных представлений. Связано это с тем, что массовая коммуникация в силу своей природы

вынуждена постоянно создавать и транслировать незавершенные версии реальности.

Культурные изменения. Трансформации в наиболее общих образцах ценностей, поведения, символических формах, присущих отдельным социальным группам, обществу в целом или совокупности обществ.

Для реализации поставленной цели мы провели качественное исследование «Отношение населения к рекламе в сфере здравоохранения: эффекты влияния» в формате глубинного интервью. Выборка: квотная, целевая. Деление респондентов по спланированным группам (по возрасту) в равных пропорциях. Респонденты от 18 лет и старше; всего 24 человека.

Для выявления краткосрочных эффектов мы определили следующие показатели: 1. Влияние планируемого краткосрочного эффекта «Индивидуальная реакция». 2. Влияние непланируемого краткосрочного эффекта «Коллективная реакция». 3. Влияние непланируемого краткосрочного эффекта «Индивидуальный отклик». 4. Влияние планируемого краткосрочного эффекта «Кампания в СМК».

Респонденты в возрасте от 18-35 лет считают, что негативные эмоции в рекламе окажут негативный эффект на рекламу в области здравоохранения. Они смогли бы воспользоваться такой услугой, если бы только были на грани смерти, и им нечего было терять. *«Если бы не было другого выхода, только тогда воспользовалась бы»* (Интервью №5, директор дополнительного образования).

Респонденты в возрасте от 36-55 лет считают, что негативные эмоции в рекламе не окажут никакого эффекта. Так как они доверяют своим лидерам мнений, в данном случае врачу. Если врач скажет, что этот препарат/услуга подействует, несмотря на негативную рекламу, они приобретут препарат/услугу. *«Думаю, негативные эмоции не пойдут на пользу рекламе, и сама не стала пользоваться услугой, если бы ее реклама вызвала негативные эмоции, только при советах врачей»* (Интервью №23).

Респонденты в возрасте от 56 лет и старше считают, что негативные эмоции в рекламе окажут негативный эффект на рекламу в области здравоохранения. Они не смогли бы воспользоваться такой услугой. *«При негативных эмоциях после рекламы человек не пойдет делать прививку и будет советовать другим от нее отказаться»* (Интервью №22, тренер).

На основе ответов респондентов, мы получили следующий результат: краткосрочный непланируемый эффект «Индивидуальная реакция» вызывает негативную реакцию у жителей города Ульяновск. Только люди в возрасте от 36-55 лет нейтрально на него реагируют.

Одна вторая доля респондентов в возрасте от 18-35 лет и 36-55 лет обсуждают рекламу в области здравоохранения, транслируемую в

СМИ, со своими близкими людьми. Эта реклама вызывает у них в основном позитивные эмоции, реже – отрицательные. В ходе рассуждений мнение к рекламируемому товару/услуге не меняется ни у самого респондента, ни у того с кем была дискуссия.

Респонденты в возрасте от 56 лет и старше обсуждают рекламу в области здравоохранения, транслируемую в СМИ, со своими близкими людьми. Эта реклама вызывает у них разные эмоции. *«Редко. Вызывает разные эмоции, но больше недоверия. Может повлиять»* (Интервью №11, парикмахер). В ходе обсуждения рекламы мнение к рекламируемому товару/услуге меняется у респондента и у второй стороны, с кем была дискуссия.

На основе ответов респондентов, мы получили следующий результат: краткосрочный непланируемый эффект «коллективная реакция» вызывает положительную реакцию у жителей города Ульяновск в возрасте от 56 лет и старше, может изменить их мнение к рекламируемому товару. Респонденты в возрасте от 18-55 лет не прислушиваются к мнению своих близких в вопросах здравоохранения.

Выявлена следующая закономерность: чем старше респондент, тем лучше на него влияют доказательства безопасности и эффективности вакцины в рекламе. Респонденты в возрасте от 56 лет и старше положительно реагируют на данный эффект рекламы. *«Я считаю, что любое объективное доказательство или аргумент всегда положительно влияют как на мой, так и на чей либо выбор»* (Интервью №18, бухгалтер).

Одна четвертая доля респондентов в возрасте от 35-55 лет сказали, что это на них никак не повлияет. *«Сомневаюсь, что это повлияет»* (Интервью №23). Респонденты в возрасте от 18-35 лет категорично относятся к рекламе в сфере здравоохранения. Они считают, что данный эффект на них никак не повлияет. *«В рекламе никто не будет говорить о минусах и возможных рисках. В любом случае я буду искать дополнительную информацию»* (Интервью №5, директор дополнительного образования).

На основе ответов респондентов, мы получили следующий результат: краткосрочный планируемый эффект «Индивидуальный отклик» вызывает положительную реакцию у жителей города Ульяновск в возрасте от 36 лет и старше. Чем старше респондент, тем лучше он воспринимает этот эффект рекламы. Респонденты в возрасте от 18-35 категоричны, их установки практически невозможно изменить.

Трансляция рекламы в области здравоохранения на разных каналах коммуникации может повлиять на восприятие и доверие к этой рекламе у разных возрастных групп. Только один респондент в возрасте от 18 – 35 лет сказал, что это повлияет на его восприятие и доверие. Остальные настроены скептически. *«Это скажется отрицательно на доверии - если продукт надежен и эффективен, то он в рекламе не*

нуждается» (Интервью №21, пилот). Респонденты в возрасте от 36 – 55 лет подходят к восприятию информации с осторожностью, но считают, что их доверие будет чуть больше. *«Вид канала коммуникаций передачи рекламных сообщений влияет на уровень моего доверия к самой рекламе»* (Интервью №23). Респонденты от 56 лет и старше рекламу товаров в области здравоохранения на разных каналах коммуникации воспринимают положительно, доверие повышается. *«Доверие будет больше к этому препарату»* (Интервью №16, стоматолог).

На основе ответов респондентов, мы получили следующий результат: краткосрочный планируемый эффект «Кампания в СМК» вызывает положительную реакцию у респондентов в возрасте от 36 лет и старше. Чем старше респондент, тем лучше он воспринимает этот эффект рекламы. Респонденты в возрасте от 18-35 скептически к информации в области здравоохранения.

Для выявления долгосрочных эффектов мы определили следующие показатели: 1. Влияние непланируемого долгосрочного эффекта «Социализация». 2. Влияние долгосрочного планируемого эффекта «Представление социальной реальности». 3. Влияние долгосрочного планируемого эффекта «Распространение инноваций». 4. Влияние долгосрочного непланируемого эффекта «Культурные изменения».

Респонденты всех возрастов достаточно быстро смирились с новыми правилами поведения в обществе, действующими во время пандемии. *«В течение 2 недель. Информации было вполне достаточно»* (Интервью №20, бухгалтер). Удивительно, одна четвертая доля респондентов в возрасте от 18-35 лет до сих пор не смирились с этими правилами. На основе ответов респондентов, мы получили следующий результат: долгосрочный непланируемый эффект «Социализация» вызывает положительную реакцию у респондентов всех возрастных групп.

Жители города в возрасте от 18-35 лет считают, что реклама в сфере здравоохранения должна быть направлена не на конкретный товар/услугу, а на изменение культурных ценностей. *«Донести мысль о последствиях халатного отношения к здоровью»* (Интервью №19, программист). Данные результаты указывают на положительную реакцию на эффект «Культурные изменения».

Респонденты в возрасте от 35 лет и старше считают, что до потребителей рекламы в сфере здравоохранения нужно доносить четкую информацию о товаре/услуге (функции, статистика, польза и т.д.). На основе ответов респондентов, мы получили следующий результат: долгосрочный непланируемый эффект «Предоставление социальной реальности» вызывает положительную реакцию у респондентов возрастных групп от 36 лет и старше.

К инновационным изобретениям в области здравоохранения респонденты всех возрастов относятся положительно. «Я за любые изобретения в любой сфере деятельности. Инновационные технологии продвигают НТП вперед, что приведет к новым более совершенным технологиям, конечно же, не без ошибок» (Интервью №21, пилот). На основе ответов респондентов, мы получили следующий результат: долгосрочный планируемый эффект «Распространение инноваций» вызывает положительную реакцию у респондентов разных возрастных групп от 18 лет и старше.

Жители города Ульяновска разных возрастов понимают о необходимости придерживаться здорового образа жизни, что это напрямую влияет на качество его жизни и на ее продолжительность. *«Всегда правильное питание и умеренные физические нагрузки были полезны для любого человека. При регулярном правильном режиме можно в короткие сроки достичь необходимого результата и чувствовать себя значительно лучше»* (Интервью №18, бухгалтер).

На основе ответов респондентов, мы получили следующий результат: долгосрочный непланируемый эффект «Культурные изменения» вызывает положительную реакцию у респондентов разных возрастных групп от 18 лет и старше.

Таким образом, краткосрочный непланируемый эффект «коллективная реакция» вызывает положительную реакцию у жителей в возрасте от 56 лет и старше, может изменить их мнение к рекламируемому товару. Краткосрочные планируемые эффекты «индивидуальный отклик», «кампания в СМК» вызывает положительную реакцию у жителей города Ульяновск в возрасте от 36 лет и старше. Чем старше респондент, тем лучше он воспринимает этот эффект рекламы. Это объясняется тем, что у потребителей рекламы возникают когнитивные последствия. Последствия, которые изменяют наши знания и мышление в лучшую сторону.

Долгосрочные непланируемые эффекты «Социализация», «Культурные изменения» вызывают положительную реакцию у респондентов всех возрастных групп. Эффект «Предоставление социальной реальности» вызывает положительную реакцию у респондентов возрастных групп от 36 лет и старше. Долгосрочный планируемый эффект «Распространение инноваций» вызывает положительную реакцию у респондентов разных возрастных групп от 18 лет и старше.

Список литературы

1. Курьяков И.А. Экономическая эффективность рекламы / И.А. Курьяков, Н.Н. Каштанов, Н.Н. Николаенко. — Сибирский торгово-экономический журнал. — 2008. — №7. — С. 45-49
2. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество/ М.М. Назаров. — М.: «Аванти плюс», 2003. — 428 с.

УДК 316.74

Г.А. Парахонская

(Тверь, Тверской государственный университет)

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТИ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ У МОЛОДЕЖИ: ОПЫТ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА ПРОИЗВЕДЕНИЙ ЖИВОПИСИ

Аннотация: Рассматривается отражение в живописи советского и постсоветского периодов ценностей здорового образа жизни, формирование у молодежи мотивации занятий физкультурой и спортом. Используя метод контент-анализа, прослеживаются гендерные особенности, а также динамика изменений тематики и ценностные ориентации.

Ключевые слова: здоровый образ жизни, физкультура, массовый спорт, контент-анализ, живопись.

Процессы, происходящие в современном российском обществе обострили проблемы сохранения, укрепления и развития здоровья человека, формирования здорового образа жизни.

Здоровый образ жизни – условие и предпосылка социальной активности человека. Еще древние говорили: «В здоровом теле здоровый дух», т.е. гармоничное развитие личности включает как физические, так и духовные составляющие.

Вопросы формирования здорового образа жизни имеет междисциплинарный характер: психологические, педагогические медицинские аспекты проблемы находят отражение в работах отечественных исследователей [1,2,3]. Изучение здорового образа жизни с точки зрения социологии требует рассмотрения различных научных подходов. Эмпирическую базу социологических исследований как правило составляют опросные методы, целью которых является описание представления молодежи о здоровом образе жизни, мотивация занятий физической культурой, жизненные приоритеты и др.

Результаты социологических исследований представлений молодежи о здоровом образе жизни показывают, что значительная часть молодого поколения включает в это содержание здоровое питание, эстетику телесности, а также посещение фитнес-салонов. Примечательно, что дифференциация по уровню дохода отражается и на представлении о здоровом образе жизни. Для группы с доходом ниже среднего уровня по региону основной интерес представляют бесплатные тренажёры и спортивные площадки недалеко от дома. Для реализации социальной политики в отношении формирования здорового образа жизни населения необходимы соответствующие условия, обеспечиваемые обществом, а также мотивация граждан, целенаправленное формирование сознания и поведения, соответствующие требованиям здорового образа жизни.

Однако социологическими опросами далеко не исчерпываются источники изучения здорового образа жизни и его формирования.

Большие возможности предоставляет ретроспективный анализ произведений живописи советского и постсоветского периода. Использование сравнительно-исторического принципа и метода контент-анализа дает возможность проследить формирование представления о здоровом образе жизни у молодежи и роль государства в стимулировании занятий физкультурой и массовым спортом. Произведения живописи с одной стороны отражают основные направления социальной политики государства, а с другой дают социологический срез представлений населения о повседневных социальных практиках. В процессе контент-анализа произведений живописи на тему «Отражение в живописи физической активности детей и молодежи» был разработан кодификатор, включающий следующие категории: демографические характеристики персонажей (пол, возраст), периодизация и динамика отражения отдельных тем, виды активности (активный отдых, занятия физкультурой, занятия спортом). Подкатегории включают виды спорта, виды активного отдыха.

Проанализировано 1374 произведения на тему физической активности детей и юношества, созданных с 1920 по 2019 годы.

Количество действующих авторов и создаваемых произведений синхронно растет вплоть до 1950-60х гг. С 1970-х гг. количество как авторов, так и произведений снижается вдвое за 10-летие. Минимальное значение достигается в 1990-е гг. В 2000-е и 2010-е гг. количество авторов выросло и стабилизировалось, но значительно увеличилось количество создаваемых произведений на одного художника. Это объясняется сменой экономических условий: вместо стабильной системы госзаказа художник вынужден ориентироваться на частный спрос, зачастую зарубежный без гарантии сбыта всей произведенной продукции.

Исходя из динамики изменения числа художников и количества создаваемых произведений на детскую и молодежную тематику можно была принята следующая периодизация:

- 1) 1920-е гг. – переходный период после революции. Число художников и создаваемых по теме произведений находится на самом низком уровне.
- 2) 1930-40-е гг. – раннесоветский период. Число действующих художников и создаваемых произведений растет.
- 3) 1950-60-е гг. – среднесоветский период. Число действующих художников создаваемых произведений на детскую тему достигает максимума.
- 4) 1970-80-е гг. – позднесоветский период. Художники теряют интерес к детской теме, число действующих художников и создаваемых произведений на тему детства из года в год резко снижается
- 5) 1990-2010-е гг. – постсоветский период. Число действующих художников стабилизируется, но не достигает даже низкого уровня

1980-х гг. При этом число создаваемых произведений растет за счет интенсификации труда художников – среднее количество произведений, создаваемых произведений гораздо выше, чем в предшествующие советские периоды.

Принципиальных различий в системе ценностей, представленной в произведениях художников советского периода не наблюдается, хотя некоторые особенности по количеству работ, тематике можно отметить, что связано с определенным историческим периодом и событиями в жизни страны.

В настоящее время в средствах массовой информации активно продвигается идея здорового образа жизни, живопись являются одним из каналов массовой коммуникации и выполняют функцию пропаганды. Сравнительный анализ дает возможность проследить не только интересы авторов, но и то, что реально находится в фокусе внимания общества.

При анализе использовано подразделение произведений живописи в соответствии с полом персонажей. Выделены 3 категории: произведения с женским, с мужским и смешанным по полу составом персонажей.

В соответствии с возрастом выделяются группы дошкольников (до 7 лет), младших школьников (7-10 лет), подростков (11-14 лет), старших школьников (15-17 лет) и юношество (от 18 до 22 лет). Верхняя граница юношеского возраста определена условно как возраст приобретения профессии и создания семьи

Анализ половозрастной структуры подборки показывает, что гендерные предпочтения художников зависят от возраста изображаемых персонажей. В дошкольном возрасте основное внимание уделяется изображению смешанных по полу компаний. Преимущественно мужские персонажи характерны для младшего и среднего школьного возраста. В старшем школьном и юношеском возрасте особое внимание уделяется девушкам. Последние находятся в центре внимания в произведениях постсоветского периода (57%) в то время, как в 50-60-е гг. преобладали смешанные группы (43%). Для советских периодов характерно повышенное внимание к изображению смешанных компаний за счет пониженного внимания к изображению женщин. Можно считать этот факт следствием потребности вовлечения женщин в социальную жизнь путем пропаганды соответствующих образцов поведения.

В постсоветский период внимание уделяется изображению детей, но значительно снижается изображение на полотнах старшеклассников, юношества (студентов и молодых рабочих).

Здоровый образ жизни включает различные виды активности человека. В кодификаторе определены три уровня физической активности: 1) активный отдых или повседневная физическая активность, удовлетворение потребности в движении; 2) занятия

физической культурой, удовлетворяющие потребностям в физическом развитии; 3) занятия спортом, подразумевающие систематические тренировки и участие в соревнованиях, с целью самореализации и раскрытия своих способностей.

Отечественная практика институционализации массового спорта приходится на 20-30-е гг. XX века. В обществе активно пропагандировалось занятие физкультурой, что нашло отражение в полотнах отечественных художников. Это означает, что художники осознают или подсознательно чувствуют общественную атмосферу, требующую стимулировать подрастающее поколение к физическому развитию, и добиваются этого предъявлением соответствующих образцов поведения. В 1920-е гг. на эти темы создавали произведения А.А. Дейнека, А.И. Кравченко, Б.М. Кустодиев, А.Ф. Пахомов, А.И. Самохвалов и др. В 1930-40е гг. становится актуальной тема военной подготовки (Е.С. Зернова «ВсеВобуч», «Вузовки на стрельбище», Н.Н. Петрова «Изучай винтовку», Я.В. Титов «Кружок пулеметчиков» и т.п.).

Таким образом довоенный период характеризуется мобилизационным типом развития института спорта, политизированностью и идеологизированностью, плановостью и жестким государственным контролем. При этом нельзя не отметить его нравственно-нормативный характер, массовость, доступность, стремление к всеобщности и обязательности участия.

В послевоенный (среднесоветский) период тема военной подготовки уходит, основная масса произведений посвящена ходьбе на лыжах, катанию на коньках, туризму, спортивным играм (футбол, волейбол, хоккей), пропаганде физзарядки.

В постсоветский период изображению активного досуга посвящен четыре пятых сего количества произведений. Сюжеты, не отличаясь особым разнообразием - пешие и велосипедные прогулки, купание в водоёмах, подвижные игры и рыбалка.

Выявлены существенные гендерные различия в изображении физической активности.

Изображение женского активного отдыха в переходный и советские периоды и составляют около половины создаваемых произведений и ограничиваются сюжетами купальщиц, прогулок, катания санках.

Занятий физкультурой женщинами в переходный, ранний и средний советский периоды составляют свыше четверти всех произведений. Они включают сюжеты игр с мячом, физзарядки, катания на лодке. Спортивным занятиям также посвящено около пятой части произведений: гимнастика, плавание, спортивные игры (теннис, волейбол, баскетбол), фигурное катание и др. В позднесоветский период внимание к физкультурным занятиям падает и переключается в основном на женский спорт.

По выборке в целом доля спортивных сюжетов составляет 15%. Таким образом в переходный и советские периоды повышенное внимание уделяется пропаганде женского спорта.

В позднесоветский период спортивные сюжеты в женской подгруппе практически не встречаются, внимание к физкультурным занятиям снижается, дополнительно к прежним появляются темы катания на лодке, верховой езды, катания на велосипеде.

В постсоветский период происходит смещения фокуса внимания на досуг - уже три четверти произведений посвящено прогулкам, купанию в водоемах, танцам, катанию с горки на санках. Особенно полюбили сюжеты с рыбалкой. Тема физкультуры и спорта практически исчезла, тогда как в переходный и советский периоды активному досугу посвящалось менее половины произведений.

В мужской и смешанной группах в советские периоды также отдаётся предпочтение сюжетам физкультуры и спорта перед сюжетами, посвященными повседневному активному досугу. Из физкультурных занятий наиболее часто изображаются спортивные игры – футбол, волейбол, баскетбол, хоккей. Наиболее популярные виды спорта – лыжи, бег, прыжки, велоспорт.

В постсоветский период доминируют повседневные сюжеты активного досуга – рыбалка, прогулки, купание в водоеме.

Внимание художников к возрастным группам довольно сильно коррелирует с периодом создания произведения: в советские периоды наибольшее внимание уделялось старшим возрастным группам, тогда как в постсоветский период картина обратная – максимальное внимание уделяется изображению дошкольников, младшеклассников и подростков, а старшеклассники и юношество изображаются реже.

Эта различие может быть понято исходя из целевой функции создания произведений. В советское время ставилась цель социализации, воспитания определенного типа личности, поэтому объектом воздействия являлись старшеклассники и юношество, способные воспринять и осознать предлагаемые образцы поведения. В постсоветский период целевой группой являются заказчики, которым наиболее интересны именно дети.

В послевоенный период продолжает развиваться физкультура и массовый спорт. В занятия вовлекаются практически все разновозрастные группы населения.

Во всех возрастных группах наблюдается одна и та же закономерность: в советские периоды наибольшее внимание уделяется физкультуре и спорту, в постсоветский период – активному отдыху.

В соответствии с численностью и поколенческой принадлежностью персонажей произведения были классифицированы по следующим категориям: 1) однофигурные (жанровые картины и портреты); 2)

однопоколенная группа детей без взрослых; 3) многопоколенная группа участвуют дети и взрослые.

Постсоветский период характеризуется доминированием однофигурных сюжетов, тогда как в советских периодах весьма высока доля сюжетов, изображающих однопоколенные группы, а доля однофигурных сюжетов довольно низкая.

Однофигурные сюжеты постсоветского периода посвящены в основном активному отдыху в виде прогулок, купания в водоемах, рыбной ловле. Из физкультурных занятий заметен такой вид, как прогулки на велосипеде.

В советское время наиболее часто изображались коллективные виды спорта, командные игры, что связано с формированием коллективизма, воспитанием чувства товарищества, взаимосвязи с коллективом, в то время как содержание произведений живописи постсоветского периода пропагандируют индивидуалистические ценности.

Гуманистические ценности физкультуры и спорта особенно в довоенное время были обусловлены классовыми интересами. Но это не преуменьшило самооценности физического развития человека, так как гармоническое и всестороннее развитие личности было главной составной частью программы построения нового общества.

Формирование здорового образа жизни – вновь становится одним из приоритетных направлений социальной политики государства. Для её реализации необходимо правовое, программное, финансовое, материальное, кадровое обеспечение. Важное место занимает информационная составляющая, ядром которой выступает идеологическая компонента. Однако существующие социальные практики продвижения здорового образа жизни лишь отчасти формируют у граждан России установки на заботу о своем здоровье. Здоровый образ жизни – условие и предпосылка социальной активности человека, полноты выражение его физических и духовных сил. Это предполагает целенаправленное формирование его сознания и поведения соответственно требованиям здоровья. Конкретная повседневная реализация здорового образа жизни – неотъемлемая часть культуры. Поэтому одно из центральных направлений формирования здорового образа жизни – воспитание сознательного, активного отношения к своему здоровью.

Список литературы

1. Журбина А.Д. Социологические аспекты физической культуры и спорта // Научный вестник МГТУ ГА, серия История, философия, социология. 2007. № 113 <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiologicheskie-aspekty-fizicheskoy-kultury-i-sporta>
2. Кузнецов П.К. Массовый спорт в современной России: социальные факторы воспроизводства и развития. – СПб, 2013

<https://www.dissercat.com/content/massovyi-sport-v-sovremennoi-rossii-sotsialnye-factory-vo-proizvodstva-i-razvitiya>

3. Якимова Е.В. Социологические аспекты здорового образа жизни: современные российские реалии (обзор) // Новые социальные практики в зеркале социологии. Сб. науч. трудов. Сер. «Теория и история социологии».- М. ИНИОН РАН , 2019

4. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41441751>

УДК 316.75

Т.А. Рассадина

(Ульяновск, Ульяновский государственный педагогический университет)

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ КОНКУРЕНЦИИ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ

Аннотация: Статья посвящена анализу некоторых социокультурных особенностей социальной конкуренции в молодежной среде и отношений к конкурентным практикам. На основе исследований отечественных социологов и авторских социологических исследований, выполненных в рамках количественно-качественной методологии, показаны различия в конкурентных практиках молодых людей в процессе целедостижения, неоднозначные отношения к ним.

Ключевые слова: конкуренция, социальная конкуренция, конкурентоспособность, конкурентные практики, социокультурное пространство, ценности, справедливость, молодежь.

Усложнение, ускорение социальной жизни, рост потребностей и притязаний людей при достаточно ограниченных материальных и нематериальных ресурсах неизбежно способствует развитию конкуренции, формированию к ней ценностного отношения. Конкуренция и конкурентоспособность решают многочисленные экономические, политические, социальные проблемы, обеспечивают успех в жизнедеятельности, поступательное развитие личности и общества. Сегодня социальная конкуренция пропитывает все сегменты общества, придает новый импульс социальной активности, состоятельности. Ее ключевыми мотивами стали стремление к материальной прибыли (обогащению) и нематериальная «жажда признания» [1], борьба за рабочие места, обладание социальными статусами, престижем. Постоянное воспроизводство конкурентных практик конструирует новую социокультурную реальность, новые типы социальных установок, мышления, поведения.

Конкуренция чаще всего ассоциируется с либерально-рыночным типом общества, что вызывает сегодня больше негативных отношений, чем положительных.

В последние десятилетия феномен конкуренции активно изучается в предметной области политической, экономической, психологической наук, юриспруденции. В меньшей степени исследуется социологами как форма социальных связей, как «способность социального актора

реализовать свои цели в условиях соперничества с другими» [2], как вид социальных «взаимодействий двух и более участников рынка, нацеленных на получение одного и того же ограниченного ресурса, доступного при определенных усилиях с их сторон» [3, с. 55].

В контексте конструирования социокультурного пространства, институционализации новой нормативно-ценностной реальности социальная конкуренция практически не изучается. Между тем, ее влияние на систему ценностей, мотиваций очевидно. Наряду с очевидными положительными функциями, социальная конкуренция имеет непростые проявления в жизнедеятельности людей, нередко вносит коннотации несправедливости, деструктивности в социальных отношениях.

Исследования российских социологов показывают неоднозначную картину отношений к феномену конкуренции. Так, работы А. В. Петрова, демонстрируют, что только 20,7% молодых людей полагают, что трудовая состоятельность, борьба способностей важнее взаимопомощи и поддержки в труде. Делается предположение, что в реальной трудовой деятельности молодёжь мало озабочена конкуренцией, вне зависимости от того, где она работает: на частных или государственных предприятиях» [4, с. 85].

В разных социальных группах наблюдаются различия в конкурентных практиках и отношениях.

Так, исследования В. Г. Немировского и А.В. Немировской обнаружили более высокую социальную конкурентоспособность молодежи, чем взрослых. Конкурентоспособность молодежи, по сравнению со взрослыми, имеет более рациональные основания в силу незначительных ресурсов, а также слабого ценностного подкрепления [2].

Г.Ф. Шафранов-Куцев, Е.М. Черкашов доказывают, что среди молодых работников, считающих себя конкурентоспособными, выделяются ощущающие себя способными влиять на ход своей жизни. Подобная уверенность растет с повышением квалификации и самообразованием, что способствует распространению среди молодежи предпринимательского видения и действия [5, с. 122].

Исследования Немировского В.Г., Мальцевой А.В. продемонстрировали сложное отношение к конкуренции у российской молодежи, социальной группы, становление которой происходит в эпоху, когда конкуренция стала признанной ценностью. В опросах конкуренция определяется как характеристика значимая, полезная, необходимая в жизни, способствующая эффективности деятельности. Вместе с тем, оценивается как черта безнравственная, дискомфортная, неприятная. В поведении конкуренция присутствует прежде всего у той части молодежи, которая не включает ее в моральный контекст

жизнедеятельности, не задает вопросы о честности и нечестности поступков [2].

Социальная конкуренция проявляется в различных социальных практиках, в том числе высоко рациональных, имеющих имитационный характер [6].

Многочисленные социологические исследования, начиная с 90-х годов, демонстрировали ценность успеха у молодежи. Сегодня успех – не просто результат целедостижения, это итог конкурентной борьбы, является общественной ценностью, его достижение стало мерилom эффективности и масштаба личности.

Наши исследования (2018 г.) с очевидностью демонстрируют ценностные основания современной конкурентной борьбы в восприятии и оценках молодежи. Что сегодня необходимо, по мнению опрошенных, для достижения успеха в жизни? Опрос демонстрирует рейтинг факторов: 1 место – связи, отношения с нужными людьми (так считают 75% представителей студенческой молодежи, 71,3% представителей работающей молодежи), 2 место – деньги, материальные блага (64,2% и 63,5% соответственно), 3 – положение родителей, родственные связи (49,3% и 51,3%). Очевидна высокая прагматичность и рациональность в понимании факторов жизненного успеха. Факторами-аутсайдерами, наименее влияющих на реализацию жизненных планов молодежи, стали (в целом по выборке): отзывчивость, чуткость (2,2%), честность (6,1% ответов), чувство долга, ответственности (6,5%), добросовестное отношение к труду (9,6%). Хорошее образование как традиционно значимый фактор социальной конкуренции считается фактором успеха среди 38,2% студенческой молодежи (9 место), среди 37% работающих респондентов (10 позиция). Исследования всегда обнаруживали в восприятии респондентов реально действующие факторы успеха и идеальные. Данное исследование не стало исключением. В идеале, считают опрошенные студенты и работающие, достижению жизненного успеха должны способствовать трудолюбие (соответственно 78% и 80%), способности, умения и навыки человека (69,9% и 75,2%), качественное образование (67,1% и 66,1%), инициативность и целеустремленность (66,2% и 64,8%), высокий профессионализм (65,5% и 67%).

Понимание ценности успеха в конкурентной борьбе молодыми людьми разнообразное, сочетает личные эмпирические наблюдения, использованные практики, которые принесли успех, а также значения, сформированные в результате социализации как общественно ценные.

Среди факторов успешного целедостижения особо подчеркиваются традиционно значимые факторы, являющиеся востребованной частью человеческого капитала, как-то: усердие, целеустремленность, терпение, труд, самоконтроль, самодисциплина,

готовность жертвовать чем-то, креативность, постоянное совершенствование своих навыков, знаний, профессионализм.

В условиях высокой конкуренции, которая является характеристикой современных обществ и проявляется в утрате кооперативного характера работы, разрушении дружеских связей, открытой или скрытой борьбе между коллегами за сохранение рабочего места и лидерство в трудовом коллективе, приоритете личных интересов над общественными, происходит переориентация молодежи с традиционных детерминант успеха на современные. Современная мотивация в существенной мере пропитывает сознание и поведение молодежи, что отражается в глубинных интервью: *«...только собственные амбиции»* (ж., 21 г., IT-специалист); *«Инициатива – самое главное. Исполнительность. Ну и запросы»* (м., 24 г., инженер); *«Современный мир развивает в нас избирательность. В отличие от наших родителей мы можем самостоятельно думать и выбирать жизненный путь»* (студенты тех. профиля); *«Прошлые поколения жили, поступали шаблонно. Нынешняя молодежь ищет более рациональные и выгодные пути решения проблем»*; *«Все делать так, чтобы в итоге быть в выигрыше»* (ж., 23 г., менеджер).

Отношения соревновательности, состязательности, конкуренции в значительной мере пропитывают деловую сферу, профессиональные взаимоотношения. В таких условиях следование традиционным средствам, моделям и схемам деятельности не всегда представляет собой эффективный способ достижения целей, напротив, выход за их пределы и применение инновационных практик, стратегий может оказаться более эффективным. Рефлексия респондентов обнаруживает разные варианты таких стратегий.

В достижении успеха в карьере важны развитые коммуникативные умения и навыки самопрезентации, позволяющие быстрее освоиться и закрепиться на рабочем месте: *«При трудоустройстве важно показать себя с хорошей стороны»* (студенты гум. профиля); *«Как себя поставим, так к нам будут относиться»*; *«Заботиться о своем положении в коллективе»* (студенты тех. профиля); *«Умение пустить пыль в глаза»* (ж., 26 л., руководитель в сфере культуры); *«Делать вид, что работаешь. Такие схемы прокатывают»* (ж., 20 л., студентка). Лояльность руководству, отношения с влиятельными людьми, отношения в коллективе, группе в совокупности с презентационными ценностями имеют не меньшее значение, чем деловые качества, поскольку на их основе идет выстраивание поведения: *«Надо быть на виду у нужных людей, чтобы устроиться на хорошую работу»* (студенты тех. профиля); *«Есть такие люди, пусть они не очень профессиональны, но благодаря личным отношениям с директором их повышают. На самом деле человек мало что умеет и делает, просто идет на компромисс, выполняет дополнительные задания, общается*

с руководством. А некоторые люди хорошо делают свою работу, но не выставляют это напоказ и продолжают работать на своих должностях» (м., 24 г., программист); *«Важно знать, с кем нужно дружить, на какие мероприятия ходить, чтобы тебя заметили»* (ж., 20 л., студентка); *«На работе идет продажа себя, своих навыков, нужности. Подготовил документ, засиделся допоздна, об этом надо рассказать всем, поднять свою значимость перед руководством»* (м., 27 л., руководитель в сфере e-commerce).

Залогом успешной конкуренции видятся прагматизм, хитрость, откровенные антиценности: *«Сейчас молодежь может пожертвовать чем угодно ради достижения цели»* (м., 33 г., служащий); *«Находиться в нужном месте в нужное время»* (студенты гум. профиля); *«Переступить через людей, друзей»*; *«Нарушать правила»*; *«Закрывать глаза на нормы»*; *«20% усилий определяют 80% успеха. Иногда тот, кто делает меньше, получает больше, просто он знает, что и как делать эффективно»*; *«Необязательно перерабатывать, достаточно сделать тот минимум, который выльется в необходимый результат»* (студенты тех. профиля); *«С помощью хитрых уловок можно подтолкнуть людей на действия, от которых ты получишь свою выгоду»* (м., 24 г., инженер). Делается акцент на материальных ценностях как одном из средств достижения желаемого: *«Раньше сами «вертелись», сейчас это делается с помощью денег»* (студент тех. профиля); *«Деньги делают человека нужным другим, благодаря им к нему прислушиваются»* (студенты тех. профиля).

Социальная конкуренция актуализирует вопросы самовыживания, самопродвижения, значимость умения преодолевать трудности, ограничения, конфликты, избегать ошибок, получать максимальную выгоду с наименьшими потерями. Таким результатам способствуют умение рефлексировать, креативные решения, постоянное отслеживание информационного пространства.

В стратегии успеха молодых людей в условиях социальной конкуренции наблюдается высокий прагматизм, селекция и комбинация целерациональных и ценностно-рациональных элементов, в меньшей степени — эмоциональных, традиционных. В сознании молодых людей обнаруживаются целевые установки на успех с выраженными как просоциальными мотивами, так и с антиценностями, имеющими явные неморальные коннотации. Опора на себя, достижение личных целей за счет других, умение хитрить, идти «по головам», поступиться принципами ради цели, использование фактора отношений, коммуникационных технологий, симуляционных практик для целедостижения — открыто декларируются как положительная концепция успеха в условиях социальной конкуренции, как прямое указание к действию.

Общественное и индивидуальное сознание различают добросовестную и недобросовестную конкуренцию, связывают последнюю, прежде всего, со способами достижения целей в условиях соперничества.

Добросовестная социальная конкуренция связывается с профессиональными компетенциями, ответственностью, опытом, способностями, постоянным трудом, усилиями, трудолюбием, с достижениями по заслугам. Однако в условиях рыночной экономики, конкурентной среды эти характеристики личности далеко не всегда становятся приоритетными. Недобросовестная социальная конкуренция – объективная реальность, которая нередко порождает несправедливость. Приходится соглашаться с тем, что: «И сегодня в российском обществе (экономике, науке, социальной жизни) успех, а, соответственно, доходы, социальное положение, влияние и авторитет не определяются образованием, личной компетенцией, квалификацией. Иными словами, «достоинства» определяются чиновниками или иерархией (чтобы заслужить их поддержку, надо приспособливаться), а не более сложными системами квалификации и стимулирования – открытым рынком, профессиональным сообществом, обществом...Отсутствие реальной конкуренции и соперничества за общественное признание компенсируются соперничеством за признание власти (в лице начальника или чиновника), пустым (не порождающим новых смыслов) самоутверждением, коррупцией и снижением продуктивности работы в любых областях занятости. Иначе говоря, работает механизм приспособления, понижающий адаптации, а не развития и повышения качества труда, достижения высоких целей, инновационности» [7, с. 15].

Вместе с тем, эти процессы происходят, наблюдаются в разных социальных группах (возрастных, профессиональных). Отказа от таких способов конкуренции, не смотря на понимание их дисфункциональности, нечестности, не происходит. Тому способствуют современные ценностные системы, в которых очевиден рост прагматизма, демонстративности, имитационности, гибкости, индивидуализма. Эти ценностные позиции непросто проявляются в практиках людей, нередко вызывают чувство несправедливости, критическое отношение.

Список литературы

1. Фукуяма, Ф. Конец истории и последний человек / Ф. Фукуяма. – М.: АСТ, 2007. – С. 255-260.
2. Немировский, В.Г., Немировская, А.В. Социальная конкурентоспособность: шансы на успех у молодежи и взрослых / В.Г. Немировский, А.В. Немировская – Социологический журнал. 2018. – Т. 24. – № 2. – С. 135-149; Немировский, В.Г., Мальцева, А.В. Конкуренция как ценность работающей молодежи (на материалах социологических исследований / В.Г.

Немировский, А.В. Мальцева. – Вестник института социологии. – 2019. – Т. 10. – № 4. – С. 187-201.

3. Радаев, В.В. Социология рынков: к формированию нового направления / В.В. Радаев. – М.: ГУ ВШЭ, 2003. – 325 с.

4. Петров, А. В. Ценностные предпочтения молодежи: диагностика и тенденции изменений / А.В. Петров // Социологические исследования. – 2008. – № 2. – С. 83–90.

5. Шафранов-Куцев, Г.Ф., Черкашов, Е.М. Ориентированность молодежи на конкуренцию и предпринимательство / Г.Ф. Шафранов-Куцев, Е.М. Черкашов // Социологические исследования. – 2020. – № 4. – С. 117-124.

6. Селиверстова, Н.А. Имитация образовательных практик в сфере высшего образования // Социологические исследования. – 2020. – № 3. – С. 71-77.

7. Гудков, Л.Д., Дубин, Б.В., Зоркая, Н.А. Молодежь России / Л.Д. Гудков, Б.В. Дубин, Н.А. Зоркая. – М.: Московская школа политических исследований. – 96 с.

УДК 338

С. Т. Румянцева , Л. Г. Рябовол,

(Санкт-Петербург, Северо-Западный институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»)

РАЗВИТИЕ АГРОЭКОТУРИЗМА КАК ФАКТОР ЗАКРЕПЛЕНИЯ МОЛОДЕЖИ НА СЕЛЕ

Карта туристических маршрутов в условиях пандемии сильно изменилась. Изменение привычного образа жизни в связи с повсеместными санитарными ограничениями, а также сопровождающие COVID-19 изоляция, страх, неопределенность, экономические трудности усилили потребность людей в полноценном отдыхе. Закрытие границ и другие запреты, введенные странами, принимавшими основные туристические потоки из России, переориентировали этот вектор внутрь страны. Это открывает новые возможности для развития малых городов и сельских территорий – это позволяет создать новые рабочие места, поддерживает виды экономической деятельности, участвующие в предоставлении услуг в сфере туризма и рекреации – гостиничное хозяйство, общественное питание, розничная торговля и др.

Воспользовавшись возможностью занять временно образовавшуюся нишу на рынке, малые города и сельские территории получают новый импульс для развития, базирующегося на местных особенностях и ресурсах (уникальных природных объектах, исторических памятниках, культурных достопримечательностях, национальных промыслах и традициях и др.).

Наряду с прямым экономическим эффектом в виде дополнительной добавленной стоимости, сформированной в сфере

туризма и смежных отраслях, развитие индустрии гостеприимства будет способствовать и решению такой сложной проблемы, как отток молодежи из малых городов и сельской местности. Это позволит создать новые рабочие места, причем именно такие, о каких мечтают многие молодые люди. Согласно исследованию на основе анализа запросов, проведенному одним из сервисов по поиску работы, 8 % людей в возрасте от 19 до 25 лет ищут работу в сфере развлечений. В топ-5 вошла также сфера общественного питания. Проанализировав 1,2 млн резюме соискателей из различных российских регионов, представители компании констатировали: наиболее приоритетная для молодых людей сфера занятости – это сфера досуга и развлечений. На втором месте – организация общественного питания, на объявленные вакансии в этой сфере откликаются 54 % граждан, ищущих рабочее место с использованием их цифрового сервиса поиска работы [1].

Кроме того, в случае привлечения внимания туристов и отдыхающих и получения дополнительных доходов принимающие территории смогут выделять больше средств на развитие и модернизацию не только инфраструктуры гостеприимства, но и дорожно-транспортной сети, а также объектов социальной сферы. Формирование комфортных условий жизни для местного населения будет способствовать замедлению процесса деградации малолюдных сельских территорий, уменьшит отток молодого поколения из сел и деревень.

Особое внимание, на наш взгляд, должно быть уделено развитию сельского туризма, и не только потому, что это соответствует важнейшим мировым трендам на защиту окружающей среды, создание «зеленой» экономики, разумное потребление. Организации нового сектора экономики в аграрных регионах и привлечение населения в сферу услуг даст импульс развитию малого бизнеса, созданию новых рабочих мест, и, в конечном счете, повышению уровня жизни сельчан и закреплению молодежи в родном селе. Развитие сельского туризма позволит смягчить и социально-экономическую ситуацию в сельской местности в годы аграрных кризисов.

Для ускорения развития такого направления туризма, как агротуризм, считаем необходимым разработку специальных мер поддержки фермеров, задействованных в обслуживании туристов, например, им могут быть предоставлены льготные кредиты и / или налоговые каникулы в сезон массового притока туристов. Это обеспечит значимый социально-экономический эффект: поможет сельским жителям сохранить место жительства и привычный образ жизни; получить дополнительные доходы от нового вида деятельности, не отказываясь при этом от своего основного занятия; сохранить агроландшафты и их природное окружение, поскольку развитие этого

направления туризма основывается на стремлении свести к минимуму воздействие человека на природу и изменение окружающей среды.

Путем развития сельского туризма могут быть достигнуты следующие социально-культурные цели:

- охрана и воссоздание сельских ландшафтов, сохранение имеющих усадеб и парков, имеющих историческую значимость;
- замедление процессов деградации сельских территорий, оттока населения;
- сохранение национальной самобытности, народных традиций и фольклора;
- повышение привлекательности сельских территорий, формирование позитивного отношения к сельскому образу жизни;
- поддержка производства экологически чистых продуктов питания и пищевого сырья;
- формирование у местных жителей и гостей бережного отношения к природным ресурсам, историческим и культурным ценностям и др.

Сдерживать развитие сельского туризма может, в первую очередь, отношение самих сельчан к этому виду деятельности, недооценка местными жителями туристского потенциала своего родного края, неверие сельчан в то, что их образ жизни может заинтересовать избалованных благами цивилизации горожан, а также отсутствием у населения специальных знаний и навыков в сфере ведения бизнеса.

Развитие этого вида экономической деятельности в современных условиях требует широкого применения информационных технологий, внедрения современных подходов к организации работы по производству, продвижению и сбыту конкурентоспособного туристского продукта. Это диктует необходимость разработки и реализации на уровне регионов специальных образовательных курсов для граждан, желающих принять участие в предоставлении услуг в сфере сельского туризма. Считаем также необходимым создание специальной цифровой платформы, предоставляющей всю необходимую информацию, включая своевременное информирование об изменениях нормативно-правовой базы по регулированию данного вида деятельности; по организации сельского туризма с возможностью обратной связи, знакомства с образцами необходимых для регистрации и отчетности документов и другим вопросам.

Предлагается на таком виде экономической деятельности, как агротуризм, апробировать уведомительный характер ведения предпринимательской деятельности. Мало кто из фермеров, которые в сезон, как правило, круглосуточно заняты сельскохозяйственным производством, будет отвлекаться на процедуру регистрации нового вида деятельности, доходность которого, особенно на начальном этапе, весьма сомнительна.

Необходимы также и сервисы для консультационной поддержки предпринимателей в этой достаточно новой сфере деятельности. Учитывая занятость сельских жителей, а также «новую нормальность» хозяйствования в условиях пандемии, это могут быть онлайн консультации, выделенные телефонные линии и т. п.

В части организации обучения основам бизнеса в сфере сельского туризма может быть интересен опыт Республики Беларусь, в Чаусском районе которой была организована Школа развития агротуризма, где были разработаны эффективные методы образования и способы вовлечения активных людей в эту деятельность. Сначала было организовано обучение основам управления агротуристическим делом, изучение слушателями успешных практик развития агротуризма. Потом им было предложено попробовать свои силы в работе с туристами в одной из успешных усадеб, в создании привлекательных объектов на территории района, в деятельности по созданию информационной инфраструктуры. Такие обучающие курсы проводятся регулярно. Результат налицо – в Беларуси более 2000 агроусадоб, готовых принять гостей. Задача таких курсов – помочь сельчанам создать агроусадобу, которая будет не только соответствовать современным стандартам обслуживания, но и привлекать туристов своей уникальностью, отражающей местный колорит [2].

Другим сдерживающим фактором является недостаточная известность территории среди туристов и отдыхающих. Для решения этой проблемы предлагается сформировать портфолио региона, в котором будут красочно представлены основные объекты для экотуристов, а также желающих отдохнуть в максимальной близости к природе, попробовать себя в качестве работника на сельской усадьбе, мастера национальных ремесел и т. п.

Для популяризации и привлечения внимания к сельскому туризму можно использовать и такой инструмент, как карта кинолокаций, которая представляет собой интерактивный сайт и специализированное мобильное приложение для поиска, сортировки и систематизации лучших кинолокаций. Например, такая карта разработана для Республики Карелия по просьбе кинопроизводителей из 5 стран мира, которые планировали снимать кино в Карелии (Россия, Финляндия, США, Китай и Германия). В результате было выделено 29 параметров, которые наиболее интересны кинопроизводителям, на основе этих рекомендаций была создана демо-версия.

Предлагается создать такие карты для популяризации отдыха в сельской местности и представить их ключевым организациям киноиндустрии. Внимание кинопроизводителей еще более повысит интерес туристов к природным красотам и историческим и культурным достопримечательностям родного края.

Для организации такой работы необходимо сформировать экспертный совет из числа представителей сферы науки и культуры, задачей которого станет отбор уникальных природных и культурно-исторических объектов, способных привлечь туристов, а возможно и кинокомпаний. Кроме того, потребуются организовать обучение технологиям поиска кинолокаций, основам мобильной съемки, записи пространственного звука и другим приемам, позволяющим отснять качественное видео. Важно сопроводить видеоматериал интересным и красочным описанием объектов.

Данные материалы могут быть размещены на специальной странице интернет-ресурса профильного органа региональной власти и / или агроэкотуристическом портале, направлены кинопроизводственным компаниям и кинопродюсерам, распространены в социальных сетях.

Привлечь интерес путешественников и отдыхающих в сельскую местность может и фестивальная деятельность. Фестивали органично соединяют возможности приобщения к культурному наследию с досуговым времяпрепровождением. Каждый фестиваль собирает тысячи участников. Как социокультурное явление и туристский объект он выходит за рамки общественного мероприятия и приобретает значение культурной коммуникации, в рамках которой реализуются творческие и интеллектуальные интенции нашего времени.

Фестиваль все чаще становится одной из основных форм знакомства с новыми культурными веяниями и эффективной формой представления культурных услуг жителям и гостям региона. Как явление художественной жизни он отличается особой атмосферой праздника, ориентацией на показ лучших художественных коллективов и исполнителей, оригинальностью репертуарного предложения, отличного от репертуара стационарных коллективов. Основная его задача – внести свежую струю в культурную жизнь общества, создать максимально широкое поле притяжения как для профессионалов, так и для обычных зрителей и слушателей.

Примером суперуспешного фестиваля под открытым небом можно считать мультимедийный музыкальный фестиваль «Дикая Мята», который проводится ежегодно, начиная с 2008 г. Место проведения – село Бунырёво Алексинского района Тульской области, что в 140 км. от Москвы. Праздник ежегодно собирает десятки тысяч гостей, приемом которых вместе с организаторами занимаются волонтеры. «Дикая Мята» входит в тройку популярнейших фестивалей страны, по мнению ИД «Коммерсант», в пятерку лучших, по мнению РБК, и в 50 лучших событий планеты, по мнению журнала «Афиша».

Первый фестиваль был проведен в 2008 г. Изначально однодневный фестиваль проводили в Москве в августе. В 2008 году организаторы сами ставили палатки и готовили еду музыкантам. Но уже в 2010 году фестиваль собрал более 25 тысяч человек, и в столице

стало тесно. В 2011 году «Дикая Мята» прошла в Калужской области в парке Этномир. С 2015 году «Дикая Мята» собирает гостей в с. Бунырёво. Интерес к этому фестивалю очень высок – в 2018 и 2019 гг. его посетили около 60 тыс. чел.

Успех мероприятия во многом определяется тем, что организаторы большое внимание уделяют безопасности. «Дикая Мята» считается одним из самых комфортных фестивалей на территории страны. «Дикая Мята» – это фестиваль, на который едут семьями, в том числе с маленькими детьми. Концепция фестиваля – это своеобразное кругосветное путешествие за три дня.

Таким образом, развития сельского туризма может стать важным сектором региональной экономики, формирующим значительную часть валового регионального продукта, обеспечивающим занятость для большого числа людей. Учитывая профессиональные установки молодежи, можно предположить, что эта сфера привлечет молодых и энергичных людей, что обеспечит успех этого начинания и предотвратит отток молодежи из малых городов и сельской местности.

Для развития агроэкотуризма в российских регионах предлагается организовать цикл обучающих курсов (семинаров) для желающих открыть бизнес в этой сфере. Необходимо также создать специальный портал, на котором будет размещена информация о сети фермерских хозяйств (усадеб), готовых принять гостей. Предлагается также сформировать портфолио региона, содержащее материалы об уникальных природных объектах, исторических памятниках, культурных ценностях. Привлечь внимание путешественников и отдыхающих можно также с использованием такого инструмента, как карта кинолокаций, которая также может быть размещена на агроэкопортале, направлена кинопроизводителям, а также распространена в социальных сетях. Учитывая растущий интерес населения к фестивальным мероприятиям, рекомендуется изучить опыт проведения подобных праздников «под открытым небом», лучшей площадкой для которых является живописная сельская местность.

Список литературы

1. Молодые специалисты хотят работать в сфере развлечений // Директор. Креативный журнал по управлению персоналом [Электронный ресурс] – URL: <https://www.hr-director.ru/news/67488-qgn-19-m10-molodye-spetsialisty-hotyat-rabotat-v-sfere-razvlecheniy> (дата обращения - 10.10.2021)
2. Учились агротуризму / Искра. [Электронный ресурс] – URL: <https://www.chausynews.by/?p=2727> (дата обращения - 10.10.2021)

УДК 159.922

А.А. Семенова

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

СОЦИАЛЬНАЯ УСПЕШНОСТЬ МОЛОДЁЖИ: ОТНОШЕНИЕ К УСЛОВИЯМ И ЛИЧНЫМ РЕСУРСАМ

Аннотация: В статье рассматривается жизненная успешность как психологический конструкт в аспекте внешних условий и личных ресурсов молодёжи. Проанализировано исследование модернизации страны с целью увеличить способность молодёжи в достижении успеха. Представлен анализ эмпирических данных исследования структурных компонентов жизненной успешности молодежи.

Ключевые слова: успех, успешность, социальная успешность, ресурсы, конструкт.

Исходя из постоянных социально-экономических изменений в современном обществе, возникает необходимость подготовки инициативных, творчески активных молодых людей, обладающих высокой профессиональной и личностной культурой, ориентированных на социально-значимый успех и позитивную самореализацию во всех сферах жизнедеятельности. Молодому поколению необходимо определять принципиально новую роль в российском социуме. Ценность исследования данного вопроса заключается в важности периода достижения социальной успешности молодёжи, характеризующегося наиболее значимыми этапами процесса социализации и формирования индивида как активного субъекта социального действия, являющегося носителем инноваций.

Актуальность исследования обусловлена социальными, экономическими и политическими изменениями, произошедшими в социуме в последние годы, которые коснулись современной молодежи. В условиях нестабильности общественного сознания, современная молодежь в процессе профессионального и личностного самоопределения пытается выделить и усвоить нормы новой взрослой жизни. Изменчивость обуславливает необходимость актуализации внутренних личностных ресурсов, важнейшими из которых являются осознание собственных целей и смыслов, построение в соответствии с ними жизненной траектории. В связи с этим одной из задач является исследование и осмысление конструкта успешности.

Цель данной статьи заключается в определении роли условий и личных ресурсов в достижении социального успеха молодёжи.

Конкретным объектом исследования является социальная успешность, а предметом — факторы успешности и личные ресурсы.

Конструкт успешности представляет собой сложное иерархическое образование, которое обладает структурой и функциями. Конструкт «жизненная успешность» проявляется как в настоящем, так и будущем времени. В настоящем мы можем оценить уже имеющиеся достижения и результаты деятельности субъекта, в профессиональной и личной сфере. Говоря о будущем успехе, мы можем прогнозировать вероятный

жизненный успех, опираясь на ресурсную модель, критерии и предикторы успешности субъекта деятельности. Конструкт зависит и от внешних условий, имеющих важную роль в достижении успеха, а именно: социально-экономические изменения, стремительное развитие технологического общества, создание института семьи, социально-демографическое и психологическое состояние личности, и, наконец, фактор поддержания здоровья.

Содержание конструкта «социальная успешность» определяется осмыслением психологического содержания понятий «успех» и «успешность». Проблемы социальной успешности изучаются в настоящее время не только социологией, психологией, но и культурологией, социальной философией и другими науками в области социального знания. Термин «успешность» является одним из самых распространённых в языковой культуре современного российского общества. Социальный успех в сознании людей может быть связан с достижениями в значимой деятельности, завоеванием признания и одобрения со стороны общества, известности среди окружающих, с обретением определённого положения и репутации, престижа. Представление об успешной личности в контексте западной культуры связано с материальным благополучием, прагматизмом и индивидуализмом. По мнению российских социологов, потребность в успехе формируется под влиянием социальных факторов и определяется как постоянное соревнование человека с самим собой в стремлении превзойти ранее достигнутые результаты.

Основные принципы данной концепции отражают положение молодежи в социуме: во многом молодежь не обладает личной самостоятельностью, что обуславливает ее социальную зависимость; для молодежи характерна проблема самоопределения во всех сферах жизнедеятельности; социальный статус определяется субъектностью и объектностью в процессе социализации; субъектность молодые люди обретают в процессе самоидентификации и самопознания [2, с. 62-69].

Для быстрого роста успешности необходимо подготовить фундамент — благоприятные условия для успешности молодежи. Осознание необходимости усиления внимания в региональной политике и создания условий для обеспечения гармоничного, взаимосвязанного развития всех регионов России привело к разработке федеральной целевой программы «Сокращение различий в социально-экономическом развитии регионов Российской Федерации (на 2002–2010 гг. и до 2015 г.)», которая призвана уменьшить разрыв по основным показателям социально-экономического развития между наиболее развитыми и отстающими регионами к 2010 г. – в 1,5 раза, а к 2015 г. – в 2 раза. Сложная экономическая ситуация, выражающаяся в низком уровне оплаты труда и задержках выплат существенно ограничивают доступ значительной части молодежи провинциальных

регионов к качественным образовательным ресурсам, здравоохранению, социальным и бытовым услугам. По данным официальной статистики, от общего миграционного прироста в Центральном федеральном округе 74 % составляет миграционный прирост в городе Москве и Московской области [2, с. 434]. В связи с этим молодые люди выбирают переезд в наиболее развитые экономические регионы России. Т. И. Заславская выделила способы, применение которых призвано обеспечить идеальную социальную структуру общества: относительное равенство жизненных шансов и возможностей граждан реализовать свои способности и личные ресурсы; меритократический принцип распределения доходов, материальных и социальных благ, в основе которого лежит поощрение более сложных, ответственных и эффективных видов деятельности; свобода выбора личных траекторий социальной мобильности, свидетельством которой служит достаточная интенсивность профессиональных, должностных и территориальных перемещений, восходящей мобильности нижних и средних слоев. [3, с. 9].

Для сбора эмпирических данных по цели статьи мы использовали *метод вторичного анализа прикладных исследований* и обратились к исследованиям ФГБОУ ВО «Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова», проанализируем особенности представлений и мотивацию жизненной успешности в юношеском возрасте [1. с. 413].

С помощью анализа результатов модифицированной анкеты «Успешный человек» Т.Д. Марцинковской были выявлены четыре группы предикторов, определяющие или способствующие достижению жизненной успешности. Первую группу (35% респондентов) предикторов можно описать как наличие развитых волевых качеств. Вторя группа предикторов (28%) описывает необходимость социального капитала (связи, полезные знакомства, стартовый капитал и др). К третьей группе предикторов (25%) относится коммуникативная компетентность, грамотная речь, уверенность в себе, умение слушать собеседника. К четвертой группе предикторов (6%) можно отнести уровень витального тонуса и здоровья: энергичность, бодрость, работоспособность. Проявление внешней успешности занимает первое место в сознании молодежи, при этом достижение успешности не рассматривается как процесс необходимый для познания и становления личности как зрелого социального субъекта. Анализируя результаты отношения студентов к своему и чужому успеху показал, что низкий уровень отношения к чужому успеху (негативное отношение) выявлен у 31% студентов (28 человек), средний — у 36% студентов (28 человек), высокий (позитивное отношение) — у 33% студентов (27 человек). Результаты изучения отношения студентов к своему успеху, собственной успешности свидетельствуют о том, что 12% (11 человек) имеют негативное отношение (низкий уровень), у 48% студентов (43 человек) выявлен

средний уровень, у 40% студентов (36 человек) — высокий уровень, т.е. позитивное отношение к своему успеху. При негативном отношении к своему успеху студенты испытывают астенические чувства: стыд, гнев, страх, неуверенность. Полученные результаты показали, что уровень позитивного отношения к своему успеху у студентов выше, чем к чужому. Исследования мотивации достижения успеха и избегания неудачи показало, что у 99% студентов (89 человек) выявлено доминирование мотива избегания неудачи [1. с. 422].

В ходе исследования было выявлено, что главными факторами достижения социального успеха являются внешние условия и личные ресурсы молодого человека. Респонденты, участвовавшие в исследовании, продемонстрировали недостаточный уровень сформированности интернального локуса контроля, т.е. они не осознают до конца всю степень ответственности за свои поступки и жизнь.

Таким образом, современная молодежь считает наиболее значимыми для достижения жизненной успешности волевые качества, социальный капитал и коммуникативную компетентность, при этом интеллектуальное развитие и когнитивные способности нивелируются. Недостаточный уровень сформированности когнитивного компонента жизненной успешности, низкий уровень осознанности, самодетерминации в построении жизненной траектории приводит к снижению успешности.

Список литературы

1. Головина, С. Г. «Психологический конструкт жизненной успешности студенческой молодёжи» / Г. С. Головина, Спирина Т.А, Корниенко А.В // Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта. – 2018. – № 11 (165). – С. 412-414.
2. Данилова, Е. А. Молодежь в региональном социуме: теоретический аспект / Е. А. Данилова, Е. В. Щанина // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2010. – № 1 (13). – С. 62–69.
3. Заславская, Т. И. Человеческий потенциал в современном трансформационном процессе / Т. И. Заславская // Общественные науки и современность. – 2005. – № 3.

УДК 316.4

А.Д. Спасова

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

СОЦИАЛЬНАЯ СПРАВЕДЛИВОСТЬ В ПРЕДСТАВЛЕНИИ МОЛОДЕЖИ

Аннотация: В данной статье рассматриваются социальная справедливость в представлении молодежи, а также выявление того, что большинство молодежи склоняется к мнению о несправедливости по отношению к ней.

Ключевые слова: социальная справедливость, молодежь, социальные проблемы молодежи, представления молодежи о социальной справедливости, равенство.

Понимание социальной справедливости среди молодежи очень важно для общества, поскольку поиск социальной справедливости является одним из вечных проблем. На данный момент изучение социальной справедливости более актуально, так как молодое поколение вынуждено приспосабливаться к сложным условиям вхождения в общество, оценивать свои профессиональные устремления и способности.

Многие психологи полагают, что у каждого человека к определенному возрасту развивается чувство справедливости, которое позволяет ему оценивать нравственную сторону поступков других людей и своих собственных. Люди овладевают искусством суждения о вещах справедливых и несправедливых, умением рационально обосновывать эти суждения [4, с. 101].

Актуальность данной темы заключается в том, что проблемы социальной справедливости и социального неравенства всегда были и остаются наиболее болезненной для российской действительности. Для молодого поколения актуальным становится неравенство стартовых возможностей и условий жизни, которые зависят от происхождения, благосостояния семьи, уровня образования родителей, рода их деятельности, региональных отличий, этнической принадлежности, явных и скрытых форм дискриминации.

Судя по данным многочисленных социологических опросов сегодня все большее число россиян считает, что и само общество, а главное его государственные структуры не могут реализовать принцип справедливости в полном объеме. Согласно данным социологов, участники массовых опросов все чаще задают вопросы: "Что нам принесла рыночная экономика?", "Почему разница в доходах населения столько существенна и где справедливость?" [1, с. 19-27].

Цель данной статьи заключается в рассмотрении социальной справедливости в представлении молодежи.

С целью выявления отношения современной молодежи к проблеме социального неравенства и социальной справедливости кафедрой «Политология, социология и связи с общественностью» Ульяновского государственного технического университета в 2021 году был проведен социологический опрос в форме анкетирования. Выборочная совокупность была представлена жителями Ульяновской области в возрасте от 18 до 30 лет, из которых было 50% представителей мужского пола и 50% – женского.

В целом только 42% респондентов считают российское общество в нашей стране справедливым. В то время как 44% молодых людей выбрали ответ «не справедливое», а 14% – «не определились» (таблица 1.1).

**Таблица 1. Оценка респондентами справедливости Российского общества
(в % от числа опрошенных, n=466)**

Показатели	Всего	Возраст			Должностной статус						Уровень жизни			
		18-21	22-25	26-30	Рабочий	Специалист с выс образованием	Предприниматель	Руководитель	Студент	Фрилансер	Средние	Базовые	Малообеспечен.	Бедные
Удельный вес	100	32	36	32	17	26	7	4	31	14	39	38	17	6
Да	42	47	37	42	33	36	68	20	51	36	52	42	27	11
Нет	44	45	44	42	56	45	26	30	40	50	36	46	48	67
Затрудняюсь ответить	14	8	19	16	11	19	6	50	9	14	12	12	25	22

Интересным и в тоже время ожидаемым, оказался показатель справедливости по уровню жизни. Более половины представителей среднего класса (52%) ответили «да» на вопрос «Считаете ли Вы российское общество справедливым?», в то время как респонденты с малообеспеченным (48%) и бедным (67%) уровнем жизни ответили вариант «нет». Данный показатель говорит о том, что граждане с более низким уровнем дохода не довольны справедливостью в обществе.

По результатам опроса на вопрос «С каким выражением Вы согласны прежде всего?» респондентами названы следующие: «Зависит от способностей и трудолюбия самих граждан» (36%), «Государство должно следить, чтобы неравенство не достигало критических размеров» (36%), «Дать каждому равную долю» (15%), «Перераспределять материальные блага в пользу бедных» (13%). В современном обществе, а именно среди рабочих, предпринимателей, фрилансеров, представителей среднего и бедного населения, преобладает утилитаристская концепция, то есть распределение между индивидами зависит от вклада каждого из них в общее благосостояние общества.

Тема социального неравенства тесно переплетается с вопросами социальной справедливости. Так, большая часть респондентов придерживается мнения, что это «органы федеральной власти» (59%) и «органы региональной власти» (52%). Половина опрошенных определили «законодательство, его соблюдение» (50%). Меньше половины определили, что справедливость общества зависит «от нас самих» (22%) и «объединение граждан» (18%). Менее популярными были такие ответы как «политические партии, движения» (16%), «судебные органы, полиция» и «СМИ, интернет-издания» (13%).

Таким образом, исследование социального неравенства в нашей стране не теряет своей актуальности. В целом респонденты признают, что социальное неравенство существует в современном мире. Главной

причиной высокого уровня социального неравенства респонденты считают коррупцию и соответственно первоочередной мерой по стабилизации ситуации – ее искоренение.

Молодые люди считают, что для того, чтобы наше общество стало более справедливым, в первую очередь, государство необходимо обеспечить прожиточный минимум для всех граждан, а также обеспечить условиями получения дохода. Из этого можно сделать вывод о том, что проблемы справедливости, по мнению респондентов, находятся в политико-экономической, а не в правовой плоскости.

Список литературы

1. Колесникова Ю.С., Камашева А.В. Пути решения проблем молодежного рынка труда// Вестник экономики, права и социологии. - 2012. -№4. – С. 47-50.
2. Баценкова, А.А. Социальная справедливость и индивидуализация / А.А. Баценкова // «Сорокинские чтения – 2018»: Сборник материалов. – М.: МАКС Пресс, 2018. – С. 19-24.
3. Лапшинова, К. В. Вопросы социального неравенства и социальной справедливости в оценках современной молодежи // Социально-гуманитарные технологии. - 2020. - № 3 (15). - С. 19-27
4. Петренко, Е.С., Галицкая, Е.Г., Богомолова, Е.В. Представления россиян о социальной справедливости и оценки качества жизни: желаемое и действительное//Жизнь исследования после исследования: как сделать результаты понятными и полезными: Сб. материалов. - М.: ВЦИОМ, 2016. – С. 597-602.

УДК 316.422

Е. Н. Лазарева

(Санкт-Петербург, Северо-Западный институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»)

Е. Е. Тарандо

(Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный университет),
**ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР УКРЕПЛЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА**

Аннотация: В статье характеризуются ситуация в сфере инновационного развития в Республике Мордовия, для которой это направление следует рассматривать в качестве важнейшего приоритета экономической политики региона, поскольку конкурентными преимуществами, обусловленными наличием полезных ископаемых и развитием на их основе крупных обрабатывающих производств, регион не располагает. Установлено, что сильными сторонами региона являются наличие достаточного развитой инновационной инфраструктуры, высокий уровень образования населения, удобное географическое положение, действующий механизм взаимодействия государственных органов федерального и регионального уровней и местных органов власти.

Ключевые слова: устойчивое развитие; наука; инновации; инновационная политика; кадровый потенциал; интеллектуальная собственность.

Президент России В. В. Путин поставил перед правительством страны амбициозную задачу – войти к 2024 г. в пятерку крупнейших экономик мира. Прорыв в экономическом развитии нашей стране может быть обеспечен только за счет кардинального роста производительности труда. Российская Федерация по этому показателю сильно отстает от передовых мировых держав. Например, ВВП нашей страны в расчете на одного занятого в 1,7 раза меньше, чем в Германии и в 2,3 раза меньше, чем в США (2018 г.) [5, с. 93].

Главный фактор роста производительности труда – научно-технический прогресс, действие которого проявляется в обновлении основных производственных фондов, освоении новых технологий, создании новых продуктов и материалов и др. Пока российская экономика слабо восприимчива к достижениям науки, а промышленно-технологические инновации не привлекают внимание инвесторов. Именно это и не позволяет России динамично развиваться. Поэтому в Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 г., утвержденной в 2017 г., в числе 25 угроз устойчивому развитию современной России названа слабая инновационная активность, отставание в области разработки и внедрения новых и перспективных технологий (в том числе технологий цифровой экономики), недостаточный уровень квалификации и ключевых компетенций отечественных специалистов.

Если на государственном уровне задача необходимости прорыва в инновационном развитии осознана и закреплена в стратегических документах, то экономические субъекты в нашей стране явно недооценивают роль и значение инноваций в обеспечении устойчивого развития организации за счет укрепления на этой основе ее конкурентных позиций. Казалось бы, преимущества, формируемые новаторской деятельностью, лежат на поверхности, и в этом никого не надо убеждать. Все согласны с тем, что предприятия в условиях рынка функционируют в жесткой конкурентной среде, и чтобы выжить должны изыскивать все возможности для расширения сбыта и поиска новых потребителей. Основопологающим постулатом рыночной экономики является и то, что спрос на большинство товаров зависит от их цены (за исключением неэластичных и принципиально новых не имеющих аналогов товаров). Уменьшить цену товара и тем самым привлечь новых покупателей можно только за счет оптимизации издержек (сокращения затрат без снижения качества товара). В этом же и главная экономическая цель инноваций. Следовательно, инновации –

важнейший фактор укрепления конкурентоспособности предприятия в условиях рыночной экономики.

Этот тезис можно подтвердить конкретным примером из деятельности АО «Оптическое волоконные системы», введенное в строй в 2015 г. в г. Саранске Республики Мордовия. В 2017 – 2019 гг. была произведена модернизация производства (общая стоимость проекта свыше 950 млн руб.), что позволило не только расширить производственные мощности завода, но и снизить себестоимость продукции сократилась на 15 % [1]. Это означает, что даже при сохранении уровня цен на производимую продукцию на прежнем уровне норма прибыли повысится. Дополнительная прибыль может быть потрачена как на поощрение учредителей, акционеров и членов трудового коллектива, так и использована на развитие производства (покупку новой техники и / или технологии, создание новых товаров и др.).

Однако в целом в России инновационная активность хозяйствующих субъектов пока остается очень низкой: инновационную деятельность осуществляют менее 13 % российских предприятий, в то время как, например, в Германии показатель составляет 64 %. Более низкая, чем в нашей стране, инновационная активность в Европе зафиксирована только в Румынии – 10 % от общей численности организаций осуществляют инновационную деятельность [5, с. 341].

Одна из национальных целей развития Российской Федерации – ускорение технологического развития Российской Федерации, увеличение количества организаций, осуществляющих технологические инновации, до 50 процентов от их общего числа к 2024 г. Это требует разработки эффективных механизмов стимулирования инновационной деятельности предприятий. Для этого нужно знать, что может стать побудительным мотивом, и на что можно подействовать.

Особую значимость приобретают эти задачи в регионах, испытывающих значительные природно-ресурсные ограничения. В таких субъектах отсутствуют экстенсивные факторы экономической динамики, и переход на инновационный путь развития является жизненно важным.

К числу таких субъектов Российской Федерации относится небольшой приволжский регион – Республика Мордовия. Не располагая мощным экономическим потенциалом, этот небольшой и небогатый регион занимает высокие позиции в федеральных инновационных рейтингах. Согласно оценке инновационного развития российских регионов, проводимой НИУ ВШЭ, по величине российского регионального инновационного индекса (РРИИ) РМ занимает 22-е место [4, с. 23].

Однако это не означает полного благополучия. По данным, содержащимся в процитированном выше Докладе НИУ ВШЭ, в Мордовии отсутствует единая стратегия инновационного развития, без чего невозможно обеспечить стабильного положительного результата. Не проявляют хозяйствующие субъекты региона патентной активности за рубежом, не участвуют в экспорте технологий. Экспортируется лишь небольшая часть инновационной продукции. По таким важным для формирования инновационного потенциала региона процессам, как подготовка кадров, Мордовия заметно отстает от большинства российских регионов: по показателю «доля студентов программ высшего образования в области STEM» – 74-е место, по индикатору «удельный вес студентов, обучающихся по программам подготовки специалистов среднего звена» – 70-е место [4, с. 181].

В структуре промышленной продукции на долю инновационных и / или высокотехнологичных товаров приходится 25 %, что лишь немного больше данного показателя, характерного для такой в целом консервативной отрасли, как сельское хозяйство. Инновационная активность аграрных предприятий объективно ограничена спросом на производимый ими товар. Людей больше привлекает пищевая продукция, изготовленная по традиционным рецептам, на что маркетологи реагируют соответствующими решениями, представляя продукцию, как изготовленную «по бабушкиному рецепту», «по старым традициям» и т. п. Названия «36 копеек», «48 копеек», или «Сделано в СССР» тоже, по замыслу маркетологов, должны убедить покупателя в том, что технология изготовления товара не менялась с советских времен.

При этом агропромышленное производство – одна из ключевых отраслей Мордовии – демонстрирует высокие достижения в сфере инноваций и не сильно отстает от сферы промышленности: в объеме сельскохозяйственной продукции на долю инновационных товаров приходится более 23 %.

А вот предприятия, генерирующие инновации (научно-исследовательские организации), а также транслирующие их и повышающие доступность нововведений (организации сферы телекоммуникаций и связи) проявляют крайне слабую инновационную активность: в структуре выпуска предприятий этих видов экономической деятельности удельный вес инновационной продукции составляет 6 % [2, с. 362].

Одна из причин сложившейся ситуации – отток кадров высшей квалификации из Мордовии. К переезду в другие регионы ученых из Мордовии побуждает крайне низкий уровень оплаты труда научных

работников и представителей вузовской науки. Во всех приволжских регионах труд этой категории работающих ценится более высоко. Так, средняя заработная плата научных сотрудников в РМ в 2018 г. оставалась самой низкой среди регионов ПФО, была в 2 раза меньше, чем в стране в целом: 49348 руб. против 100081 руб. В итоге многие доктора наук из ведущего вуза региона – МГУ им. Н. П. Огарева покинули университет, и теперь работают в высших учебных заведениях Москвы, Санкт-Петербурга, Самары, Нижнего Новгорода и других крупных городов [3, с. 207 – 209].

По оценке НИУ ВШЭ, к сильным сторонам Мордовии можно отнести наличие развитой инфраструктуры инновационного развития, высокую степень охвата образованием, удобное географическое положение, осознание руководством региона необходимости ускоренного перехода на инновационный путь развития, слаженность взаимодействия региональных и местных органов власти [4].

Вместе с тем, считаем, что в Республике Мордовия, для которой проблемы инновационного развития имеют особенно большое влияние на развитие территории по причине слабости ее природно-ресурсного потенциала, следует предпринять меры, направленные на предотвращение оттока кадров науки и образования, а возможно и вернуть некоторых из тех, кто ранее покинул родную республику в поиске достойной работы, повысив заработную плату и, что не менее важно, создав условия для их самореализации профессиональной деятельности.

Надеемся, что решению этой проблемы будет способствовать реализация проекта нового руководителя региона по созданию на территории Мордовии IT-деревни, где будут созданы комфортные условия для ученых и представителей креативных индустрий. Это позволит не только удержать высококвалифицированных специалистов, но, возможно, и вернуть некоторых из числа покинувших родной регион ранее. Предлагается также рассмотреть возможность заключения индивидуальных договоров (контрактов), в которых будут закреплены права и обязанности специалистов, в которых регион особенно нуждается.

Реализация данных мероприятий будет способствовать укреплению человеческого капитала Мордовии, что позволит реализовать программу ускоренного перехода региональной экономики на инновационный путь развития, будет способствовать укреплению конкурентоспособности региона и создаст прочный фундамент поступательного устойчивого развития территории в долгосрочной перспективе.

Список литературы

1. Буралкин М. В., Долгов Ю. В., Тянкин Д. А., Чернов А., Гусев В. О. АО «Оптическое волокно»: этапы и результаты модернизации производства. Анализ развития рынка оптического волокна. // Спецвыпуск «Фотон-Экспресс-Наука». – 2019. – No 6. [Электронный ресурс] – URL: www.fotonexpres.ru fotonexpress@mail.ru (дата обращения 25.10.2021)
2. Мордовия: Стат. ежегодник. / Мордовиястат. – Саранск, 2019. – 438 с.
3. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2019: Стат. сб. / Росстат. – М., 2019. – 1204 с.
4. Рейтинг инновационного развития субъектов Российской Федерации. Выпуск 6 / Г. И. Абдрахманова, С. В. Артемов, П. Д. Бахтин и др.; под ред. Л. М. Гохберга; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2020. – 264 с.
5. Российская Федерация и мир: Стат. сб. / Росстат. – М., 2020. – 385 с.

УДК 378

К.Э. Терещенкова

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

СПОРТ КАК ЦЕННОСТЬ И РЕАЛЬНАЯ ЖИЗНЬ: ОЦЕНКИ МОЛОДЕЖИ

Аннотация: В данной статье рассматривается влияние спорта на современную молодежь, то что занятия спортом для современной молодежи, должны стать образом жизни, ведь именно в молодые годы, в период формирования закладываются основы здорового образа жизни.

Ключевые слова: спорт, молодежь, здоровье

Спорт - это один из наиболее доступных способов поддержания и сохранения здоровья и работоспособности человека. С каждым годом появляются и развиваются различные формы занятий физическими упражнениями, но заинтересованность к ним стороны большей части молодежи и студентов остается достаточно слабой и низкой. Истинный объем двигательной активности молодых людей не может полностью обеспечить их полноценное и гармоничное физическое развитие и укрепление здоровья. Повышается количество студентов и школьников, имеющих отклонения в состоянии здоровья.

Развитие спорта зависит не только от улучшения объективных общих и специфических условий, но также от факторов субъективного порядка, от личностного отношения людей к спорту. Более того, чем выше реальные возможности (материальная база, кадры, свободное время) для занятий спортом, тем больше значение субъективного фактора.

Исследователи, которые занимаются спортом, говорят о том, что спорт участвует в формировании первоначального представления о жизни, обществе, мире в целом. Ведь именно в спорте проявляются наиболее важные ценности современного общества, такие как

равенство шансов, на успех, достижение успеха, стремление быть первым, победить не только соперника, но и самого себя.[3]

Актуальность данной темы можно обосновать тем, что спорт в жизни молодежи теряет свое значение. Спорт, как ценность в нашей жизни утрачивает себя с каждым годом. Люди не хотят заниматься спортом, ведь это перестало быть модным. Дело в том что, несмотря на внедрение физической культуры в образовательный процесс университетов и школ большинство молодых людей достаточно редко занимаются спортом.

В чём причина? От чего зависит отношение молодёжи к спорту?

Среди основных причин оказались: отсутствие желания и недостаток свободного времени и денежных средств. Иная причина - это большое разнообразие учреждений развлекательного характера: кафе, клубов, кинотеатров и прочих заведений. Студенты их посещают для того чтобы отдохнуть, однако напротив, после посещения подобных развлекательных учреждений, организм истощается.

В итоге, современная молодежь ходит в клубы, гуляет по паркам и часто средством облегчения, успокоения выступает алкогольные напитки и курение. Золотая молодежь не представляет себе проведение вечеринок, пикников и различного рода увеселительных мероприятий без употребления наркотиков. В результате третий фактор - легкий доступ к наркотическим средствам.[1]

В 2021 г. был проведен опрос среди 1,6 тысяч россиян. Около 43% жителей России редко уделяют время спорту. В качестве причин опрошенные назвали работу (32%), ограничения по здоровью (19%) и отсутствие заинтересованности (9%). Согласно опросу, бег, легкая атлетика или спортивная ходьба (36%) являются самыми популярными видами спорта для россиян. Меньше людей отдают предпочтение фитнесу (25%). Лечебной физкультурой (ЛФК), катанием на коньках, лыжах и велосипеде занимаются по 18% опрошенных, чуть меньше (17%) предпочитают плавание.

Сейчас молодежь, которая занимается спортом и не просто, а профессионально. Данные ребята живут спортом, спросив у своего друга, который занимается легкой атлетикой 11 лет. Почему тебя затащил мир спорта и несмотря не на что ты занимаешься им. Он сказал; «Я живу этим, мне важнее пойти на тренировку чем в клуб, спорт для меня всегда будет в моде.»

Чем же полезен спорт для молодых людей? В первую очередь спорт борется со стрессом. Современная молодежь очень подвержена различным стрессовым ситуациям. Многие факторы влияют на психическое состояние, к ним можно отнести и учебу, и работу [2]. Если не бороться со стрессом он может превратиться в депрессию или нервный срыв. Поэтому довольно часто молодые люди подсознательно ищут способ разрядки. Чаще всего это выливается в употребление

спиртных напитков, наркотиков или тяге к сигаретам. Однако в таких ситуациях можно открыть мир спорта. Ведь именно во время спортивных занятий в крови активно вырабатываются гормоны, которые работают на преодоление стресса.

Во-вторых, улучшается кровообращение и работа мозга. Именно поэтому необходимо периодически выполнять простые физические упражнения, чтобы кровь заново ускоряла свой ход по организму. Это, в свою очередь, активизирует работу головного мозга и нервной системы.

Таким образом, можно сделать вывод, что массовый молодежный спорт является необходимым условием успешного развития современного российского общества и достижения национальных стратегических интересов.

Список литературы

1. Виленский М.Я, Горшков А.Г Физическая культура и здоровый образ жизни.-М. : КНОРУС, 2016. — 214 с.
2. Еремин Р. В. Физическая подготовка как фактор, определяющий качество профессиональной деятельности и развития личности / Р. В. Еремин // Наука и практика. - 2014. - № 2 (59). - С. 167-170.
3. Подрезов И. Н. Физическая культура как важный фактор в формировании культуры личности // Актуальные проблемы физической культуры и спорта курсантов, слушателей и студентов: сборник статей. - Орел: ОрЮИ МВД России имени В. В. Лукьянова, 2016. - С. 106-109.

УДК 316.6

А. И. Трундов

(Ульяновск, Ульяновский государственный университет)

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. Ценности – это общепринятые представления людей о важнейших компонентах человеческой культуры, её нормах и идеалах. Они составляют основу нравственных принципов. В каждом общественном строе есть своя система социальных ценностей, осознание которых осуществляется в процессе первичной социализации личности. После этого они остаются достаточно стабильными, претерпевая существенные изменения лишь в кризисные периоды жизни человека и его социальной среды. Ценности выполняют интегративную роль в обществе.

Ключевые слова: молодёжь, ценности, ценностные ориентации.

Одной из самых больших групп общества, в жизни и деятельности которой, показывается социальная жизнь, и без которой не может существовать ни один народ, является молодёжь.

Понятие «молодежь» тесно связано с характеристикой отношений среди поколений в обществе, с его структурой социума, молодёжь несет в известной мере первичное понимание запретов и разрешений, прав и обязанностей и т.д. Это усвоение отличает внешний, поверхностный и нерелексивный характеры и социальные группы.

Взаимоотношения между поколениями у разных классов и общественных систем различны и носят закономерный характер.

Объективная связь между поколениями устанавливается с учетом прошедшего опыта и знаний, на основе умножения ценностей и норм жизни.

Это, в свою очередь, определяет избирательность и разделение в сфере преемственности поколений. Каждое следующее поколение усваивает только те черты и нормы предыдущего, которые соответствуют новым условиям, и отвергает или трансформирует нормы, неприемлемые для нового времени развития общества. У молодежи, при адаптации норм, главной задачей идет воспроизводство теоретического и прикладного знания. Это сказывается на схеме ценностных ориентаций поколения, обуславливает две основные тенденции в динамике ценностных ориентаций молодежи, а именно теоретико-общеобразовательную идентификацию и практико-специализационную интеграцию. Зависимость от общества и государства вынуждает молодежь идти на попятную у государственных идеологии, пропаганды и общественных стереотипов, не давая молодёжи шанс проявить свою самостоятельность в собственном выборе ценностных ориентаций. Желание всем угодить и понравиться, представляет собой вид конформизма, связанного с нуждой и несамостоятельностью в распоряжении материальными ценностями, и носит негативный характер, что отлично доказывает связь политической свободы с экономической независимостью.

«Ценностные ориентации - важнейшие элементы внутренней структуры личности, закрепленные жизненным опытом индивида, всей совокупностью его переживаний и отграничивающие значимое, существенное для данного человека от незначимого несущественного. Ценностные ориентации, эта главная ось сознания, обеспечивает устойчивость личности, преемственность определенного типа поведения и деятельности и выражается в направленности потребностей и интересов». «Развитые ценностные ориентации - признак зрелости личности, показатель меры ее социальности. Устойчивая и непротиворечивая совокупность ценностных ориентаций обуславливает такие качества личности, как цельность, надежность, верность определенным принципам и идеалам, способность к волевым усилиям во имя этих идеалов и ценностей, активность жизненной позиции, противоречивость ценностных ориентаций - признак инфантилизма, господства внешних стимулов во внутренней структуре личности. В настоящее время общественное сознание России исповедует философию, согласно которой человек должен следовать естественным (а понимается еще хуже – стихийным) законам природы и общества (в частности и, прежде всего, в экономике) как высшему проявлению

мудрости и отсутствие общественного идеала. Брошенные на произвол судьбы молодые люди ищут идеал самостоятельно.

Основное содержание ценностных ориентаций - это политические, мировоззренческие, убеждения, привязанности, нравственные принципы поведения человека. В любом обществе ценностные ориентации личности оказываются объектом воспитания человека социумом. Они действуют уровне сознания, определяя направленность ума, реакции, внимания и интеллекта. Механизм действия ценностных ориентаций связан с необходимостью разрешения противоречий и конфликтов, выраженных в борьбе между долгом и желанием, нравственностью и утилитарным порядком. Ценности находятся в постоянном движении: новые рождаются, старые умирают, третьи перерождаются. Но все они тесно связаны между собой, взаимодействуют друг с другом, дополняют или противоборствуют. Ценности, прежде чем превратиться в ориентацию, проходят фильтры сознания и становятся системой. Понятие «ценностные ориентации» находится в тесном контакте с понятием ценности. Термин «ценностная ориентация» дополняет термин «ценность», ставя во главе его динамичность. Механизм формирования ценностной ориентации выражен в схеме: «интерес - установка - ценностная ориентация».

В процессе становления личности молодёжи формируется новая система ценностных ориентаций с развитой структурой поведения личности. Система ценностных ориентаций личности, не формируется в жёстких рамках общества, хотя и формируется под влиянием ценностей, окружающих определенную личность в обществе

Система ценностных ориентаций не является одной на всю жизнь: с изменениями условий жизни, самой личности, появляются новые ценности, а иногда происходит их полная или частичная переоценка. Ценностные ориентации молодежи как самой динамичной части российского общества первыми делают изменения, вызванными различными процессами, происходящими в жизни страны. В настоящее время в российском обществе возрастает интерес к проблемам и культуре молодежи.

Молодежь - специфическая составляющая российского общества. Ее интересы, культурная жизнь отличаются от интересов представителей других возрастных групп. Круг интересов современной российской молодежи весьма широк и разносторонен: от алкоголя и наркотиков до литературы, музыки, театра и кино. Молодые люди активно интересуются религией и модой, живописью и компьютером, спортом и граффити. Одной из особенностей молодежной культуры является ее неоднородность. Наряду с традиционной культурой существует и контркультура, проявляющаяся в различных молодежных движениях, таких как движения хиппи, скинхедов, панков. Молодые люди

пытаются найти, проявить себя как-то в жизни, в какой-либо субкультуре.

Таким образом, проблема ценностных ориентаций молодежи остается неизменно актуальной на протяжении всего существования социологии молодежи. В настоящее время существенное внимание должно уделяться молодежи как естественной среде формирования будущей элиты государства. Современная молодежь делает свой исторический выбор. Молодежь должна выбрать, но выбор не должен быть случайным, тем более ошибочным. Должными являются лишь те цели, которые признаются обществом ценными.

Список литературы

1. Семенов В.Е. Ценностные ориентиры современной молодежи.- СОЦИС, 2017.- №4
2. Петров А.В. Ценностные предпочтения молодежи: диагностика и тенденции изменений. -СОЦИС, 2008.- №2
3. Черкасова Т.В. Молодежь о конфликтогенных факторах и молодежной политике. -СОЦИС, 2014.- №3
4. Бойков В.Э. Ценности и ориентиры общественного сознания россиян. СОЦИС. 2014.- №7

УДК 316

Г. Б. Кошарная, А. В. Паршина

(Пенза, Пензенский государственный университет)

ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОГО НЕРАВЕНСТВА В РОССИИ И РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В ИХ РЕШЕНИИ

Аннотация: данная статья посвящена проблемам социального неравенства в России. В статье рассмотрены основные причины социального неравенства населения в России. В материале рассматривается роль государства в решении проблем социального неравенства населения.

Ключевые слова: социальное неравенство, государственная социальная политика, социальная поддержка, бедность, минимальный размер оплаты труда.

Социальное неравенство на сегодняшний день является глобальной проблемой в обществе, которая затрагивает не только Россию, но также и другие страны. Одной из особенностей социального неравенства на данный момент выступают различия в доступности ресурсов.

Социальное неравенство – это разделение населения, при котором, социальные группы, слои, отдельные индивиды, а также классы находятся на различных ступенях социальной иерархии. [2, с. 161]

Другими словами, социальное неравенство – это различие между людьми, которое основано на социальных факторах и неравномерном

распределении материальных благ, таких как: уровень власти, престиж, богатство и т. д.

Социальная поддержка граждан является неотъемлемой частью государственной политики любого государства. Социальная политика в России реализуется на уровне государства, а также на уровне отдельных субъектов.

Политика, реализуемая в социальной сфере, представляет собой неотъемлемую часть внутренней политики государства. Основная ее задача заключается в управлении общественными процессами, а также отношениями в социокультурной сфере. Она направлена на помощь социально незащищенным слоям населения и обеспечения благополучия граждан и общества в целом.

К социально незащищенным и категориям, имеющим право на социальную помощь, относятся: инвалиды, малообеспеченные семьи, семьи с детьми, многодетные семьи, ветераны, безработные и т. д. [3, с. 24-25]

Меры поддержки, осуществляемые в рамках государственной политики, выражаются в виде социальных пособий, социальных доплат к пенсии, субсидий, социальных услуг, а также жизненно необходимых товаров.

Для современной России социальное неравенство является острой проблемой по ряду причин.

Во-первых, происходит высокая дифференциация населения по базовому критерию социального неравенства, такому как, доходы и имущество. [2, с.162]

Во-вторых, сильный разрыв в доходах и материальных благах людей воспринимается особенно болезненно, по причине достаточно сильных уравнилельных установок в массовом сознании населения.

В-третьих, происходит неравномерное распределение налоговой нагрузки.

В-четвертых, широкое распространение низкооплачиваемой занятости, что приводит к высокому удельному весу в экономике рабочих мест, которые требуют низкой квалификации.

Если рассматривать проблемы социального неравенства в России, то одной из самых распространенных является бедность населения.

Бедность представляет собой такое положение индивида или социальной группы, при котором человек не может удовлетворить определенный круг своих минимальных потребностей, которые необходимы ему для дальнейшей жизнедеятельности. [1, с. 95]

Рассматривая определение бедности, выделим несколько концепций ее определения, таких как:

1. Абсолютная бедность представляет собой ситуацию, в которой уровень душевого дохода находится на одном уровне установленного прожиточного минимума.

2. Относительная бедность рассматривают с точки зрения ситуации, в которой доход оказывается ниже среднего уровня доходов по стране, а также региону в целом.

3. Субъективная бедность - бедность, которая основывается на социологических опросах населения о минимальных доходах, которые обеспечивают их нормальное существование и жизнедеятельность.

Для измерения бедности в нашей стране используются понятия относительной и абсолютной.

Именно борьба с бедностью и является главной социальной, а также и экономической инициативой Российского государства. Малообеспеченным семьям с детьми до 7 лет предоставляются пособия; также увеличивается материнский капитал и становится возможным его распространение на первого ребенка; происходит стимулирование инвестиций в сектор экономики, это происходит за счет снижения налога на прибыль для компаний. [1, с. 95]

Правительство призвано выполнять социальную функцию, которая должна быть выражена в перераспределении благ между гражданами для достижения социальной справедливости. Перераспределение материальных благ позволит сглаживать общественное неравенство и у каждого гражданина появиться возможность на достойный уровень жизни. Реализация этой функции на практике является далеко не всегда эффективной, количество людей, нуждающихся в социальной поддержке постоянно увеличивается.

При всем этом очень часто, государственных решений, направленные на социальные мероприятия, на практике оказываются малоэффективными и имеют неоднозначный результат.

Например, в качестве мер по социальной защите жителей в России закреплен на уровне закона минимальный размер оплаты труда (МРОТ). Минимальный размер оплаты труда меняется каждый год. МРОТ является обязательной суммой выплаты сотруднику за отработанную норму времени и выполнение трудовых обязанностей.

Для решения проблемы социального неравенства в России должны эффективно решаться следующие меры:

1. Создание качественных рабочих мест. Большая дифференциация заработных плат является ключевым фактором высокого неравенства доходов населения в России. Кроме того, количество «работающих бедных» в стране все больше и больше набирает обороты. В настоящее время темпы инфляции не сопоставимы с ростом оплаты труда.

2. Политика в сфере налогообложения как средство уменьшения неравенства доходов, а также как источник дополнительного выделения финансовых средств на социальные программы. Налоговые вычеты должны быть дифференцированы в зависимости от дохода каждого работника.

3. Улучшение муниципальных услуг в области охраны здоровья населения и образования. В отличие от большинства стран в России сфера образования и здравоохранения страдает от недофинансирования. Ситуация с распространением коронавирусной инфекции, обострила проблемы, существующие в медицине.

4. Политика государства, имеющая принципиальное значение для борьбы с социальным неравенством, а именно с гендерной, этнической, возрастной и другими формами дискриминации, которые существуют в России. Антидискриминационное законодательство и практика его применения в настоящее время очень слабо развиты в России.

5. Противодействие коррупционным проявлениям и меры обеспечения равенства перед законом, а также равный доступ к системе правосудия для всего населения. Успех любой политики по борьбе с социальным неравенством в России будет зависеть от доверия граждан к правительству, именно поэтому без решения проблемы коррупции и социального неравенства это доверие не укрепится. [3, с. 26]

Социальное неравенство, которое сложилось в современном российском обществе обеспечивает неоднородность социума и выступает в качестве дезинтегративных процессов в стране. В настоящее время абсолютное преодоление социальной неоднородности является невозможным. В такой ситуации перед государством ставится задача минимизации социальных рисков от неравенства. Данная задача может быть реализована только посредством формулирования и совершенствования государственной стратегии, которая будет направлена не только на борьбу с бедностью, но и на совершенствование экономической, политической, а также социальной сферы жизни российского социума.

Список литературы

1. Воейков М., Анисимова Г. Социальный контекст экономического неравенства в России // Общество и экономика, 2017. – С. 95.
2. Голенкова З. Т. Социальная дифференциация и социальное неравенство населения // Вестник Тюменского государственного университета, 2010.– С. 161–162.
3. Горшков М. К. Социальные неравенства как вызов современной России // Вестник Института социологии, 2010. – С. 24–26.

УДК 37.01

В.Е. Провалов, С.И. Федорова

(Ульяновск, Ульяновский государственный аграрный университет)

ВОСПИТАНИЕ ПАТРИОТИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ У СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы воспитания у молодого поколения патриотического сознания, а также формирования нравственной ценностной

ориентации, решение которых во многом ложится на плечи высших учебных заведений. Для правильного восприятия гражданских и патриотических чувств студентов является изучение общественно - гуманитарных дисциплин.

Ключевые слова: патриотизм, гражданство, молодежь, традиции, воспитание.

Интересы любого современного общества, его процветание, стабильность в значительной мере определяются в наши дни интеллектуальной мощью и уровнем духовного наследия. Мировой опыт свидетельствует, что многие страны достигли социально-экономического прогресса за счет приоритетного развития системы образования, которая способствовала повышению духовного уровня общества.

Сегодня, преобразования в образовательной системе требуют новых ответов на вопросы о целях и задачах, содержании, функциях образования и воспитания молодежи. Эти ответы можно найти лишь тогда, когда мы разберемся в особенностях развития нашей страны сегодня, а также в характере, духовном облике, потребностях и идеалах поколения, которое мы воспитываем. [2]

Студенчество несет в себе потенциальную энергию дальнейшего развития, и, следовательно, его ценности будут определять ценностное сознание всего общества, образ будущего России; оно занимает промежуточное положение между младшей и старшей возрастными категориями. Кроме того, студенческая молодежь всегда являлась заметной социальной группой в обществе, влияющей на социально-экономическое и духовно-нравственное развитие общества и отдельной личности. Наконец, студенты – это организованные и сплоченные люди. Мы рассматриваем студенческую молодежь, как лидирующую группу в молодежной среде. Ее отношение к героическому прошлому, к национальным героям способствует формированию мировоззрения целого пласта социальной группы, показывает ее взаимоотношения со старшим поколением в различные исторические периоды, в разные социальные системы. Поэтому очень важно подключать будущих специалистов к обсуждению и поиску решения современных проблем, наравне со старшим поколением.

Живая связь с историей помогает в наши дни прокладывать путь в будущее, формировать на основе исторических ценностей национальную идею России XXI века. Большую роль в воспитании духовности играет изучение героического прошлого народов нашей страны. Осмыслить прошлое легче через историю повседневности при изучении конкретных человеческих судеб, через историю семьи и т. д. Древние мыслители утверждали, что в бесконечном поиске истины следует изучать прошлое, глядя в будущее, соизмеряя его с настоящим.

Основная функция системы воспитания в Вузе – активизация работы студента над своей личностью, придание ей научно обоснованного, осмысленного характера. В процессе преподавания гуманитарных наук, и в частности истории, необходимо устранять

конфликт интерпретаций исторических фактов, прошлого страны. Необходимо проводить мысль, что написанная история есть всегда современная мысль о прошлом. [1]

Вузовское воспитание призвано всеми способами ориентировать реалистичное саморазвитие личности студента, в то же время, защищая его от организационного навязывания ему ценностей и норм, чуждых процессу самореализации личности в указанном направлении. Большую роль в воспитании духовности играет изучение героического прошлого предыдущих поколений нашей страны через историю выдающихся личностей, генеалогического древа российских полководцев и военачальников.

Патриотическое воспитание - это процесс воздействия на студентов с целью осознанного восприятия исторических знаний о лучших традициях российского народа, героической борьбе, подвигах талантах, нравственных качествах сынов Отечества, уважения к Гербу, Флагу, Гимну страны. В России с древнейших времен патриотизм являлся одним из главнейших приоритетов, убедиться в этом можно, достаточно вспомнив русские былины, песни, сказания и т. д. Патриотическое воспитание осуществляется на примерах героической борьбы, подвигов, талантов россиян – прекрасных иллюстрациях для подражания. Необходимо развивать следующие качества у студентов, в том числе и через компетенции, разработанные Госстандартом: патриотические чувства, их сохранение и развитие, гордости за свою страну, свой край, свой города; воспитание личности гражданина – патриота России, способного встать на защиту интересов страны; стимулирование активной гражданской жизненной позиции; формирование основы правовой культуры, навыков социального поведения в рамках законопослушного правового поведения. Эти принципы являются основополагающими в современной политике государства. Для педагога работа по патриотическому воспитанию студентов на героических страницах истории нашей страны, примерах жизни и судеб россиян разных поколений и времен в духе любви к Родине, является важной составляющей учебного процесса. [3]

На наш взгляд цели воспитания студентов сводятся к трем позициям. Во-первых, необходимо создать условия для максимально полного освоения ими материальной культуры и духовных ценностей, накопленных человечеством, российским обществом, в частности. Во-вторых, необходимо помочь студенту раскрыть его внутренний мир, мировоззрение, содействуя тем усилиям, которые он сам предпринимает для самоопределения, самоутверждения, самореализации. В-третьих, стимулировать процесс познания молодым человеком героического прошлого нашей страны. Воспитание предполагает воздействие педагогов на студентов, не задевающее их человеческого достоинства. [4]

Модель воспитания современного студенчества предполагает общие критерии эффективности воспитательного воздействия. Можно выделить следующие группы критериев: когнитивные-знать, понимать, принимать, рефлексировать; эмоциональные-чувствовать, сострадать, любить, испытывать необходимость и (или) удовлетворение; практические-уметь сотрудничать, согласовывать и т.д.; бытийные: быть свободным в выборе, свободным в действии, свободным в мысли и т.д. [5]

Таким образом, будущий специалист нового типа, должен участвовать в сохранении и развитии лучших отечественных, культурно - исторических и национальных традиций, духовно - нравственных ценностей и идеалов нашего народа, воплощенных в нашей истории.

Список литературы

1. Печень Н.А. Символы воинской славы. - М.: Гуманитар. изд.центр ВЛАДОС, 2004.- 320 с.
2. Преображенский А.А. «Веков связующая нить...». Преемственность военно-патриотических традиций русского народа (XIII-начало XIX в.). - М.: ООО «Русское слово-учебная книга», 2002. - 176 с.
3. Федорова С.И. Формирование ценностного отношения студентов к героическому прошлому страны в процессе профессиональной подготовки специалистов»: монография / С.И. Федорова. - Ульяновск: УлГУ, 2014. – 181 с.
4. Федорова С.И. Социальная динамика формирования ценностного отношения молодого поколения к героическому прошлому России // Высшее образование сегодня. Рецензируемое издание ВАК в области психологии, педагогики и социологии. - 2014 № 2. - С.70-73.
5. Федорова. С.И. Взаимовлияние общечеловеческих и национальных традиций в духовно-нравственном воспитании студенчества // Сборник: Формирование социокультурной идентичности личности в условиях полиэтнического региона. Сборник трудов III Всероссийской научно-практической конференции «Человек, культура, образование». - 2008. - С.163-170.

УДК 336.21

И.Г. Гоношилина , А.В. Фёдорова,

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ЖИЗНЕННЫЕ ПРИОРИТЕТЫ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЁЖИ

Аннотация: в статье анализируется проблема жизненных ориентиров современной молодёжи. Приведены результаты социологических исследований, проведённых ГУУ и ВЦИОМ в 2017 и 2020 гг. соответственно. Сделан общий вывод относительно основных тенденций ценностного мира данной возрастной категории.

Ключевые слова: молодёжь, цели, ценности, установки, приоритеты, жизненные ориентиры.

Молодёжь занимает важное место в структуре общества. Данная возрастная группа характеризуется особыми чертами поведения, стиля жизни, мышления и мировосприятия. Социальная позиция, взгляды на

окружающую действительность, результаты той или иной деятельности – всё это обуславливается целями, которые ставит перед собой молодой человек. Наличие чёткой цели помогает ему найти своё место в современном мире и легче ориентироваться в жизни, а её отсутствие говорит о непонимании своей социальной роли и социальной дезориентации. От того, каким образом сформированы ценностные ориентиры человека, напрямую зависит его будущее.

Актуальность темы заключается в том, что приоритеты молодёжи, являющейся главным резервом процветания государства, во многом определяют дальнейшую судьбу страны.

Цель данной статьи – выявить главные ценностные ориентации современной молодёжи.

Каждому конкретному историческому этапу свойствен свой набор ценностных приоритетов, структура которых выступает в роли наиболее высокого уровня социальной регуляции. Изучение проблемы жизненных установок указанной возрастной категории началось в конце XX века с проведения научной конференции «Ценностный мир современной молодёжи: на пути к мировой интеграции» (1993 г.) [1].

При анализе жизненных целей молодёжи важно учитывать следующие моменты:

- сложный процесс формулирования приоритетов, значимыми факторами которого являются ценности, нужды, желания (внутренние обстоятельства), установленные в обществе эталоны и модели поведения, а также условия жизни (внешние обстоятельства);

- динамизм целей, которые подвержены изменениям в гораздо большей степени, чем, к примеру, ценности и жизненные смыслы;

- относительность ориентиров, проявляющаяся в том, что цели, изображающие символический образ желаемого будущего, в определённой мере отделены от реальности, движение к ним носит стохастический характер и обуславливается настойчивостью стремлений человека.

Проследить тенденции жизненных целей современной молодёжи можно по результатам социологических исследований.

В мае 2017 г. авторским коллективом Государственного университета управления (ГУУ) было проведено исследование по теме «Изучение особенностей формирования социальных представлений студенческой молодёжи о современном мире». Группа исследователей провела репрезентативный опрос молодёжи по формализованной анкете. Была произведена общероссийская выборка по субъектам Российской Федерации, опрошено 1600 респондентов.

Респонденты демонстрировали широкий диапазон жизненных приоритетов в своих ответах. Иметь хорошую семью – главная ценность для большинства молодых людей (77,7%). Семейные ценности, направленные на дружную и счастливую семью, рождение детей, всегда

занимали ведущие позиции в структуре ценностей российской молодёжи. Институт семьи играет ключевую роль в формировании и социализации личности, преемственности и передаче духовных и культурных ценностей от поколения к поколению.

Процесс жизнеопределения респондентов связан и с наличием интересной работы. Именно поэтому 62,7% молодых людей в качестве жизненной цели указали устройство на хорошую работу. Интерес к работе способствует раскрытию творческих способностей человека, побуждает на высоком уровне выполнять свои обязанности и достигать поставленных целей на пути к успеху, добиваться карьерного продвижения. Одним словом, увлечённая своим делом личность открывает в себе новые качества, возможности, приобретает новые компетенции, что вносит весомый вклад в её социальный рост.

59,3% респондентов указали собственную квартиру в качестве жизненного приоритета. Чуть более половины опрошенных (53,5%) назвали получение качественного образования в качестве жизненной цели, поскольку оно позволяет в перспективе «улучшить условия жизни». Установка каждого второго респондента (49,3%) – «быть полезными обществу». 46% участников в качестве своего ориентира указали «нахождение во внутреннем равновесии». 45,4% молодых людей желают раскрыть свой потенциал. 42,8% участников хотели бы хорошо зарабатывать. 38,7% стремятся к открытию своего дела. 27,5% молодых людей хотят стать выдающейся личностью. 27,4% ответивших имеют желание занимать высокое положение в обществе. 15,5% назвали «власть, руководство другими людьми» в качестве своих жизненных приоритетов. 15,2% нацелены на получение всеобщего признания и славы [3]. Таким образом, жизненные установки молодёжи связаны как с материальными, так и с нематериальными ценностями.

Подобное исследование было проведено и Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) в июле 2020 г. Молодые респонденты должны были выбрать от одного до трёх вариантов ответа на вопрос о том, что является их жизненной целью. Были опрошены 1600 респондентов возрастом от 18 до 30 лет.

Материальный достаток оказался главной ценностью жизни для 60% молодёжи. Финансовая обеспеченность отмечается активным движением в сторону углубления её значимости, что обосновано изменением социально-экономического статуса молодёжи в современных условиях, ростом безработицы, которые обуславливают формирование тенденции ориентированности на максимизацию выгод в краткосрочном периоде.

«Благоприятная эмоциональная атмосфера в семье» – это следующий по популярности ответ, его выбрали 29%. В последние годы молодёжь большое значение уделяет здоровью. Такая ценность как «забота о своём здоровье и систематическое посещение врача» была

отмечена 23% респондентов. Среди ответов упомянуты также «наличие свободного времени для своих хобби» (22%), «комфортные бытовые условия» (22%) и «общение с друзьями» (21%) [2].

Обобщая вышесказанное, можно сделать следующие выводы. Вовлечённость молодёжи в жизнь общества проявляется в её приспособлении к рыночным условиям и стремлении к материальному достатку. Однако эти тенденции не доминируют, не отодвигают на задний план традиционную ценность семейных отношений. Кроме этого, наблюдается признание значимости образования. Оно имеет ценность в плане возможности завоевания определённого социально-экономического статуса. Активная жизненная позиция молодёжи, как правило, выражается в росте трудовой, общественной, познавательной и других видах деятельности, в социальной мобильности, в формировании цивилизованного, продуктивно осмысленного менталитета. Данный процесс должен быть координируемым и управляемым. И в этом принципиальную роль должны сыграть как реально существующие обстоятельства, так и последовательная система воспитания и продвижения новых прогрессивных ценностей.

Список литературы

1. Бабинцев, В. П. Динамика ценностей и жизненных целей Российской молодежи / В. П. Бабинцев, Г. Ф. Ушамирская, А. Э. Ушамирский // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. – 2015. – No 14(211). – С. 34-40.
2. Российская молодежь назвала главные приоритеты в жизни: [Электронный ресурс] // Общественное телевидение России. 2012-2021. URL: <https://otr-online.ru/news/rossiyskaya-molodezh-nazvala-glavnye-stremleniya-v-zhizni-159395.html>. (дата обращения 21.10.21).
3. Ценностные ориентации российской молодёжи и реализация государственной молодёжной политики: результаты исследования [Текст] : монография / Государственный университет управления; [под общ. ред. С.В. Чуева]. – М. : Издательский дом ГУУ, 2017 – 131 с.

РАЗДЕЛ 3. ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ И НОВЫЕ ПРАКТИКИ АДАПТАЦИИ К УСЛОВИЯМ РАСТУЩЕГО НЕРАВЕНСТВА

УДК 396.5

О.С.Алеевская, С.С.Мурзайкина

(Ульяновск, Ульяновский институт гражданской авиации)

СОЦИАЛЬНОЕ РАВЕНСТВО ЖЕНЩИН ПРИ ВЫБОРЕ ПРОФЕССИИ

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы социального неравенства женщин по отношению трудоустройства на рабочие места с особыми условиями труда. Анализируется зарубежный опыт профессий женщин с тяжелыми условиями труда. Представлены предложения снятию ограничений на отдельные профессии для женщин.

Ключевые слова: социальное равенство, гендерная сегрегация, запрещенные профессии, тяжелые условия труда.

В современном мире вопросы равенства мужчин и женщин в выборе профессий с особыми условиями труда вызывает повышенный интерес у женщин в российском обществе.

Россия одна из немногих стран мира, в которой существуют ограничения по отдельным видам деятельности и работ с вредными и особыми условиями труда для женщин. Это профессии, которые традиционно считаются мужскими, поэтому в некоторые сферы женщин также берут крайне неохотно, не имея тому веских причин.

Для актуализации перечня явились факторы, опасные для репродуктивного здоровья женщин, влияющие на здоровье будущего поколения и имеющие отдаленные последствия. Поскольку технологии выполнения работ становятся более безопасными, а здравоохранения наиболее развитым, в 2021 году перечень профессии с вредными условиями труда значительно сократился с 456 до 100 пунктов. Перечень производств на которых есть работы или профессии, запрещенные для женщин:

- химическое производство;
- подземное;
- горное;
- в сфере металлообработки;
- металлургическое;
- радиотехническое и электронное;
- судостроительное;
- производство цемента;
- обработка камней и производство камнелитейных изделий;
- производство железобетонных и бетонных конструкций и изделий;

- производство теплоизоляционных материалов;
- полиграфическое производство;
- текстильное и легкой промышленности;
- пищевое.

Первое место в мире по гендерному равенству занимает Исландия. По пути, благодаря которому северные страны достигли гендерного равенства, следуют и государства Евросоюза. Женское движение в Норвегии, Швеции, Финляндии накопило достаточный опыт, и многие реформы, способствующие интеграции женщин в общество были проведены там раньше, чем в других странах. Так, финские женщины первыми в Европе получили право участвовать в выборах в парламент и быть избранными в него.

Во Франции женщинам запрещено трудиться по специальностям, связанным с подъемом тяжестей. Действующие законы по охране труда запрещают работодателям использовать женщин на работах, связанных с подъемом грузов более 25 кг ручным способом и более 45 кг на подъемниках.

В Китае запрета на тяжелые работы для женщин нет. Им просто запрещено изучать ряд промышленных и иных специальностей:

- горную инженерию;
- мореходство и штурманское дело;
- взрывные работы и др.

Благодаря этому женщины изначально не могут стать потенциальными претендентами в тех секторах экономики, где работа связана с повышенной опасностью и тяжелыми условиями труда.

На сегодняшний день остро стоит проблема трудоустройства молодых специалистов. Британская юридическая фирма провела опрос среди руководителей и выяснила, что 40% из них настороженно относятся к вопросу найма женщин, боясь ближайшей перспективы ухода сотрудницы в декрет. Четверть опрошенных заявили, что предпочли бы нанять мужчину.

Существующая гендерная сегрегация демонстрирует слабые позиции женщин на расширяющихся рынках труда, что может быть одним из факторов усиления гендерного неравенства в обществе. Социальное неравенство сопровождается многочисленными дебатами о способности женщин конкурировать с мужчинами за равные шансы на попадание в STEM-профессии и спорами со стороны общества. Главной причиной возникновения подобной ситуации являются устоявшиеся гендерные предубеждения. Лишь единицам удается в итоге построить карьеру в STEM-областях.

Для расширения профессиональных возможностей женщин важно создавать объединения внутри образовательных учреждений, чтобы

обозначить наличие возможности поддержки женщин, развивать и финансировать грантовые и стипендиальные программы, которые способны мотивировать реализовываться в науке, наладить информационное просвещение о существовании проблемы гендерно скошенных, сегрегированных профессиональных областей. Эффективность этих пунктов уже подтверждена мировой практикой, но в России продвижение этих идей находится на начальном этапе.

Список литературы

1. Бабинцев, В. П. Динамика ценностей и жизненных целей Российской молодежи / В. П. Бабинцев, Г. Ф. Ушамирская, А. Э. Ушамирский // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. – 2015. – No 14(211). – С. 34-40.

УДК 37.013

Амадей Ансел

(Грозный, ФГБУН Комплексный научно-исследовательский институт Российской академии наук им. Х.И. Ибрагимова)

Р.А. Сайфутдинов

(Ульяновск, ФГБОУ ВО Ульяновский институт гражданской авиации им. Главного Маршала авиации Б.П. Бугаева)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ КОНТРОЛЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРИ ПОДГОТОВКЕ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ

Аннотация: Контроль-это в основном функция управления. Это наравне с функциями планирования, организации, анализа и другими функциями управления. Под педагогическим контролем в данной статье понимается функция управления образовательным процессом, направленная на получение достоверной информации о ходе и результатах образовательной деятельности, проверку соответствия параметров состояния и результатов, достигнутых в образовательном процессе, запланированным параметрам, а также поддержку положительных и отрицательных явлений в практике воспитательной работы студентов.

Ключевые слова: Профессиональная деятельность, эффективность, образовательная организация, планирование, преподавание, контроль.

Одним из их приоритетов на государственном уровне является постоянное совершенствование системы образования для повышения качества подготовки выпускников.

Проблема подготовки кадров в системе профессионального образования стоит особенно остро. Подготовка студентов к будущей профессиональной деятельности требует особого подхода к их учебному процессу, в том числе проверки соответствия полученных знаний требованиям федеральных и государственных образовательных стандартов.

Исходя из этого, имеет смысл рассмотреть вопрос о совершенствовании методов мониторинга образовательной деятельности и реализации решений, поскольку в современных условиях возрастает роль управления качеством среднего профессионального образования и подготовки специалистов.

Воспитание и контроль воспитательной работы являются основными составляющими педагогической деятельности.

Контроль является частью образовательного процесса. В процессе обучения контроль играет важную роль, поскольку он связан с целенаправленной деятельностью человека, без которой невозможна воспитательная работа учащихся и работа учителей. Другими словами, контроль в педагогике-это соотношение результатов, достигнутых учащимися, с их запланированными учебными целями.

Рассмотрим статью "Методы мониторинга и оценки результатов обучения в образовательном процессе" Жунусакунова А.Д. Определение контроля, данное автором, она пояснила: "Контроль определяется как система научной проверки результатов обучения, которая включает выявление, измерение и оценку знаний, навыков и установление разницы между реальным и запланированным уровнями овладения курсом" [4].

В процессе обучения студенты должны контролировать свои знания на всех этапах в соответствии с поставленными целями обучения. Качество образования и эффективность управления образовательным процессом напрямую зависят от организации и осуществления контроля. Процесс проверки знаний студентов позволяет не только получить информацию о том, кто освоил или не освоил пройденные материалы, но и предоставить информацию о том, правильно ли эти знания представлены студентам.

Мониторинг образовательной деятельности на всех этапах реализации также может своевременно посылать сигналы учителям, чтобы информировать о том, кому нужна помощь и кому нужна помощь для достижения установленных целей обучения.

Горшенева И. А. Считается, что проверка и оценка знаний должны быть регулярными и интегрированными в общую схему образовательной деятельности, с тем чтобы предоставить учащемуся информацию о правильности его пути к достижению целей обучения [2].

Итак, почему его следует контролировать и в чем его главная задача? Диагностика и мониторинг помогают выявить недостатки в работе самих учителей и руководителей образовательного процесса. Качество образования в образовательном учреждении зависит от эффективного планирования и управления образовательным процессом. Поэтому руководителям необходимо своевременно реагировать на недостатки, выявленные в процессе контроля, а также принимать полезные меры по поддержке преподавателей и студентов

[7]. Этот контроль предоставляет информацию о состоянии управляемой системы и направлении образовательного процесса.

Использование различных видов и форм контроля позволяет нам полностью и качественно оценить знания и умения студентов [1].

Принимая во внимание все особенности контроля, можно сказать, что благодаря ему создаются благоприятные условия для развития познавательных способностей учащихся, а их самостоятельные навыки активизируются на занятиях.

Поэтому в течение контрольного периода преподаватели могут не только оценить способности учащихся, но и понять их недостатки.

Проблеме контроля знаний и навыков постоянно уделяется пристальное внимание со стороны преподавателей. Для того чтобы следить за ходом учебного процесса и при необходимости вносить коррективы, используется система контроля. Главную роль в этом процессе специально играет учитель. Эти инструменты служат справочными материалами для учебников и компьютерных технологий, чтобы помочь студентам в процессе самоконтроля [5].

Контроль охватывает многие компоненты учебного процесса и может осуществляться в несколько этапов, начиная с наблюдения и проверки, в ходе которых определяются и измеряются материалы, которые необходимо контролировать. То есть на этапе наблюдения собирается первичная информация, а затем анализируется, синтезируется и сравнивается.

Основная цель мониторинга в образовательной деятельности своевременно выявлять недостатки, а также успехи, достижения учащихся, а затем указывать, как улучшить знания и навыки, создать лучшие условия для достижения ожидаемых целей обучения и позволить студентам участвовать в активной творческой деятельности.

Достижение цели приведет, в первую очередь, к повышению качества подготовки специалистов, качеству образования. Также повысится уровень овладения знаниями и навыками у студентов, поможет им подтянуться по предметам, где у них были пробелы.

Контроль воспитательной работы предполагает воспитание у студентов ответственности, инициативы, пунктуальности, порядочности и других качеств.

Контроль за образованием и воспитательной работой выполняет следующие функции:

- контроль;
- план обучения;
- образование;
- диагноз;
- прогноз;
- разработка;
- ориентация.

Основная функция контроля позволяет не только выявить состояние знаний и умений студентов, но и выявить динамику их развития при изучении различных дисциплин, освоении ими технологии познавательной деятельности, рациональной воспитательной работы.

Процесс контроля определяет степень несоответствия между запланированными результатами и фактическими результатами, а также то, что необходимо сделать для повышения эффективности процесса обучения. Выявление основных пробелов в результатах контроля требует изменения используемых методов, форм и средств обучения.

Совершенствование полученных знаний и навыков является результатом функции контроля за обучением, поскольку во время выполнения плана студенты проверяют и закрепляют пройденные ими материалы. Эта функция позволяет вам не только закрепить то, чему вы научились раньше, но и применить свои навыки в новых ситуациях. Самые важные и базовые вещи в исследовательском материале помогают выделить проверку, потому что это помогает обобщить и систематизировать знания.

Еще одной функцией контроля в образовательной деятельности является диагностика. В этот период руководители образовательных организаций, преподаватели и учащиеся могут получить информацию об освоении учебных материалов. Ранняя диагностика помогает правильно выбрать направление обучения, методы обучения, средства обучения.

В процессе обучения не менее важна прогностическая функция контроля. В своей работе руководитель образовательной организации, учитель заранее планировал получить определенные результаты. Поэтому на различных этапах контроля можно получить информацию о ходе выполнения определенного этапа процесса и выяснить, полностью ли сформированы конкретные знания и навыки студента.

Функция прогнозирования позволяет установить траекторию развития когнитивных способностей человека на этапе формирования. Другими словами, прогнозируемые результаты используются для контроля сотрудников, у которых в настоящее время возникают проблемы в методической системе познавательной деятельности при создании модели поведения студента. Кроме того, эта функция помогает выработать правильные выводы для плана дальнейшей реализации образовательного процесса.

Эта функция контроля, как развивающая функция, способствует развитию творческих способностей и стимулирует познавательную активность. Управление образованием и образовательной деятельностью имеет уникальную возможность развивать способности учащихся. Например, развитие речи, памяти, воображения, воли, внимания происходит в процессе контроля.

Проверка собственных знаний означает самоконтроль.

В учебнике "Педагогика" автор Н.Г. Милорадова писала: "Контроль-необходимый этап в процессе обучения" [6].

Контроль в педагогике связан с такими понятиями, как управление, проверка, процесс и т.д. Кроме того, сущность контроля связана с диагностикой и анализом, поскольку информация, полученная в процессе контроля, становится предметом обучения и анализа.

При мониторинге образовательной деятельности преподаватели и заместители директора должны уточнить цели темы исследования, оценить результаты образовательной деятельности и выбрать вид, форму и метод контроля, соответствующие поставленным целям.

Существуют следующие виды контроля:

- теория;
- практический;
- сложный.

Теоретические контрольные работы предназначены для овладения студентами теоретическими понятиями, категориями и определениями.

Проведите практическую контрольную работу, чтобы проверить способность студентов использовать теоретические знания для решения практических задач[3].

Целью внутреннего контроля знаний является совершенствование образовательной деятельности, своевременное устранение недостатков в работе и оказание конкретной помощи преподавательскому составу в целях повышения качества образования и воспитания студентов.

Кроме того, различные методы контроля подбираются в зависимости от загруженности, сложности работы, уровня способностей сотрудников и их готовности к выполнению определенных задач. Чтобы выяснить, какой стиль управления и при каких обстоятельствах использовать, показать конкретным подчиненным характеристики под строгим и частотным контролем. Вы можете различать следующие типы элементов управления:

Мониторинг ключевых областей эффективности включает отслеживание выполнения подзадач на пути к конечной цели.

Регулярный мониторинг предполагает установление контрольных точек через определенные промежутки времени. Выборочный контроль-это внезапная проверка, которая не ограничена конкретным временем и этапом работы. Предварительный контроль включает проверку до истечения крайнего срока представления окончательных результатов. Контроль конечного результата предполагает только то, что контрольная точка соответствует по времени крайнему сроку достижения цели. Необходимо развивать навыки убедительной коммуникации в обучаемых. В зависимости от предыстории и личностных особенностей собеседника используются различные способы убеждения и общения.

Список литературы

1. Гельман В.Я. — Совершенствование форм контроля успеваемости в вузе // Современное образование. — 2019. — № 2. — С. 52 - 57. DOI: 10.25136/2409-8736.2019.2.28364 URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=28364
2. Горшенева, И. А., Буравлева, А. К., Буравлев Е. А. Функции и формы контроля как важнейшего компонента учебно-воспитательного процесса // Вестник экономической безопасности. 2018. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/funksii-i-formy-kontrolya-kak-vazhneyshego-komponenta-uchebno-vospitatelnogo-protssessa> (дата обращения: 18.05.2021).
3. Григорьева В. В. Контроль знаний учащихся по информатике в тестовой форме с генерацией заданий // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2016. — Т. 43. — С. 365–369. — URL: <http://e-koncept.ru/2016/76495.htm>.
4. Жунусакунова, А. Д. Методы контроля и оценки результатов обучения в учебном процессе / А. Д. Жунусакунова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 20.1 (124.1). — С. 26-29. — URL: <https://moluch.ru/archive/124/28564/> (дата обращения: 23.04.2021).
5. Иванова, М. Э. Значение и виды контроля в процессе обучения иностранным языкам на неязыковом факультете / М. Э. Иванова // Приоритетные направления развития науки и образования. — 2016. — № 2(9). — С. 76-78.
6. Милорадова, Н. Г. Педагогика : учебное пособие для вузов / Н. Г. Милорадова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 119 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09827-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472207> (дата обращения: 22.05.2021).
8. Сидоров С.В. Контроль и диагностика в педагогическом процессе [Электронный ресурс] // Сидоров С.В. Сайт педагога-исследователя – URL: http://si-sv.com/publ/1/kontrol_i_diagnostika/14-1-0-537 (дата обращения: 18.05.2021).

УДК 614.8.086

Д.Е. Аникеева, Р.А. Сайфутдинов

(Ульяновск, Ульяновский институт гражданской авиации им. Б.П. Бугаева)

ОРГАНИЗАЦИЯ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРИ УДАЛЕННОЙ РАБОТЕ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

Аннотация: в статье рассматриваются преимущества и недостатки трудовой деятельности в режиме удаленного доступа. Анализируются вопросы организации трудовой деятельности при удаленной работе.

Ключевые слова: информационные технологии, дистанционная работа, рабочее пространство, эргономика, ресурсы сети Интернет.

На сегодняшний день вопрос организации удаленной работы стал одной из наиболее острых проблем, с которой столкнулись работодатели в условиях распространения коронавирусной инфекции

(2019-nCoV, COVID-2019). В период с 2005 года, формат удаленной, или, как её еще называют, дистанционной работы начал набирать популярность среди крупных иностранных компаний. Толчком к массовому развитию в данном направлении послужило активное совершенствование информационных технологий и создание современного программного обеспечения. Превосходство удаленной работы уже используют множество работников и тысячи организаций. Величина задач, производимых дистанционно, неизменно увеличивается из года в год, притом это справедливо для организации всякого объема и практически для всех отраслей.

Благодаря техническому прогрессу появилась невероятная возможность поддерживать связь и реализовывать поставленные цели в любом месте и в любое время с кем угодно. Однако, остается не решенной одна глобальная проблема, связанная с человеком: его мозгу необходима модернизация [1].

Только за последнее десятилетие созданные в сфере IT продукты позволили сделать колоссальный шаг по внедрению систем удаленной работы и дистанционного обучения. Есть множество актуальных на данный момент инструментов, которые позволяют поставить удаленную работу в разных сферах деятельности: Zoom, WebEx, Google Docs, Skype, Teams, Discord и др. С их помощью можно провести демонстрацию продукта для удалённого зрителя и организовать конференц-связь, делиться файлами проекта и организовывать работу во времени.

Одной из первых сложностей, возникающих в начале организации дистанционной трудовой деятельности, является вопрос юридического регулирования трудовых отношений. Дистанционными сотрудниками считаются лица, которые заключили соответствующий трудовой договор о дистанционной работе. В соответствии с Федеральным законом от 08.12.2020 № 407-ФЗ на дистанционных сотрудников в период выполнения ими трудовых обязанностей удаленно распространяется действие трудового законодательства и других нормативных актов, с учетом особенностей, устанавливаемых гл. 49.1 ТК РФ [3].

Помимо организационно-правовых вопросов, возникающих в процессе организации трудовой деятельности при удаленной работе, определенные трудности появляются как со стороны работодателя, так и со стороны сотрудника. В силу личностной специфики каждого человека каждый определяет для себя плюсы и минусы дистанционной работы индивидуально. При переходе от деятельности «на местах» выявляются характерные особенности:

Режим рабочего дня. Его можно заранее обговорить с работодателем и подобрать удобный график: работать в течение стандартного трудового дня или сместить рабочие часы на более комфортное время с утра или вечером. Сотрудники, которые работают

дистанционно, смогут также, при необходимости, посещать рабочее место в офисе.

Оборудование. Для организации качественного и эффективного рабочего процесса потребуется наличие технического обеспечения: компьютер или ноутбук, интернет.

Рабочее пространство. При дистанционной работе сотрудники трудятся из дома, в формате так называемого «home office», поэтому свое рабочее место они обустраивают самостоятельно. Рабочий стол и необходимое оборудование можно разместить в любом удобном месте дома. Однако, необходимо разместиться так, чтобы ничего не отвлекало от выполнения трудовых обязанностей, а также учесть свои физиологические особенности и учесть принципы эргономики при организации рабочего места.

Независимость передвижений. Положительный момент удаленной работы в том, что позволительно работать где угодно: дома, в кафе или в другой стране. Если график свободный, можно выполнять работу на удобное время. Если существует корпоративное расписание, заниматься днем чем-то другим не получится, но остается свобода не быть привязанным к рабочему месту в офисе.

Плюсы удаленного рабочего процесса для фирмы. Не нужно тратиться на аренду и уборку офиса, оборудование рабочих мест и канцелярию, покупать мебель, оргтехнику и др. Компания может нанимать удаленных специалистов из регионов и таким образом экономить на зарплатах сотрудникам [4].

Преимуществами удаленной работы для работника можно назвать:

- возможность совмещать бытовые дела с работой, возможность больше времени работать
- возможность самостоятельного планирования рабочего времени.

Недостатки удаленной работы для работника:

- отсутствие коммуникаций с коллегами;
- бесконтрольность;
- самостоятельность в принятии решения ;
- дефицит общения;
- малоподвижный образ, снижение физической нагрузки на организм.

Для работодателя также существует ряд достоинств и недостатков.

Как положительные черты удаленной работы можно выделить:

- повышенная мотивация работников;
- полное отсутствие (или снижение) затрат на аренду офисного пространства;
- возможность нанимать сотрудников из любого региона или страны;

- наем сотрудников из регионов с низким уровнем дохода, снижение размера выплачиваемой фактической оплаты труда;
- равная оценка задач, выполненных как в офисе, так и удаленно;
- продуктивность работы, повышение информационной культуры;
- увеличение штата специалистов без потерь на организацию их рабочих мест.

Среди недостатков можно выделить следующие:

- снижение объема выполненных задач;
- недобросовестное отношение сотрудников, использование служебного времени в личных целях;
- проблемы с техническим оборудованием, обеспечение кибербезопасности, безопасности данных;
- отсутствие опыта руководства удаленной работой, непонимание формата работы в виде постановки задач на определенный срок, недостаток ресурсов;
- сложности в осуществлении контроля за работниками [2].

Помимо внедрения технологий удаленного взаимодействия в рабочую среду, стоит особое внимание уделить организации образовательного процесса. Рассмотреть особенности проведения дистанционного образования можно на примере электронной обучающей системы (ЭОС) по учебной дисциплине в среде MOODLE, используемой для организации учебного процесса в Ульяновском Институте Гражданской авиации. Система является пакетом программного обеспечения для создания курсов дистанционного обучения. Система распространяется как Open Source. Данный продукт может использоваться на любом компьютере, на котором работает PHP, и поддерживает практически любую базу данных (в частности, MySQL). Используя данный ресурс можно получить следующие преимущества:

- по-новому использовать учебный материал, привлекая глоссарий (получая пояснение терминов и определений);
- обращаться к ресурсам сети Интернет;
- проводить по графику электронный семинар (форум) в компьютерной сети;
- получать статистические данные по каждому обучающемуся о выполненных заданиях, участии в семинарах (форумах), прохождении тестирования – своего рода классный журнал;
- изучать и анализировать личную статистику обучения, выявлять тенденции улучшения или ухудшения успеваемости;
- участвовать в дискуссии с обучающимися в режиме реального времени, используя инструмент связи «чат»;
- выдавать обучающемуся советы, подготовленные заранее [5].

Актуальность организации трудовой и учебной деятельности при удаленной работе на сегодняшний день неоспорима. Помимо прямой практической выгоды существует также вынужденная необходимость обратиться к использованию технических средств и программам дистанционного взаимодействия. Как и любой новый внедряемый, особенно в столь специфических условиях, подход, организация дистанционной работы заставляет столкнуться со сложностями.

Возникают трудности при использовании современных информационных технологий, разрушается привычный формат рабочего времени, изменяется эргономика рабочего места. Происходит замена живого общения и прямой коммуникации на общение через мессенджеры. Однако появляется больше времени на выполнение должностных обязанностей, личного времени, увеличивается скорость передачи информации, автоматизация выполнения определенных задач и т.п. Появляется возможность самостоятельно регулировать рабочий процесс, подстраивать свой график под комфортный режим работы и отдыха, организовывать рабочее пространство[6].

Таким образом, организация трудовой деятельности при удаленной работе уже сегодня стала одним из перспективных направлений развития во многих отраслях. Дальнейшее совершенствование технологий будет лишь способствовать движению в этом направлении.

Список литературы

1. Remote: офис не обязателен / Джейсон Фрайд, Дэвид Хайнемайер Хенссон ; ил. Майка Роуди ; пер. с англ. Сергея Филина. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 288 с. : ил.
2. Конобевцев Ф.Д., Лаас Н.И., Гурова Е.В., Романова И.А. Удаленная работа: технологии и опыт организации//Вестник университета. 2019. № 7. С. 9-17.
3. Неижмак В.В., Сайфутдинов Р.А., Ятманов В.А. Информационная культура в педагогике В сборнике: Образование и информационная культура: теория и практика. материалы Всероссийской заочной научно-практической конференции. 2016. С. 88-93
4. Сайфутдинов Р.А., Гаврющенко А.П., Магдеева Д.Р., Карсакова Е.Д. Управление безопасностью технологических процессов В сборнике: Информационные технологии в образовании. Материалы всероссийской очной научно-практической конференции. 2019. С. 101-104
5. Сайфутдинов Р.А., Порозова М.Ю. Применение электронных образовательных ресурсов в образовании В сборнике: Образование и информационная культура: теория и практика. материалы Всероссийской заочной научно-практической конференции. 2016. С. 97-100.
6. Соколова А.В., Гималетдинова К.Р., Сайфутдинов Р.А. Проблема внедрения информационно -коммуникационных технологий в образовательный процесс В сборнике: Образование и информационная культура: теория и практика. Сборник научных трудов. Ульяновск, 2017. С. 161-16

УДК 125.74

Д.Х. Ахтямова, Д.Д. Карпова

(Ульяновск, Ульяновский институт гражданской авиации им. Б.П. Бугаева)

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ

Аннотация: В данной статье рассматриваются особенности законодательного регулирования труда детей и несовершеннолетних в современной России. Также выявляется ряд проблем на рынке труда и организации трудоустройства работников в возрасте, не достигшем восемнадцати лет в нормах российского законодательства.

Ключевые слова: детский труд, несовершеннолетние, трудоустройство, трудовой договор информационные технологии, вредные условиями труда

В современных условиях трудовая занятость несовершеннолетних лиц является актуальной темой. Существует ряд проблем при их трудоустройстве, поскольку работодатели отдают предпочтение в приеме на работу совершеннолетним лицам с опытом работы.

В наше время работодатель должен в достаточной мере постараться, чтобы обеспечить несовершеннолетнего соответствующими условиями труда, требуемыми законодательством. При заключении трудового договора он должен приобщить подростка к условиям труда, ознакомить с характером работы, его правами и обязанностями, внутренними правилами трудового распорядка и иными локальными нормативными актами. Помимо этого, необходимо провести инструктаж по технике безопасности, производственной санитарии и другим правилам по охране труда.

А всего лишь 100 лет назад детский труд был широко распространен по всему миру, но правового регулирования по этому вопросу никогда не было. Дети, как и взрослые трудились по 14-18 часов в сутки, причём платили им за это в несколько раз меньше. Их вынужденно отправляли на работу, что привело к их жесточайшей эксплуатации, как со стороны нанимателя.

В современных условиях работодатель может заключить трудовой договор с сотрудником, достигшим 16 лет. С подростком 15 лет трудовой договор могут заключать для выполнения легкого труда, при наличии у него основного общего образования, либо оставления несовершеннолетним общеобразовательного учреждения. С учащимися 14 лет договор может быть заключен с согласия одного из родителей и органа опеки и попечительства для выполнения в свободное от учебы время легкого труда, не причиняющего вреда здоровью и не нарушающего процесс обучения несовершеннолетнего.

Для подростков установлена сокращенная рабочая неделя. До 16 лет можно работать не больше 24 ч. в неделю; от 16 до 18 лет —

не больше 35 ч. в неделю. При совмещении работы с учебой, это время сокращается в два раза. Есть ограничения и по длительности рабочего дня или смены - от 14 до 15 лет, рабочий день не должен превышать 4 ч., от 15 до 16 лет — 5 ч., от 16 до 18 лет — 7 ч.

Согласно ТК РФ, испытательный срок для несовершеннолетних не устанавливается, и запрещается заключать договор о полной материальной ответственности работника. Также запрещено направлять подростков в служебные командировки, привлекать к сверхурочной работе, работе в ночное время, в выходные и нерабочие праздничные дни. Должно быть, не каждый работодатель хочет брать работника без проверки его способностей, тем более, который еще и не несет полной материальной ответственности за ущерб, причиненный работодателю. К тому же несовершеннолетних нельзя привлекать для тяжелых работ и работ с вредными или опасными условиями труда.

Всё же существует интересный перечень профессий для детей и подростков. Подросткам можно попробовать раздавать флаеры и листовки, набирать текст на компьютере, проводить социологические опросы и дегустации. Практически единственный способ работать официально до 14 лет – это быть актером или артистом (сниматься в кино, работать в цирке и быть певцом). Несовершеннолетних и малолетних берут на работу моделью (обычно это съемки для каталога детской или подростковой одежды какого-либо производителя). Если у ребенка есть хобби, связанное с созданием красивых или необычных вещей, можно делать на этом деньги (например, продавать украшения, вязаные изделия, мыло собственного изготовления).

Кроме этого, благодаря интенсивному развитию информационных технологий у подростков возникает интерес по созданию собственных компьютерных программ. На сегодняшний день профессии в сфере IT считаются перспективными и престижными. Поэтому дети даже в самом раннем возрасте хотят связать свою жизнь с разными IT-направлениями. Они могут создавать сайты, заниматься разработкой 3D- и 2D-игр, создавать разные 3D-модели и адаптировать их для печати на 3D-принтере и еще многое другое.

Лицам, не достигшим 18 лет, предоставляется ежегодный основной оплачиваемый отпуск продолжительностью 31 календарный день, причем в удобное для них время. Оплата труда осуществляется на основании принятых в организации форм и систем оплаты. Если расторжение договора происходит по инициативе работодателя, увольнение допускается только с одобрения соответствующей госинспекции и комиссии по делам несовершеннолетних. Если не получено согласие указанных гос. органов увольнение может быть признано незаконным. Нарушение процедуры увольнения может повлечь для работодателя ряд негативных последствий: несовершеннолетний работник будет восстановлен на работе с

выплатой среднего заработка за все время вынужденного прогула. Помимо этого, по требованию подростка может быть вынесено решение о возмещении ему денежной компенсацией морального вреда, причиненного указанными действиями.

Подводя итог можно выделить две главные проблемы трудоустройства несовершеннолетних:

1) существуют профессии, куда нанимать детей и подростков противозаконно;

2) за юридические ошибки в работе с несовершеннолетними фирму могут оштрафовать, а руководителя этой компании временно лишат права занимать руководящую должность. Пожаловаться на компанию могут работающий подросток, его родители, сотрудники и даже конкуренты организации.

Все эти факты в совокупности для работодателя могут значить, что в перспективе косвенные затраты на несовершеннолетнего сотрудника могут сравняться с общими расходами на взрослого специалиста, что значит брать на работу несовершеннолетних невыгодно. Однако с развитием информационных технологий у несовершеннолетних открываются много возможностей для заработка и дальнейшего своего развития. Если у ребенка имеются такие таланты, как творчество, артистические данные, то все это можно запросто объединить, например модные профессии как блогер, web-дизайнер и т.д., которые не имеют возрастных ограничений.

УДК 37.011

Д.А. Бессмертная

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ДОСТУПНОСТЬ ЧТЕНИЯ КАК ФОРМЫ ДОСУГА СРЕДИ МОЛОДЕЖИ

Аннотация: статья посвящена проблеме упадка интереса молодежи к такой форме досуга, как чтение. В статье чтение рассматривается не только как важный элемент образования и воспитания, но и как двигатель прогресса и культуры. Анализируются имеющиеся исследования и статистика. Выявлена необходимость более подробных исследований.

Ключевые слова: доступность чтения, читательский интерес, досуг, познавательная культура.

Общество на современном этапе развития все больше подвергается цифровизации, переводя всё большее количество информации в формат онлайн. Бесспорным можно считать, что в последние годы престиж чтения снижается, как и интерес к печатному слову в целом. Сейчас школьнику, студенту не стыдно признаться в том, что он не любит читать, не посещает библиотек, а необходимую информацию черпает из открытых электронных источников. В результате изменений читательской парадигмы дают о себе знать и

такие проблемы у обучающихся, как огрубление речи, падение грамотности, снижение общего культурного уровня.

Актуальность данной темы заключается в том, что в последнее время цифровые технологии активно заменяют чтение другими видами досуга, такими как: общение в социальных сетях, просмотр видеороликов, компьютерные игры. Также наблюдается стремительное снижение доли читающей молодежи. В связи с активным развитием цифровых технологий, большой объем информации проходит через виртуальные источники.

С одной стороны, высокий интерес молодёжи к чтению как к форме досуга положительно увеличивает культурное развитие общества в целом; с другой стороны, снижение этой тенденции наблюдается снижение интереса к чтению огрубление речи, падение грамотности, снижение общего культурного уровня, вследствие чего, государство может столкнуться серьёзными экономическими, социальными и гражданскими трудностями.

Цель данной статьи состоит в анализе причин снижения доступности чтения среди молодёжи, выявлении жанров литературы, которые всё ещё удерживают интерес к чтению.

Ярким примером снижения интереса молодежи к чтению стали результаты исследования «Читающий подросток в фокусе разнообразных представлений», проведенного в 2006 г. Результаты можно найти в публикациях В.Я. Аскаровой и Н.К. Сафоновой. [1] «Из 630 респондентов 98% подтвердили, что чтение не занимает серьезного места в жизни. Исходя из данных результатов авторы делают вывод, что «чтение устарело», «чтение не модно», «чтение не интересно».

Особая роль литературы, а значит и чтения, в жизни общества была подчеркнута в 2015 году, который в России был официально объявлен Годом литературы. За этот год в стране прошли тысячи мероприятий, направленные не только на поддержание, но и приумножение интереса к литературе и чтению. Однако для достижения устойчивого интереса необходимы не разовые, а постоянные мероприятия. Необходимо актуализировать читательские навыки и интересы у учащейся молодёжи и студентов.

Можно сделать вывод, что у современного поколения интерес к чтению практически отсутствует, в основном причиной этому является то, что это скучное занятие. Если молодёжь читает, то редко и предпочтительно в электронном виде, то есть на просторах интернета. Всё это говорит о том, что в круг их интересов входит далеко не школьная программа, а, скорее всего, массовая литература, та, которая пользуется спросом. Сегодня на отношение к книге молодых читателей сильное влияние оказывает множественность каналов массовой коммуникации [3].

Книжная культура «замещается» (и порой вытесняется) «визуальной», так как время, ранее тратившееся на чтение, подростками отводится на просмотр видео-контента, печатным же книгам они предпочитают электронные или аудиокниги. Электронная культура изменяет основные характеристики чтения, а также читательские навыки и способы работы с текстом.

Восприятие печатного текста и информации у современных детей и подростков становится поверхностным, фрагментарным, чтение не воспринимается ими как систематическая деятельность, уменьшается продолжительность чтения, его мотивация и репертуар читательских предпочтений. Все больше становится явным тот факт, что у молодежи практически отсутствует мотивация к чтению, будь то просто времяпрепровождение или образовательный процесс.

Мотивация чтения – система внутренних и внешних побуждающих факторов, определяющих читательское развитие социальных субъектов, стимулирующих обращение к различным текстам и литературе на различных носителях, и формирующих круг чтения. Для иллюстрации проблемы выделены следующие мотивы применительно к чтению художественной литературы: интеллектуальные, коммуникативные, познавательные, развлекательные самоутверждение, стремление к отдыху, эмоциональные, эстетические, этические. [2]

Двигаясь по пути наименьшего сопротивления, молодые люди отбрасывают мысли о трате своего времени на чтение книг, заменяя их просмотром более доступных и легковесных фильмов. С момента появления каналов цифровой коммуникации заметно упал интерес к чтению. Из круга чтения постепенно уходят толстые романы. В настоящее время все большее внимание молодежь уделяет современной художественной литературе или известным экранизациям. Сегодня общество переживает много образовательных проблем, одна из которых - утрата интереса к чтению.

Итак, снижения доступности чтения в молодежной среде носит личностный и психологический характер, а упадок культуры чтения не просто показатель снижения уровня культурной жизни, но и серьезная национальная проблема. Если подрастающее поколение и дальше будет такими темпами терять навыки регулярного чтения, государство столкнется с серьезными мировоззренческими и экономическими трудностями.

Стоит признать необходимым культивирование новых моделей читательской активности молодежи; таких практик, при которых сводились бы к минимуму риски утраты интереса молодых россиян к чтению, отторжение книги.

Список литературы

1. АскарOVA В. Я. Читающий подросток в фокусе разнообразных представлений: Материалы Всероссийской конференции // Чтение в

библиотеках России. Исследовательские проекты библиотек по чтению. – СПб, 2007. – Вып. 7. – С. 90–94

2. Голубева Е.И. Ресурсы, мотивы и стимулы детского и подросткового чтения. На материале исследований начала XXI века // Homo legens – Человек читающий. – М.: Школьная библиотека, 2006. – С.208–218

3. Майорова-Щеглова, С. Н. Молодое поколение и новые средства массовой коммуникации: мифы и реальность. - Вестник РГГУ. -2010. - № 3 (46). - С. 224–231

УДК 316.774

Ж.Е. Вавилова

(Казань, Казанский государственный энергетический университет)

Н.Т. Товмасян

(Сургут, Сургутский государственный университет)

ВИРТУАЛЬНОЕ ГЕТТО И ДЖЕНТРИФИКАЦИЯ: МАНИФЕСТАЦИИ НЕРАВЕНСТВА В СОВРЕМЕННОМ ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Аннотация В статье концептуализируется понятие виртуального гетто, выступающее одним из ярких симптомов цифрового неравенства, но остающееся лакуной в современном русскоязычном научном дискурсе. Описываются различные механизмы геттоизации, как объективные, так и субъективные – а также феномен джентрификации, смещающийся в виртуальную сферу. В работе формулируется вывод о том, что наблюдение за динамикой появления виртуальных гетто и джентрификацией сетевых ресурсов необходимо для рефлексии на тему такого многогранного и неоднозначного феномена, как цифровое неравенство.

Ключевые слова цифровое неравенство, виртуальное гетто, цифровое гетто, цифровая джентрификация, балканизация Интернета, виртуальные сообщества, Интернет, интернет-коммуникация, компьютерно-опосредованная коммуникация

Традиционно философское осмысление проблемы неравенства не обходится без обращения к марксистской традиции. Здесь речь идет о неравенстве как о феномене, возникшем вместе с распределительной системой, эволюционировавшей от уравнилельных форм дистрибуции продукта коллективного труда до распределения, пропорционального вкладу каждого члена социума. С возникновением частной собственности и форм наследования власти это естественное неравенство усугубляется неравенством социальным. Марксизмом предполагалось, что коммунизм позволит увеличить долю распределяемых благ по потребностям, способствуя сокращению как природного неравенства, основанного на разнице физических и интеллектуальных способностей индивидов, так и социального неравенства. Сегодня эти во многом утопические идеи актуализируются в свете появления цифровых технологий, когда неравенство осложняется еще и технологическим аспектом [1].

Под цифровым неравенством подразумеваются не только различия в сетевом доступе (т.н. цифровой разрыв), но и неравенство

среди пользователей Интернета; будучи гораздо более широким и менее очевидным феноменом, цифровое неравенство требует философского осмысления как «многогранное явление, которое существует на многих уровнях, начиная от личности, общества, корпораций и регионов до глобального уровня» [3]: это сложный и динамичный феномен, который упрощенно концептуализируется как форма стратификации, проявляющаяся как в неравном доступе, так и в неравноценном использовании Сети членами виртуальных сообществ.

Одна из граней проявления цифрового неравенства – возникновение «виртуальных гетто» (терминологические варианты: кибергетто, цифровые гетто, сетевые гетто), в осмыслении которых неравноценное использование возможностей Интернета становится очевидным. Исторически под словом гетто подразумевается сегрегированная территория, где предписывалось проживать евреям [9]; сегодня значение термина гораздо шире – сейчас оно может возникать в контексте сегрегации любой группы индивидов, как по этническому или расовому принципу, так и по другим критериям, и в любом типе пространства (например, вуза [7]), но чаще всего подразумевается обособленный район, населенный бедняками и / или этническим меньшинством. С появлением виртуальной сферы этот социальный феномен можно наблюдать и в Сети, хотя в русскоязычном философском и социально-гуманитарном дискурсе понятие виртуального гетто практически не проработано, в отличие от англоязычных исследований в области компьютерно-опосредованной коммуникации, где существует несколько взаимодополняющих точек зрения на геттоизацию в Интернете.

Во-первых, виртуальные гетто рассматриваются как сетевые сообщества, которые могут возникать по принципу географических ограничений, накладываемых на пользователей с помощью цифровых ресурсов. Так, явление, известное пользователям разных стран как система фильтрации информации, не только блокирует не проходящие через цензуру ресурсы, но и ограничивает доступ Интернет-сообществ друг к другу, замыкая пользователя в одной «песочнице», тем самым стимулируя т.н. «балканизацию» Интернета, о чем американские исследователи из Массачусетского технологического института начали писать еще в 90-х гг. прошлого века [15].

Также под этим термином сегодня подразумевается виртуальное пространство, в рамках которого пользователи изолируются от «чужих» сообществ «через заимствование паттернов социальной интеракции и через выбор контекстов саморепрезентации, позволяющих наилучшим образом «вписаться» в свою среду» [2, с.38]. По нашему мнению, такое понимание виртуальной геттоизации позволит отличить ее от рассмотренной выше «балканизации» Интернета. В этом случае геттоизация происходит по субъективным причинам: человеку может

быть комфортно в своем окружении, он не стремится к доступу к неизвестным ему ресурсам, к общению с представителями «чужих» сообществ. В качестве примера специалисты приводят анализ предпочтений пользователей социальной сети «MySpace» и платформы «Facebook» [8, 12]; к первым чаще всего относят представителей этнических меньшинств и рабочих профессий, ко вторым – светлокожих людей с высшим образованием, хотя иной принципиальной разницы между этими платформами нет: «"MySpace" превратился в «гетто» цифрового ландшафта. Люди там, скорее всего, будут цветными или черными и станут придерживаться набора ценностей, которые пугают белое общество. И многие из нас обычно переходят на другую сторону улицы, чтобы избежать встречи со сбродом» [8, анализ комментариев респондентов]. В исследовании цифрового неравенства среди студентов Университета Иллинойса, Чикаго, упоминается, что учащиеся, чьи родители имеют более низкий уровень школьного образования, с большей вероятностью будут пользоваться «MySpace», тогда как учащиеся, родители которых получили высшее образование, скорее всего, будут пользователями «Facebook» [12].

В России похожая ситуация сложилась вокруг платформ «Одноклассники», «ВКонтакте», «Instagram» и «TikTok», только геттоизация здесь скорее протекает по возрастному критерию: «обитая» больше десяти лет на «Одноклассниках», среднестатистический пользователь не видит потребности заводить аккаунт на молодежном «TikTok».

Помимо того, что в гетто может превратиться целая социальная платформа, в любой из социальных сетей возникают «островки» геттоизации. Накоплено достаточно исследований в сфере компьютерно-опосредованной коммуникации, чтобы сделать подобный вывод. Например, в одной из работ, посвященных виртуальным гетто, утверждается, что Твиттер воспроизводит гетто-стереотипы по принципу городов, где проживают его пользователи, например, Чикаго, Детройта и Атланты, так что можно говорить о «черном Твиттере», активность которого поддерживается инфлюэнсерами – молодыми людьми, особенно влиятельными в своих сообществах [14].

Вместе с тем, можно привести пример и более обыденной геттоизации виртуального пространства, которая происходит незаметно каждый день благодаря работе алгоритмов меда-платформ, агрегирующих и распространяющих информацию ее конечным потребителям. Это проблема так называемого «информационного пузыря», в котором оказывается большая часть аудитории социальных сетей, где коммуникация уже давно не сводится только к обмену сообщениями. Дело в том, что алгоритмы сетей настроены на ориентации и предпочтения пользователя: чем больше «кликов» по публикациям одной тематики, тем чаще подобный контент будет

появляться в новостной ленте. Алгоритмы начнут предлагать все больше информации, содержащей именно ту точку зрения, которую поддерживает пользователь, и опускать существенно ниже в ленте ту, которая с большим процентом вероятности, на основе анализа прошлых предпочтений, будет им проигнорирована. Это приводит к тому, что вокруг какой-либо актуальной темы будет объединяться множество людей, в сознании которых начнет конструироваться определенное, вполне вероятно, далекое от истины, представление о том или ином событии. Будет происходить культивация одной точки зрения на проблему / событие, и у коммуниканта, находящегося в кругу единомышленников, будет складываться ложное ощущение осведомленности, приводящее к замыканию в ограниченном пространстве виртуального гетто.

Противостоять механизмам геттоизации и исключения из социальной жизни призвана джентрификация, буквально «облагораживание», один из симптомов т.н. «нового урбанизма» в эпоху глобализации, подразумевающий изменение облика городского пространства, в том числе трансформацию гетто в обновленные общественные пространства. Если понятие гетто уходит корнями в организацию городских пространств в средневековой Европе, то термин «джентрификация» был введен в научный обиход британским социологом-урбанистом Р. Гласс совсем недавно – в 1964 г. [11]. Под джентрификацией Гласс подразумевала процессы перемещения состоятельных жителей («благородных людей, дворян») в рабочие кварталы и вытеснение оттуда более бедных горожан: как только процесс джентрификации запускается, он не остановится, пока весь рабочий класс или большая его часть не покинет район, так что его облик полностью меняется [11, с. xviii]. Эти наблюдения касались Лондона, но постепенно исследователи приходили к подобным выводам относительно урбанистической динамики во всех уголках света, чему было посвящено более тысячи статей, глав в книгах и отчетов [13, с. 63]. С развитием виртуального пространства примеры джентрификации можно обнаружить и в Сети.

Одной из черт развития современных информационно-коммуникационных технологий можно назвать активное внедрение структур и платформ на базе Интернета во все сферы жизни индивидов; также не становится исключением и проникновение подобного рода технологий в среду публичного пространства города. Этот процесс можно наблюдать, когда, например, ввиду разрастания городов некоторые районы, бывшие ранее окраиной, попадают в центр городской жизни. В результате старые частные постройки, с деревянными ограждениями и личным хозяйством, вытесняются на периферию городского пространства, а на их месте создаются современные городские районы со свободным доступом к беспроводной

сети Интернет, камерами слежения, транслирующими происходящее на площади онлайн, «умным освещением», объявлениями, снабжёнными QR-кодами с подробностями о событии или с прямой ссылкой на покупку билета на то или иное мероприятие, и многое другое.

Если говорить о джентрификации в цифровой среде, то здесь не находится кардинальных различий с тем, как происходит этот процесс офлайн. Точно так же существует пространство, где возникло и функционирует виртуальное сообщество, не очень популярное среди других пользователей, но имеющее потенциал для развития. Этот потенциал замечают большие корпорации, которые покупают ресурс, присоединяют к уже существующей разветвленной сети и продвигают с помощью маркетинговых средств. Тем самым компания увеличивает востребованность ресурса, но пользователи, которые конструировали его вместе с создателями изначально, покидают обновленную версию, вытесняемые новыми коннотациями среды. Так произошло, например, с ресурсом «The Question», который долгое время существовал и развивался самостоятельно, пока его в 2019 году не купила компания «Yandex», вложив средства в развитие проекта, чтобы вывести его на новый уровень прибыльности и популярности. При этом из ресурса ушли его создатели и большой круг экспертов и пользователей, которые способствовали работе сервиса ранее.

Человек, ограниченный рамками гетто, обречен на маргинализацию, проживание виртуальной жизни на периферии. «Геттоизация киберпространства демонстрирует, что виртуальная коммуникация может способствовать укреплению социального неравенства, а процессы дробления пространства и изоляции пользователей в определенной зоне суть неотъемлемая составляющая социальной жизни человека в кибервиртуальном мире» [2, с. 38]. По сравнению с процессами возникновения и функционирования гетто, цифровая джентрификация представляется позитивным феноменом, позволяющим поддерживать социальное разнообразие на сетевых платформах путем введения новых культурных паттернов, так же как джентрификация урбанистическая призвана способствовать ревитализации городского пространства, улучшать жилищный фонд, способствуя притоку новых, более платежеспособных резидентов. С другой стороны, джентрификация выступает фактором, разрывающим «нормальный биоцикл пространства» [10]; она не противостоит сегрегации, а является частью ее динамики, просто сдвигая границы социального разделения и маргинализируя и так неблагополучные или непопулярные у других пользователей сообщества.

Современные исследователи диджитал-пространства констатируют неизбежность трансформации социальной среды и появления новых системообразующих детерминант социальной реальности [4, 5, 6]. Виртуальная геттоизация и джентрификация –

симптомы этих трансформаций; наблюдение за динамикой появления виртуальных гетто и джентрификацией цифровых ресурсов, в том числе в контексте аналогичных офлайн-процессов, представляется необходимым для рефлексии на тему такого многогранного и неоднозначного феномена, как цифровое неравенство, и выявления тех возможностей и угроз, которые таит в себе виртуальная жизнь.

Список литературы

1. Вавилова Ж.Е. Киберинклюзия в социально-философской перспективе: возможности и угрозы // Человек. Общество. Инклюзия. – 2018. – № 1 (33). – С. 30-36.
2. Вавилова Ж.Е. Конструирование идентичности в условиях виртуализации общества: дис. ... канд. философ. наук. – Казань: КФ(П)У, 2019. – 180 с.
3. Дедюлина М.А. Цифровое неравенство: философское осмысление // Studia Humanitatis. – 2017. – №2. URL: <http://st-hum.ru/content/dedyulina-ma-cifrovoe-neravenstvo-filosofskoe-osmyslenie> (дата обращения: 24.10.2021).
4. Миннуллина Э.Б. Постпостмодернизм: между субъектом и абсолютно внешним // Философия и культура. – 2020. – № 4. – С. 1-10. doi: 10.7256/2454-0757.2020.4.31842
5. Федорова Ж.В. Новая социальность новых медиа: проблемное поле явления // «Общество 5.0»: парадоксы цифрового будущего. VII Садыковские чтения. Материалы Международной научно-образовательной конференции. – Казань, 2019. – С. 239-245.
6. Яковлева Е.Л. К проблеме фрагментарности бытия электронного кочевника // Вектор развития управленческих подходов в цифровой экономике. Материалы III Всероссийской научно-практической конференции. – Казань, 2021. – С. 522-528.
7. Bench ghetto // Cala A., Wegrzynek H., Zalewska G.: «Historia i kultura Żydów polskich. Słownik». URL: http://www.diapozytyw.pl/en/site/sownik_terminow/getto_lawkowe/ (дата обращения: 24.10.2021).
8. Boyd D. The Not-So-Hidden Politics of Class Online // Personal Democracy Forum. N.Y. 30 June 2009. URL: <https://www.danah.org/papers/talks/PDF2009.html> (дата обращения: 24.10.2021).
9. Britannica, The Editors of Encyclopaedia. «Ghetto». Encyclopedia Britannica, 20 Jan. 2020. URL: <https://www.britannica.com/topic/ghetto> (дата обращения: 24.10.2021).
10. Clerval A., Van Criekingen M. Gentrification ou ghetto, décryptage d'une impasse intellectuelle // Métropolitiques, 20 octobre 2014. URL: <https://metropolitiques.eu/Gentrification-ou-ghetto-decryptage-d-une-impasse-intellectuelle.html> (дата обращения: 24.10.2021).
11. Glass R. London: Aspects of Change, ed. By the Centre of Urban Studies. – London: MacGibbon and Kee, 1964.
12. Hargittai E. Whose Space? Differences among Users and Non-Users of Social Network Sites // Journal of Computer-Mediated Communication. – 2007. – № 13 (1). – Pp. 276–297.

13. Ivester S. Forced Removals in Gentrifying Rio de Janeiro and San Francisco: Experiencing Displacement // Gentrification Around the World, Vol. I: Gentrifiers and the Displaced. – Springer International Publishing, 2020. – Pp. 61-90.
14. Murthy D., Gross A., Pensavalle A. Urban Social Media Demographics: An Exploration of Twitter Use in Major American Cities // Journal of Computer-Mediated Communication. – 2016. – № 21 (1). – Pp. 33–49.
15. Van Alstyne M., Brynjolfsson E. Global Village or Cyber-Balkans? Modeling and Measuring the Integration of Electronic Communities // Management Science. – 2005. – № 51. – Pp. 851-868

УДК 614.8.086

М. А. Васильев, Е. А. Кулькова, Р. А. Сайфутдинов

(Ульяновск, Ульяновский институт гражданской авиации имени Главного маршала авиации Б. П. Бугаева)

ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛАТФОРМЫ И РЕСУРСЫ ПО ОБУЧЕНИЮ СПЕЦИАЛИСТОВ ОХРАНЫ ТРУДА

Аннотация: в статье рассматриваются платформы дистанционного образования, которые могут использоваться для обучения специалистов по охране труда. Возможности электронных и дистанционных ресурсов.

Ключевые слова: дистанционное обучение, образование, платформы для дистанционного обучения, социальная справедливость во время дистанционного обучения.

В образовательной сфере возрастает роль социальной справедливости, одной из ключевых позиций которой является получение профессиональных навыков в различных сферах. Инструментом получения этих навыков в настоящее время являются дистанционные электронные ресурсы, позволяющие обучать студентов по различным дисциплинам: проводить лекционные, практические занятия и лабораторные работы [5].

В сложившейся ситуации продолжающейся пандемии, образовательные учреждения вынуждены переходить на дистанционное обучение. При обучении дистанционными электронными ресурсами используются такие платформы как: Discord, Microsoft Teams и Zoom. У каждого сервиса есть свои преимущества и недостатки, которые рассмотрим подробнее.

Цифровая платформа zoom это облачная платформа для проведения видеоконференций, вебинаров и других подобных онлайн мероприятий. Электронный ресурс подходит для проведения лекций, а также групповых и практических занятий в составе группы, за исключением занятий, где возникает необходимость работ на технике или требуются лабораторные приборы и материалы. Обучающие подключаются, используя компьютер или мобильное устройство.

Переход к созданной конференции осуществляется при помощи ссылки, которую распространяет создатель конференции [4].

К преимуществам данной платформы относятся: виртуальная доска, общий чат, возможность демонстрации экрана с захватом отдельных элементов, возможность осуществлять запись конференции, голосовой перевод выступающего на английский текст с демонстрацией на экране.

Недостатками являются: ограничение конференции по времени сорок минут в бесплатной версии, использование незащищённого протокола, не адаптированный интерфейс.

Цифровая платформа Discord является вспомогательным средством для дистанционного обучения. Это одна из бесплатных платформ, где организатор создаёт сервер для своей дисциплины. В текстовых каналах можно высылать задания и обсуждать их. Также доступны голосовые каналы для проведения лекций и консультаций.

Плюсы данной платформы: легкость настройки, возможность демонстрации экрана и обмена файлами, простота и удобство интерфейса, качественный звук, можно работать в браузере без скачивания приложения, программа является общедоступной.

К минусам можно отнести: нет виртуальной доски, передаваемые файлы должны быть не более 8 Мб, невозможность работы программы на старых версиях операционной системы Windows.

Цифровая платформа Microsoft Teams это корпоративная платформа, позволяющая проводить занятия, онлайн встречи, вести чаты, обмениваться и работать с файлами.

Преимущества платформы: виртуальная доска, демонстрация экрана, хорошее качество звука, возможность записи конференции.

Недостатками является, то что не все возможности платформы доступны в веб-версии, в бесплатной версии возможна связь только с одним человеком, работа платформы проходит с ошибками, неудобный интерфейс [1].

В период продолжающейся пандемии новой коронавирусной инфекции подготовка специалистов охраны труда проводятся также на дистанционной платформе zoom. Программа позволяет разбить аудиторию на несколько групп – перевести их в отдельные сессионные залы, которые доступны в бесплатной версии. В этих залах, участники общаются и видят только тех, кто также переведён в сессионный зал. Каждый зал может получить отдельный кейс-задание, для выполнения которого участники могут пользоваться виртуальной доской, демонстрацией экрана, участвовать в обсуждении отдельно от других сессионных залов.

Кроме дистанционных платформ для обучения, актуальным является практическое использование электронных обучающих

платформ по различным направлениям подготовки и в частности по подготовке специалиста по охране труда [3].

Для обучения специалистов по охране труда также рекомендуется использовать дополнительные курсы для улучшения профессиональных навыков. В городе Ульяновске имеется «Центр обучения специалистов по охране труда», в котором, проводятся занятия в аудиториях и дистанционно в котром реализуются программы дополнительного профессионального образования включающие:

1. Программа повышения квалификации по «охране труда». После прохождения программы, обучающийся должен знать основные законы и нормативно-правовую базу в области охраны труда, функции и полномочия федеральных органов надзора и контроля за охраной труда вредные и опасные производственные факторы, которые влияют на работника, и меры защиты от них, устанавливаемые льготы и компенсации за вредные и опасные условия труда, правила по охране труда и пожарной безопасности, уметь расследовать, оформлять, вести учет несчастных случаев и профессиональных заболеваний и анализировать их, организовывать управление охраной труда, проводить вводные инструктажи по охране труда [6].

2. Программа повышения квалификации «обучения пожарнотехническому минимуму руководителей, главных специалистов организаций, лиц, ответственных за пожарную безопасность». После прохождения программы обучения обучающийся должен овладеть знаниями и понимать для чего нужна пожарная профилактика в организации, знать мероприятия, по предотвращению пожара, как обеспечивается противопожарная защита организации, основные законодательные и иные нормативные и технические документы по пожарной безопасности, уметь проводить расследования и оформлять учет случаев возникновения пожаров, пострадавших и погибших на них, рассчитывать финансовые потери от пожаров в организации, анализировать пожарную безопасность в организации, разрабатывать документы, устанавливающие должный противопожарный режим на объекте, проводить обучение работающих мерам пожарной безопасности и др.

3. Программа повышения квалификации «обучение по оказанию первой помощи пострадавшим на производстве».

4. Дополнительная профессиональная программа «Безопасность труда на предприятии» (профессиональная переподготовка в сфере охраны труда) .

По окончании обучения проводится проверка знаний требований охраны труда слушателей в виде экзамена с помощью дистанционных платформ и идентификации экзаменуемого. Результаты экзамена

оформляются электронным протоколом. Обучаемым успешно сдавшим экзамен, выдаются документы установленного образца.

Для специалиста по охране труда имеется сайт Prombez24.com позволяющий подготовиться к аттестации и проверке по экологическому, технологическому и атомному надзору, по требованиям промышленной и энергетической безопасности, электробезопасности, пожарной безопасности и охраны труда. Сайт непрерывно совершенствуется для удобства работы пользователей, тесты постоянно обновляются в соответствии с изменениями нормативной и правовой базы [2].

Применение дистанционных программ и электронных ресурсов при подготовке специалистов по ОТ повысят доступность, сэкономят время и расширят возможности обучаемых для получения знаний и умений, а так же обеспечит равные возможности для различных слоев населения.

Список литературы

1. Сайфутдинов Р.А., Миронова А.А., Мартыненко О.В., Бонд Д.Н. Информационные технологии в дистанционном образовании В сборнике: Траектории взаимодействия в развитии цифровых навыков. Материалы всероссийской очной научно-практической конференции. 2019. С. 100-103
2. Сайфутдинов Р.А., Белогрудова Д.Ю., Родненко Я.В. Дистанционное обучение в сфере охраны труда В сборнике: Траектории взаимодействия в развитии цифровых навыков. Материалы всероссийской очной научно-практической конференции. 2020. С. 142-147
3. Сайфутдинов Р.А., Малюгина А.О., Кольцова В.Э. Дистанционное обучение специалистов по техносферной безопасности В сборнике: Информационные технологии в образовании. Материалы всероссийской очной научно-практической конференции. 2020. С. 132-136
4. Сайфутдинов Р.А., Пашина С.С., Казакова А.А. Дистанционное обучение специалистов охраны труда В сборнике: Траектории взаимодействия в развитии цифровых навыков. Материалы всероссийской очной научно-практической конференции. Ульяновск, 2021. С. 121-124
5. Сайфутдинов Р.А., Гаврющенко А.П., Магдеева Д.Р., Карсакова Е.Д. Управление безопасностью технологических процессов В сборнике: Информационные технологии в образовании. Материалы всероссийской очной научно-практической конференции. 2019. С. 101-104
6. ЧУ-ОДПО «Центр обучения специалистов по охране труда». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.obuchenie-ot.ru>. Дата доступа: 22.10.2021

УДК 37.032

Е.С. Глухова

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ЦИФРОВАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ МОЛОДЕЖИ КАК УСЛОВИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Аннотация: статья посвящена вопросу важности «цифровой компетентности» у молодежи как у навыка, повышающего конкурентоспособность на рынке труда. Рассматриваются результаты статистики, посвященных расчету индекса цифровой грамотности, определяются способы повышения навыков цифровой компетентности. *Ключевые слова:* цифровая компетентность, цифровая грамотность молодежи, IT технологии.

Цифровизация – это повсеместное внедрение цифровых технологий в разные сферы жизни: промышленность, экономику, образование, культуру, обслуживание. Это явление вызвано стремительным развитием информационных технологий, микроэлектроники и коммуникаций в большинстве стран мира. Основа процесса цифровизации в современных реалиях – это интернет. Передача данных в глобальную паутину осуществляется через устройства ввода – различные носители информации, такие как смартфоны, планшеты, ноутбуки и прочие гаджеты. Цифровые технологии окружают людей со всех сторон, и без владения ими сейчас жизнь современного человека невозможна: цифровизация охватывает такие сферы, как образование, медицина, бизнес, используется для создания виртуальной реальности, в научных исследованиях и в области искусственного интеллекта.

Актуальность данной темы заключается в том, что цифровая компетентность — это важный фактор эффективности профессиональной карьеры молодых людей. Новые компетенции молодых сотрудников нужны всем квалифицированным специалистам: если раньше цифровые навыки были необходимы в основном специалистам ИТ-отрасли, то теперь они востребованы в большинстве профессий и повышают конкурентоспособность специалистов на рынке труда.

Цель данной статьи заключается в определении важности цифровой компетентности молодых специалистов на рынке труда.

Современный рынок ориентирован на покупателя, а это означает, что маркетинговые команды должны поделиться тем, как их продукт или услуга обеспечивает решение различных проблем, с которыми покупатели сталкиваются или могут столкнуться. Кроме того, большая часть процесса покупки происходит в Интернете, а не в магазине. В прошлом месяце 80% американцев сообщили о совершении покупок в Интернете, при этом 96% покупали различные товары и услуги в Интернете в течение своей жизни, в России же каждый второй россиянин в возрасте 16-55 лет покупает что-нибудь в Интернете

минимум два раза в год. 77 % онлайн-покупателей заказывают что-то минимум раз в месяц, 23 % - минимум раз в неделю.

Согласно анализам экспертов, Российская Федерация пока далека от того, чтобы считаться «цифровой державой» в отношении как экономики, так и других сфер. Однако ее движение в этом направлении оставляет шанс, что однажды она догонит такие страны с развитой цифровой экономикой как Норвегия, Швейцария и Швеция. В число лидеров также входят США, Дания, Великобритания, Гонконг, Южная Корея. Россия же по уровню цифровизации сейчас находится на 39-м месте рейтинга, соседствуя с Китаем, Индией и Малайзией.

В мире 2,45 миллиарда активных пользователей социальных сетей: Интернет-продажи и цифровой маркетинг идут рука об руку. Чтобы поддерживать конкурентное преимущество, маркетологи должны разбираться во всех доступных каналах социальных сетей, знать, как лучше всего общаться и взаимодействовать с подписчиками, а также создавать контент, который соответствует видению, миссии и тону бренда.

Цифровая компетентность продолжает развиваться и расти, это означает, многие молодые люди отстают в своих цифровых навыках. Для того, чтобы повысить цифровую компетентность, сначала стоит объяснить, как навыки цифровой компетентности влияют на продуктивность молодежи, расширяют их знания и повышают производительность труда. Не думайте, что каждый обладает необходимыми цифровыми навыками или знает, почему это важно. Хотя молодые поколения, такие как поколение Z, обычно выросли на технологиях, это не означает, что они ценят преимущества. Представители поколения Z пусть и растут в сфере технологий, но это не означает, что они разбираются в навыках цифровой компетентности.

После того, как вуз оценит цифровые навыки студентов с помощью специальных тестов, можно составить программу, по которой вести обучение: это поможет молодым специалистам позднее быстро адаптироваться и к новым технологиям, которые они, возможно, встретят на месте работы. Как и любой другой предмет, цифровая компетентность будет требовать измерения знаний студентов в виде баллов или оценок: это поможет вузу отслеживать прогресс, новый рост студентов, а также поможет понять преподавателям, какие стратегии обучения стоит применять.

По данным исследования, которое было проведено аналитическим центром НАФИ в 2020 году, только 27% россиян – каждый четвертый – обладают высоким уровнем цифровой грамотности. Из-за недостаточного уровня знаний и навыков в сфере цифровых технологий многие люди и организации оказались не готовы к работе в дистанционном формате в условиях самоизоляции. Показатели на уровне 27% эксперты НАФИ считают недостаточными и указывают, что

привело к тому, что многие люди и организации оказались не готовы к работе в дистанционном формате в условиях самоизоляции. Также, существенных различий в значениях цифровой грамотности между мужчинами и женщинами не наблюдается, однако женщины демонстрируют более низкие, чем у мужчин, показатели информационной грамотности (навыки поиска в интернете), чем мужчины (57 против 60 пунктов), и решения проблем в цифровой среде (использование мобильных приложений и программ для решения повседневных задач) – 56 против 59 пунктов.

По результатам исследования НАФИ, доля россиян, обладающих достаточным уровнем цифровой грамотности, практически не менялась на протяжении последних трех лет. Так, в 2018 году 26% россиян имели высокий уровень цифровой грамотности. По состоянию на январь 2020 года эта доля составила 27% – отставание от целевых значений федерального проекта пока составило 27% против ожидаемых 30%. Индекс цифровой грамотности россиян в 1 квартале 2020 года составил 58 пунктов по шкале от 0 до 100. Также большинство россиян серьезно относятся к анализу данных и предпочитают изучать различные информационные ресурсы (74%). Что касается информационных навыков, 81% (из тех, кто владеет компьютером) легко находят нужную информацию в Интернете.

Таким образом, цифровая компетентность – один из необходимых навыков для молодого специалиста на рынке труда и введение такого предмета, как «цифровая компетентность» в вузы нашей поможет повысить образование и грамотность выпускников.

Список литературы

1. DEVELOPMENT OF ICT COMPETENCE IN HIGH SCHOOL STUDENTS WHEN TEACHING PHYSICS USING DIGITAL LABORATORIES [Электронный ресурс] : URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43167157>
2. Давыдов С.Г., Логунова О.С. Проект "Индекс цифровой грамотности": методические эксперименты. Журнал «Социология: методология, методы, математическое моделирование». 2015. № 41. С. 120-141.
3. Кучмаева О. В., Ростовская Т. К., Рязанцев С. В. Вызовы цифрового будущего и устойчивое развитие России. Социально-политическое положение и демографическая ситуация в 2017–2018 годах. М.: ИСПИ РАН, 2018.

УДК 316

Е. А. Горбачева

(Пенза, Пензенский государственный университет)

КОММУНИКАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация: В данной статье затронута проблема коммуникации современной молодежи. Приведены данные опроса, проведенного среди студентов военного и гражданского вузов.

Ключевые слова: коммуникация, онлайн и офлайн общение, виды коммуникации.

Коммуникации играют неотъемлемую роль в нашем обществе, но с течением временем меняются ее формы. В настоящее время постоянные встречи, походы в кино, либо на концерты с друзьями встречаются всё реже и реже, но всё чаще происходит общение в виртуальном мире, а именно в социальных сетях, таких как ВКонтакте, Viber, WhatsApp и другие.

В современном мире даже поменялся форма знакомства. Если раньше люди часто знакомились на улице, в кафе, кинотеатре, то сейчас для того, чтобы найти себя друга, либо подругу, молодежь заходит на разные сайты знакомств и находят там множество друзей. Такая форма общения с одной стороны стирает границы между странами и городами, с другой стороны сложно понять с каким человеком ты общаешься.

Коммуникации- это процесс обмен информацией между двумя или более людьми. Инструменты коммуникации могут включать язык, эмоциональный тон, мимику, позы, движения тела, взгляд, жесты и дистанцию [2, с.2].

К положительным сторонам общения через современные гаджеты можно отнести:

1.Постоянная доступность устройства для общения. Так, где бы человек не был, он всегда можешь поддерживать связь со своим другом, знакомым или родственником через телефон.

2.Интровертам комфортнее общаться виртуально, не покидая свою зону комфорта.

3.Возможность найти большое количество друзей по всему миру, у которых будут совпадать интересы, цели на жизнь.

К отрицательным моментам можно отнести:

1.Общаясь с человеком «в живую», ты можешь видеть его мимику, жесты, понять интересна ли ему беседа. При виртуальном общении язык жестов сложно увидеть.

2. Человек, с которым идет общение по переписке, может оказаться совсем не тем за кого себя выдает.

3. Постепенная потеря навыка «живого» общения.

Опрос, который был проведен среди студентов гражданского и курсантов военного вуза (2021 г.) показывает, что коммуникации у современной молодежи поменяли формат. Среди студентов гражданского вуза 70% опрошенных чаще общаются в Мессенджерах , таких как, ВКонтакте, Телеграмм и др.Студенты отмечают, что личные встречи им нравятся больше, но из-за отсутствия желания организовывать встречи они выбирают такой онлайн-общение. Только 30% респондентов предпочитают «живые» встречи. У курсантов военного вуза ситуация совсем иная, 99% общаются офлайн, так как возможности общения в социальных сетях у них и нет. У студентов военного вуза нет возможности общаться в социальных сетях, данные

ограничения связаны со строгим уставом и дисциплиной. Чаще всего у них коммуникация происходит со своими сослуживцами и товарищами. У студентов гражданского учебного заведения возможности больше. Они могут общаться и онлайн и офлайн.

Анализ результатов опроса показал, что студенты гражданского вуза общаются в социальных сетях ежедневно (90%), в отличие от курсантов (2%) (рисунок 1).

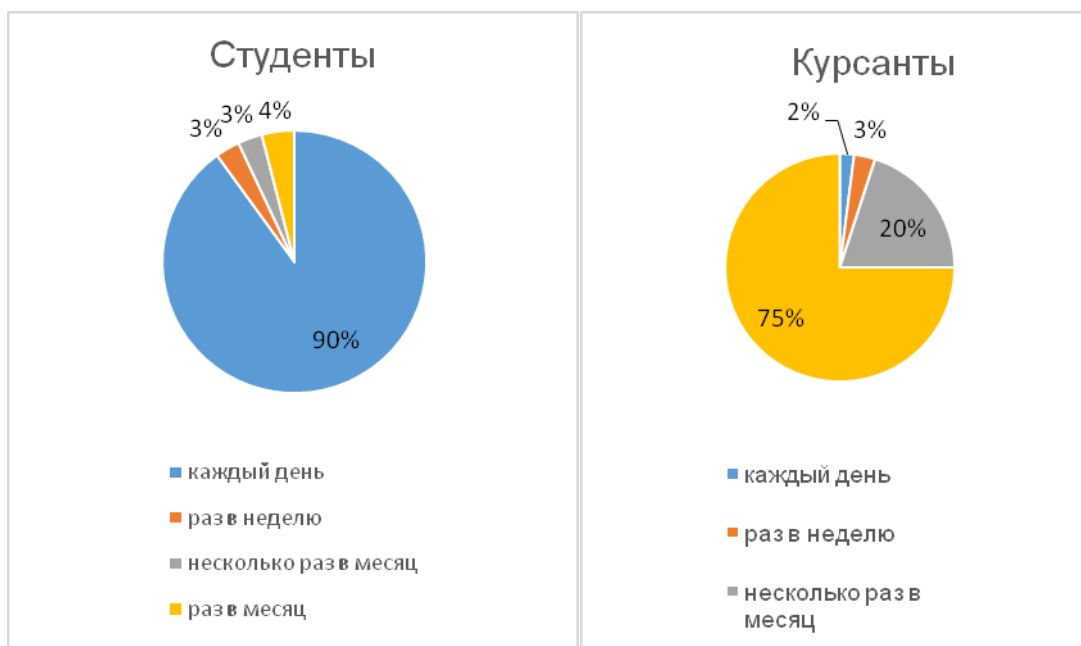


Рис. 1- Распределение ответов на вопрос «Как часто вы общаетесь с родными, близкими и друзьями в социальных сетях?» (n=105 – студенты гражданского вуза, n= 96 –курсанты)

Анализируя ответы можно сказать, что и студенты (80%) и курсанты (87%) выбирают «живое» общение, а не виртуальное. Именно оно для них является эффективнее (рисунок 2).



Рисунок 2- Распределение ответов на вопрос «Какое общения вы предпочитаете?» (n=105 – студенты гражданского вуза, n= 96 –курсанты)
 Возможность данной «живого общения» конечно же у студентов во

много раз больше, т.е. при своём желании они могут организовать какую-либо встречу и пойти в поход, либо просто посидеть где-то в парке и дружно общаться. У курсантов такой возможности нет, ведь они встречаются со своими друзьями чаще всего только в отпусках, которые два раза в год, ну и возможно несколько раз в увольнениях.

Таким образом, можно сказать, что всё же разговор офлайн намного интереснее, лучше. Сразу можно понять хочет ли человек разговаривать с тобой или нет, ты видишь его мимику и эмоции. Социальные сети не дают такой возможности. Человек может не отвечать на сообщения, но это не будет связано с тем, что он не хочет общаться, а, к примеру, плохой проводимостью сети Интернет. Всё-таки, «живое» общение является более актуальным для современной молодёжи, так как можно видеть, как ведёт себя собеседник, наблюдать за тем, как он искренне радуется или с интересом рассказывает о чём-либо. Социальные сети тоже имеют преимущества. Например, если нужно, что-то срочно узнать, либо же друзья живут на большом расстоянии, то в этом случае очень удобно поддерживать дружбу и делиться новостями.

Список литературы

1. Никитина, Е.С. Социология коммуникации / Е.С. Никитина. - М.: Palmarium Academic Publishing, 2014. - 636 с
2. Собирова Наргиза Нумонжоновна НЕВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ 2021 . [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/neverbalnaya-kommunikatsiya-1>
3. Спивак, В.А. Деловые коммуникации. Теория и практика / В.А. Спивак. - М.: Юрайт, 2017. - 460 с.

УДК 125.8

А.А.Гришина, М.С.Шорина

(Ульяновск, Ульяновский институт гражданской авиации имени Главного маршала авиации Б. П. Бугаева)

СОЦИАЛЬНАЯ СПРАВЕДЛИВОСТЬ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Аннотация: В статье рассматривается проблема занятости для людей с ограниченными возможностями, правовая поддержка, ограничения по труду и льготы для инвалидов. Рассматривается пример зарубежного опыта, усовершенствование инфраструктуры для маломобильных граждан.

Ключевые слова: люди с ограниченными возможностями, инвалиды, инвалидность, маломобильные граждане, занятость, трудовая деятельность.

На сегодняшний день проблема занятости людей с ограниченными возможностями является актуальной, так как маломобильные граждане испытывают различные трудности при трудоустройстве. Главными причинами тому служит физическая неподготовленность к различным

работам инвалидов, неоднозначная реакция других людей, нежелание трудоустраивать со стороны работодателя. В сфере трудовых отношений людям с ограниченными возможностями предоставляются определенные правовые гарантии. На федеральном уровне они регулируются Федеральным законом № 181-ФЗ и Трудовым кодексом Российской Федерации. Также вступили в силу законы и подзаконные акты, направленные на защиту прав инвалидов в сфере занятости.

В ТК РФ прописаны ограничения по труду людям с ограниченными возможностями, в зависимости от группы инвалидности: для инвалидов I и II групп максимальная продолжительность рабочей недели составляет не более 35; для инвалидов III группы стандартная рабочая неделя составляет обычные 40 часов. Такие ограничения вступают в силу при наличии справки, подтверждающую группу инвалидности. А при предъявлении индивидуальной программы реабилитации они подлежат изменению, где ясно указано максимально возможное количество часов работы в неделю. Противопоказанными для трудоустройства лиц с ограниченными возможностями являются условия труда, характеризующиеся такими уровнями производственных факторов, воздействие которых в течение рабочей смены создает угрозу для жизни, высокий риск возникновения тяжелых форм острых профессиональных поражений.

Кроме этого, работодателю необходимо предоставить работающему, который имеет ограничения в работе по состоянию здоровья, иные компенсации, предусмотренные ТК РФ. Так же работодателю необходимо правильно оборудовать рабочие места для работников с инвалидностью. Такие места включают в себя адаптацию оборудования, технические оснащения, дающие работнику осуществлять свою трудовую деятельность без нарушений ТК РФ. Главным аспектом здесь является соответствие требованиям, разработанным федеральным органом исполнительной власти. Для инвалидов различных групп инвалидности предусматриваются льготы от государства. Это могут быть:

- Денежные выплаты. Размер зависит от стажа и зарплаты.
- Льготы по ЖКХ. Инвалид платит всю сумму, но в конце месяца ему на карту возвращается половина, если в квартире помимо него еще кто-то прописан, то возвращается меньше половины, так как квартплату распределяется между всеми жильцами.
- Налоги. Освобождаются от налогов за квартиру и дом инвалиды 1,2 группы, инвалиды с детства и дети-инвалиды, получают скидку по транспортному налогу.
- Общественный транспорт. Общественный транспорт бесплатен для инвалидов 1 и 2 групп и их сопровождающих.
- Междугородний транспорт. С 1 января по 15 мая инвалиды 1 и 2 групп получают скидку 50% , в остальное время они могут съездить бесплатно туда и обратно один раз.

- Медицинские льготы. Предоставляется скидка на лекарственные препараты, для неработающих инвалидов 3 группы и работающих 2 группы скидка 50%. Бесплатно получают лекарства инвалиды 1 группы, дети-инвалиды и неработающие инвалиды 2 группы.

На примере зарубежного опыта трудоустройства лиц с ограниченными возможностями можно увидеть, что во многих странах были созданы определенные программы, разрушающие дискриминацию в трудовой деятельности инвалидов. Так, в Испании предприятие с числом работающих более пятидесяти человек обязано предоставить людям с ограниченными возможностями 2% рабочих мест. Во Франции 6% рабочих мест и с числом работающих более 20. В конце апреля этого года испанский фонд и Микробанк подписали соглашение о выделении одного миллиона евро на развитие бизнеса для лиц с ограниченными возможностями. Американская же модель заботы о маломобильных гражданах заключается в законодательном регламентировании деятельности сферы социальных услуг и инициативах самого общества, которое направлено на ощущение полноценности людей с ограниченными возможностями. Так же, развитая на западе идея полной интеграции маломобильных граждан в жизнь общества привела к оборудованию банкоматов специальными аудио- и видеосистемами.

Чтобы усовершенствовать инфраструктуру для инвалидов должны быть разработаны специальные проекты, которые будут направлены на улучшение условий доступа, например, доступа к пандусам в соответствии с определенными правилами, добавление светофоров со звуковыми сигналами и внедрение тактильного покрытия для слепых и слабовидящих, перепроектирование остановок общественного транспорта. Доступность людей с ограниченными возможностями к городскому оборудованию, к зданиям, транспортным сетям, центрам отдыха, туризму и другим разнообразным городским сооружениям является способом предотвращения новой инвалидности. Правильное планирование инфраструктуры позволит вывести маломобильных граждан из изоляции. Например, на улице должны быть созданы специальные зоны отдыха для инвалидов-колясочников; пешеходные переходы должны оборудоваться покрытием для слепых, звуковыми сигналами и направляющими стрелками; пандусы оборудуются в соответствии с определенными требованиями: ширина пандуса, рассчитанного на одностороннее движения, не должна быть менее 1 м. При двустороннем – не менее 180 см. Глубина горизонтальной площадки от 150 см. Покрытие не должно быть скользким. Иногда устанавливают специальные противоскользкие накладки; в лифте должно быть достаточно места для коляски с помощником, кнопки должны быть с тактильным покрытием, так же в лифте должно присутствовать звуковое оповещение; система для

доступа к общественному транспорту должна быть разработана с учетом интересов людей с ограниченными возможностями, чтобы их доступность была беспрепятственной.

Трудовая деятельность для людей с ограниченными возможностями так же важна и необходима, как и для обычных людей, поэтому необходимо в первую очередь призвать и заинтересовать работодателей в предоставлении рабочих мест маломобильным гражданам, в обустройстве этих мест. Необходимо дать возможность людям с инвалидностью реализовать себя в сфере труда, в социальной жизни, открыть новые способности и почувствовать себя нужными.

Список литературы

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 01.04.2019)
2. Федеральный закон от 24.11.1995 N 181-ФЗ (ред. от 11.06.2021) "О социальной защите инвалидов в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 26.09.2021)
3. Федеральный закон о социальной защите инвалидов в РФ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://normativ.kontur.ru>.

УДК 316.4

Е.П. Галкина , М.И. Кадничанская

(Ульяновск, Ульяновский государственный университет)

ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЕ: ДОСТУПНОСТЬ И РИСКИ В ЦИФРОВОМ ОБЩЕСТВЕ

Аннотация: В статье рассматриваются проблемы образования в онлайн-формате в современном обществе. Выделены как сложности с организацией программ для обучения в онлайн-формате для самих учебных заведений и преподавателей, так и проблемы неготовности российских студентов к полноценному образованию в такой форме и соответствующие риски. Выделены важные направления для развития онлайн-образования в России, в том числе с учётом сложившихся условий, связанных с распространением COVID -19.

Ключевые слова: система образования, цифровизация, онлайн-образование, рынок онлайн-образования, риски.

Образование – это ценность, которая на протяжении долгого периода времени была и остаётся приоритетной для человека. Научно-технический прогресс вносит свои коррективы в общественную жизнь, происходит внедрение новых технологий в различные сферы жизнедеятельности людей, в том числе и в сферу образования. Искусственный интеллект, робототехника, информационные и коммуникационные инновации становятся всё более привычными в нашей жизни. Современное общество воспринимает цифровизацию как неотъемлемую часть своей жизни, её внедрение позволяет осваивать новые технологии, применяя их на практике, в том числе в образовании, в профессиональной деятельности.

Переход в онлайн пространство – это одно из изменений, которое произошло благодаря глобальной цифровизации. Изменились форма и содержание самого образовательного процесса. Онлайн-обучение – это обучение в режиме “здесь и сейчас”, опосредованное соединением. Такой формат появился в сфере дистанционного обучения и стал его логическим продолжением с развитием интернета и цифровых технологий.

Онлайн-образование охватывает всё большее количество людей, но вместе с тем, в большинстве случаев, системы образования во многих странах находятся в исторически сложившихся технологических укладах. Начиная с конца XX века люди стали обращать внимание на новшества, продиктованные цифровизацией для образовательного процесса. В 2005 году М. Олсен (американский экономист, профессор экономики Мэрилендского университета) и М. Петерс (американский экономист, социолог) более детально рассмотрели механизм влияния цифровизации на методы и формы обучения. Уже в 2017 году был проведён анализ негативных тенденций Г.Ю. Беляевым. Данные тенденции явились результатом влияния цифровизации на образовательный процесс [2, с.120-148].

Внедрением онлайн-образования в жизнь людей можно назвать событие 2001 года, когда Массачусетский технологический институт запустил проект под названием «OpenCourseWare», позволивший получить доступ к ряду учебных материалов и учебных программ. Это событие обратило на себя внимание за счёт того, что появилась системность в онлайн-образовании, чего не было сделано до этого. За 20 лет инициатива отдельного института переросла в функционирование огромного количества онлайн-платформ, доступ к которым возможен из любой точки мира. В настоящее время в мире существует более 11000 образовательных программ открытого формата, более 20 млн. слушателей используют эти ресурсы для обучения.

На начало 2019 года мировой рынок онлайн-ресурсов для обучения составил более 50 млрд. долларов США. Рынок онлайн-образования не однороден: рынок США наиболее крупный – около 53% мирового рынка, далее идут азиатские страны – около 22% мирового рынка, на третьем месте Европейский союз – 16%, остальные же страны, включая Россию – всего 9% [4, с.19-25].

Рынок онлайн-образования сейчас – это целая коммерческая ниша, прибыльный бизнес. Сегодня данный вид образования не сосредоточен только в «стенах» учебных заведений [3, с.13-27]. Главным вопросом для размышления является: «Приобретает ли человек в результате онлайн-образования такие качества, которые обеспечили бы ему эффективное и успешное развитие в профессиональной сфере, выполнение необходимых функций для

дальнейшего роста и развития в социальном и профессиональном плане?»

На сегодняшний день нет сложившейся системы признания равенства онлайн-образования и его традиционных форм. Это обусловлено низким уровнем услуг, представленных на рынке. По мнению Кузнецова Н.В. ценность составляет не более 10-15 % от общей массы образовательного контента. Следствием этого является то, что большинство работодателей признают только сертификаты крупных и известных центров с онлайн-подготовкой, которые сами строят отраслевые стандарты: Microsoft, CiscoSystems, SAP и другие. Так же признаются и курсы известных университетов: МГУ им. М. В. Ломоносова, МГТУ им. Н. Э. Баумана и другие. Сертификаты о прохождении малоизвестных программ и курсов значительной роли как правило не имеют. Данная проблема характерна не только для российского общества. Решение данной проблемы возможно на законодательном уровне. В США в 2013 году образовательным советом был одобрен ряд онлайн-курсов для зачёта в колледжах. Уже в 2014 году Европейская комиссия поддержала идею приравнивания онлайн-образования к его традиционной форме [4, с.19-25].

Сегодня в России только 26,8% организаций среднего и среднего профессионального образования и 39,3% высших учебных заведений используют обучение онлайн-формата [6]. Учреждения, которые всё-таки решили внедрять онлайн-технологии сталкиваются со следующими проблемами:

- Цифровая инфраструктура самого учебного заведения недостаточно развита. Как раньше преподаватели писали задания на доске, так и сейчас, разница только в том, что 100 лет назад писали мелом, а сейчас маркером. Низкий уровень обеспечения компьютерами и подключения к сети Интернет.

- Организация и осуществление подготовки преподавательского состава для работы в цифровом пространстве. Современному преподавателю необходимо одновременно быть специалистом в предметной области (желательно, с практическим опытом), владеть новейшими образовательными технологиями, а также быть продвинутым пользователем ПК, современных информационных систем.

Кроме сложностей организации программ для обучения в онлайн-формате для самих учебных заведений и преподавателей, существует проблема неготовности российских студентов к полноценному образованию в такой форме. В результате ряда проведенных социологических исследований были получены следующие результаты. В 2018 году больше половины респондентов отдавали предпочтение классическому образованию (данные были получены Научно-аналитическим Центром социологических исследований совместно с

кафедрой социологии и психологии ГУУ (389 респондентов, средний возраст которых – 19 лет) [6,7]. Результаты исследования, проведенного научным коллективом Томского государственного университета в ходе опросов студентов и преподавателей российских вузов, а также родителей студентов об отношении к дистанционному формату обучения и оценке качества высшего образования в условиях пандемии и после нее; во всех случаях выборки получены по результатам административных запросов к вузам и носят невероятный характер; охвачены все федеральные округа РФ (онлайн опрос, 36000 студентов, 11% иностранных студентов; 24000 преподавателей; 800 человек родителей, июнь-июль 2021 г.) показали следующее:

- Произошла нормализация отношения к дистанционному формату обучения: наблюдается значительное снижение негативных оценок и критики по сравнению с предыдущими волнами опросов. 50% студентов отдают предпочтение смешанному формату обучения, а каждый пятый хотел бы учиться только онлайн. Около 70% преподавателей полагают, что смешанный формат обучения станет повседневной реальностью в высшем образовании, против 20% в апреле 2020 года.

- Несмотря на нормализацию дистанционного обучения, тотальный онлайн не позволяет обеспечить качественное образование. Только 7% студентов считают, что наиболее качественное образование можно получить в полностью дистанционном формате. 40% студентов не хватает личного общения с одногруппниками, 30% — с преподавателями.

- Не происходит качественного изменения в сфере методик преподавания и технологий педагогического дизайна учебных курсов, позволяющих обеспечить высокое качество образования в дистанционных и смешанных форматах. 70% преподавателей ориентированы на контент, разработанный внутри собственного вуза. 35% преподавателей обращаются к онлайн материалам других российских вузов, 10% - обращаются к онлайн-материалам зарубежных университетов.

- Распространенность практик академической нечестности создает высокие риски для качества образования в условиях дистанционного и смешанного форматов обучения.

- Одной из важнейших угроз качеству образования, требующих повышенного внимания со стороны руководства университетов, является психологическое благополучие и ментальное здоровье студентов. Особенной группой риска являются первокурсники бакалавриата/специалитета, что может быть связано с тем, что они более остро переживают нехватку общения с преподавателями и сверстниками, обладают менее развитыми навыками саморегуляции и самоорганизации, критично важными для эффективного обучения в дистанционном и смешанном форматах.

- ³/₄ студентов демонстрируют различные признаки психологического неблагополучия: из них около 20% – синдромы депрессии умеренной тяжести или тяжелой депрессии [1, с. 30-42].

Решение данных проблем может заключаться в организации «смешанного обучения», когда существует классическая форма, в которую включены элементы онлайн-формата обучения. Другой возможной вариацией может стать внедрение систем искусственного интеллекта, создавая «иллюзию присутствия». Данная сфера не является чем-то далёким от реальной жизни. В 2017 году китайский алгоритм-репетитор YiXue впервые превзошел преподавателя-человека показав улучшение результатов тестов у обучающихся на 36,13 баллов, против 26,18 баллов. Число пользователей по данному ресурсу на настоящий момент более 100 000 человек [5].

Современному российскому образованию сегодня, в том числе учитывая сложившиеся условия, связанные с распространением COVID -19, необходимо быстро адаптироваться к мировым изменениям. Исходя из вышеизложенного, можно выделить такие важные направления для развития онлайн-образования:

- Совершенствование регулирования со стороны законодательных органов. Установление единых стандартов для онлайн-обучения, в результате чего возможно повышение уровня и качества онлайн-продукта. Как следствие, сертификатов и дипломов о прохождении образовательных программ такого формата повсеместно.

- Развитие цифровой инфраструктуры с привлечением финансирования со стороны государства и частных инвестиций. Организация подготовки преподавательского состава в рамках онлайн-образования.

- Использование новшеств и креативных решений при организации онлайн-образования для выхода на новый, продвинутый уровень в данной сфере, вовлечение слушателей в образовательный процесс, реализация их творческого потенциала.

Онлайн-образование предоставляет множество возможностей, но наряду с этим существуют и соответствующие риски:

- В мире ещё нет чётко сформулированной педагогической или психолого-педагогической теории онлайн-обучения; нет чётких доказательств того, что использование онлайн формы образования повышает уровень усвоения знаний и навыков обучающегося.

- Нет всех необходимых компонентов для обучения. Общение состоит из 3-х компонентов (коммуникативного, интерактивного, перцептивного), а также из 2-х сторон (вербальной и невербальной). Всё это реализуется в классической форме обучения. В случае с онлайн-образованием часть компонентов утеряно.

- Большое число инструментов для решения педагогических задач создают повышенную нагрузку для потребителей онлайн-услуг и

преподавательского состава (необходимо время для поиска, установки, освоения новых технологий)

- Времени на создание цифрового образовательного продукта требуется больше; кроме того, происходит быстрое устаревание информационных ресурсов, тем самым снижается качество контента. Государственные учреждения не отходят от классических форм преподавания, следовательно, увеличивается нагрузка на преподавателей, включая онлайн-программы как дополнение к офлайн-формам обучения. Создаётся двойная нагрузка, становится больше обязанностей (дублирование информации для слушателей, увеличение отчётности и так далее)

- Процесс цифровизации создаёт риски в продвижении определённых педагогических новшеств и идей, так как часть из них может не подлежать оцифровыванию. Возникает вопрос о снижении качества сформированных знаний и умений, развитие которых возможно только при межличностном общении.

- Информационная безопасность и снижение её уровня. Защитить авторские права и персональные данные иногда становится проблемой в современном мире.

- Дискриминация преподавателей, которым в силу своего возраста сложно осваивать современные методы преподавания. Сложность с адаптацией в меняющейся цифровой реальности может возникнуть и у самих потребителей онлайн-программ для обучения (нет качественных устройств для доступа к онлайн-ресурсам, доступа к сети Интернет)

- Психологические риски. Зависимость от гаджетов становится настоящей проблемой для современных людей.

Таким образом, цифровизация – это глобальный процесс, поэтому необходимо понимать, что развитие цифрового образования – это системный процесс, охватывающий не отдельные структуры, а общество в целом. Для его результативного внедрения необходимо сотрудничество учёных, специалистов сферы IT, разработчиков ПО (программного обеспечения), преподавателей и самой общественности, как потребителя современного вида услуг в сфере образования.

Список литературы

1. Абрамова М., Баранников К. А., Груздев И. А., Жихарев Д. А., Лешуков О. В., Отт М., Рогозин Д. М., Сандлер Д. Г., Суханова Е. А., Терентьев Е. А., Фрумин И. Д. Качество образования в российских университетах: что мы поняли в пандемию: Аналитический доклад. / науч. ред. Е. А. Суханова, И. Д. Фрумин. – Томск: Издательство Томского государственного университета, 2021. – 46 с.

2. Аникин В. А. Человеческий капитал: становление концепции и основные трактовки / В. А. Аникин // Экономическая социология. – 2017. – № 4. – С. 120-148.

3. Гаврилова, К.С. Востребованность онлайн-образования среди молодежи/ К.С. Гаврилова // Научное сообщество студентов: Междисциплинарные исследования. –2019. – № 3. – С. 13-27.

4. Кузнецов, Н.В. Онлайн-образование: ключевые тренды и препятствия/ Н.В. Кузнецов// E-Management. – 2019. - №1 – С.19-25.

5. Автономное образование, YX [Электронный ресурс] URL: <http://www.classba.cn/ru>

6. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] URL: <http://www.gks.ru/>

7. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки. Реестр лицензий на образовательную деятельность. [Электронный ресурс] URL: <http://obrnadzor.gov.ru/ru>

УДК 316.36

В.Е. Каманина

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

РОЛЬ СМИ В ПОДДЕРЖАНИИ СОЛИДАРНЫХ СВЯЗЕЙ В ОБЩЕСТВЕ

Аннотация: В условиях глубоких системных институциональных трансформационных процессов ведется дискуссия о роли СМИ, призванных служить гражданскому обществу. Исследовательский интерес представляют теоретические и практические вопросы реализации гражданских функций института СМИ.

Ключевые слова: гражданские функции СМИ, традиционные СМИ, новые медиа.

Процессы модернизации института СМИ, обусловленные глобальными интеграционными процессами, совершенствованием информационно-коммуникационной инфраструктуры, кардинальными экономическими, социальными, политическими и культурными изменениями, повышают актуальность изучения реализации гражданских функций медиа. Современные СМИ претендуют на усиление социально-политической значимости в решении проблем мобилизации общественности, выполнении роли посредника между органами власти и населением, формировании одобрения в общественном мнении гражданских инициатив. Однако реализация этих задач проходит в противоречивых условиях двойственной природы СМИ: образовался разрыв между тем, что делают традиционные СМИ и особенностями медиапотребления аудитории; информационный вакуум, который не могут занять профессионалы, занимают непрофессионалы.

Целью данной статьи является определение характера реализации гражданских функций СМИ в условиях модернизации общества и трансформации медиaprостранства.

Теоретические основы изучения эффективных форм включенности СМИ в развитие и поддержание солидарных связей нашли отражение в работах Э. Тоффлера, Д. Истона, Г. Алмонда.

Исследователи демократических процессов и эффективных форм включенности гражданского общества в процессы управления

основным ресурсом для социально-экономического возрождения в период кризиса считают идеологическую функцию масс-медиа основной. По мнению Э. Тоффлера, являясь гипердинамичной комплексной системой, СМИ стремительно развиваются, усложняются и коммерциализируются, при этом сохраняют позиции субъектов политики, выступая важным ресурсом политических субъектов [3].

Родоначальник системного подхода или системной парадигмы Д. Истон представляет СМИ как часть политической системы взаимодействий, способствующей достижению оптимального размещения ресурсов в обществе. Посредством данного взаимодействия в обществе авторитарно распределяются не только материальные ресурсы, но и ведущие ценности, что способствует предотвращению конфликтов [2].

Представитель функционально-ролевого подхода Г. Алмонд предложил формулу оптимального типа политической культуры - «гражданской». В ее основе партиципаторная политическая культура, которая обеспечивает консенсус участия легитимных социальных институтов, в т.ч. СМИ, в основе которой лежит терпимость в отношении плюралистичности интересов и чувство взаимной веры граждан [1].

В условиях усложнения социальных связей современные СМИ способны эффективно реализовывать информационно-просветительскую, функцию социальной солидарности, обеспечения преемственности, мобилизации человеческих ресурсов, функции «четвертой власти». По результатам проведенного автором анкетного опроса населения (2021 г., n=1050) наиболее высокие оценки получили информационно-просветительская и функция социальной солидарности. Процессы цифровизации увеличили возможности приобщения граждан к сетевым ресурсам и большим объемам данных, поэтому особую ценность приобретает проверенная информация и анализ. В условиях пандемии основным вектором деятельности журналистов становится обеспечение общественного согласия. Журналисты, осознавая значимость функции социальной солидарности, стали активными участниками процесса. В нестабильном обществе, по мнению населения, СМИ очень важно: разоблачать фейки, привлекать экспертные мнения (63%); визуальный контент не должен способствовать панике (62%); сверять информацию с официальными источниками (57%), описывать события, истории людей, а не свое личное мнение (53%).

Однако снижение доверия к традиционным СМИ среди населения подрывает авторитет института СМИ в целом. Новые медиа в большей степени способствуют общественному согласию; но и они в сознании населения несут печать недоверия, не всегда действуют во имя общественного блага. Выходя за пределы реализации конструктивных

функций, новые медиа становятся инструментом внедрения позиций отдельной группы или индивидов под видом объективной.

В изменившемся медиапространстве у населения появляется новая возможность формирования коммуникационной модели участия. С другой стороны, переход от вертикально выстроенной структуры информационного поля к формированию горизонтальных и сетевых связей СМИ не в полной мере обеспечивает широкие группы населения информацией об актуальных процессах и способах решения новых проблем. На вопрос о достаточности освещения актуальных проблем России в СМИ больше половины респондентов (53%) отметили, что медиа освещают лишь некоторые проблемы, другие же замалчивают. Оставшаяся часть разделилась во мнении: 21% считает, что все проблемы освещаются должным образом; чуть больше (26%) – что не освещаются вообще.

Наиболее критично по отношению к СМИ настроены социально незащищенные группы населения – предпенсионного и пенсионного возраста (38%), с общим средним (38%) и средне профессиональным образованием (37%), а также с низким доходом (бедные – 47%). Опрошенные отмечают, что СМИ не освещают в должной мере значимые проблемы. Респонденты с высшим образованием (28%) и со средним уровнем жизни (24%) больше остальных доверяют СМИ и считают, что проблемы освещаются полностью (рис. 1).

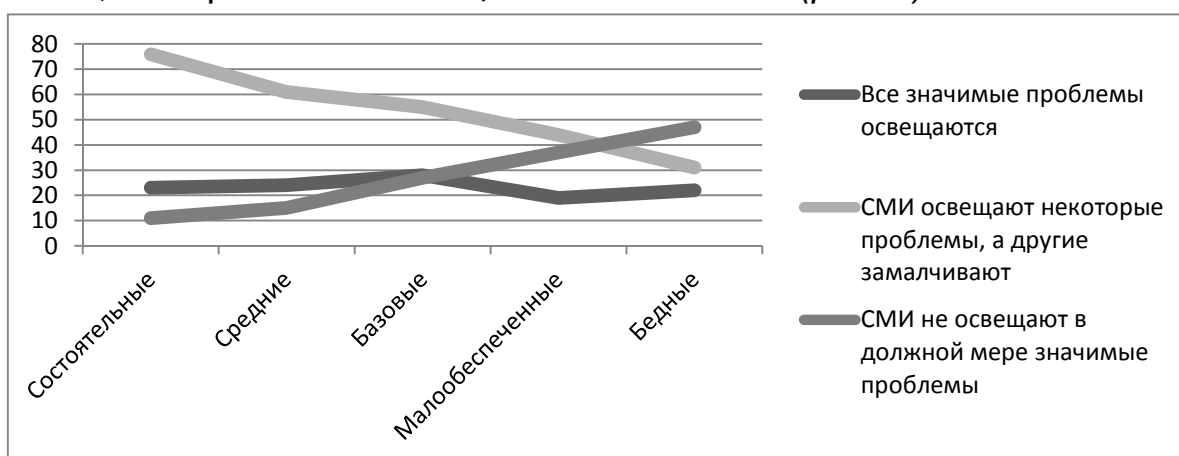


Рисунок 1. Степень освещения актуальных проблем в СМИ по мнению населения (в % от числа опрошенных; n=1050)

В анкетном опросе респондентам был задан вопрос: «На Ваш взгляд, эффективно ли работают журналисты в условиях пандемии?». Оценка населения неоднозначная: всего лишь 7% ответили «очень эффективно», 46% - «в чем-то эффективно, в чем-то нет», 31% - «скорее, неэффективно», 16% - «совсем не эффективно». Учитывая нормативные ожидания от выполняемой институтом СМИ функции, почти половина населения дает негативные оценки объединяющей деятельности журналистов; относит их роль больше к «участвующей», чем к «объединяющей» (рис.2).



Рисунок 2. Эффективность работы журналиста в период пандемии коронавируса (в % от числа опрошенных; n=1050)

Изменение профессиональных технологий в условиях цифровизации и коммуникационный кризис пандемии коронавируса стали вызовом для института СМИ; необходимо подстраиваться под интересы своих целевых аудиторий, понимать, какой тип контента нужен, быть быстрее, визуально ярче и понятнее. Традиционные СМИ, потерявшие монополию на информацию, кажутся ненужными. Поэтому некоторые журналисты становятся блогерами; для них это возможность выйти за рамки обычных СМИ, более полно раскрыть свой творческий потенциал. Для понимания отношения журналистов к блогерам обратимся к данным авторского глубинного интервью с представителями традиционных федеральных и региональных СМИ и новых медиа (2021 г., n = 34). *«Блогеры, которые в них работают, выражают свою точку зрения. Журналисту нельзя в это скатываться. Однако новые медиа помогают более свободно говорить на острые темы»* (женщина, 29 лет, телевидение).

Будучи основным средством для структуризации социальной среды, СМИ формируют, то есть придают целостность и зрелость общественному мнению, трансформируя его в гражданское. Результаты глубинного интервью показывают, что каждый третий журналист ориентирован соотносит роли СМИ с понятиями *«гражданин»*, *«активный журналист»*, *«солидарность в обществе»*, *«согласие в обществе»*. Принципиальной задачей медиа становится не только поиск и верификация новой информации. Под воздействием социальных трансформаций, в условиях глобального перехода общественной и экономической жизни из офлайна в онлайн стала очевидна гражданская функция, способствующая росту интеграции. Главная составляющая профессии, по мнению журналистов, – причастность к важным событиям, людям и актуальным проблемам России – является базовой характеристикой для выполнения гражданских функций СМИ.

Итак, в современном обществе важна эффективная реализация функций института СМИ, на основе которых возможно взаимопонимание социальных субъектов, солидарность, партнерство в решении социально значимых проблем в различных сферах. Общество делегирует журналистам осуществление контроля за соблюдением договора между властью и гражданами. Сфокусированность журналистов на направление значительных ресурсов для полноценного и тесного взаимодействия определяет публичный капитал института СМИ, который в конечном итоге способствует общественному согласию.

Список литературы

1. Алмонд Г., Верба С. Гражданская культура. Политические установки и демократия в пяти странах. М.: Мысль. 2014. 500 с.
2. Истон Д. Подход к анализу политических систем // Вестник московского университета. Сер.12. Политические науки. 2015. №5 с. 17-37.
3. Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ Москва. 2009. 795 с.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта №21-011-32131 «Роль региональных и федеральных СМИ в развитии гражданского общества: «четвертая власть» или сторонний наблюдатель».

УДК 364.662

Ю.С. Емелина , Л.Ф. Каримова, Д.А. Юртаева

(Пенза, Пензенский государственный университет)

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ УРОВНЯ БЕДНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема бедности в современном обществе, анализируются факторы, ее обуславливающие. Большое внимание уделяется основным причинам возникновения бедности в современной России. Предлагаются меры, направленные на борьбу с бедностью.

Ключевые слова. Уровень бедности, факторы бедности, причины бедности, современное общество, материальное положение, рабочие места, образование, коррупция, безработица, менталитет, инфраструктура.

Для исследования проблемы бедности необходимо выявить факторы, способствующие распространению данного явления. В современном обществе выделяют множество причин низкого материального положения населения. Причины бедности классифицируются разными специалистами по-разному, но обычно выделяются классификации по следующим признакам: социальные, экономические, регионально-географические, культурные, социально-медицинские, политические, демографические, религиозные и психологические.

В современном обществе факторы низкого материального положения населения делятся на следующие группы:

1) Факторы, включающие условия, способствующие росту бедного населения. К таким факторам относятся:

- ухудшение обстановки условий бизнеса, которое отрицательно влияет на доходы людей;
- уменьшение числа рабочих мест, повышающее уровень безработицы;
- сокращение числа населения, обеспечивающего предложение рабочей силы (экономически-активное население);
- снижение производительности труда, вызванное повышением уровня тяжелых заболеваний;
- неблагоприятная экологическая обстановка.

2) Причиннообразующие факторы, от наличия или отсутствия которых, зависит уровень низкого экономического положения населения. Данная группа включает следующие факторы:

- слабое здоровье населения;
- наличие проблем, связанных с психическим состоянием;
- проблема социальной изоляции;
- безработица;
- неравенство слоев населения;
- проблема коррумпированности;
- отсутствие дифференциации экономики;
- неудовлетворительный уровень безопасности;
- проблемы, мешающие развитию малого бизнеса;
- ограниченный доступ к получению образовательных услуг;
- деградация в инфраструктуре [1, с. 321].

Согласно официальным данным 13,5% населения страны находится за чертой бедности, это около 20 миллионов людей. Самые бедные регионы России представлены в таблице 1 [4].

Таблица 1. Самые бедные регионы Российской Федерации.

Регион	Население за чертой бедности
Тува	34
Республика Ингушетия	30
Еврейская автономная область	30
Кабардино-Балкарская Республика	24
Республика Алтай	24
Республика Калмыкия	23
Карачаево-Черкесская Республика	23
Забайкальский край	21

Слабое здоровье, хронические заболевания, наличие инвалидности, плохое психическое состояние (депрессия, подавленность) - это факторы, которые увеличивают вероятность становления бедными, ведь показатели работоспособности падают, снижая доход и препятствуя формированию независимости с точки зрения экономики.

Безусловно, самое большое влияние на уровень бедности оказывает безработица, уровень которой в современной России около 6% по данным Росстата на январь 2021 года. Отсутствие рабочих мест предполагает большие экономические и социальные проблемы. Большая часть трудоспособного населения остается невостребованной на рынке труда, то есть люди не имеют возможности получить зарплату и удовлетворить даже базовые потребности. Следовательно, происходит потеря квалификации, деморализация общества, разрушение семей и общественные беспорядки. Государственный бюджет несет большие затраты на удовлетворение социальных нужд. Наиболее значимая причина безработицы в России - это экспорт основных природных ресурсов в колоссальных масштабах и зависимость всей экономики от него. В современном обществе не создаются фабрики, занимающиеся обработкой природного сырья, вместо этого государство старается поднять экономику с помощью повышения объемов добычи и отправки необработанных природных ресурсов за рубеж, снижая предложение на трудовом рынке и показатель валового внутреннего продукта. Увеличение социальных издержек означает, что государство ведет борьбу с последствиями высокого уровня бедности, а не с ее причинами [2, с. 34].

Современная Россия занимает 119 место из 167 по уровню коррумпированности, которая является одним из наиболее важных факторов бедности. На сегодняшний день коррупция проявляется во всех сферах жизнедеятельности: в политике, образовании, науке, медицине. Лица, занимающие высокие должности, и чиновники, осуществляя коррупционную деятельность, приводят к обогащению богатых и обеднению бедных, что является одной из причин экономического расслоения населения.

Третий по важности фактор бедности в России - это дифференцированные доходы людей. Индекс неравенства доходов на начало 2020 года составлял 0,390 (согласно данным Росстата). Это означает, что неоднородность доходов в стране на очень высоком уровне, слишком большой разрыв между бедной и богатой частями населения.

Регионально-географические факторы бедности, возникающие из-за огромной территории страны и относительно небольшого населения с неравномерным распределением по площади, прямо влияют на уровень бедности в России. Их влияние основывается на разделенности страны на регионы с высоким промышленным и экономическим развитием, а также на регионы со слабым экономическим потенциалом. Следовательно, капитал концентрируется в высокоразвитых регионах, а в остальных регионах нет должного финансирования, что приводит к оттоку человеческих ресурсов. Это также сильно влияет на дифференциацию доходов между регионов и вызывает потребность в

дополнительном финансировании слаборазвитых регионов со стороны государства [4].

Немаловажным фактором уровня бедности населения является особенность менталитета и агрессивная внешняя среда. Психология бедности заключается в том, что в жизни современного человека, в его сознании постоянно создаются установки, препятствующие достижению целей. Так, из-за специфики образовательной модели и системы трудового стимулирования, у людей возникают некоторые психологические проблемы. Например, стремлению обеспечить себе заработок, для удовлетворения своих нужд мешают такие психологические ограничения, как пассивность, лень, депрессия, инертность, боязнь неудачи.

Преступность как фактор оказывает значительное влияние на уровень бедности, ведь преступность мешает стабильному развитию систем экономики и вызывает неустойчивость в процессах осуществления социальной и экономической политики на уровне регионов [3, с. 280].

Деградация в инфраструктуре подразумевает отсутствие дорог, коммуникационных сетей, объектов канализационных систем, больниц, учебных заведений, детских садов, обеспечения водой, газом, электричеством. Плохо развитая инфраструктура вызывает неэффективную занятость, сокращение количества рабочих мест, снижение уровня общего благосостояния и прогрессирование уровня бедности.

Развитие образовательной модели положительным образом влияет на экономику, национальную производительность, объем инноваций, уровень социальной ответственности. Часть населения, не имеющая возможность получить высшее образование, рискует не овладеть востребованной на рынке труда квалификацией и специальностью, что также приводит к бедности.

Обеспечить экономически-активное население условиями для эффективной трудовой занятости, то есть дать людям возможность для обеспечения себя и своих семей - это главная задача при борьбе с бедностью. Работа государства в этом процессе заключается в формировании таких рыночных условий, при которых происходит повышение конкурентоспособности отдельных предприятий и национальной экономики в целом. Для сокращения уровня бедности необходимо проведение политики по адаптации образовательной системы и подготовки кадров, а также разработка и введение системы защиты отечественного производителя [5, с. 38].

Подводя итог, важно отметить, что высокий уровень бедности является актуальной проблемой современного российского общества, существование которой обуславливает большое количество факторов. Существующие государственные программы, которые направлены на

борьбу с бедностью, ликвидируют только ее проявления, а не причины. Для решения этой проблемы необходима организованная, систематизированная деятельность государства по искоренению коррупции и борьбе с безработицей. Необходимо разработать более эффективные подходы к стимулированию развития предпринимательства во всех регионах, организовать мероприятия по перераспределению доходов и последовательно произвести работу по изменению менталитета граждан.

Список литературы

1. Амирова, С.А. Проблемы бедности в России // Актуальные вопросы современной экономики, 2020. - № 3. - С. 319-324.
 2. Королёва, Н.В. Бедность как социально-экономическая проблема // The Scientific Heritage, 2020. - № 43. - С. 31-37.
 3. Кошарная, Г. Б. Объективные и субъективные факторы социального самочувствия бедного населения (региональный аспект) / Г.Б. Кошарная, Л.Ф. Каримова // Социально-гуманитарные знания. – 2016. – № 9. – С. 275-285.
 4. Сайт Федеральной службы государственной статистики - URL: www.gks.ru.
- Эшматова, Д.А. Государственная политика РФ по преодолению бедности // Вести научных достижений, 2020. - № 7. - С. 36-38.

УДК 378.1.

И.Г. Гоношилина , А.И. Кулагина

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО УСПЕХА МОЛОДЕЖИ

Аннотация: статья посвящена проблеме влияния современных цифровых технологий на образовательную сферу, которая в свою очередь влияет на профессиональный успех молодежи. Производится анализ имеющихся исследований и статистики.

Ключевые слова: молодежь, цифровизация, дистанционное обучение, удаленная работа, Интернет

Общество в современном мире стремительно развивается, наращивает темпы интеллектуального и технического развития. Вследствие чего набирают обороты темпы создания новых знаний, сырья, технологий, новых видов энергии, что в свою очередь требует перманентный рост профессиональной квалификации сотрудников. Глобальна цифровизация заставляет изменять подходы к работе во всех направлениях, так как привычные живые взаимодействия с людьми или техникой начинают уступать виртуальной реальности, которая на сегодняшний день охватывает практически все сферы жизни: от общения в социальных сетях до телемедицины.

Актуальность данной темы заключается в том, что стремительное развитие информационных технологий и переход большинства процессов в режим «онлайн» оказывает двойственное влияние на

общество, в особенности на молодежь. Это в лучшем виде продемонстрировала пандемия COVID-19, которая перевела жизнь планеты в онлайн. С одной стороны, у молодых людей появилась возможность саморазвиваться и повышать свою квалификацию. С другой стороны, у большинства пропала дисциплина, которая поспособствовала утери навыков и знаний в различных сферах, что негативно сказалось на их профессиональной деятельности. Несмотря на то, что мир постепенно возвращается к привычной жизни, пережитки пандемии остаются: дистанционное обучение, удаленная работа. Это все оставляет отпечаток на профессиональной деятельности молодежи.

Цель данной статьи состоит в анализе двойственного влияния цифровизации на профессиональный успех молодежи. Понимание того, как влияют современные цифровые технологии на карьеру молодых людей, позволит снизить количество негативных моментов данного процесса.

Интернет и цифровые технологии стали неотъемлемой частью жизни современной молодежи. Согласно результатам исследования «Влияния цифровых коммуникаций на профессиональную культуру молодежи» 70,8% молодежи проводит в Интернете более 4 часов в сутки. Интернет и цифровые технологии используются не только в качестве развлечения, но и в образовательных и профессиональных целях. Но у такого взаимодействия есть как положительные, так и отрицательные моменты.

С позитивной точки зрения, цифровизация позволила молодым людям получать необходимую информацию с наименьшими временными затратами, она стала доступней, так как сейчас не нужно ходить в библиотеки или архивы, все есть в электронном формате; также появилась возможность дистанционного обучения, что повышает профессиональную квалификацию молодежи. Согласно результатам исследования «Влияния цифровых коммуникаций на профессиональную культуру молодежи», проводимого по данной теме Финансовым университетом при Правительстве Российской Федерации в августе-октябре 2018 г., Интернет является для большей части молодых людей важным и незаменимым источником образовательной и профессиональной информации (90,2%) [2]. Поэтому необходимо тщательно следить за информацией, которая появляется во всемирной информационной системе связи, чтобы не способствовать распространению дезинформации.

Интернет позволяет молодым людям самореализовываться в карьерной среде, приобщаться к профессиональным группам для обогащения необходимой для работы информацией и связями, и т.д. Социологическое исследование «Цифровые коммуникации в жизни молодежи», проводимое в 2020 г. в г.Ульяновск показывает, что для молодежи интернет-ресурсы помогают в немаловажных для них

процессах, таких как приобщение к профессиональным группам (27%), самореализация (25%).

С негативной точки зрения, цифровизация сформировала у молодежи особую систему восприятия информации - клиповое мышление, а именно поверхностное восприятия информации [1]. Человек поглощает информацию, не вдумываясь в ее смысл. Такая модель восприятия может помешать усвоению информации, которая необходима для профессионального роста [3].

Еще одним негативным моментом является огромное количество фейковой информации в Интернете, что может лишить представителя молодежи достоверных знаний, которые станут преимуществом в профессиональной среде, так, выбирая кандидатов на работу, работодатель выберет того, кто обладает точными знаниями, так как человек с недостоверными знаниями может совершить ошибку на рабочем месте, что не позволит ему продвинуться по карьерной лестнице выше, и т.д.

Подводя итоги, необходимо упомянуть, что цифровизация оказывает двойственное воздействие на профессиональный успех молодежи. Она как помогает в профессиональном развитии, так и затрудняет его, меняя мышление человека, упрощая его тем, что становится трудно анализировать и воспринимать какую-либо информацию, что затрудняет процесс обучения, необходимый для успешного карьерного роста. Стоит отметить, что необходимо разрабатывать новые методы обучения будущих специалистов, так как профессиональный успех во многом зависит от образования, чтобы последствия цифровизации не усугубляли ситуацию на рынке труда и в обществе в целом. Влияние цифровизации на профессиональный успех молодежи не ограничивается вышеперечисленными моментами. Требуется более подробное и точное исследование по данной проблеме.

Список литературы

- 1.Авакова Э.Б., Кузнецов А.А. Взаимодействия образовательных учреждений и организация-работодателей в условиях цифровизации: // Телескоп: журнал социологический и маркетинговых исследований. 2021. №1. – С. 85. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vzaimodeystvie-obrazovatelnyh-uchrezhdeniy-i-organizatsiy-rabotodateley-v-usloviyah-tsifrovizatsii/viewer>.
- 2.Профессионализация молодежи в цифровой среде [Электронный ресурс]. URL:<https://www.km.ru/science-tech/2018/11/13/studencheskaya-zhizn/833442-professionalizatsiya-molodezhi-v-tsifrovoi-srede>.
- 3.Что такое клиповое мышление и как извлечь из него пользу [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/60dad2ce9a794760a59e66f5>.

УДК316

К. А. Конова , Е. С. Лапшина

(Пенза, Пензенский Государственный Университет)

ВОЗДЕЙСТВИЕ СМИ НА МОЛОДЕЖЬ

Аннотация. В статье проведен обзор наиболее популярных СМИ, которыми пользуется молодежь, и на данный момент – это социальные сети. В первую очередь рассмотрено, как массивы негативного контента влияют на психику молодежи в целом, а также проанализировано, как обилие непроверенных фактов в интернете влияет на развитие молодежи. В заключительной части статьи сформулированы некоторые рекомендации, направленные на формирование критичного взгляда у молодежи на получаемую в СМИ информацию.

Ключевые слова: Средства массовой информации, молодежь, социальная сеть, интернет, контент, достоверность информации, деструктивные сообщества, критичность восприятия.

Информация, которую предоставляют современные СМИ, значительно влияет на мировоззрение, мировосприятие и взгляды общества. Однако, наибольшее влияние СМИ оказывают на молодежь, так как их мнение и их убеждения находятся еще в процессе формирования и зависят во многом от получаемой извне информации. Проблематикой настоящей статьи является важность адекватного восприятия молодежью информации, предоставляемой СМИ, формирования у молодого поколения умения критически мыслить.

Рассматривая региональный уровень, официальные СМИ в Пензенской области представлены следующими компаниями: двенадцать телевизионных и радиокompаний, двенадцать газет и журналов, девять электронных СМИ, семь досок объявлений.

Наиболее крупными и авторитетными являются: ГТРК «Пенза», телеканал «Экспресс», 11 канал - ТРК «Наш дом», Радио «Экспресс», газеты «Пензенская правда», «Улица Московская», электронные СМИ «Пензенский информационный портал Pnz.ru», Региональное информационное агентство PenzaNews, и другие. Однако, по данным многочисленных социальных исследований, лидером среди всех СМИ являются социальные сети [2].

В XXI веке социальные сети активно внедрились в повседневную жизнь, практически, каждого современного человека. Сейчас это является неотъемлемой частью жизни среднестатистического индивида. WhatsApp, VK, YouTube, Instagram, Snapchat, TikTok – перечислять можно долго.

Можно отметить несколько актуальных и интересных фактов об СМИ в интернете:

1) каждый день по сети пересылается около 247 миллиардов электронных писем;

2) ежеминутно в YouTube загружается около 300 часов видеосъемок. Более того, YouTube каждый день проверяет около 100 лет видеозаписей на соблюдение авторских прав;

3) виртуальные свидания приносят ежегодный доход в 2,2 миллиарда долларов;

4) количество зарегистрированных граждан Российской Федерации за 2020 год выросло почти на 14 %;

5) в нашей стране большее количество новых аккаунтов за год появилось в такой социальной сети, как Instagram, в свою очередь социальная сеть VK стоит на первом месте по числу публикаций;

6) среди пользователей Instagram и VK преобладает женская аудитория; мужчин больше в YouTube и Twitter;

7) ежедневно пользователи сети Twitter публикуют по 500 миллионов твитов [4].

Влияние СМИ в интернете на мировосприятие молодежи огромно.

В данной статье большее внимание уделено социальным сетям, так как на сегодняшний день они характеризуются наибольшим информационным влиянием именно на молодежь. Следует отметить, что социальные сети оказывают как положительное, так и отрицательное воздействие на молодое поколение. Это обосновано тем, что социальные сети, в первую очередь, молодежь в социальных сетях может показать и проявить себя, что для данной возрастной категории людей является одним из наиболее важных способов социализации, формирования своего имиджа. С помощью различных социальных сетей возможно сформировать тот образ, который является наиболее привлекательным для общества. В интернете некоторые положительные черты своей личности можно приукрасить, а нежеланные – сократить или совсем не показывать. Именно поэтому в социальных сетях всё проще, чем в реальном мире.

Но хотелось бы уделить особое внимание тому, как молодому поколению в условиях многочисленных потоков разной информации, достоверность которой не всегда доказана, сформировать критическое восприятие СМИ.

В первую очередь стоит отметить, как массивы негативного контента влияют на психику молодежи в целом.

Безусловно, такая информация всегда и будет, не только в Интернет-ресурсах, но и в других видах СМИ. Осведомленность о возможных угрозах помогает молодежи предостеречь себя от них. Однако, яркие заголовки привлекают молодое поколение, подростки часто углубляются в такую негативную информацию, участвуя при этом в различных комментариях и спорах по поводу того или иного происшествия. К сожалению, есть подростки, чьи типы характеров и темпераментов, заставляют воспринимать такие новости слишком

близко, что является губительно для их психики, при этом провоцируя стресс, панические атаки и бессонницу.

Кроме того на развитие молодежи влияет обилие непроверенных фактов в интернете.

К сожалению, такие новости были, есть и будут, потому что у общества всегда есть спрос на такие вещи. Всегда возникает вопрос о том, почему людям нравятся фейковые новости. Ответ кроется в формате их преподнесения аудитории, как правило они ярче настоящих. Когда в СМИ рассказывается информация, основанная и подкрепленная настоящим фактом, такая информация анализируется, аргументируется, когда рассказывается какой-то слух или сплетня, она, как правило, приукрашена. Фейковые новости часто имеют яркий заголовок, впечатляющую картинку, и это цепляет на эмоциональном уровне. При чтении таких новостей тоже необходимо воспитывать в себе критичность, особенно если представитель молодого поколения очень восприимчив. Важно научить молодежь перепроверять полученную информацию в других источниках.

Также хотелось бы выделить основные сетевые угрозы, которые представляют современные СМИ.

Все их можно разделить на три основные группы.

Первая – проблемы идентичности, когда есть несогласованность образов «я – реальное» и «я – виртуальное». Это глобальная проблема. Например, в реальной жизни подросток испытывает трудности в коммуникации, он не самый популярный в классе, у него трудности во взаимоотношениях с одноклассниками. Однако при этом в социальных сетях он находит такую группу единомышленников, которое его признает, только с ними он может свободно общаться и, зачастую, даже довериться кому-то из виртуальных собеседников. Постепенно подросток и сознанием, и эмоциями полностью погружается в виртуальность, перестает жить и развиваться в реальности, у него формируется личностный конфликт, из которого, как правило, он уже самостоятельно выбраться не может.

Ко второй проблеме современных СМИ относятся именно деструктивные сообщества. Администраторы таких групп или сообществ находят тех, у кого есть те или иные проблемы. Поиск таким молодых людей достаточно прост, так как молодежь часто проявляет свои эмоции через выбор музыки, различных высказываний, картинок. После обнаружения такого подростка начинается его вербовка, за которую несет ответственность обученный различными психологическими приемами человек. Как правило, сначала идет убеждение вступить в конкретную группу, после чего поступает предложение совершить какой-либо поступок, который поможет молодому человеку поднять свой социальный статус, или решить иные личные проблемы.

И третья группа рисков – нарушение психического развития за счет чрезмерного использования гаджетов. У молодежи теряется чувство реальности, что грозит неадекватному восприятию происходящего. То, что молодое поколение видит в интернете или на телевидении нравится им больше, чем реальный мир, что провоцирует нарушения центральной нервной системы. Все больше углубляясь в виртуальный, вымышленный и приукрашенный мир, молодежь разочаровывается в происходящем в реальном мире, что вызывает депрессивное состояние и расшатывает психику подростка [3].

Как показывает статистика, социальные сети не лучшим образом влияют на манеры поведения молодежи. Это легко объяснить тем фактом, что на формирование характера личности напрямую влияет ее окружение. Сегодня молодое поколение во всем подражает взрослым. К огромному сожалению, кумиры с большой аудиторией в социальных сетях не всегда осознают всей ответственности перед своей аудиторией.

Таким образом, необходимо предпринимать меры, направленные на формирование критичного взгляда у молодежи на получаемую в СМИ информацию, и принятие своего социального статуса, не противоречащего между виртуальным и реальным миром.

Важно обучить молодежь тем способам саморегуляции, рефлексии, которые помогут им распознавать опасности в социальных сетях и других СМИ. В первую очередь, необходимо научить не только сопоставлять информацию, представленную в профиле, но и дифференцировать свои эмоции. Например, если профиль понравился и возникает желание «лайкнуть» контент, это не значит, что нужно сразу добавлять этот профиль в друзья и вступать с ним в общение. Необходимо для начала проанализировать этот профиль, его реакцию на лайки, состав друзей, подписчиков [1].

Проблема расширения влияния сомнительного, негативного, недостоверного, противоправного контента на формирование мировоззрения молодого поколения сегодня стоит перед обществом наиболее остро. В связи с этим возникла необходимость усилий всех средств массовой информации на создание позитивного контента, направленного на укрепление гражданской идентичности и духовно-нравственных ценностей молодежи.

Список литературы

1. Гончаренко К.О. Роль СМИ в формировании гражданской идентичности молодежи // Коммуникология: электронный научный журнал. – 2020. - №1. – С. 35-44.

2. Заместитель Главы города Иван Краснов принял участие в обсуждении темы влияния СМИ на развитие мировоззрения молодёжи // Официальный сайт Пензенской городской Думы. - 19.03.2021. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.pgдума.ru/news/zamestitel-glavy-goroda-ivan-krasnov-prinyal-uchastie-v-obsuzhdenii-vliyaniya-smi-na-razvitie-mirovo/>

3. Карпова М.К., Евдокимов В.И. Роль СМИ в трансформации социокультурных ценностей современной молодежи // Наука. Общество. Государство. – 2019. - №2(26). – С. 173-179.

4. Толмачева С.В. О средствах массовой информации в формировании мировоззрения современной российской молодежи // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. – 2019. - №2(59). – С. 10-19.

УДК 364.2

П.В. Майорова, И.А. Плохова

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЁЖИ К ОРГАНАМ ВЛАСТИ: ВОЗМОЖНОСТИ ДИАЛОГА

Аннотация: Статья посвящена изучению взаимодействия молодёжи с органами государственной власти, отношению молодёжи к политике, в целом, сущности коммуникаций молодёжи с органами власти.

Ключевые слова: власть, молодёжь, политика, реализация социальных проблем.

Молодёжь – будущее нашей страны, да и всего мира в целом. Ведь без участия молодёжи в инновациях, мы не сможем создать то самое технологическое общество, к которому так стремимся. Важный методологический принцип взаимодействия молодёжи с органами власти заложен в концепции социально-экономического развития Российской Федерации, определяющей целью государственной молодёжной политики – создание условий для успешной социализации и эффективной самореализации молодёжи, качественного развития потенциала молодежи и его использования в интересах инновационного развития страны.

Актуальность данной темы заключается в том, что молодёжь отказывается взаимодействовать с органами государственной власти, не верит в то, что будет услышана, опускает руки и не готова решать проблемные ситуации мирным путем, именно поэтому в наше время возрастает количество различных митингов, которые не заканчиваются ничем хорошим.

Взаимодействие молодежи с органами власти, мирный диалог, возможность услышать друг друга и решить насущные проблемы – решение проблемы роста митингов против государственной власти со стороны молодёжи. Необходимо продумать лучшую модель коммуникации молодёжи и органов государственной власти, которая позволит изменить положение в нашей стране в лучшую сторону и показать молодёжи, насколько она важна в экономическом, техническом и развитии в целом нашей страны, а возможно и всего мира [3].

Цель данной статьи: изучить взаимоотношения и взаимодействия молодёжи с органами государственной власти, показать формы взаимодействия государства и молодежи. Построение гражданского общества - совместный, ответственный процесс, социальный диалог, успех которого в равной степени зависит от обеих сторон. Мы

использовали метод вторичного анализа научных источников, чтобы проанализировать с помощью социологических исследований, как молодёжь относится к политике и власти в целом.

Насущная проблема в наше время заключается в том, что молодёжь не считает, что можно решить волнующие социальные, экономические и другие проблемы мирным путем, взаимодействуя с органами государственной власти. Также в настоящее время молодёжь практически не интересуется политикой, либо же относится к ней скептически [5].

Рассматривая материалы регулярных опросов общественного мнения Левада-центра, а также трех десятков фокус-групп, которые автор и его коллеги проводили в 2018-2019 гг. в Москве и других российских городах на тему “Отношения молодёжи к органам власти”, я смогла сделать определенные выводы[1]. Вплоть до лета 2018, и на протяжении многих лет, большинство молодых российских граждан демонстрировали высокие показатели поддержки политической системы. Однако изменения в общественном мнении, вызванные долгим падением уровня жизни и повышением пенсионного возраста, затронули молодое поколение тоже. Особенно отчетливо эти изменения заметны в возрастной группе 25—35 лет (те, кто моложе, все-таки в целом остаются лояльны режиму даже сегодня). Говоря о своих претензиях к властям, молодые респонденты на фокус-группах.

Однако есть и специфические претензии. Молодежь чаще недовольна ограничениями в Интернете, такими как блокирование Telegram, уголовные обвинения за репосты, блокировки сайтов – все эти меры каждый легко может соотнести со своим поведением. Эти запреты кажутся молодым россиянам не только вредными, но и лицемерными, поскольку при желании их можно обойти. Цензура фильмов и критика рэпа также делают власти менее популярными среди молодежи. Представители стареющего политического класса выглядят в глазах молодых людей все более унылыми и несовременными.

Подавление полицией протестов в Москве в 2019 году повлияло на мнение на мнение тех молодых людей, которые следили за событиями в социальных сетях. В фокус-группах в крупных российских городах в конце лета 2019 года молодые люди неоднократно упоминали случай с Дарией Сосновской, которую сотрудник милиции умышленно ударил в живот; одно из нескольких видео, запечатлевшее этот момент, имеет более 700 000 просмотров на YouTube. Многие представители молодого поколения восприняли репрессивную реакцию на протесты в Москве как подтверждение того, что власти «не хотят никого впускать», «они думают только о себе» и что «люди считаются второсортными» сила.

Нарастающее ухудшение экономической ситуации, усиленное падением цен на нефть и длительным карантинном, может усугубить наметившееся отчуждение молодого поколения от власти. Когда

ресурсов мало, руководству придется расставить приоритеты. Лояльность старшего поколения — более многочисленного и более политически активного — наверняка окажется для российских властей важнее, чем одобрение молодых людей, которых численно мало и которые в большинстве своем не участвуют в политике. В этой ситуации интересы современной молодежи и власти будут все больше расходиться; молодые люди будут все больше чувствовать себя отчужденными от власти и от политики.

Чтобы описать картину отношения молодежи к политике и участия молодых в политической жизни страны, нами был проанализирован социологический опрос, проведенный в октябре 2018г., кафедрой связей с общественностью и прикладной политологии Казанского федерального университета. В ходе исследования было опрошено 1318 респондентов в возрасте от 14 до 29 лет, в нем рассматриваются вопросы отношения молодежи к институту выборов, политики, а также использование молодежью источников политической информации [2]. Участниками опроса выступили студенты вузов Казани, а также учащиеся 9-11 классов общеобразовательных школ города. Методом сбора информации в ходе исследования был выбран массовый анкетный опрос по специально разработанной методике.

Согласно результатам опроса, менее половины респондентов (40,1%) интересуются политикой, при этом рассматривая предпочитаемые виды информации — политическая информация является абсолютным аутсайдером (3,2%). На вопрос «Как часто Вы читаете новости на политические темы?» 33% опрошенных ответили отрицательно, 44,3% связали свой интерес с крупными политическими событиями и менее 10% регулярно участвуют в обсуждении новостей на политические темы, в то время как менее 32% делают это эпизодически.

Следует отметить, что молодежь равнодушна как к информации политического характера, так и к конкретным российским публичным политикам. При ответе на вопрос «Читаете ли Вы блоги/посты политических деятелей?» 50,5% ответила отрицательно, 39,4% — просматривает иногда и лишь 7,6% обсуждает такие темы с друзьями. Также в иерархии жизненных интересов политика занимает лишь пятое место, опережая лишь религию[4].

Итак, интерес к политической жизни у молодых людей носит ситуационный характер и связан в основном с крупными общественно-политическими событиями.

Молодежь не интересуется политикой на постоянной основе, а по отношению к органам государственной власти вообще высказывает большое количество недовольств, не говоря уже о их взаимодействии. Именно поэтому необходимо устанавливать правильный и мирный контакт молодежи с органами власти, так как молодые люди — будущее страны, от них зависит, в каком мире будут расти следующие поколения,

поэтому несомненно важно, чтобы молодёжь играла большую роль в политических движениях нашей страны, а также коммуницировала с органами государственной власти.

Стоит заметить, что важно настроить эффективный взаимовыгодный процесс взаимодействия молодёжи и органов государственной власти, ведь таким образом мы сможем достичь идеальной модели поведения в обществе, а также все поколения будут спокойны за будущее мира в целом.

Список литературы

1. Волков Д. Ценности, ориентации и участие в политической жизни российского молодого поколения / Д.Волков; Левада-центр - Москва: 2020г. URL: <http://www.eedialog.org/ru/2020/06/12/cennosti-orient..>
2. Лаптев В.В., Морозова Г.В., Мюллер Д.Г. Отношение молодёжи к политике, выборам и источникам политической информации (по итогам социологического исследования) // Вестник социологии права и политологии. - 2018. - №4. - С. 230-238
3. Луков В.А., И. М. Ильинский О молодёжи и молодёжной политике / В.А. Луков // Социально-гуманитарные знания. -2007.- № 5.- С. 158-172.
4. Молодежь в условиях политической модернизации современной России. URL: <http://www.poliz.ru>
5. Тарцан В. Н., Щенина О. Г. Социально-политические проблемы молодежи // Россия в поиске эффективной политики модернизации: Сб. статей. – М.: Фонд «Научная перспектива», 2010

УДК 316.773

В.В. Меркулов, С.С. Дударев

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

СМИ В ЖИЗНИ ГОРОЖАН

Аннотация: В данной статье рассматриваются традиционные и цифровые СМИ. Изучены мотивы потребителей при выборе канала получения информации.

Ключевые слова: СМИ, традиционные СМИ, цифровые СМИ.

Традиционные средства массовой информации, являясь самыми доступными и распространенными в условиях современной России, обеспечивают большинство граждан сведениями из различных областей человеческой жизни, влияя на информационную и культурную ситуацию в современном обществе. В период стремительного развития Интернета у них возникают новые проблемы: усиление процесса цифровизации порождает все больше конкурентов - новых медиа; происходит модификация системы ценностей и моделей потребления контента у аудитории, что обуславливает необходимость модернизации традиционных средств массовой информации. [1]

Актуальность избранной нами темы обусловлена тем, что в сложившейся ситуации возникает острая необходимость интеграции

цифровых ресурсов в собственные стратегии продвижения традиционных СМИ, так как они позволят им успешно функционировать в цифровую эру и завоевывать новые позиции.

Цель нашей работы - выявить мотивы потребителей при выборе канала получения различной информации.

Информационная функция является одной из самых важных у традиционных и цифровых СМИ, поскольку назначение всех средств массовой информации - удовлетворение информационных потребностей человека, общества, государства.

Новые цифровые медиа имеют ряд преимуществ. Они интерактивные. Интерактивность предполагает непосредственную живую интеграцию зрителя в эфирное пространство — прием звонков в прямом эфире, голосование посредством мобильных приложений. Обратная связь в комментариях. В этом плане традиционные медиа, где создатель информации и её потребитель чётко разграничены, представляются однонаправленными. Если одна из основных общих черт цифровых и традиционных медиа возможность доступа к аудитории, то различия будут более значительными. Среди них можно обозначить следующие. [2]

Достигаемость. Технологии традиционных СМИ обеспечивают масштабность, но с помощью цифровых медиа возможность обратиться к глобальной аудитории получает каждый пользователь. Двусторонняя связь возможна и в традиционных СМИ, но вот мгновенной реакцией она не отличится. А значит ее эффективность теряется.

Мобильность. Сообщения в традиционных медиа и цифровых СМИ существенно отличаются по скорости доставки к потребителям, причём, не в пользу первых, тогда как сообщения в сетевых медиа транслируются практически мгновенно.

Гибкость. Цифровые СМИ могут адаптироваться под определенные потребности в контенте у аудитории. Они пробуют новые форматы для завоевания новой аудитории.

Новая ступень научно-технического прогресса способствовала расширению возможностей массовых коммуникаций, представляющих собой «кровеносную систему» современного общества. Условия размещения массовой коммуникации могут определять алгоритм развития (или трансформации) как самого общества, так и человека, существующего в нем.

Современные цифровые технологии создают новую социокультурную реальность, виртуальный мир может стать реальнее и желаннее, чем окружающая действительность. В этом новом мире человек должен уметь адаптироваться к жизни, применить новые программы социализации. Решающую роль в этом процессе играют наиболее технически совершенные интернет и телевидение. Несмотря на быстрое и широкое развитие цифровых СМИ, традиционные СМИ

продолжает выполнять функции главного источника информации (так считают 52 % населения России по данным ВЦИОМ в 2017 г.) и главного «просветителя». [3]

Тем временем под влиянием цифровых технологий на всех традиционных СМИ активно трансформируется характер потребления у аудитории. Традиционный линейный просмотр сообщений сокращается, возникает фрагментация и даже поляризация аудитории. С одной стороны, это обратная реакция на гонку за массовостью и рейтингом; с другой — ответ на контент, навязываемый федеральными каналами; с третьей — последствие влияния цифровых СМИ.

Молодые люди предпочитают находить в Интернете и отдельные, новые по стилистике передачи традиционных каналов, и не доступный массовой аудитории контент, скаченный с зарубежных сайтов, и пропущенные ими в эфире достойные внимания качественные художественные, познавательные программы: интеллектуальные сериалы, экранизации классики, артхаусные кинофильмы, передачи о науке, технике, путешествиях, любви, семье, отдельном человеке.

Для реализации поставленной цели мы провели качественное исследование «Новые и традиционные СМИ в жизни людей» в формате глубинного интервью. Объем и структуру выборки составили 18 человек проживающих на территории Ульяновской области в возрасте от 18 до 65 лет с разным уровнем образования.

Мы задали следующие вопросы: 1. Как Вы проводите свободное время дома? Сколько времени? 2. В каких случаях Вы бы потратили время на просмотр СМИ? Почему? 3. Какие ассоциации у Вас вызывают телевидение, газеты, радио? С чем это связано? 4. Что в наибольшей степени может повлиять на получение Вами какой-либо информации по телевидению, радио, из газеты или через интернет? Почему? 5. Представьте, что у Вас есть возможность изучить одинаковую информацию по телевизору, радио, прочитать в газете или посмотреть в интернете, что Вы выберете? Что влияет на ваш выбор?

Среди группы потребителей со средним образованием были получены следующие ответы на наши вопросы. Свободное время дома проводят в основном за просмотром развлекательных программ, в среднем около 3-4 часов «смотрю фильмы или шоу часа 4 в день» (Респондент №6). Это объясняется тем, что мы живем в быстромеменяющемся мире, где каждую секунду на жителей города «валятся» потоки информации, которые не успевают обработать. Постоянный стресс на работе уже давно стал нормой жизни, и все это наваливается так, что в свое свободное время респондентам хочется не напрягать мозг, а просто расслабиться. Именно по этой причине они выбирают развлекательный контент. Респонденты бы уделили свое свободное время СМИ только в том случае, когда нечем больше заняться и в основном развлекательным, чтобы просто потратить время

«если бы не было других вариантов развлечься, выбраться из дома» (Респондент №10).

Говоря о ассоциациях, многие респонденты из этой группы затруднились ответить на вопрос, другие говорили о ассоциации телевидения с фильмами и рекламой, радио с музыкой и газет со старостью, поскольку у них существует стереотип о том, что читают печатные издания только пожилые люди «ну газеты с пенсией, телевизор реклама и фильмы, радио с музыкой» (Респондент №6).

У респондентов падает интерес к традиционным печатным СМИ. Один из влияющих факторов – дорогая стоимость печатного издания. Респонденты не готовы платить за журналы в среднем 400 рублей в месяц, если всю информацию из журнала они прочитали в интернете. Вторая причина – не вся информация для них актуальна. А покупать печатное издание ради одной рубрики – не рентабельно. Всю интересующую информацию по этой теме читатели найдут в новых цифровых медиа.

Больше всего на респондентов влияют советы друзей и близких «думаю советы от друзей, недавно посоветовали новый сериал по телевизору» (Респондент №7).

Если предоставить возможность выбора программы из разных каналов, то представители этой группы в основном выберут телевидение, поскольку оно наиболее распространено и доступно для них «телевизор, он есть в каждом доме и всегда работает» (Респондент №11).

Среди группы потребителей со средним профессиональным образованием были получены следующие ответы. Свободное время дома проводят в основном общаясь с друзьями и близкими, смотрят различные программы по телевизору и в интернете, свободного времени в среднем около 3 часов «переписываюсь или разговариваю по телефону с друзьями, смотрю фильмы и сериалы» (Респондент №9). Но есть и исключения, например, один из респондентов уделяет время чтению и занятию спортом «читаю, занимаюсь йогой» (Респондент №12).

Время на СМИ представители данной группы готовы тратить с целью узнать новости, особенно в тех случаях, когда что-то произошло в мире «когда случаются громкие события, чтобы узнать подробности, а развлекательные как обычно» (Респондент №15).

Ассоциации в этой группе были довольно противоречивые, одни респонденты говорили о связи телевидения с новостями, а газет с мусором «телевизор с новостями, газеты с забитым почтовым ящиком и мусором в подъезде» (Респондент №9), другие говорили о связи телевидения с семейными вечерами, а газет с кроссвордами и анекдотами «телевидение ассоциируется с уютными посиделками всей

семьей за просмотром фильмов по вечерам, а газеты с разными sudoku и кроссвордами, радио с машиной» (Респондент №5).

Наибольшее влияние на использование того или иного канала получения информации на представителей данной группы оказывает доступность этого канала и его тематическое соответствие, а также потребность в получении новой информации «желание получить информацию, доступность, интересы в какой-то сфере» (Респондент №9).

Большинство респондентов со средним профессиональным уровнем образования предпочли бы посмотреть эту информацию по телевизору или через интернет, объясняя это доступностью и удобством, самым форматом получения одновременно картинки и звука «по интернету или телевизору, чтобы слушать и смотреть, а не читать или только слушать» (Респондент №18).

Среди группы потребителей с высшим образованием были получены следующие ответы на заданные нами вопросы. Свободное время тратят на изучение новостей, чтение, самообразование, общение, спорт, в среднем около 2 часов «читаю книги, общаюсь, стараюсь уделять внимание здоровью, изучаю новости» (Респондент №4).

Представители данной группы уделит бы время СМИ для изучения новостей, политической обстановки, реже из профессиональных интересов профильные СМИ «узнать новости в России и мире, в том числе политические решения, в основном из интернета» (Респондент №1).

Ассоциации представителей этой группы сильно отличаются от представителей других групп. Телевидение у них ассоциируется с цензурой, пропагандой и государством, радио с дачей и погодой, а печатные издания с образованностью и книгами «телевизор - ложь, Киселев и Соловьев, радио дача, печатные издания с начитанными и образованными людьми» (Респондент №8). Лишь один представитель из группы дал обратные ответы «телевидение с государством и фильмами, печатные издания с рекламой, анекдотами и вредом экологии» (Респондент №1).

Говоря о влиянии представители данной группы говорили об уникальности информации, надежности источника, его репутации и советах знакомых «больше всего на выбор канала повлияла бы его репутация, уникальность программы, рекомендации» (Респондент №3).

В случае выбора источника, респонденты данной группы единогласно выбирают интернет и говорят о его независимости и доступности «однозначно интернет, можно сделать это в любое время» (Респондент №2).

В 2020 году нами было проведено качественное исследование «Роль цифровых коммуникаций в популяризации телевидения среди молодежи» в формате глубинного интервью. Объем и структуру выборки

составили 20 человек проживающих на территории Ульяновской области в возрасте от 16 до 29 лет.

Мы спросили: запоминаете ли вы информацию о телепрограммах, о которых вы узнали из интернета? Будете ли вы просматривать эти этих телепрограммы по телевизору? Респонденты давали примерно схожие ответы. Одни категорически отказывались смотреть такие телепрограммы по телевизору, поскольку начинали смотреть их в интернете и не дожидались показа этих программ по телевизору. «нет, не могу вспомнить такой пример. Даже если бы и узнала о какой-то телепрограмме, продолжила бы смотреть её в интернете хотя бы потому, что смогу делать это в любое время, да и где мне найти пропущенные выпуски»- респондент №10.

Другие же наоборот, были готовы посмотреть эту передачу потом по телевизору. Основными примерами были программы, в которых так или иначе принимают участие очень популярные в интернете личности. «Да, сохраняю название и пересматриваю (беременна в 16, орел и решка)» - респондент №3. Причем сразу несколько опрошенных молодых людей отмечали то, что о большинстве программ, которые они смотрят по телевизору они узнали только благодаря интернету. «Да, я запоминаю и зачастую потом смотрю по телевизору. Даже более того, обо всех телепрограммах, что я сейчас смотрю по телевизору я узнал в интернете. В основном это были какие то короткие смешные видеоролики в виде нарезок из программы или мемы в социальных сетях» - респондент №9.

Таким образом, у разных групп респондентов мотивы выбора канала получения информации различны. Для людей со средним образованием важную роль играют советы знакомых и желание отдохнуть. Для группы респондентов со средним профессиональным образованием основной мотивацией является желание узнать новости, подробности о каком-то громком событии, причем с новостями они ассоциируют именно телевидение. Потребителей с высшим образованием интересует возможность получить уникальную информацию, ими движет желание узнать новости, политическую обстановку и реже профессиональные интересы. Причем для этого они готовы использовать интернет, ассоциируя телевидение с цензурой и пропагандой.

Цифровые коммуникации способны увеличивать популярность традиционных СМИ. Большое количество различных площадок помогают максимально эффективно применять каждую форму коммуникации, будь то видео, фотография или просто текст. Также цифровые коммуникации способны помочь частично решить значимую для многих зрителей проблему интерактивности традиционных СМИ.

Главными предпочтениями для использования цифровых каналов СМИ стали уменьшение количества рекламы, снижение уровня цензуры,

изменение форматов подачи материалов, повышение их качества и уникальности, а также внедрение современных цифровых решений для интерактивности.

Список литературы

1. Агапитова С.Ю. Информационное вещание на ТВ: эволюция и современное состояние: на материалах телевидения Ленинграда/Петербурга: автореф. дис.канд. филол. наук. Санкт-Петербург, 2014.
2. Шурчкова Ю.В. Основные аспекты формирования стратегии маркетинговых коммуникаций в Интернет-среде // Наукоедение. 2015. Т.7. № 5. С. 110-11
3. Интернет против телевидения: битва продолжается [Электронный ресурс] URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116190>

УДК 316.344.2

А.А. Миляев

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

СОЦИАЛЬНАЯ СПРАВЕДЛИВОСТЬ В СФЕРАХ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ И ДОСУГА: ОЦЕНКИ МОЛОДЕЖИ

Аннотация: статья посвящена исследованию проблем социальной справедливости и социального неравенства в сферах здравоохранения и досуга. Выявлению причинно-следственных связей по вопросам удовлетворенности предоставляемых услуг в этих сферах. На основе данных анкетного опроса.

Ключевые слова: социальная справедливость, здравоохранение, досуг.

Досуг и качество здравоохранения непосредственно связаны с таким социологическим понятием, как качество жизни. Поэтому степень удовлетворенности своим досугом является индикатором социального самочувствия, мировосприятия разных социальных групп. А доступность и совершенность системы здравоохранения выступает гарантом удовлетворения первичной физиологической потребности человека – сохранности здоровья.

Для молодого поколения актуальным становится неравенство стартовых возможностей и условий жизни, которые зависят от происхождения, благосостояния семьи, уровня образования родителей, рода их деятельности, региональных отличий, этнической принадлежности, явных и скрытых форм дискриминации.

Целью статьи является определение уровня социальной справедливости в сферах здравоохранения и досуга.

Удовлетворенность населения доступностью, качеством и быстротой оказания медицинских услуг являются важными критериями оценки деятельности системы здравоохранения. Социально – ориентированное государство наряду с развитием политической, экономической сфер должно предоставлять развитую, высокотехнологичную, квалифицированную медицинскую помощь. В контексте медицинской помощи подразумевается адекватность,

оптимальность врачебного процесса и использование ресурсов в правильном направлении. Поэтому оценка уровня удовлетворенности населения качеством оказываемых услуг является объектом социологических исследований.

Также внимание должно уделяться досугу молодого поколения. Данная тема по-прежнему остается актуальной. Досуг молодёжи в некоторых аспектах отличается от досуга других возрастных групп в силу неординарных потребностей и присущих ей социально-психологических особенностей «молодёжного сознания», повышенной эмоциональностью восприятия и реакций. Ценностные ориентации на культурно-досуговую деятельность зависят от возможности удовлетворения личных потребностей.

В условиях наличия большого количества свободного времени, плодотворные, положительно влияющие формы проведения досуга должны популяризироваться, так как они формируют и развивают личность, влияя как на отдельного индивида, так и на социум в целом [2, с. 95-108].

С целью выявления отношения современной молодежи к проблеме социального неравенства и социальной справедливости был проведен социологический опрос в форме анкетирования (март-май 2021 г.). Выборочная совокупность была представлена жителями Ульяновской области в возрасте от 18 до 30 лет (n=466), из которых было 50% представителей мужского пола и 50% – женского.

Сравнивая тенденции обращения населения за медицинской помощью, мы выяснили, что пациенты чаще обращаются в платные медицинские учреждения для того, чтобы получить услугу в короткие сроки (40%). Если сроки ожидания медицинской помощи являются в стране довольно острой проблемой, то это обычно побуждает государство к их регулированию. Отмечается общая тенденция к установлению государственных гарантий в отношении предельных сроков ожидания: объявляется, что пациенты не должны ждать больше установленного срока. Такие гарантии есть во многих странах, в том числе и в РФ [1, с.67-78]. Однако не всегда применяется на практике. Относительно менее острая проблема — получение услуг более высокого качества (25%).

Мы дали возможность респондентам оценить справедливость необходимости обращения в частные клиники. Из общего числа, 36% считают, что это справедливо, 57% отметили несправедливость вынужденного обращения в платные клиники. Выяснилось, что, финансовый фактор является «краеугольным камнем», особенно для регионов.

Говоря о справедливости в здравоохранении и досуге, одним из главных факторов всегда будет стоимость услуг. На рисунке 1 можно увидеть, как люди с разным должностным статусом дают оценку ценам

в социальных сферах данного блока. Средний балл сферы досуга на единицу выше, чем сферы здравоохранения.

В вопросах о форме досуга преобладает вариант «Гулять по городу, паркам, устраивать вылазки на природу» (87%). В этом случае можно провести некие параллели со сферой здравоохранения. Потому что иногда достаточно отдохнуть на природе, чтобы привести в порядок здоровье и приобрести душевное равновесие. Такой досуг хорош тем, что почти не требует затрат. На втором месте «Смотреть фильмы дома» (83%). Популярность обуславливается малым вложением средств.

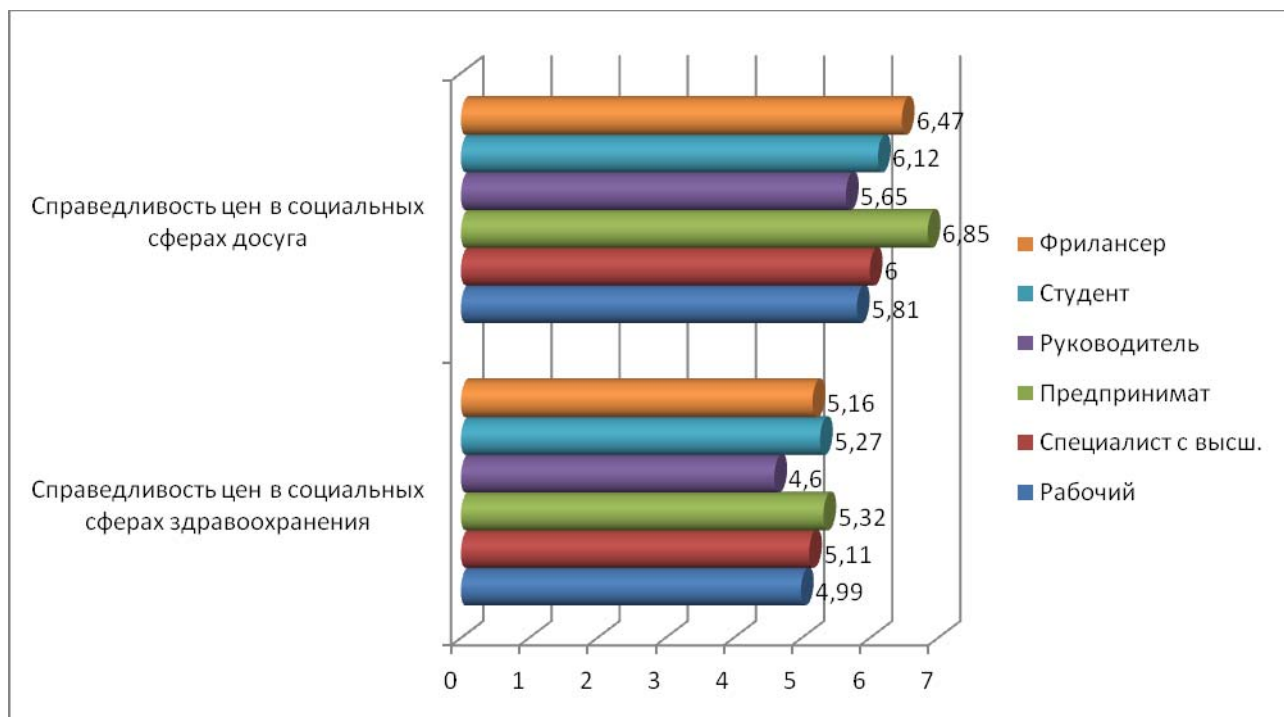


Рисунок 1 – Справедливость цен в социальных сферах: оценки молодых людей по должностному статусу (средний балл, max=9 баллов)

В вопросе «Оцените уверенность в своем будущем на ближайшие 10 лет» больше половины респондентов ответили «Скорее уверен» (53%), затем идут варианты: «Скорее не уверен» (20%), «Полностью уверен» (19%), «Совсем не уверен» (4%), «Затрудняюсь ответить» (4%) (таблица 4.9.). Это хороший показатель уверенности молодежи в своем будущем, но есть, к чему стремиться.

Таким образом, социальная справедливость в сферах здравоохранения и досуга, по мнению молодежи, находится на среднем уровне. Быстрота и качество предоставляемых услуг в муниципальных больницах, на данный момент, вызывают самое большое недовольство среди молодежи. Эти проблемы вынуждают обращаться в платные учреждения, что, по мнению большинства респондентов, является несправедливым. Также, финансовый показатель данных сфер не имеет завышенных или заниженных оценок, а находится на среднем уровне.

Список литературы

1. Аймалетдинов Т.А., Моженкова Е.М. Угрозы принципам социальной справедливости в российской системе здравоохранения // Мониторинг общественного мнения. 2016. № 6. С.67-78.

2. Вебер А. Социальная справедливость и развитие // Свободная мысль. 2015. № 5. С. 95-108.

УДК 339.137

Д. К. Новоженова, А. А. Самодуров (Санкт-Петербург, Северо-Западный институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»)

О НЕОБХОДИМОСТИ СТАНДАРТИЗАЦИИ УСЛУГ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

Аннотация. В статье поднимается проблема исключенности жителей малочисленных сельских населенных пунктов из культурного процесса. Экономическая целесообразность не позволяет создавать и обеспечивать функционирование современной инфраструктуры сферы культуры и досуга, однако возможность приобщения людей к достижениям мировой и национальной культуры, а также полноценного отдыха и творческой самореализации необходимо обеспечить. Для этого предлагается более широко использовать нестационарный и удаленный форматы работы, что требует определенной формализации – разработки стандарта минимального набора услуг в сфере культуры, устанавливающего также требования по материально-техническому обеспечению мобильных многофункциональных центров культуры и досуга.

Ключевые слова: культура, досуг, сельская местность, библиотека, культурно-досуговый центр, нестационарное обслуживание, удаленный формат.

Государственной программой комплексного развития сельских территорий России поставлена сложная задача – стабилизировать численность и удельный вес сельских жителей. Значительная роль в решении этой сложной задачи отводится учреждениям культуры, призванным обеспечить условия для полноценного отдыха и гармоничного развития сельчан, а также способствовать формированию позитивного отношения к сельскому образу жизни. Но, на наш взгляд, судя по демографической динамике и состоянию инфраструктуры сферы культуры и досуга, особенно в сельской местности, до решения задачи еще очень далеко.

Запросы людей к качеству культурного досуга в последние годы значительно возросли. Однако при общем увеличении количества свободного времени данные, приведенные официальными статистическими службами России, свидетельствуют о снижении потребительского спроса на услуги культурно-досуговых учреждений. Причиной тому, в большинстве случаев, является отсутствие четкого понимания того, что из себя должно представлять культурно-досуговое

учреждение: каким должно быть занимаемое им помещение, каким оборудованием оно должно быть оснащено, какие специалисты должны в нем работать и какие услуги предоставлять. Нередко в штате сельских учреждений культуры состоят 1 – 2 человека, одновременно исполняющие функции администрации, технических и творческих работников. Отраслевые стандарты и регламенты в сфере культуры отсутствуют.

В таких условиях проблема отсутствия ясных требований к исполнению полномочий по созданию условий для обеспечения культурного развития и досуга населения и поддержки народного творчества решается за счет субъективного понимания представителей органов местного самоуправления вопроса о том, каким сегодня должен быть современный Дом культуры. От позиции отдельных представителей муниципальных органов власти зависит состояние материальной базы, объем и качество предоставляемых услуг, а значит и достижение цели федеральной программы, что нельзя признать правильным.

Для достижения цели должен быть выработан общегосударственный подход, что возможно на основе внедрения единых стандартов обслуживания, как это произошло, например, в части предоставления государственных и муниципальных услуг – еще совсем недавно сильно запущенной сфере, доставлявшей россиянам массу проблем, связанных с длительным стоянием в очередях и бесконечным хождением по административным коридорам.

Конечно, речь может идти только об учреждении стандарта минимального набора услуг в сфере культуры, которые должны быть предложены каждому россиянину. Особую важность имеет эта работа в части организации предоставления этих услуг в сельской местности. Почти в 117 тыс. сельских населенных пунктов в нашей стране, или 76 % их общего числа, проживает не более 200 чел. Понятно, что организовать разнообразную культурную жизнь и полноценный увлекательный отдых невозможно. Однако оставлять без внимания 4 млн 124 тыс. чел. (именно столько россиян проживает в малочисленных сельских населенных пунктах) [1, с. 101], лишая их возможности приобщиться к достижениям национальной и мировой культуры, разнообразить свой досуг нельзя.

Многие сельские жители практически выпали из поля зрения учреждений социальной сферы. И если в аптеку или лечебное учреждение районного центра жители отдаленных сел и деревень, большая часть которых находятся в преклонном возрасте, еще находят силы добраться, то учреждения культуры для них, как правило, недостижимы.

Тенденция сокращения культурно-досуговых учреждений и общедоступных библиотек, расположенных в сельских населенных

пунктах, наблюдаемая в последние годы, связана с оптимизацией сети муниципальных объектов культуры и демографические прогнозы позволяет предположить их дальнейшее сужение. Тенденция сокращения общего числа клубных учреждений дополняют проблемы, связанные с высокой степенью износа основных средств (зданий, клубного оборудования, музыкальных инструментов, костюмов, обуви, декораций и др.) действующих учреждений. Особенно остро эта проблема стоит в малых городах и сельской местности.

К тому же отток населения из сельской местности ведет к нерентабельности содержания отраслевых стационарных учреждений в малолюдных населенных пунктах. Демографическая ситуация в сельской местности в большинстве российских регионов такова, что делает экономически нецелесообразным создание развитой социальной инфраструктуры, включая сферу культуры и досуга.

Многие малолюдные сельские населенные пункты утрачивают перспективы социально-экономического развития. Но это не означает, что работа учреждений культуры должна быть прекращена. Президентом РФ В. В. Путиным поставлена задача – достучаться до каждого, каждому россиянину, не зависимо от того, где он проживает, необходимо создать благоприятные условия для жизни, важной частью которой является досуг. Поэтому отсутствие современной инфраструктуры культуры и досуга в сельской местности требует изменения условий и формата работы культурно-досуговых учреждений на этих территориях.

На фоне существующих проблем особого внимания требует вопрос организации нестационарного культурного обслуживания жителей отдаленных и труднодоступных сел и деревень. Для предоставления услуг в сфере культуры и досуга для жителей малочисленных и отдаленных населенных пунктов необходимо также более широко использовать и удаленные формы обслуживания. Но в этой работе не следует опираться только на инициативу энтузиастов. Работа должна обрести определенные формы.

Необходимость изменения формата предоставления услуг в сфере культуры диктуют современные условия жизнедеятельности людей, в которые грубо вмешалась новая опасная инфекция. Понятно, что такого никто не ожидал, и многие учреждения, в том числе и культурно-досуговые не сразу смогли войти в новый режим работы. Работники сельских библиотек и домов культуры оказались в наиболее сложном положении, поскольку далеко не все учреждения оснащены компьютерной техникой, необходимым программным обеспечением, и имеют доступ к интернет-ресурсам.

Развитие библиотек как информационных и социально-культурных пространств, в которых созданы условия для удовлетворения информационных потребностей граждан, их творческой

самореализации, должно идти по пути формирования в библиотечной сфере внестационарных и удаленных форматов обслуживания на основе общероссийских электронных и информационных ресурсов. Это требует проведения работы по обучению сотрудников учреждений культуры современным информационным технологиям. Приобретение опыта работы в режиме онлайн с использованием разнообразных форматов (видеоролики, мастер-классы, игры, викторины, конкурсы, различные акции и т. п.), с помощью которых появится возможность общения в социальных сетях, организации интересных видео-занятий, учебных и развлекательных программ, позволит не прерывать культурно-образовательный процесс, сохранить и даже приумножить аудиторию.

Внедрение информационных коммуникационных технологий в сферу культуры позволит не только обеспечить необходимой информацией желающих принять участие в культурно-массовых мероприятиях. На их основе более эффективно можно осуществлять популяризацию деятельности учреждений культуры и образования. Через ведение аккаунтов в различных социальных сетях можно организовать маркетинговое и рекламное продвижение культурных продуктов, развитие культурных креативных сообществ, проведение интернет-пользователями разнообразных культурных акций в мультимедийной среде.

Таким образом, современные условия жизнедеятельности и возросшие запросы граждан к условиям и содержанию досуга требуют изменения формата предоставления услуг в сфере культуры. Особую важность эта работа имеет для малочисленных сельских населенных пунктов, в которых содержание современной инфраструктуры сферы культуры и досуга зачастую экономическая не целесообразно. Однако лишать людей возможности приобщения людей к достижениям мировой и национальной культуры, а также полноценного отдыха и творческой самореализации нельзя. Для решения этой проблемы предлагается более широко использовать внестационарный и удаленный форматы работы, что требует определенной формализации – разработки стандарта минимального набора услуг в сфере культуры, устанавливающего также требования по материально-техническому обеспечению мобильных multifunctional центров культуры и досуга.

Список литературы

1. Российский статистический ежегодник: Стат. сб. / Росстат. – М., 2020. – 700 с.

УДК 614.8.086

Е.А., Борисова, С.С. Пашинина, Р.А. Сайфутдинов

(Ульяновск, Ульяновский институт гражданской авиации им. Б.П. Бугаева)

РОЛЬ ЦИФРОВЫХ РЕСУРСОВ В ТРУДОУСТРОЙСТВЕ МОЛОДЕЖИ

Аннотация: В статье рассматриваются проблемы трудоустройства и социальной справедливости молодых специалистов выпускников учебных заведений в российском обществе. Анализируются цифровые ресурсы и электронные сайты предоставления рабочих мест на вакантные должности.

Ключевые слова: трудоустройство, удаленная работа, молодые специалисты, сайты трудоустройства, информационные технологии, цифровые платформы, и Интернет-порталы.

В настоящее время проблема трудоустройства молодежи на рынке труда, реализация их профессионального потенциала, становится все более актуальной. Выпускники вузов, окончившие учебные заведения все чаще сталкиваются с проблемами поиска работы отвечающего их интересам. Молодые специалисты вынуждены устраиваться на работу либо не по законченной специальности, либо длительный период осуществлять поиск работы, удовлетворяющий по условиям труда и заработной плате по своей специальности.

Работодатель охотнее трудоустраивает молодых специалистов имеющих небольшой опыт работы и они находятся в выигрышном положении в отличии от выпускников учебных заведений, что вынуждает их трудоустраиваться на вакантные должности, несвязанные с их профилем обучения, в результате возникает социальное неравенство в выборе вакансий.

В связи с возросшими проблемами и особенностями, возникшими из-за роста распространения коронавирусной инфекции (2019-nCoV, COVID-2019), многие компании организовали электронные сайты и цифровые ресурсы для отбора кандидатов на вакантные должности, позволяющие удаленно отправлять документы в электронном виде и пройти электронное собеседование, а также проверять профпригодность будущего работника [5].

В последнее время востребованной является удаленная работа, однако к сотрудникам предъявляется требование – умение грамотно работать на персональном компьютере и знание специализированных программ в той или иной отрасли.

В настоящее время наблюдается стагнация именно в разделе информационных технологий по обучению работников использованию современных программ в различных отраслях. Существует множество специализированных программ, которые необходимо освоить работнику в целях совершенствования его деятельности, так как старые методы являются ресурсозатратными, например, при расчетах риска аварии на опасных производственных объектах вручную [4].

Специализированные программы так же требуют времени на обучение, хотя и результат при использовании специальных программ возрастает многократно, увеличивается эффективность и скорость расчетов специалиста, даже несмотря на требуемое время для обучения.

Основными способами обучения являются:

1. Изучение функционала программы самим работником;
2. Получение навыков с помощью различных курсов под контролем обучающего и использования средств интерактивного обучения.

Весьма малое количество разработчиков программного обеспечения предлагают дополнительные средства для изучения своих программ - те же курсы, видео, не говоря о специально настроенном ПО для интерактивного обучения.

К примеру, говоря о специализированных комплексах автоматизированного расчета риска аварии на опасном производственном объекте, таких как "Арбитр" и "PromRisk", затрагивается проблема сложности в первоначальном взаимодействии с ними. Действительно, данное программное обеспечение (ПО), позволяет совершенствовать работу специалиста, однако не может заменить его полностью. В равной степени снижается и максимально возможная эффективность расчетов, поэтому остро встает вопрос обучения специфике работы данного ПО, так как теоретических знаний специалиста может просто не хватать. В программе Арбитр важно правильно понимать процесс алгоритмов и последовательности ввода команд для расчета, а также знание интерфейса самой программы, учитывая его сложность. В "PromRisk" же помимо знания теории и анализа, необходимо уметь моделировать простейшие объекты, в чем может серьезно помочь не только обычный урок или видео, но и интерактивное задание.

Соискателям приходится за счет своих времени и средств производить поиск работы и опытных навыков дабы не оказаться аутсайдером на рынке труда и порой, в зависимости от специальности, времени и средств может не хватать.

В настоящее время в России субъекты отношений по трудоустройству у данного работодателя (работодатели, соискатели, органы по трудоустройству), преследуя общую цель – устройство на работу физического лица к конкретному работодателю, могут воспользоваться разнообразными цифровыми технологиями, примерами которых могут послужить:

1. Специализированные электронные базы вакансий: общероссийская база вакансий «Работа в России» (trudvsem.ru), «SuperJob» (superjob.ru), «HeadHunter» (hh.ru) и др.
2. Мобильные приложения для поиска работы в сети Интернет.
3. Социальные сети (общероссийская социальная сеть деловых

контактов «Skillsneti др.).

4. Чат-боты и роботы-рекрутеры. Такая цифровая технология используется работодателями для проведения первичных интервью посредством онлайн-обмена сообщениями между соискателем и чат-ботом. В частности, создатели рекрутингового сервиса «ParaJobs» разработали специальное мобильное приложение для поиска работы, внедрив в него технологию чат-бота, системы геолокации и самообучающейся нейросети. А компанией «Staforu» был разработан робот-«рекрутер Вера» – уникальный виртуальный помощник, созданный для автоматизированной работы с соискателями. По заявлению разработчиков, робот способен задавать вопросы и анализировать ответы и, определив лучшего кандидата, проводить видео-собеседование с отправкой записи работодателю на рассмотрение с эффективностью 1500 интервью за 9 часов.

Все эти цифровые платформы открывают новые перспективы трудоустройства, в том числе женщинам, людям с ограниченными возможностями, молодежи (молодым специалистам сразу после окончания вуза) и тем, кто на традиционных рынках труда находится в социальном неравенстве. Предприятиям цифровые платформы дают доступ к обширным трудовым ресурсам, отличающимся гибкостью и многообразием навыков, а также возможность расширить их клиентскую базу [2].

За последнее десятилетие количество цифровых платформ в мире выросло в пять раз, как говорится в докладе Международной Организации Труда (далее МОТ) «Перспективы занятости и социальной защиты в мире в 2021 году». Такой рост убедительно говорит о необходимости международного политического диалога и сотрудничества по вопросам нормативного регулирования – это позволило бы более последовательно обеспечивать возможности достойного труда и содействовать развитию жизнеспособных предприятий.

Однако если говорить о рабочих онлайн-платформах, то новые возможности, создаваемые ими, еще больше размывают нечеткую грань между наемными и самозанятыми работниками. Условия труда в целом регулируются действующими на той или иной платформе условиями оказания услуг, которые она зачастую определяет в одностороннем порядке. При распределении и оценке работы, при управлении и контроле за работниками человеческий интеллект все чаще заменяется искусственным [3].

В целом, получается, что даже программируемые автоматизированные системы генерируют те же проблемы, связанные с анализом соискателей и последующим их трудоустройством, что и при «старых» методах, но в гораздо большем масштабе.

Для формирования необходимых квалификационных качеств у специалистов всех видов деятельности, в том числе и специалистов по

охране труда, существует огромное множество интернет-порталов и онлайн-курсов.

Некоторые платформы или компании могут также предложить обучение или переквалификацию с помощью средств виртуальной реальности, так называемый «иммерсивный метод» – на данный момент этот вид обучения является пилотным для многих компаний, среди которых «Ростелеком», Yota, X5 Retail Group, «Газпромнефть», «Сургутнефтегаз» и др. Данный метод показывает хороший экономический потенциал и основные причины, почему это может быть выгодно: наиболее эффективное обучение, снижение издержек, более быстрая отдача, исключение возможности неверной информации, мобильность [1].

Использование цифровых технологий, а также сайтов и Интернет-порталов в процедуре трудоустройства, определяющих качество подготовки и умения обращаться с современными информационными технологиями поможет молодым специалистам добиться успехов в выборе интересующей профессии по специальности.

Список литературы

1. Гаврющенко А.П., Сайфутдинов Р.А., Шадрин Е.П., Костерина А.И. Система информационного обеспечения в области охраны труда В сборнике: Информационные технологии в образовании. Сборник научных трудов. Ульяновск, 2018. С. 19-23
2. Захаров Н.Г., Сайфутдинов Р.А. Вычислительная техника Допущено Учебно-методическим объединением высших военно-учебных заведений по образованию в области военного управления Вооруженных Сил Российской Федерации (Сухопутные войска) в качестве учебника для курсантов высших военно-учебных заведений, обучающихся по специальностям направлений "Телекоммуникации" и "Информатика и вычислительная техника" / Ульяновск, 2007
3. Сайфутдинов Р.А., Гаврющенко А.П., Магдеева Д.Р., Карсакова Е.Д. Управление безопасностью технологических процессов В сборнике: Информационные технологии в образовании. Материалы всероссийской очной научно-практической конференции. 2019. С. 101-104
4. Сайфутдинов Р.А., Белогрудова Д.Ю., Родненко Я.В. Дистанционное обучение в сфере охраны труда В сборнике: Траектории взаимодействия в развитии цифровых навыков. Материалы всероссийской очной научно-практической конференции. 2020. С. 142-147
5. Сайфутдинов Р.А., Пашина С.С., Казакова А.А. Дистанционное обучение специалистов охраны труда В сборнике: Траектории взаимодействия в развитии цифровых навыков. Материалы всероссийской очной научно-практической конференции. Ульяновск, 2021. С. 121-124

УДК 316

А.А. Кулий , В.Р. Петрова

(Пенза, Пензенский государственный университет)

ДОСУГ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Аннотация. В данной статье было рассмотрено влияние коронавируса на сформировавшуюся привычную досуговую деятельность современной молодежи. Даже в такой сложный момент досуг все еще может присутствовать вне обстоятельств, проявляясь в старых и новых формах.

Ключевые слова: досуг, молодежь, пандемия, студенческая молодежь, самоизоляция, онлайн образование.

Досуг является фундаментальным элементом повседневной жизни любого человека. Он даёт возможность отвлечься от ежедневной рутины, работы и забот, а также способствует расширению знаний и навыков.

Самоизоляция изменила представление о досуге: оказывается, ходить на концерты, встречаться с друзьями, получать образование и даже путешествовать можно и в онлайн. Развлечения стали более доступными: никуда не надо идти, можно просто организовать встречу в онлайн конференции, например, как в Zoom, Skype или Google Meet [2].

Был проведен опрос среди студенческой молодежи Пензенского государственного университета разных курсов (n=80), целью которого было получить представление об образе жизни студентов и о том, как они проводят досуг в условиях пандемии.

Современная молодежь в условиях пандемии большую часть своего времени стала проводить сидя за компьютером, что не очень хорошо сказывается на их здоровье. Из-за того, что сократились контакты, большая часть молодежи стала общаться непосредственно онлайн, что привело к частому использованию сети интернет. [3, С. 243].

Результаты опроса показали, что студенты стали более вовлечены в процесс учебы, чем до изоляции. С переходом на дистанционную форму обучения преподаватели высших учебных заведений стали задавать двойной объем домашней работы. Обучающиеся чувствовали, что они тратят гораздо больше времени на изучение и подготовку материалов для семинарских занятий, за счет этого увеличился рост беспокойства и повышенной тревожности.

Студенческая молодежь очень активно использует интернет-ресурсы. Результаты показали, что 80% опрошенных пользуются интернетом более 4 часов в день, сидя за компьютером (Рисунок 1).

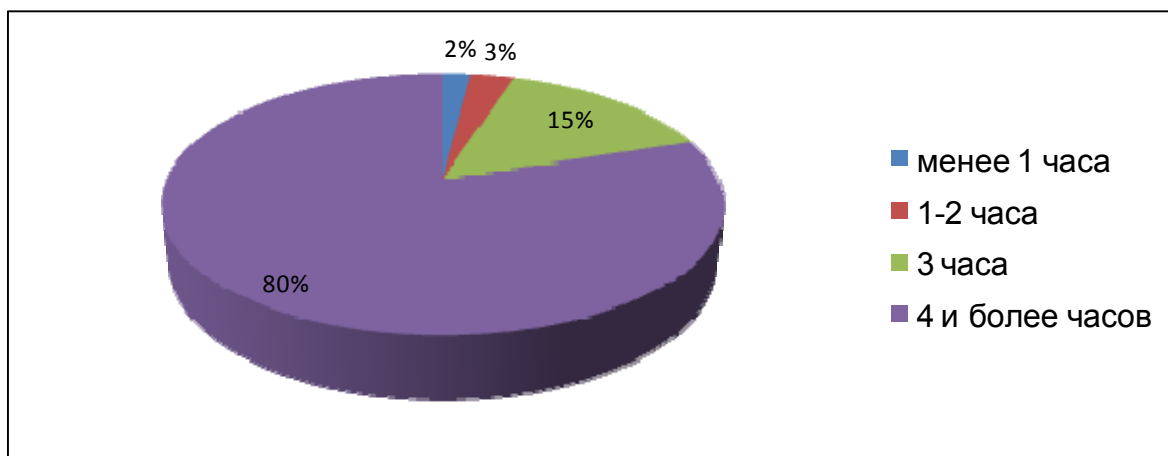


Рисунок 1. Использование интернета в условиях пандемии (в процентах от числа опрошенных, n=80)

На самом деле, у студентов оставалось очень мало времени на досуг. Им пришлось адаптироваться к новым условиям учебы.

По результатам опроса было выявлено, что активность современной молодежи в период самоизоляции значительно снизилась. Большинство опрошенных в период ограничений тратили свое время на сон 50% опрошенных и общение 60%. Результаты представлены на рисунке 2.

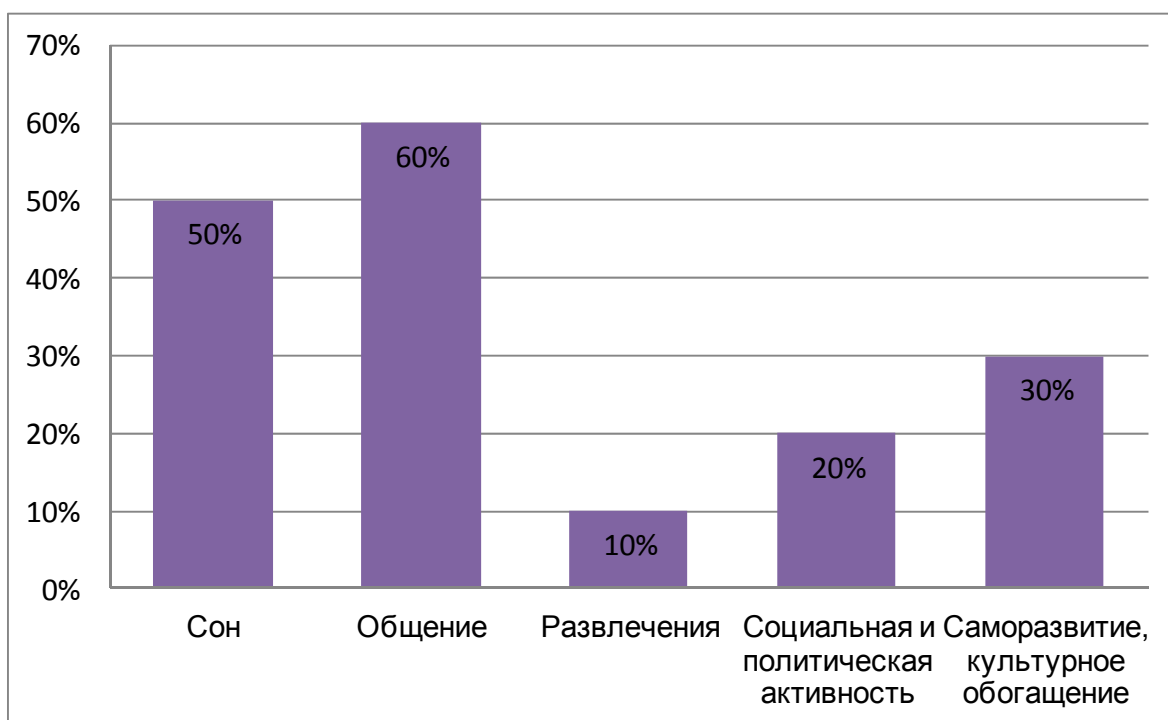


Рисунок 2. Досуг в период самоизоляции (в процентах от числа опрошенных, n=80)

Из-за отсутствия внешних предложений по проведению досуга в новых условиях, молодежь решила посвятить свое свободное время личным культурным проектам. Кто-то продолжил писать давно начатую картину, кто-то решил учиться играть на музыкальном инструменте или развивать вокал по онлайн-курсам.

Изменения досуговых привычек нарушают нормальную жизнь всего общества в целом [1, С. 107]. Такая ситуация в мире ознаменовала появление новых цифровых культурных инициатив. Многие представители молодёжи воспользовались данным моментом и стали посещать различные онлайн-фестивали, концерты и музеи.

Другие же представители молодёжи начали саморазвиваться с помощью блогов, кто-то проводил онлайн-тренировки, держа себя в форме и помогая другим делать то же самое, кто-то показывал мастер-классы, демонстрируя свои способности и умения, обучая этому своих подписчиков. А также придумывали новые форматы совместного досуга с друзьями, например, фотосессия по видеосвязи или вечеринки в онлайн-формате, что помогало им поддерживать общение и не скучать.

Культурный досуг, хоть и пережил свой кризис с одной стороны, благодаря высокому спросу на него, а с другой, благодаря более широкому культурному предложению, с помощью новых форм культурного потребления [1, С. 108]. Поскольку будущее остается нам неизвестным из-за распространения коронавирусной инфекции. И все же стоит отметить, что цифровые инициативы в секторе культурного досуга, надежно укрепляются в нашей повседневной жизни.

Список литературы

1. Кустова М.В. Досуг студентов: чтение или социальные сети? / М.В.Кустова // Книжная культура региона: исторический опыт и современная практика: материалы V Всероссийской (с международным участием) научной конференции (Челябинск, 15-16 ноября 2018 г.). – Челябинск: ЧГИК, 2018. – С.106-108.
2. Олешкевич К.И. Внедрение дистанционной формы обучения в образовательный процесс студентов вузов [Электронный ресурс] // Педагогика искусства. – 2020. - №2. – http://www.art-education.ru/sites/default/files/journal_p13.pdf
3. Рыбичева О.Ю. Новые формы организации учебного процесса в современном онлайн-образовании (на примере экономической интернет-школы) / О.Ю. Рыбичева // Информатизация образования и методика электронного обучения: материалы II Международной научной конференции, Красноярск, 25-28 сентября 2018 г. : в 2 ч. – Ч. 2. – Красноярск: СФУ, 2018. – С. 241-245.

УДК 659

А.С. Пучков

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

СОЗДАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Аннотация: В данной статье рассматриваются особенности создания и продвижения персонального бренда социальных сетях. Выделен основной фактор успешности бренда.

Ключевые слова: Персональный бренд, социальные сети, продвижение.

Личный бренд позволяет обладателю выделяться на рынке полным конкурентов и привлечь, и вызвать доверие у целевой аудитории. Он помогает идентифицировать и дифференцировать субъект, повышает узнаваемость за счет спланированного нахождения субъекта в информационном поле и уровень лояльности целевой аудитории, укрепляет имидж компании и в разы увеличивает стоимость организации на рынке. Благодаря исследованиям стало понятно, что сейчас наиболее высокий информационный охват дают социальные сети. Трудно представить человека, у которого нет аккаунта хотя бы в одной из огромного числа социальных сетей [1, с.32].

Разумеется, можно выстроить бизнес на ценовой политике, качестве и хорошем сервисе. Однако всегда есть большой риск потерять клиентов, как только конкуренты научатся обращаться с клиентами и снизят цену на товар – людям становится без разницы у кого приобретать товар или услугу [2, с.34]. В случае с личным брендом отношения выстраиваются на доверии и такой инцидент практически не возможен. Явление бренда также остается малоизученным и основное внимание исследователей брендинга уделяется товарному бренду, брендам услуг и организаций. Исследования в области персонального бренда проводили следующие авторы: Т. Питерс, Д. Аакер, А. Рябых, Л. Линн, П. Ситкинс, Ф. Котлер, И. Рейн, М. Хэмлин, М. Столлер и другие. В работах этих авторов не рассматривается стратегия продвижения персонального бренда в социальных сетях, исследователи лишь отвечают на вопросы что такое персональный бренд, с какой целью он присутствует в социальных сетях. Для определения создания успешного персонального бренда в социальных сетях и его продвижения, мы провели качественное исследование методом контент анализа. В ходе исследования проанализировали пятнадцать персональных брендов. Каждый из блогеров соответствует определенной популярной в сети интернет тематике: кулинария, здоровье (спорт, медицина) путешествия, красота (бьюти-сфера), юмор. Стратегию продвижения персонального бренда анализировали в двух самых популярных в России социальных сетях: ВКонтакте и Instagram. Критерии, по которым мы анализировали бренды были следующие: анализ аккаунта, анализ контента, анализ общения с подписчиками, анализ продвижения. В ходе исследования нам удалось получить интересные научные выводы, которые помогли выявить структуру успешных персональных брендов в социальных сетях.

1. Персональный бренд в социальной сети имеет все признаки бренда в реальной жизни: узнаваемость у целевой аудитории, умение вызвать у ЦА определенные ассоциации, эмоции, наличие имиджа и репутации, постоянное обновление контента.

Например, персональный бренд dr.mish в сети позиционирует себя в качестве эксперта в сфере стоматологических услуг. Его подписчики полностью ему доверяют и по мимо посещения семинаров в онлайн пространстве, пользуются услугами доктора в реальной жизни. Mironovanastasiia известна своей аудитории как профессиональный фитнес-тренер, который пишет тексты о здоровом питании и делится видео-тренировками.

У каждого человека есть положительные качества, и есть те, которые нуждаются в улучшении. Создание личного бренда в первую очередь заставляет задуматься именно об этом. А значит дает возможность расти и развиваться личностно, тем самым развивая и улучшая свой бренд. Основой человека всегда являются те главные ценности, которые он получает еще в детстве и юности. Это — хорошее отношение к людям, социальная и трудовая этика, честность и уверенность в себе и своих действиях.

2. Социальная сеть ВКонтакте не так популярна у персонального бренда, как Instagram.

В ходе исследования удалось выявить, что большая часть анализируемых персональных брендов используют социальную сеть instagram как основную площадку для создания персонального бренда, в остальные социальные сети чаще всего контент просто транслируется. Инстаграм — это крупнейшая социальная сеть. Миллионы людей с разных уголков земного шара ежедневно используют его, чтобы хорошо провести свободное время, получить новую информацию и просто отдохнуть. На сегодняшний день Инстаграм стал неотъемлемой частью медийной жизни знаменитостей: популярные политики, спортсмены, актеры, певцы, телеведущие и прочие известные личности используют эту площадку для общения со своей аудиторией — все они выстраивают свой личный бренд за счет чего становятся популярными в определенных кругах, получают поддержку от аудитории и большое количество рекламных заказов.

Самый большой плюс инстаграма в том, что создать личный бренд в нем может каждый пользователь, но для этого очень важно подобрать правильную стратегию действий, чтобы быстро и качественно достичь поставленной цели. Поэтому в этой статье мы подробно разберем, что такое личный бренд в Инстаграм и как его создать с нуля.

3. Связь между персональным брендом и контентом, который он производит, может быть, как сильная (аудитория не представляет, что кто-то другой может выставить этот пост), так и слабая.

4. Для персонального бренда важно общение с аудиторией.

Это влияет на показатель/рейтинг для рекламодателей. Поэтому персональные бренды стараются начать общение с аудиторией (ставят лайки, устраивают конкурсы, используют специальную лексику для общения, встречаются со своими подписчиками в реальной жизни).

Таблица 1 показывает, что как для аудитории, так и для бренда важно общение друг с другом. Для персонального бренда это важно, потому что влияет на количество лайков, комментариев и процента вовлеченности аудитории (а это, в свою очередь, показатель/рейтинг для рекламодателей). Степень общения с подписчиками не зависит от размера аудитории бренда. Бренд с количеством подписчиков больше чем 500 тыс. активно общается со своей аудиторией. Бренды стараются начинать общение с аудиторией (ставят лайки, устраивают конкурсы, используют специальную лексику для общения) и даже встречаются со своими подписчиками в реальной жизни. Очевидно, что для подписчиков важно внимание бренда, им важно получать обратную связь от личности, которая им интересна.

Таблица 1. Общение персонального бренда с подписчиками (по результатам авторского исследования)

Название аккаунта	dianka_food	the.qwerty	ruslan203
Тематика бренда	кулинарные рецепты	путешествие, фотография	юмор
Количество подписчиков	557 тыс	112 тыс	205 тыс
Общение с подписчиками	активное; бренд старается ответить на каждый вопрос подписчика	активное; старается вести дружеский диалог с подписчиками	активно общается со своими подписчиками не только в онлайн среде, но и в реальной жизни; использует специальную лексику
Среднее кол-во лайков	11,262	7,206	1,624
Среднее кол-во комментариев	2,800	40	17

5. Персональный бренд практически не использует для продвижения своей страницы инструменты социальных сетей.

Бренды рекламируют свои страницы на других аккаунтах по своей тематике, пользуются взаимным пиаром, участвуют в розыгрышах в роли информационного спонсора. Бренды активно используют массовые и личных хэштеги, пользуются геолокацией. В начале развития своей страницы персональные бренды используют неофициальные способы продвижения: масслайкинг и массфоловинг сервисы.

6. Персональные бренды создаются для извлечения материальной прибыли.

Разумеется, большая часть из персональных брендов получает свою «прибыль» от развития собственного аккаунта. Это может быть реальный заработок от рекламодателей, однако бренд может использовать трафик и рекламу из социальной сети в своей реальной жизни (продавать себя как профессионала в какой-либо деятельности), получить доверие у реальной и потенциальной аудитории, стать лидером мнений [3, с.31]. Например, бренд nastya_svirskaya с помощью персонального бренда продает себя как профессионального визажиста. Личный бренд doctorkomish помогает доктору быть лидером мнений в сфере медицинских услуг (таблица 2).

Таблица 2. Направленность личных брендов (по результатам авторского исследования)

Название аккаунта	nastya_svirskaya	doctorkomish
Тематика бренда	красота (бьюти-сфера)	здоровье
Количество подписчиков	19 тысяч (Instagram); 4,944 (ВКонтакте)	400 тысяч
Маркетинговая эффективность	продает себя как профессионального визажиста	аккаунт помогает быть лидером мнений в медицинской сфере

Таким образом, персональный бренд в социальных сетях – это настоящее конкурентное преимущество, возможность выделиться на рынке, получить лояльных клиентов. Результаты авторского исследования методом контент-анализа показали: основной фактор успешности бренда – доверие к нему подписчиков, которое побуждает пользователей цифровых коммуникаций сотрудничать с организациями, если у них есть правильно сформированный персональный бренд. Главный способ продвижения персонального бренда в социальных сетях — регулярный и качественный контент.

Список литературы

1. Старов С. Л. Бренд: понятие, сущность, эволюция // Вестн. С.-Петербур. ун-та. Серия 8. Менеджмент. - 2008. - Вып. 2. С. 3-32.
2. Студенихина В.В., Веретено А.А. Место комплекса маркетинга в формировании бренда// Научные исследования. 2017. - №1. - с. 31-35.
3. Шабанов Т.И. Развитие инструментов Интернет-брендинга в России//Проблемы экономики и юридической практики.2012. - №7. – С.31-42

УДК 364

Е.А. Романова

(Ульяновск, Ульяновский государственный педагогический университет имени И.Н.Ульянова)

СОЦИАЛЬНАЯ РЕАБИЛИТАЦИЯ ЛИЦ С НАРУШЕНИЕМ СЛУХА ПОСРЕДСТВОМ ТЕХНИЧЕСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Аннотация: Эта статья посвящена проблеме реабилитации лиц с нарушением слуха к требованиям повседневной жизни. В этой статье описано как использование технических средств реабилитации влияет на процесс реабилитации глухих и слабослышащих людей. В статье представлены статистические данные количества людей, имеющих инвалидность по слуху. В статье раскрыты такие понятия, как реабилитация, социальная реабилитация, технические средства реабилитации.

Ключевые слова: Социальная реабилитация, лица с нарушением слуха, технические средства реабилитации

В России перепись глухого населения до 2010 года не проводилась в течение ста лет. Но именно в 2010 году во время проведения Всероссийской переписи населения в варианты ответа на вопрос, касающийся владения определёнными языками по просьбам «Всероссийского общества глухих» был добавлен пункт «владею русским жестовым языком».

По данным Всемирной организации здравоохранения (далее ВОЗ), 466 миллионов человек в мире страдает от потери слуха, 34 миллиона из них составляют дети, около 90 млн человек имеют тотальную глухоту [11]. По оценкам экспертов, к 2050 году эти цифры увеличатся в два раза.

В России, по данным Министерства здравоохранения, насчитывается около 200 тысяч инвалидов по слуху и слабослышащих граждан и статистика не охватывает все категории людей, страдающих нарушениями слуха. По оценке Всероссийского общества глухих заметные проблемы со слухом имеются у 13 миллионов жителей России[10].

Одним из приоритетов нашей государственной политики является создание безбарьерной среды для людей с ограниченными возможностями, которая предполагает не только преодоление архитектурных и транспортных барьеров, а также обеспечение доступности информационных и коммуникационных технологий для этой категории населения, что закреплено на законодательном уровне.

Использование информационных технологий для лиц с нарушением

слуха имеет особое значение и особую функцию. В большинстве случаев, эти люди испытывают трудности в общении со слышащими в реальной жизни, а виртуальное общение несет в себе определенный реабилитационный потенциал, который позволяет приобрести новый опыт общения и жизненных стратегий. Своевременное информирование

лиц с нарушением слуха, позволит им интегрироваться в общество, поможет получить полноценное образование и активно участвовать в жизни общества. В современных условиях одним из инструментов, задачей которого является обеспечение успешного процесса интеграции, являются технические средства реабилитации.

В современном мире интенсивно развиваются технические средства и информационные технологии, которые позволяют значительно расширить доступность информации для лиц с нарушением слуха.

К техническим средствам реабилитации инвалидов относятся устройства, содержащие технические решения, в том числе специальные, используемые для компенсации или устранения стойких ограничений жизнедеятельности инвалида.

Сурдотехнические средства реабилитации для глухих и тугоухих - совокупность специальных средств и приспособлений, позволяющих осуществлять замещение дефектов слуха и способствующих активному приспособлению человека к окружающей среде.

Классификация сурдотехнических средств:

1. Звукоусиливающая аппаратура
2. Сигнализаторы звука световые и вибрационные
3. Телевизоры с телетекстом для приема программ со скрытыми субтитрами, носители видеoinформации с субтитрами
4. Телефонное устройство с текстовым выходом
5. Голосообразующие аппараты
6. Различные аппараты для исследования слуха

Обеспечение инвалидов техническими средствами реабилитации (далее - ТСР) - одна из важных составляющих процесса реабилитации и социальной интеграции людей с ограниченными возможностями. Предоставляемые ТСР должны быть адекватными, удовлетворяющими потребности инвалида и способствовать реализации социального предназначения реабилитации: восстановления способности к самообслуживанию, передвижению, образованию, трудовой деятельности.

Согласно ФЗ «О социальной защите инвалидов» социальная реабилитация инвалидов состоит из социально-средовой ориентации и социально-бытовой [2].

Окружающая среда с ее многочисленными объектами, восприятие которых осуществляется с помощью слуха, для лиц, страдающих глухотой, является нередко малодоступной. Требуются определенные реабилитационные мероприятия для того, чтобы данная категория инвалидов имела равные возможности жизнедеятельности со здоровыми.

Социально-средовая реабилитация инвалидов с патологией слуха представляется специальными методами, обучения, обеспечением

техническими средствами реабилитации, созданием специальных производственных условий труда. Сущность социальной реабилитации лиц с нарушениями слуха состоит в приведении окружающей среды в соответствие с потребностями инвалидов, в создании условий для доступа инвалидов к информации, которой располагает здоровое общество.

Для эффективной реализации программ социальной реабилитации инвалидов с нарушениями слуха представляется важным осуществление субтитрования общественно значимых информационных и других телепередач, выпуск видеопроодукции (с субтитрами), адресованной инвалидам [7, с.64].

Сущность социальной реабилитации инвалидов с нарушениями слуха состоит в приведении окружающей среды в соответствие с потребностями инвалидов, в создании условий для доступа инвалидов к информации, которой располагает здоровое общество.

Основными способами коррекции нарушений слуха являются:

- слухопротезирование — использование слуховых аппаратов;
- использование технических средств бытовой и профессиональной адаптации;
- применение специальных правил общения со слабослышащими;
- кохлеарная имплантация — метод хирургического лечения глухоты [9].

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) / Собрание законодательства РФ, 04.08.2014, N 31, ст. 4398.
2. Федеральный закон от 24.11.1995 №181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» [Электронный ресурс] - <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 19.10.2021)
3. Федеральный закон от 28.12.2013 №442-ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации» [Электронный ресурс] - <http://www.gks.ru/> (дата обращения 19.10.2021)
4. Указ Президента РФ от 02.10.1992 № 1157 «О дополнительных мерах государственной поддержки инвалидов» [Электронный ресурс] - <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 19.10.2021)
5. Указ Президента РФ от 06.05.2008 № 685 «О некоторых мерах социальной поддержки инвалидов» [Электронный ресурс] - <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 19.10.2021)
6. Васильевна, Н.В. Основы реабилитации инвалидов в системе социальной работы Развитие социальной реабилитации в России / Н.В. Васильева - М.: Академия, 2010. - 431 с.
7. Зозуля, А.В. Комплексная реабилитация инвалидов. Учебник / А.В.Зозуля - М.: «Кнорус», 2015. - 320 с.
8. Павленок, П.Д. Технологии социальной работы с различными группами населения: учебное пособие. / П.Д. Павленок, М.Я. Руднева. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 272 с.

9. Кохлеарная имплантация детей и взрослых [Электронный ресурс] - URL: <https://iknigi.net/avtor-inna-koroleva/89595-kohlearnaya-implantaciya-i-sluhorechevaya-reabilitaciya-gluhih-detey-i-vzroslyh-inna-koroleva/read/page-1.html>
10. Всероссийское общество глухих [Электронный ресурс] - URL: <https://voginfo.ru/>
11. Всемирная организация здравоохранения [Электронный ресурс] - URL: <https://www.who.int/ru>

УДК 330

Л. Н. Липатова, В. В. Рябовол

(Санкт-Петербург, Северо-Западный институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»)

УРОВЕНЬ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА НА ФОНЕ ОБЩЕРОССИЙСКИХ ТЕНДЕНЦИЙ

Аннотация. В статье проводится сравнительный анализ показателей уровня жизни населения г. Санкт-Петербурга, Российской Федерации, Северо-Западного федерального округа за 2010 – 2019 гг. Реальные денежные доходы жителей северной столицы благодаря хорошей динамике реальной заработной платы в последние 10 лет опережали рост показателей в стране и Северо-Западном федеральном округе. В СПб практически решена проблема аварийного жилья. Вместе с тем выявлено отставание северной столицы по реальному размеру назначенных пенсий и удельному весу семей, состоявших на учете в качестве нуждающихся в жилых помещениях.

Ключевые слова: национальные цели развития, уровень жизни населения, реальные денежные доходы, реальный размер назначенных пенсий, прожиточный минимум, бедность, жилье.

Главная задача любого социально ориентированного государства – повышение жизненного уровня населения. Экономический рост – не самоцель, а средство достижения этой цели. Это нашло отражение и в Указе Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года», которым установлены целевые значения по основным показателям уровня жизни населения: реальным располагаемым денежным доходам населения; реальному размеру назначенных пенсий; удельному весу населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума; количеству семей, улучшивших жилищные условия.

Цель данного исследования – оценить динамику индикаторов, используемых для измерения достижения национальных целей

развития, направленных по повышению жизненного уровня населения. Объект исследования – г. Санкт-Петербург.

Перечень индикаторов дополнен показателем реальной начисленной заработной платы, поскольку заработная плата – основной источник денежных доходов большинства россиян. Для характеристики решения жилищной проблемы использован показатель удельного веса граждан, нуждающихся в улучшении жилищных условий.

По важнейшему индикатору жизненного уровня – реальным денежным доходам г. Санкт-Петербург в 2019 г. заметно отставал от среднего в стране уровня этого показателя. Однако годом ранее значение рассматриваемого индикатора в СПб было значительно выше, чем в РФ в целом. По другому показателю, используемому для измерения степени достижения национальной цели развития «Рост доходов и пенсий» – реальному размеру назначенных пенсий, отставание тоже существенно, причем годом ранее прироста данного индикатора практически не было. Удельный вес населения, живущего за чертой бедности, в СПб почти в 2 раза меньше, чем в стране в целом (таблица 1).

Таблица 1 Динамика основных индикаторов уровня жизни населения в г. Санкт-Петербурге в сравнении со средними значениями в Российской Федерации и Северо-Западном федеральном округе

Показатель	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Реальные денежные доходы, процентов к предыдущему году										
<i>Российская Федерация</i>	105,4	101,2	105,8	104,8	99,2	96,4	95,5	99,8	101,1	101,7
Северо-Западный федеральный округ	106,7	98,7	105,9	105,3	101,2	96,7	98,3	100,9	102,8	100,7
г. Санкт-Петербург	109,0	98,0	103,0	107,6	102,0	97,0	100,4	103,1	104,2	101,1
Реальная начисленная заработная плата, процентов к предыдущему году										
<i>Российская Федерация</i>	105,2	102,8	108,4	104,8	101,2	91,0	100,8	102,9	108,5	104,8
Северо-Западный федеральный округ	105,4	101,1	107,6	105,0	100,8	91,7	101,2	104,1	109,0	104,1
г. Санкт-Петербург	106,6	100,2	106,3	104,8	101,9	92,5	103,0	105,7	109,1	104,7
Реальный размер назначенных пенсий, процентов к предыдущему году										
<i>Российская Федерация</i>	112,2	104,6	103,3	103,3	97,5	101,1	137,3	74,8	100,8	103,2
Северо-Западный федеральный округ	111,4	104,7	103,5	103,0	96,4	101,1	133,0	76,8	100,4	102,9
г. Санкт-Петербург	110,6	104,6	103,1	102,2	95,6	100,7	132,4	76,2	100,1	102,6
Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума, процентов от общей численности населения субъекта										
<i>Российская Федерация</i>	12,5	12,7	10,7	10,8	11,3	13,4	13,2	12,9	12,6	12,3
г. Санкт-Петербург	8,6	9,1	9,0	8,2	8,7	8,5	8,3	7,3	6,6	6,5
Общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на одного жителя, на конец года; квадратных метров										

<i>Российская Федерация</i>	22,6	23,0	23,4	23,4	23,7	24,4	24,9	25,2	25,8	26,3
Северо-Западный федеральный округ	24,7	24,9	25,4	24,6	24,4	25,7	26,3	27,0	27,5	28,1
г. Санкт-Петербург	23,0	23,3	23,8	23,3	21,4	23,6	24,3	24,9	25,4	26,2

Учитывая ограниченную информационную ценность фрагментарных статистических данных, рассмотрим более продолжительный период. Такой анализ необходим для того, чтобы понять, какой была ситуация на старте реализации национальных проектов, направленных на достижение национальных целей развития. От этого зависит, какая оценка может быть дана изменениям, произошедшим в 2019 г. и последующие годы. Поскольку названным выше Указом Президента России установлены средние по стране целевые значения ключевых индикаторов уровня жизни, необходимо в каждом регионе оценить достаточность предпринимаемых мер. Ведь если, например, для какого-либо субъекта федерации продолжительный период времени было характерно значительное отставание по уровню жизни населения, то запланированных 2,4 % прироста реальных денежных доходов может быть не достаточно. Тем более это необходимо, если реальные доходы населения какое-то время снижались.

Реальные денежные доходы россиян в 2010 – 2018 гг. увеличились на 9 %, в Северо-Западном федеральном округе (СЗФО) прирост составил 17 %, в СПб – на 26 %. Достижение такого уровня стало возможным потому, что почти ежегодно, за исключением, 2011 г. реальные денежные доходы жителей СПб возрастали более высокими темпами, чем в стране в целом. В 2015 г. их снижением было менее значительным, а в 2016 – 2017 гг., когда по всей стране произошло падение реальных денежных доходов, в СПб отмечался их заметный рост. Поэтому отставание СПб по темпам прироста данного индикатора, зафиксированное в 2019 г., не следует рассматривать как значимое событие.

В значительной степени рост реальных денежных доходов населения СПб обусловлен ростом реальной заработной платы, как важнейшего источника. Если в стране в целом этот показатель в 2010 – 2018 гг. увеличился на 27 %, в СЗФО прирост составил 28 %, в СПб – 33 %.

А вот по другому индикатору, используемому для оценки достижения национальной цели развития «Рост доходов и пенсий» – реальному размер назначенных пенсий – СПб сильно отстает от средних значений и в стране и в СЗФО. Если в среднем в РФ в 2010 – 2018 гг. пенсии в реальном исчислении увеличились на 28 %, в СЗФО прирост составил 24 %, то в СПб рассматриваемый показатель увеличился только на 18,5 %. В течение всего рассматриваемого периода реальный размер назначенных пенсий в СПб был ниже, чем в

среднем в стране. Поэтому отставание данного индикатора, зафиксированное в 2019 г., следует рассматривать как недопустимое. Десятилетняя динамика уровня жизни пенсионеров СПб говорит о том, что жизнь пожилых людей в северной столице улучшается медленно, необходимо пересмотреть это направление социально-экономической политики и внести коррективы: установить доплаты пенсионерам с наиболее низкой пенсией, предусмотреть дополнительные льготы и т. п.

Достижение национальной цели развития Российской Федерации «Снижение бедности» измеряется с помощью показателя «Удельный вес населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума». Удельный вес бедного населения в СПб – самый низкий в стране. (В г. Москве численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума в 2019 г. была немного выше – 6,6 % от общей численности населения.) В 2010 – 2018 гг. этот показатель распространения бедности в СПб почти ежегодно, за исключением 2014 г., снижался. Даже в 2015 – 2016 гг., когда в стране в целом отмечалось небольшое повышение этого показателя, в СПб он продолжал уменьшаться.

Соответствующим Указом Президента РФ установлено целевое значение по национальной цели развития «Снижение бедности» – 6,6 % от общей численности населения к 2024 г. Можно считать, что в СПб эта цель была достигнута уже в 2018 г. Политику борьбы с бедностью, которую реализует региональное правительство, следует оценить как эффективную. В этой связи считаем возможным рекомендовать детальное изучение и обобщение опыта региона, добившегося наилучших результатов в борьбе с этим опасным социально-экономическим явлением, для его дальнейшего использования в других субъектах федерации.

Для измерения достижения национальной цели развития РФ «Улучшение жилищных условий» используется абсолютный показатель «количество семей, улучшивших жилищные условия». Для более объективной оценки изменений, происходящих под влиянием комплекса мер, направленных на достижение национальных целей развития, охарактеризуем ситуацию в части обеспеченности населения жильем по состоянию на 2018 г.

К сожалению, по показателю «общая площадь жилых помещений, приходящаяся на одного жителя» СПб немного отстает от средних в стране и СЗФО значений. За последние 10 лет, хотя ситуация в обеспеченности населения северной столицы жильем и улучшилась, но ее темпы не достаточны: в РФ рост показателя составил 116,4 %, в СЗФО – 113,8 %, в СПб – 113,9 %.

О том, что администрации СПб следует активизировать усилия, направленные на достижение национальной цели развития РФ «Улучшение жилищных условий» говорит и высокий удельный вес

семей, состоявших на учете в качестве нуждающихся в жилых помещениях. Если в стране в целом в 2019 г. этот показатель был равен 4,1 %, в СЗФО – 5,6 % от общего числа семей, то в СПб таких семей было гораздо больше – 7 %. Хотя удельный вес семей, получивших жилые помещения, ежегодно увеличивается, и в 2019 г. составил 6,4 % от числа семей, состоявших на учете в качестве нуждающихся в жилых помещениях, что значительно больше средних в стране и федеральном округе показателей (РФ – 4,5 %, СЗФО – 5,1 %), работу в этом направлении необходимо усилить.

Справедливости ради отметим, что в СПб в решении жилищной проблемы горожан проведена колоссальная работа – еще в 2005 г. удельный вес нуждающихся в жилых помещениях в общей численности населения северной столицы был равен 16,2 %, а получить жилье смогли только 1 % из них [1, с. 309]. Заметим также, что СПб – один из 2 российских регионов, в которых практически решена проблема аварийного жилья (второй регион – г. Москва) [2, с. 276 – 277].

Подводя итог, подчеркнем, что в достижении национальных целей развития Российской Федерации, направленных по повышению уровня жизни в стране, в г. Санкт-Петербурге выявлено отставание по следующим показателям: реальный размер назначенных пенсий и удельный вес семей, состоявших на учете в качестве нуждающихся в жилых помещениях. Для своевременного достижения поставленных Президентом РФ целей по повышению жизненного уровня населения Правительству РФ необходимо активизировать свои усилия именно в этих направлениях. Реальные денежные доходы жителей северной столицы благодаря хорошей динамике реальной заработной платы в последние 10 лет опережали рост показателей в стране и Северо-Западном федеральном округе. Показатели бедности в СПб достигли целевых значений. Считаем целесообразным использовать опыт СПб по преодолению бедности в других российских регионах.

Список литературы

1. Регионы России. Социально-экономические показатели: Стат. сб. / Росстат. – М., 2020. – 1242 с.
2. Регионы России. Социально-экономические показатели: Стат. сб. / Росстат. – М., 2019. – 1204 с.

УДК 316.776

А.А. Семенова, Г.М. Шигабетдинова

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

РЕКЛАМА НА ТЕЛЕВИДЕНИИ: ЭМПИРИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ

Аннотация: В статье рассматривается воздействие на человека манипуляции в рекламе. Проанализировав психологию коммуникатора, психологию аудитории и

психологию сообщения, были выявлены данные для углубленного понимания понятия манипуляции в рекламе. Представлен анализ эмпирических данных на основе модели коммуникации Лассуэлла.

Ключевые слова: манипуляция, реклама, психология сообщения, психология коммуникатора, психология аудитории.

Актуальность выбранной темы обуславливается, во-первых, широким распространением информационных технологий, в том числе рекламных сообщений; во-вторых, активным влиянием рекламных коммуникаций на социальные институты и социальное поведение людей; в-третьих, необходимостью теоретического и практического осмысления данного феномена.

Объектом исследования является восприятие рекламы на телевидении. Предмет исследования — влияние рекламы на восприятие зрителя. Целью данной работы является выявление приёмов воздействия в рекламе.

На основе теоретического анализа выявлено, что манипуляция опасна для аудитории. Поскольку манипулятор превращает другого субъекта в послушное орудие, низводя его до уровня вещей, подвластных контролю и управлению. В современной литературе под манипулированием понимается искусство управлять поведением и мышлением людей с помощью целевого воздействия на общественное сознание.

Процесс манипулирования при передаче рекламного сообщения включает в себя несколько методов: формирование образа «знакомости» товара; создание иллюзии информированности о предлагаемом товаре; манипулирование научными фактами с целью доказательства того, что этот товар самый лучший, наделение товара определёнными социально-значимыми свойствами, введение наименования или рекламного слогана товара в активный лексикон потребителя, создание мифа о том, что «все так делают».

Для определения методов влияния рекламы на аудиторию мы рассмотрели существующие теоретические подходы к изучению эффектов массовой коммуникации. По мнению Д.В.Ольшанского, массовая коммуникация - сложный и многомерный феномен, настолько, что едва ли можно представить себе его целостное и однозначное определение. На основе проведенного теоретического анализа и, опираясь на модель коммуникации Лассуэлла, которая может быть использована для анализа любого коммуникативного действия, мы определили критериальную базу для анализа эмпирических объектов, состоящую из 5 модулей: миссия эмпирического объекта, психология коммуникатора, психология аудитории, психология сообщения, специфика канала.

В качестве эмпирического объекта взята реклама телекоммуникационной компании Мегафон.

Издателем рекламного сообщения является сама компания МегаФон. Коммуникатором — телекоммуникационная компания Мегафон, в качестве ведущих-актеров певцы Мальбэк и Сюзанна. Миссией издателя является рассказ о выгодном предложении, стимулировании аудитории к покупке.

МегаФон позиционирует себя как компания интегрированных цифровых коммуникаций. Анализ начнём с определения функций коммуникатора по Ольшанскому: создание сообщения, определение окончательного содержания, принятие ответственности за данное сообщение и сам выпуск в свет - присутствуют. Целью рекламного сообщения является удовлетворение основных информационных, эмоциональных и других потребностей аудитории. Обуславливается это тем, что коммуникатор сообщает о выгодном обмене старого телефона на приобретение нового со скидкой с целью, во-первых, оповестить аудиторию о новой акции, во-вторых, повысить покупательскую способность аудитории и, соответственно, увеличить продажи компании. Стилем коммуникатора с аудиторией выступает, по теории Г.С. Мельник, «другой — центрация», т.к. коммуникатор демонстрирует то, что требуется партнерам по общению (совершить покупку с наибольшей выгодой для себя). Коммуникатор находится в объективе камеры и символизирует через образы корпоративные цвета компании: фиолетовый и зелёный.

Тип общения, по С.М.Газарху, можно определить, как «среднедистанционный», т.к. коммуникатор непосредственно доносит сообщение с телевизионного экрана, создаётся ситуация присутствия субъекта общения где-то рядом. Стоит отметить, что компания точно определяет целевую аудиторию, так как при восприятии рекламы потребителем это является важным аспектом: связать товар с конкретным зрителем. Потребительская аудитория в большей степени воспринимает рекламируемый товар как «относящийся к нему», поскольку в рекламе использованы образы, манера поведения и речь, близкая к потребителям, а именно: используется популярная песня музыкантов, переделанная под тематику рекламного сообщения; точно выбраны ведущие-артисты, молодые и популярные личности. Присутствует доверие и симпатия к коммуникатору со стороны аудитории за счет известности, привлекательности героев рекламного сообщения. В связи с этим потребители склонны подсознательно доверять информации и совершать действия. Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что такие функции коммуникатора успешно выполнены.

Особенностью рекламного сообщения стало то, что оно длится всего 30 секунд, в кадре участвуют известные личности. Нестандартное донесение информации, но достаточно эффективное, поскольку песня и её мотив чаще запоминаются. Цель достигнута - внимание аудитории

привлечено, следовательно, цели коммуникатора и издателя не противоречат друг другу.

Аудитория коммуникатора массовая; разнообразная по составу и тематическим предпочтениям. Тип аудитории - непосредственный (люди, которые в настоящий момент смотрят). Медиаповедение аудитории - реактивное (нет самостоятельного выбора, существует необходимость просмотра, т.к. пропустить рекламу на телевидении невозможно). Текст, предъявляемый сообщением, открытый, содержит представление самого коммуникатора, который в процессе рассказывает о рекламном сообщении: актеры приходят в салон МегаФон, сдают старый телефон, приобретая новый с «супер-скидкой», что вызывает у них положительные эмоции — это представлено через текст песни и видео-рекламу: совершение покупки вызывает радость, счастье и удовлетворение собственных потребностей. Компания использует такой приём манипуляции, как ссылка на авторитет. Авторитетное мнение высказывают актёры Мальбэк и Сюзанна. Также используется приём речевого связывания, с помощью которого два или более действий в предложении связываются временными оборотами «до того как», «перед тем как», «после того как» и т.д. Ведущие-герои имели старый сломанный телефон и хотели приобрести новый, но денежные ресурсы хотели сэкономить. У компании МегаФон появляется акция: сдай старый телефон, получи скидку на покупку нового. Актеры совершают действие, приходят в салон и приобретают выгодную покупку: герои счастливы. Эффект приема обусловлен тем, что на такую двойную временную конструкцию в предложении человеку затруднительно дать двойное отрицание, если он хоть с чем-то не согласен. Сообщение убеждает совершить целенаправленное действие посредством логической аргументации, совершения покупки. Этот процесс трансформирует информацию в установки. В основе убеждения лежит осознанное, критическое восприятие адресатом воздействия убеждающего сообщения, его анализ и оценка, что покупка действительно выгодна. Таким образом, убеждение, приводит к тому, что человек путем логического обоснования сам приходит к определенному выводу. Это наиболее эффективно в том случае, когда адресат заинтересован в получении полной и подробной информации и настроен на ее критический анализ. Используется метод вживленной оценки, когда признак предмета постоянно ставится рядом с его названием, превращаясь в его имманентное свойство. И ни у кого не возникает желания это оспаривать или уточнять. Так, например, в ходе рекламы коммуникатор удерживает внимание на положительных характеристиках акции и использовании логотипа, корпоративных цветов компании. Текст сообщения выражен аудио (с помощью исполнения песни) и поведенчески (обращение говорящего с помощью поступка). Связанность и цельность текста присутствуют, т.к.

предложения воспринимаются как единое целое, а текст представляет собой смысловое единство. Привлечение внимания к тексту и оптимизация восприятия достигнуты с помощью приема изменения звуковых характеристик (исполнение изменённой версии популярной песни). В результате внимание аудитории собирается, информация лучше запоминается.

Медиатекст адресован на широкую аудиторию, соответствует ожиданиям и направлен на совершение действия после просмотра. Канал распространения – телевидение и интернет, жанр – рекламный видеоролик. В рекламном сообщении приемы манипуляции используются такие: ссылка на авторитет, связывания рекламного продукта с конкретной аудиторией, иллюстрацией ещё одного приема стало изменение популярной песни под тему рекламного продукта; метод вживленной оценки, речевого связывания. Медиатекст классифицируется по каналам распространения – телевизионное сообщение; по целевому назначению - коммерческая; по тематике – выгодные условия покупки. Гипертекстом может послужить ютуб каналы компаний, так как там можно получать обратную связь в виде лайков, комментариев и т.д.

Таким образом, МегаФон выпустил в свет рекламу, заранее определив актуальную для аудитории тему, форму и метод рекламы, время и место размещения рекламы. Воздействие на зрителя оказывает не только текст, но и визуальный образ, операторская и режиссерская работа.

Список литературы

1. Имшенецкая И.Я. Манипулирование в рекламе / И.Я. Имшенецкая // Лаборатория рекламы, маркетинга и publicrelations. - 2005. - №9.
2. Никитина Т.Е. Маркетинг на предприятиях и в корпорациях : теория и практика . Монография. – Москва.: ИНФРА-М, 2012,с. 35.
3. Татаринов, Кю\А. Психологическое манипулирование в рекламе / К.А. Татаринов, С.М. Музыка. — Азимут научных исследований: педагогика и психология. - 2020. - Т. 9. - № 3(32). - С. 179-182.
4. Уэллс, У. Реклама: принципы и практика / У. Уэллс, Д. Бернет, С. Мориарти. – СПб, 1999. – 270 с

УДК 316.422

Е. Н. Лазарева

(Санкт-Петербург, Северо-Западный институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»)

Е. Е. Тарандо

(Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный университет)

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР УКРЕПЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА

Аннотация. В статье характеризуются ситуация в сфере инновационного развития в Республике Мордовия, для которой это направление следует рассматривать в качестве важнейшего приоритета экономической политики региона, поскольку конкурентными преимуществами, обусловленными наличием полезных ископаемых и развитием на их основе крупных обрабатывающих производств, регион не располагает. Установлено, что сильными сторонами региона являются наличие достаточного развитой инновационной инфраструктуры, высокий уровень образования населения, удобное географическое положение, действующий механизм взаимодействия государственных органов федерального и регионального уровней и местных органов власти.

Ключевые слова: устойчивое развитие; наука; инновации; инновационная политика; кадровый потенциал; интеллектуальная собственность.

Президент России В. В. Путин поставил перед правительством страны амбициозную задачу – войти к 2024 г. в пятерку крупнейших экономик мира. Прорыв в экономическом развитии нашей стране может быть обеспечен только за счет кардинального роста производительности труда. Российская Федерация по этому показателю сильно отстает от передовых мировых держав. Например, ВВП нашей страны в расчете на одного занятого в 1,7 раза меньше, чем в Германии и в 2,3 раза меньше, чем в США (2018 г.) [5, с. 93].

Главный фактор роста производительности труда – научно-технический прогресс, действие которого проявляется в обновлении основных производственных фондов, освоении новых технологий, создании новых продуктов и материалов и др. Пока российская экономика слабо восприимчива к достижениям науки, а промышленно-технологические инновации не привлекают внимание инвесторов. Именно это и не позволяет России динамично развиваться. Поэтому в Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 г., утвержденной в 2017 г., в числе 25 угроз устойчивому развитию современной России названа слабая инновационная активность, отставание в области разработки и внедрения новых и перспективных технологий (в том числе технологий цифровой

экономики), недостаточный уровень квалификации и ключевых компетенций отечественных специалистов.

Если на государственном уровне задача необходимости прорыва в инновационном развитии осознана и закреплена в стратегических документах, то экономические субъекты в нашей стране явно недооценивают роль и значение инноваций в обеспечении устойчивого развития организации за счет укрепления на этой основе ее конкурентных позиций.

Казалось бы, преимущества, формируемые новаторской деятельностью, лежат на поверхности, и в этом никого не надо убеждать. Все согласны с тем, что предприятия в условиях рынка функционирует в жесткой конкурентной среде, и чтобы выжить должны изыскивать все возможности для расширения сбыта и поиска новых потребителей. Основопологающим постулатом рыночной экономики является и то, что спрос на большинство товаров зависит от их цены (за исключением неэластичных и принципиально новых не имеющих аналогов товаров). Уменьшить цену товара и тем самым привлечь новых покупателей можно только за счет оптимизации издержек (сокращения затрат без снижения качества товара). В этом же и главная экономическая цель инноваций. Следовательно, инновации – важнейший фактор укрепления конкурентоспособности предприятия в условиях рыночной экономики.

Этот тезис можно подтвердить конкретным примером из деятельности АО «Оптиковолоконные системы», введенное в строй в 2015 г. в г. Саранске Республики Мордовия. В 2017 – 2019 гг. была произведена модернизация производства (общая стоимость проекта свыше 950 млн руб.), что позволило не только расширить производственные мощности завода, но и снизить себестоимость продукции сократилась на 15 % [1]. Это означает, что даже при сохранении уровня цен на производимую продукцию на прежнем уровне норма прибыли повысится. Дополнительная прибыль может быть потрачена как на поощрение учредителей, акционеров и членов трудового коллектива, так и использована на развитие производства (покупку новой техники и / или технологии, создание новых товаров и др.).

Однако в целом в России инновационная активность хозяйствующих субъектов пока остается очень низкой: инновационную деятельность осуществляют менее 13 % российских предприятий, в то время как, например, в Германии показатель составляет 64 %. Более низкая, чем в нашей стране, инновационная активность в Европе зафиксирована только в Румынии – 10 % от общей численности организаций осуществляют инновационную деятельность [5, с. 341].

Одна из национальных целей развития Российской Федерации – ускорение технологического развития Российской Федерации,

увеличение количества организаций, осуществляющих технологические инновации, до 50 процентов от их общего числа к 2024 г. Это требует разработки эффективных механизмов стимулирования инновационной деятельности предприятий. Для этого нужно знать, что может стать побудительным мотивом, и на что можно подействовать.

Особую значимость приобретают эти задачи в регионах, испытывающих значительные природно-ресурсные ограничения. В таких субъектах отсутствуют экстенсивные факторы экономической динамики, и переход на инновационный путь развития является жизненно важным. К числу таких субъектов Российской Федерации относится небольшой приволжский регион – Республика Мордовия.

Не располагая мощным экономическим потенциалом, этот небольшой и небогатый регион занимает высокие позиции в федеральных инновационных рейтингах. Согласно оценке инновационного развития российских регионов, проводимой НИУ ВШЭ, по величине российского регионального инновационного индекса (РРИИ) РМ занимает 22-е место [4, с. 23].

Однако это не означает полного благополучия. По данным, содержащимся в процитированном выше Докладе НИУ ВШЭ, в Мордовии отсутствует единая стратегия инновационного развития, без чего невозможно обеспечить стабильного положительного результата. Не проявляют хозяйствующие субъекты региона патентной активности за рубежом, не участвуют в экспорте технологий. Экспортируется лишь небольшая часть инновационной продукции. По таким важным для формирования инновационного потенциала региона процессам, как подготовка кадров, Мордовия заметно отстает от большинства российских регионов: по показателю «доля студентов программ высшего образования в области STEM» – 74-е место, по индикатору «удельный вес студентов, обучающихся по программам подготовки специалистов среднего звена» – 70-е место [4, с. 181].

В структуре промышленной продукции на долю инновационных и / или высокотехнологичных товаров приходится 25 %, что лишь немного больше данного показателя, характерного для такой в целом консервативной отрасли, как сельское хозяйство. Инновационная активность аграрных предприятий объективно ограничена спросом на производимый ими товар. Людей больше привлекает пищевая продукция, изготовленная по традиционным рецептам, на что маркетологи реагируют соответствующими решениями, представляя продукцию, как изготовленную «по бабушкиному рецепту», «по старым традициям» и т. п. Названия «36 копеек», «48 копеек», или «Сделано в СССР» тоже, по замыслу маркетологов, должны убедить покупателя в том, что технология изготовления товара не менялась с советских времен.

При этом агропромышленное производство – одна из ключевых отраслей Мордовии – демонстрирует высокие достижения в сфере инноваций и не сильно отстает от сферы промышленности: в объеме сельскохозяйственной продукции на долю инновационных товаров приходится более 23 %.

А вот предприятия, генерирующие инновации (научно-исследовательские организации), а также транслирующие их и повышающие доступность нововведений (организации сферы телекоммуникаций и связи) проявляют крайне слабую инновационную активность: в структуре выпуска предприятий этих видов экономической деятельности удельный вес инновационной продукции составляет 6 % [2, с. 362].

Одна из причин сложившейся ситуации – отток кадров высшей квалификации из Мордовии. К переезду в другие регионы ученых из Мордовии побуждает крайне низкий уровень оплаты труда научных работников и представителей вузовской науки. Во всех приволжских регионах труд этой категории работающих ценится более высоко. Так, средняя заработная плата научных сотрудников в РМ в 2018 г. оставалась самой низкой среди регионов ПФО, была в 2 раза меньше, чем в стране в целом: 49348 руб. против 100081 руб. В итоге многие доктора наук из ведущего вуза региона – МГУ им. Н. П. Огарева покинули университет, и теперь работают в высших учебных заведениях Москвы, Санкт-Петербурга, Самары, Нижнего Новгорода и других крупных городов [3, с. 207 – 209].

По оценке НИУ ВШЭ, к сильным сторонам Мордовии можно отнести наличие развитой инфраструктуры инновационного развития, высокую степень охвата образованием, удобное географическое положение, осознание руководством региона необходимости ускоренного перехода на инновационный путь развития, слаженность взаимодействия региональных и местных органов власти [4].

Вместе с тем, считаем, что в Республике Мордовия, для которой проблемы инновационного развития имеют особенно большое влияние на развитие территории по причине слабости ее природно-ресурсного потенциала, следует предпринять меры, направленные на предотвращение оттока кадров науки и образования, а возможно и вернуть некоторых из тех, кто ранее покинул родную республику в поиске достойной работы, повысив заработную плату и, что не менее важно, создав условия для их самореализации профессионального развития.

Надеемся, что решению этой проблемы будет способствовать реализации проекта нового руководителя региона по созданию на территории Мордовии IT-деревни, где будут созданы комфортные условия для ученых и представителей креативных индустрий. Это

позволит не только удержать высококвалифицированных специалистов, но, возможно, и вернуть некоторых из числа покинувших родной регион ранее. Предлагается также рассмотреть возможность заключения индивидуальных договоров (контрактов), в которых будут закреплены права и обязанности специалистов, в которых регион особенно нуждается.

Реализация данных мероприятий будет способствовать укреплению человеческого капитала Мордовии, что позволит реализовать программу ускоренного перехода региональной экономики на инновационный путь развития, будет способствовать укреплению конкурентоспособности региона и создаст прочный фундамент поступательного устойчивого развития территории в долгосрочной перспективе.

Список литературы

1. Буралкин М. В., Долгов Ю. В., Тянякин Д. А., Чернов А., Гусев В. О. АО «Оптическое волокно»: этапы и результаты модернизации производства. Анализ развития рынка оптического волокна. // Спецвыпуск «Фотон-Экспресс-Наука». – 2019. – № 6. [Электронный ресурс] – URL: www.fotonexpres.ru fotonexpress@mail.ru (дата обращения 25.10.2021)
2. Мордовия: Стат. ежегодник. / Мордовиястат. – Саранск, 2019. – 438с.
3. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2019: Стат. сб. / Росстат. – М., 2019. – 1204 с.
4. Рейтинг инновационного развития субъектов Российской Федерации. Выпуск 6 / Г. И. Абдрахманова, С. В. Артемов, П. Д. Бахтин и др.; под ред. Л. М. Гохберга; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2020. – 264 с.
5. Российская Федерация и мир: Стат. сб. / Росстат. – М., 2020. – 385с

УДК 316.662

Н.В. Бибикова, Т.И. Тоцкая

(Ульяновск, Ульяновский государственный педагогический университет имени И.Н. Ульянова)

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ АДАПТАЦИЯ БАКАЛАВРОВ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ К УСЛОВИЯМ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ

Аннотация. Данная статья посвящена описанию социально-психологической адаптации бакалавров. В статье проанализированы условия адаптации, приведены статистические данные, результаты исследования об адаптации бакалавров высшей школы, отражены проблемы, с которыми сталкиваются бакалавры, а также даны рекомендации по организации дистанционного обучения.

Ключевые слова: социально-психологическая адаптация, адаптация бакалавров, психологические особенности адаптации к условиям дистанционного обучения

В последнее время образовательная система нашего государства подвергалась множеству изменений, которые касаются повышения

уровня и качества профессионального образования, а главное его доступности получения для разных категорий населения. Вопрос о качестве образования более актуализировался в силу таких причин, как: возникновение новых систем ценностей, последовательных переход к многообразию учебных программ обучения студентов, быстрое развитие менеджмента в образовании. Государственная программа «Развитие образования» на 2013-2020 год подразумевает, что за эти 7 лет образование полностью модернизируется и будет создано больше благоприятных условий для дополнительного образования. В статью 15 федерального закона №11 «О внесении изменений в Закон «Об образовании» в части применения электронных образовательных технологий» было введено понятие дистанционного обучения. При реализации данных программ в учреждениях были созданы все условия для перехода образовательного учреждения на дистанционное обучение и освоение обучающимися образовательные программы независимо от их местонахождения. В 2016 году была разработана целевая программа развития образования, полная реализация которой назначена на 2020 год. Цель программы это создание условий для эффективного развития российского образования и обеспечение доступности качественного образования. Актуальность данного исследования обусловлена тем, что с марта 2020 года по всей территории Российской Федерации был введен карантин, в связи с этим все учебные заведения перешли на формат дистанционного обучения. Нам стало интересно, как к нему относятся другие обучающиеся, а именно студенты нашего вуза. С развитием сети Интернет, появляется возможность проводить занятия, не посещая стены учебного заведения. Безусловно, это большой прорыв в сфере образования. Дистанционное обучение позволяет совмещать несколько дел одновременно, быть в любой точке мира и заниматься самообразованием, проводить больше времени со своей семьей. Однако, как бы хорошо не было организовано электронное дистанционное обучение, оно имеет и большие негативные стороны, в частности: вопрос дальнейшей социализации, обмен опытом, отсутствие эмоциональных контактов, а также дальнейшие трудности выступлений на публике.

Изучением проблем социально-психологической адаптации студентов в высшей школе занимаются многие исследователи, однако сегодня мы находимся в новых условиях функционирования системы образования. Предполагаем, что все субъекты данного процесса были не готовы полностью перейти на формат дистанционного обучения. Считаем, актуальным в современных реалиях рассмотрение аспектов социальной адаптации бакалавров высшей школы в условиях дистанционного обучения.

Пандемия коронавируса существенно изменила социальную реальность. Данная вирусная инфекция явилась катализатором многих

процессов, активно развивающихся в предыдущий период: цифровизация всех сфер жизнедеятельности общества, усиление цифрового неравенства, формирование цифровой грамотности различных социальных групп населения и т. д. Российская высшая школа столкнулась с новыми вызовами: цифровизацией образования; адаптации студентов к условиям дистанционного обучения, цифровым разрывом в цифровой культуре молодого и старшего поколения преподавателей. Также резкий переход на дистанционные формы и регионализация, связанная с самоизоляцией, поставили под сомнение интернационализацию высшего образования, заставляя пересматривать ключевые положения Болонской декларации. Система высшего образования претерпевает трансформации, в которых все более ощущается разрыв в образовании, получаемом студентами в вузах, где изначально были разные условия для перехода на дистанционные формы обучения (наличие дистанционного образования в «допандемийный» период, материально техническая база, профиль вуза и преподаваемые дисциплины) [4, с.47].

Отметим, в условиях дистанционного обучения возникает проблема адаптации студентов к данной ситуации. На плечи обучающихся легла значительная ответственность за свою дисциплину, умение слушать и во многом разбираться самостоятельно. Это отражается на поведении студента и качестве его успеваемости.

В современной педагогической науке адаптация рассматривается как процесс и как результат. Любой процесс сопровождается движением, которое приводит к определенному конечному результату. Результатом процесса адаптации является уровень адаптированности личности. О результативности адаптации студентов можно судить по целому ряду внешних и внутренних показателей. Среди них: результаты учебно-профессиональной деятельности, включённость обучающегося в макро и микросреду, реализация его внутриличностного потенциала, а также эмоциональное самочувствие [3, с.274].

Исходя из позиции М.З. Саадуллаевой, «социальная адаптация это постоянный процесс активного приспособления человека к условиям социальной среды, в том числе результат данного процесса». К тому же, адаптационная способность индивида это способность приспособливаться к различным требованиям среды, к примеру, к социальным, моральным, физическим и пр., без внутреннего дискомфорта и конфликта с окружающей средой [3, с.343].

Критериями социально психологической адаптированности личности, согласно К. Роджерсу являются [8, с.141]: открытость реальной практике отношений и деятельности; умение уважать других и чувство собственного достоинства; понимание собственных проблем и стремление овладеть, справиться с ними. К критериям дезадаптированности [3, с.141]: неприятие себе и других; наличие

защитных «барьеров» в осмыслении своего актуального опыта; кажущееся «решение» проблем, то есть решение их на субъективном психологическом уровне, а не в действительности; негибкость психических процессов.

А.А. Налчаджяном выделяются адаптивные и дезадаптивные потребности, адаптивность либо дезадаптивность потребности зависит от того, цели она направлена, соответственно, возможно говорить в том числе об адаптивных и дезадаптивных целях и уровнях притязаний человека в тех ключевых социально групповых средах, в которых реализуются ведущие формы ее активности. Адаптация же — это социально психологический процесс, при благоприятном течении который ведет личность к состоянию адаптированности [2, с.141].

Введенное А.Г. Маклаковым понятие, «личностный адаптационный потенциал» характеризует адаптационные способности человека. Личностный адаптационный потенциал — это взаимосвязанные между собой психологические особенности личности, которые определяют успешность адаптации и возможность сохранения профессионального здоровья. В структуру личностного адаптационного потенциала входят: коммуникативный потенциал, уровень поведенческой регуляции и уровень моральной нормативности. Под социально психологической адаптацией нами понимается: способность личности творчески и активно приспосабливаться к среде деятельности, регулировать свое поведение, умение построить отношения с другими людьми, в соответствии с требованиями социума и личными потребностями, интересами, мотивами [2, с.141].

Что касается реакции самих обучающихся на резкий переход от очного обучения, нельзя сказать об ее однозначности [5, с.42].

Во-первых, в таких условиях учащиеся ощущают значительную нагрузку. Материал, который ранее можно было просто слушать, теперь необходимо изучать самостоятельно. При этом восприятие каждого студентов индивидуально, поэтому многим необходимо проработать материал несколько раз, чтобы хотя бы частично его усвоить. Кроме того, задания для закрепления материала добавляют времени на работу с предметом. Суммарно на работу по каждому предмету иногда может потратиться больше, чем два академических часа.

Во-вторых, на успеваемость большое влияние оказывает оригинальность заданий, когда учащийся не просто списывает материал у товарища, но думает над поставленным вопросом или индивидуально решает проблему. Практика показывает, что студенты редко проявляют инициативу и не выполняют домашние задания самостоятельно, если эти задания будут одинаковыми для большинства участников учебной группы. Таким образом, в качестве аналога устного опроса в условиях

дистанционного обучения необходимо тщательно продумывать задания и по возможности делать их оригинальными и индивидуальными.

В-третьих, в ходе учебного процесса в стенах образовательной организации у студентов уже установилось определенное отношение к предмету, в основном сформированное личностью педагога. Есть вероятность, что заявленный интерес пропадет, если в материале не будет той «живости», которая проявлялась в процессе коммуникации с преподавателем. Однако, грамотно подойдя к организации дистанционного обучения, преподаватель может изменить отношение учащихся к предмету в лучшую сторону, добавив в задания оригинальности и творчества, тестов, приводя наглядные примеры или ссылки на Интернет ресурсы с актуальной информацией.

В-четвертых, студенты в текущее время ощущают большую ответственность за свое обучение, так как не могут объяснить слабую успеваемость внешними факторами типа атмосферы в учебном коллективе или плохого объяснения материала преподавателем. Это не снимает ответственности с педагога за качество преподаваемого материала и обратной связи с учебной группой. Тем не менее, учащиеся уже меньше ощущают себя частью коллектива, не смотрят на окружающих, менее подвержены конкуренции к выполнению заданий «на скорость», более нацелены на качество.

В-пятых, к сожалению, стремятся к обучению снова те студенты, которые обладали мотивацией к учебе и в стенах образовательного учреждения. Если же учащийся не обладал желанием познавать новый учебный материал, то картина становится еще более ужасающей. Студент может просто «исчезнуть», реже выходить на связь, не искать консультации по решению заданий.

Для адаптации к новым условиям учащимся необходимо пройти несколько этапов, которые были доступно изучены Токтаровой и Федоровой. Каждый из этих этапов подразумевает постепенное погружение обучающихся в электронную образовательную среду, создавая минимальный уровень стресса для студентов и педагогов. Адаптация должна включать активную обратную связь педагога и студентов, тщательный анализ проведенных занятий и рефлекссию, как преподавателя, так и учащихся. В результате студент постепенно расширяет зоны своего развития и самостоятельно начинает более рационально оценивать и организовывать свое личное время и учебную деятельность, а преподаватель успевает создать и «перекроить» материал учебного курса, соответствующий способностям учащихся усвоить этот материал [5, с.43].

Перечисленные этапы не совсем соответствуют создавшейся в текущих реалиях обстановке, потому как не все образовательные учреждения были готовы к столь резкому переходу на дистанционное

обучение. В создавшейся обстановке наилучшим решением видится постепенное повышение интенсивности, уровня и объема преподаваемого материала и поддержание постоянной обратной связи с учащимися.

Процесс социальной адаптации бакалавров высшей школы к условиям дистанционного обучения в достаточной степени неоднозначен. Отметим, в данном контексте, адаптацию требуется рассматривать с позиции приспособления обучаемого к организации и условиям учебного процесса, в том числе выработке навыков самостоятельности в работе. Этот процесс является дидактической адаптацией, то есть приспособления студента к новым методам и формам работы, также новым формам контроля.

В ходе адаптации бакалавров высшей школы требуется учитывать специфику дистанционной формы обучения [1, с.582]: потребность самостоятельно распределять время и проектировать режим работы, принимать решения, осуществлять контроль своего образовательного маршрута; неуверенность студентов в правильности исполненных заданий; недостаточность умений и знаний для работы на цифровых сложных платформах; отсутствие прямого контакта студента с преподавателем, группового очного обсуждения, осуществление постоянного контроля и возможности непосредственной образовательной коммуникации.

В соответствии с особенностями дистанционного обучения, актуальной является разработка методических рекомендаций, которые направлены на создание условий для эффективной социальной адаптации бакалавров высшей школы при условиях дистанционного обучения, так как это позволит обучаемым наиболее эффективно осваивать учебные дисциплины, снизить количество неуспевающих студентов [1, с.583]. Возможные направления решения проблемы адаптации обучаемых к дистанционному обучению должны включать три ключевых педагогических элемента: 1) создать эффективные педагогические условия организации самостоятельной работы студентов; 2) формировать навыки тайм менеджмента при условиях организации самостоятельной работы обучаемых, как ключевой формы учебной деятельности; 3) совместно планировать развитие профессиональных компетенций и карьеры.

Таким образом, включение бакалавров высшей школы в дистанционный процесс в настоящий момент времени требует социальной зрелости, ответственности преимущественно за качество личных знаний перед самими собой и потенциальным сообществом профессионалов самого студента. Образовательное учреждение, которое заинтересовано в разворачивании данных технологий, а в настоящее время в условиях карантинных мероприятий и пандемии, в данной ситуации все без исключения оказались, обязаны обратить

внимание на решение адаптационных задач, не решение которых провалит качество образования в Российской Федерации.

Список литературы

1. Авдеева Ю.А., Устиновская А.А. Проблематика внедрения смешанного обучения в вузах // Управление образованием: теория и практика. – 2018. – №2(30). – С.34–40
2. Гордиенко Е.П., Гостева С.Р. Проблемы дистанционного обучения в высшем образовании в условиях пандемии // В сборнике: Научные исследования и современное образование. Чебоксары / Издательство: Общество с ограниченной ответственностью "Центр научного сотрудничества "Интерактив плюс" (Чебоксары). 2020. С.30–33.
3. Кокшарова Ю.А. Особенности адаптации студентов в условиях резкого перехода на дистанционное обучение // Тенденции развития науки и образования / Издательство: ИП Иванов Владислав Вячеславович. 2020. № 62–13. С.41–43.
4. Малошонок Н.Г. Взаимосвязь использования Интернета и мультимедийных технологий в образовательном процессе со студенческой вовлеченностью // Вопросы образования. 2016. № 4. С.59–83.
5. Мерденова Л.А., Такоева Е.А., Тагаева И.Р., Нарतिकоева М.И. Характеристика общего состояния организма по показателям индивидуального восприятия времени // Вестник новых медицинских технологий. – 2018. – Т. 25, № 4. – С.96–100.

УДК 791.4

А.И.Тумаева

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

КИНО КАК ФОРМА КОММУНИКАЦИЙ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ

Аннотация: Информационное поле, в котором постоянно находится человек, имеет огромное влияние на его состояние, мировоззрение, особенности поведения. Фильмы, которые смотрит молодежь, играют очень большую роль на их развитие. В данной статье выявляются особенности кинопредпочтений молодежи.

Ключевые слова: кино, молодежь, отношение молодежи к кино, отношение молодежи.

Кинематограф является одним из способов проведения досуга среди молодежи, следует отметить что, в настоящее время, кинотеатр не является самым популярным местом досуга молодежи. В современной жизни активно используются интернет и новейшие технологии. Молодые люди значительное количество времени проводят в социальных сетях. Виртуальная жизнь начинает заменять реальную действительность. Чтобы привлечь аудиторию, в сети проводится множество рекламных акций привлекательных товаров и услуг для упрощения и облегчения жизни. Молодёжь с удовольствием уходит от бытовых трудностей, становится бездумным потребителем благ, не хочет думать о проблемах и искать их решения.

Актуальность данной темы заключается в том, что фильмы имеют не только развлекательную функцию, но и функцию социализации и формирования общественного мнения. В советское время кино было мощным орудием пропаганды, «воспитавшим» не одно поколение. Благодаря своему статусу средства коммуникации кино обладает огромным потенциалом влияния на общество. Как бы зритель ни относился к тому, что показывают, по какой причине он идет в кино - провести свободное время, встретиться с друзьями, наконец, насладиться произведением искусства - хотя бы «миром» кино, хоть одним из его многих собственных партий повлияли на него. Это особенно важно, если под кино понимается социальная коммуникация, которая является основой профессиональной деятельности PR-специалиста, задача которого - правильно донести до зрителя содержание того или иного кинопродукта.

Цель данной статьи заключается в выявлении кинематографических предпочтений российской молодежи. Предмет исследования - кинематографические предпочтения молодежи.

В условиях существующей социально-экономической ситуации наиболее подверженной манипуляции сознанием является молодежь, характеризующаяся повышенной внушаемостью и неустойчивостью сознания. Для нынешнего кризиса актуально утверждение В. Д. Лисовского относительно известных событий 90-х гг.: «Сегодняшние молодые россияне поставлены в вдвойне экстремальные условия: переворот в социально-экономическом укладе сопровождается кризисом ценностного сознания. Молодым приходится самим решать, что ценнее – обогащение любыми средствами или приобретение высокой квалификации, обеспечивающей способность адаптироваться к новым условиям; отрицание прежних морально-нравственных норм или гибкость, приспособляемость к новой действительности; безграничная свобода межличностных взаимоотношений или семья как оплот успешного существования».

Среди средств манипуляции сознанием одним из наиболее действенных и наименее исследованных является массовый кинематограф [1, 4]. По аналогии с массовой культурой массовый кинематограф не должен «рассматриваться как оценочная, эстетическая категория. Это не просто упрощенное или ухудшенное издание так называемой высокой культуры, а явление совершенно другого порядка». Массовый кинематограф характеризуется, прежде всего, способом, которым он «создается, распространяется и используется». Специфика фильмов заключается в динамике действия, включающей частую смену планов, ракурсов, персонажей, кратчайшие диалоги и различного рода спецэффекты.

Зритель не может охватить всю цепочку событий на экране от эпизода к эпизоду. Психическое сопротивление снижается от картинке к

картинке, человек бессознательно принимает фильм таким, какой он есть, без оценки и анализа. Наблюдается своеобразный замкнутый круг: высокая внушаемость и нестабильность сознания - развлекательные блокбастеры - слабая психологическая устойчивость к манипулятивным воздействиям [2, 14]. Часто в фильме используется не одна стратегия, а несколько, что делает поведение персонажей нелогичным. Однако из-за отсутствия у зрителей стремления к анализу и собственной оценке фильмов такое поведение было признано правильным. В процессе просмотра кинофильма зритель либо постоянно отвлекается на другие объекты, что, с одной стороны, приводит к неэффективности манипулятивных технологий кинематографа, а с другой - усиливает отвлеченность сознания либо старается сконцентрироваться на фильме с целью отдыха и получения удовольствия, а ослабленное постоянными переключениями внимания сознание не в состоянии осмыслить и сформировать собственное отношение к происходящему на экране.

Предложенная нами типология кинематографических предпочтений молодежи позволяет объяснить и прогнозировать манипулятивное воздействие фильмов на сознание молодежи. Когда предполагаемый фильм соответствует типу кинематографических предпочтений зрителя, его способность конструировать социальную реальность увеличивается, что позволяет более эффективно контролировать процесс социализации молодых людей. Влияние кино на умы молодых людей постоянно возрастает, потому что новые технологии (такие как 3D) позволяют увеличить внушающую силу движущихся изображений. Однако массовое кино, пользующееся наибольшей популярностью, на данный момент оказывает достаточно разрушительное действие. Количество фильмов, направленных на формирование таких норм и ценностей, которые необходимы для формирования зрелой личности и продвижения общества, невелико и сосредоточено в рамках так называемого элитного кино, которое не пользуется популярностью среди молодых людей.

Современный человек, в жизни которого мало места для героизма, хочет видеть на экране героев. Героем на экране может стать каждый, все, что нужно сегодня, - это группа хороших программистов. В «мейнстриме» есть место всему, даже рекламе [3]. Это иногда приводит к абсурдным ситуациям, когда фильм превращается в большой рекламный ролик (сериал «Джеймс Бонд: Агент 007»). Кинематография как средство коммуникации, с одной стороны, адекватно отражает особенности современных социокультурных процессов, с другой - сама участвует в формировании социальной реальности.

Таким образом, кино - это самый прогрессивный вид искусства, в производстве которого сегодня используется большое количество научных новинок и открытий. В процессе просмотра кинофильма молодежь либо постоянно отвлекается на другие объекты, что, с одной

стороны, приводит к неэффективности манипулятивных технологий кинематографа, а с другой - усиливает отвлеченность сознания либо старается сконцентрироваться на фильме с целью отдыха и получения удовольствия, а ослабленное постоянными переключениями внимания сознание не в состоянии осмыслить и сформировать собственное отношение к происходящему на экране.

Список литературы

1. Лотман Ю. М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. URL: <https://rbook.me/book/4158063/read/page/36/> с. 36. (дата обращения: 03.06.21).
2. Разлогов К. Э. Искусство экрана: от кинематографа до Интернета. М.: РОССПЭН, 2010. - С. 256.
3. Тощенко Ж. Т. Фантомы общественного сознания и поведения / Ж. Т. Тощенко. - СОЦИС, 2008. - №3. – С. 3-9

УДК 316.454

С. О. Хазова

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ПОВЕДЕНИЕ СТУДЕНТОВ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ: ГРУППОВЫЕ ИНТЕРЕСЫ

Аннотация: статья посвящена формированию портрета группы студентов Ульяновска с точки зрения отношения к учебе, преподавателям, иностранным студентам. Значимым ресурсом для выполнения работы стал анкетный опрос, а точнее ответы нескольких сотен опрошенных студентов ульяновских вузов.

Ключевые слова: взаимовыручка студентов, взаимодействие с иностранными гражданами, взаимовыручка студентов, конфликты, учёба, успехи в учёбе, взаимоотношение преподавателя и студента.

Суть группового эгоизма заключается в направленности групповых интересов, целей и норм поведения против интересов и целей, норм поведения отдельных членов группы или всего общества. Цели группы достигаются за счет ущемления интересов ее отдельных членов, в ущерб интересам общества. Групповой эгоизм проявляется в том случае, когда цели, ценности группы, стабильность ее существования становятся важнее отдельной личности, значимее целей общества. Тогда личность обычно приносится в жертву целостности группы, полностью подчиняется ее требованиям и стандартам поведения. Эффект группового эгоизма может сыграть очень негативную роль в дальнейшей деятельности группы и судьбе ее отдельных членов [1].

Актуальность данного исследования заключается в том, что в наше время среди студентов наблюдается потеря интереса к образовательной деятельности. У студентов пропадает желание получать знания, приобретать навыки, чтобы стать хорошими специалистами в будущем.

Цель данной статьи заключается в выявлении особенностей поведения студентов как социальной группы в сфере образования.

Большинство студентов посещают учебные заведения для того, чтобы весело провести время, пообщаться с друзьями, а не узнавать для себя новую информацию, развиваться и совершенствовать себя. Многие студенты часто прогуливают пары, из-за чего потом появляются проблемы с учебой, все начинают сдавать накопившиеся долги и ходить на пересдачи, чтобы закрыть сессию. Каждый по-своему выстраивает отношения с преподавателями. Ведь это одна из важных составляющих получения оценки в зачетной книжке. А некоторым приходится изучать русский язык, чтобы их понимали преподаватели. Да и одноклассники в том числе. Их взаимоотношения порой складываются не лучшим образом.

Существует три эффекта группового эгоизма: эффект «маятника», эффект «волны», эффект «пульсара».

Эффект «маятника». Это циклическое чередование групповых эмоциональных состояний стенического и астенического характера. Интенсивность проявления и временная протяженность эмоциональных состояний определяются значимыми для членов группы условиями и событиями их совместной трудовой деятельности.

Эффект «волны». Это распространение в группе идей, целей, норм и ценностей. Новая идея зарождается в голове одного человека, он делится ею со своим ближайшим окружением, которое обсуждает, корректирует, дополняет и развивает предложенную идею.

Эффект «пульсара», как проявление групповой активности, заключается в резком повышении активности в начале процесса деятельности, затем, когда задача решена, наступает спад активности, т.е. людям требуется отдых. Потом групповая активность возвращается на оптимальный уровень, необходимый для нормальной, слаженной, бесперебойной работы группы [2,3].

Мы провели собственное социологическое исследование по выявлению особенностей поведения студентов в сфере образования. Опрос был произведен среди 400 студентов 17-24 лет в трех университетах Ульяновска.

В ходе исследования были выявлены результаты отношения студентов к учёбе, отношения студентов и преподавателей, степень принятия студентов другой культуры и гражданства.

Студенты разделились на четыре группы: первая группа – учусь в основном на «отлично» (38%), вторая группа – преобладают хорошие оценки (54%), третья группа – удовлетворительно, троек больше (7%), четвертая группа – неудовлетворительно (1%). Это говорит о том, что студенты в городе Ульяновск склонны к учёбе, у них нет серьезных преград к получению знаний.

На рисунке 1 продемонстрированы результаты отношений студентов и преподавателей.

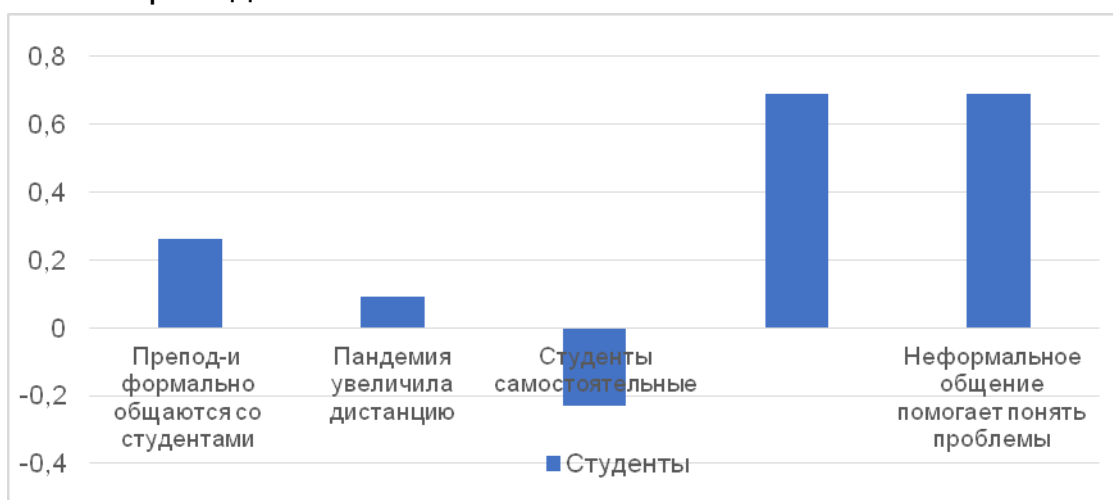


Рис. 1. Отношения между студентами и преподавателями (в индексах, J= от -1 до +1; n=400)

По результатам опроса, равное количество ответов набрали утверждения о том, что неформальное общение со студентами помогает понять проблемы и о том, что доверительные отношения улучшают освоение учебных дисциплин. И практически все уверены, что студенты еще не очень самостоятельные личности. Это касается и иностранных студентов Ульяновска.

Мы спросили российских студентов об их отношении к иностранцам и получили следующие ответы (рис. 2).

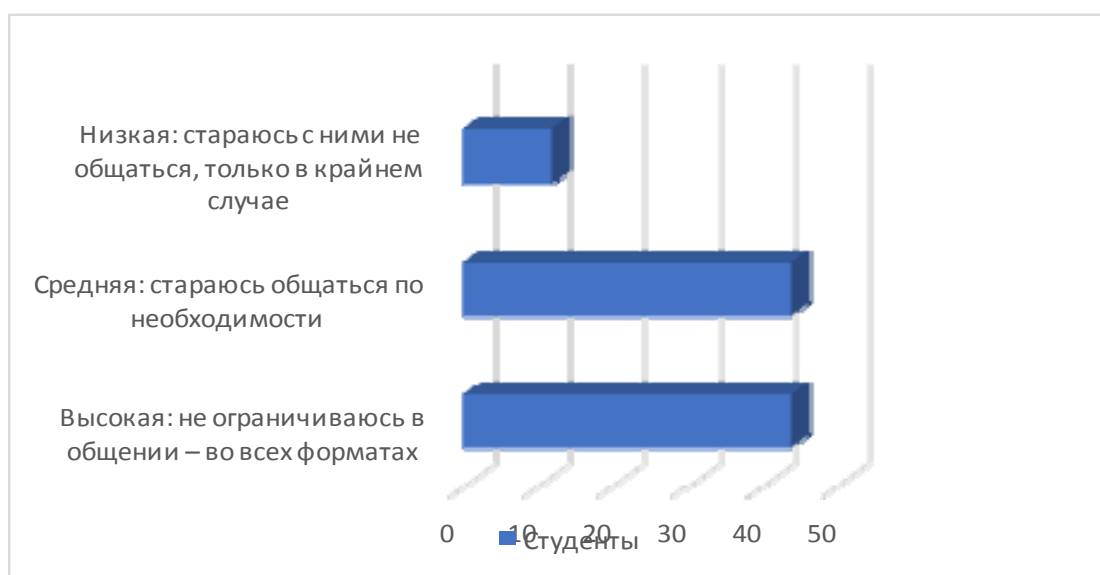


Рис. 2. Степень принятия студентами другой культуры и гражданства (в процентах, n=400)

Таким образом, студенты ульяновских университетов относятся к студентам других национальностей с уважением. Они склонны находить общий язык, компромиссы, проводить вместе время.

Особенности поведения студентов как социальной группы в сфере образования следующие. Они склонны к учебе, дружелюбному отношению с преподавателями и с энтузиазмом общаются друг с другом. Чем теснее отношения студентов, тем успеваемость в учебе близится к позициям «хорошо» и «отлично».

Список литературы

1. Акутина С. П. Формирование смысла о жизненной концепции современного студенчества в процессе профессионального воспитания в вузе / С. П. Акутина, Т. В. Калинина // Научный диалог. — 2016. — № 3 (51). — С. 255—266
2. Денисова Г.С. Конструирование гражданской идентичности в системе образования: европейский и российский акценты // Социально-гуманитарные знания. 2016. № 11. С. 115–122.
3. Зборовский Г. Е. Можно ли быть вместе, находясь врозь: студенты и преподаватели в вузе // Социологические исследования. 2018. № 9. С. 49–58.

УДК 378

А.В. Шиндязова

(Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ОБРАЗОВАНИЕ КАК ЦЕННОСТЬ В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ МОЛОДЁЖИ

Аннотация. Статья посвящена исследованию и анализу ценностных ориентаций современной молодежи, а также определению роли образования среди них.

Ключевые слова: образование, ценностные ориентации, молодёжь.

В наше время остро стоит вопрос о ценностных ориентациях современного российского общества, в частности молодёжи. Молодёжь – это новое поколение, которое должно стать заменой своих родителей и опорой для общества и государства.

Ценностные ориентации в их соотношении определяют уровень социализации молодежи. Одним из элементов уровня социализации является ценность образования, которая сформирована к моменту социального самоопределения, благодаря которой формируется образ будущего, а, следовательно, и социальный статус и перспективы его изменения.

Актуальность выбранной темы обуславливается, во-первых, общественной необходимостью изучения современной российской молодёжи, так как в любые исторические периоды молодёжь выступает в качестве движущей силы развития общества в целом. Во-вторых, в современном российском обществе происходит процесс поляризации среди молодежи, что требует более глубокого изучения позиции молодых людей, в частности, изучения ценностей молодежи, мотивов, которые лежат в основе их поведенческой активности. В-третьих,

использование теоретического и практического осмысления данного феномена.

Цель статьи заключается в выявлении ценностных ориентаций молодёжи, а также в определении места образования среди них.

Теоретический анализ источников показал, что ценностные ориентации современной молодежи основаны на двух направлениях. Первое - духовность, которая характеризуется преобладанием нравственных установок, гуманизма, человеколюбия. Второе направление нацелено на индивидуализм и преобладание материального над духовным [1]. В научной литературе дается следующее определение ценностным ориентациям: «разделяемые личностью социальные ценности, выступающие в качестве целей жизни и основных средств их достижения», - Ядов В.А., социолог, доктор философских наук. Автор подчеркивает, что ценностные ориентации образуют высший уровень иерархии предрасположенностей человека к определенному восприятию условий своей жизнедеятельности и к поведению в долгосрочной перспективе. По мнению профессора именно ценностные ориентации выступают критериями принятия жизненно важных решений в ситуациях морального выбора [4].

В современных условиях, учитывая изменения, происходящие в обществе, особенно трудно приходится молодежи с ее еще не устоявшимся мировоззрением и переменчивой системой ценностей. Она выступает, как «социальный аккумулятор» тех изменений, что происходят в обществе, а потребительское отношение к жизни, бездуховность порождают у молодого поколения безразличие к себе и другим, апатию, что грозит потерей нравственного и духовного здоровья нации.

Мы применили метод вторичного анализа результатов исследований, опубликованных в научных источниках. Пришли к следующим результатам. В жизни современной молодежи главными приоритетами являются: здоровье, успешная карьера, семья, дружеские отношения, построение полезных связей, возможность реализовать себя в творчестве или своих увлечениях.

Похожие результаты показывает опрос, который проходил среди студентов Ульяновска, выявляющий значимые ценности в жизни молодых людей разного возраста и образования. В ходе исследования были выявлены следующие итоги: в категории «пол» весомой ценностью для мужчин является здоровье (49%), для женщин крепкая семья (56%). В категории «возраст» для молодых людей в возрасте 17-18 и 19-20 лет важной ценностью является здоровье (58% и 53%), для 21-23 лет – крепкая семья (45%). Для студентов бакалавра приоритетным также является здоровье (52%), для ребят, учащихся в магистратуре – свобода и независимость (59%), нравственность и честность (59%). Для молодёжи, обладающей экономическим,

техническим или же инновационным (информационные технологии) профилем образования также наиболее значимым является здоровье (66%). У студентов, углубленных в социально-гуманитарные науки, на первых местах стоит семья (51%) и карьера (45%). Участие в опросе приняло 467 человек.

Создание семьи и крепкое здоровье, безусловно, является важным для современной молодёжи. Однако рост потребности молодёжи в личностной самореализации - общая тенденция, характерная для студентов. Она свидетельствует о процессе увеличении в обществе доли социально-активных молодых людей. Убеждённость молодого поколения в том, что в решении жизненных вопросов необходимо рассчитывать, прежде всего, на свои силы - 80%, опираясь на разум - 57,8% [2], определяет понимание того, что прочность семьи во многом зависит от материального благополучия, наличия работы, успешности в профессиональной реализации. Поэтому в жизненных планах, представлениях молодёжи об успехе, значимое место занимают ценности, связанные с трудовой и профессиональной деятельностью.

Одним из необходимых условий успешной реализации профессиональных планов современного человека является образование. Всё больше молодых людей начинают осознавать зависимость карьеры от образования. Результаты многих социологических исследований, а также статистические данные свидетельствуют об усилении потребности современных россиян в получении высшего образования. Например, анкетирование, проведённое фондом «Общественное мнение», показало, что для 88% от числа опрошенных представителей российских семей высшее образование является значимой ценностью. [3]

Образование занимает далеко не последнее место в ценностных ориентациях молодёжи. Ведь оно помогает поддерживать установленные обществом моральные, интеллектуальные ориентиры и одновременно выступает как важный фактор развития социума. Человек, который овладевает уникальными знаниями, быстрее адаптируется к постоянно меняющимся условиям общества, становится активно развивающейся личностью. Несмотря на это, по данным сайта «РИА Новости», достаточно большой процент молодёжи считает, что образование не столь важно. Молодые люди от 18 до 24 лет чаще придерживаются такой позиции: «в наше время и без диплома можно подняться по карьерной лестнице». Опрос также показал, что все больше людей «склонны думать, что значимость диплома вуза зачастую преувеличивают, так как устроить удачно жизнь можно и без него». Но все же подавляющее большинство молодёжи придерживается того, что высшее образование важно и нужно.

Итак, образование является неотъемлемой частью жизнедеятельности каждого человека. Однако, как показали

исследования, в системе ценностей современной молодежи личностный и карьерный рост опережают образование. Вероятнее всего, это связано с тем, что образование теряет свою значимость как ценность, молодежь считает его как надобность, для получения престижной и хорошо оплачиваемой работы.

Для того чтобы позитивные тенденции в сфере образования были доминирующими, требуется активная работа над ними. Разработка новых систем образования и воспитания будет малоэффективной без учета реальных нужд, потребностей, настроений молодежи. Нельзя не учитывать, что кризис всех основных структур общества в духовной сфере выражается в смене социальных ориентиров и переоценке традиционных ценностей. Все эти факторы обуславливают противоречивость и неоднородность субкультуры современной российской молодежи. В ней мы видим и проявления нигилизма, агрессивности, нравственной деградации и т.д.

Акценты жизненных ожиданий молодежи заметно сместились – усиливается высокая требовательность к себе в вопросах подготовки к жизни. Это заставляет молодежь ставить перед собой цели по овладению современным образованием и профессией, при этом тревогу вызывает усиливающаяся неразборчивость в средствах достижения ими свои жизненных целей.

Список литературы

1. Борзиева, З.М. Ценностные ориентации современной молодежи / З. М. Борзиева. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2018. — № 52 (238). — С. 247-248.
2. Бояк Т.Н. Образование в ценностях современной российской молодёжи // Науки об образовании: сборник научных трудов. - Улан-Удэ: Изд-во Бурятского госуниверситета, 2014. – С. 54-59
3. Петренко Е.С., Галицкая Е. Г, Шмерлина И. А. Ценность высшего образования. Мнения представителей семей, в которых есть дети, о важности высшего образования. Опрос фонда «Общественное мнение» // Вопросы образования. 2010. № 2. С. 187-207.
4. Ядов В.А. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности: Диспозиционная концепция. — М.: ЦСПиМ, 2013. – 234 с.

УДК 330

А.Д. Спасова, О.С. Штурмина (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

СРЕДНИЙ БИЗНЕС В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ, РОЛЬ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ЕГО СТАБИЛИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Аннотация: В данной статье рассматриваются последствия COVID-19 на средний бизнес в экономике России, а также, какие меры были направлены для помощи среднему бизнесу.

Ключевые слова: средний бизнес, экономика, пандемия, интегрированные коммуникации, стабилизация, кризис.

Среднее предпринимательство играет очень существенную роль в экономике страны. Пандемия вошла в нашу жизнь довольно внезапно и неожиданно, внося изменения во многие сферы жизни общества. В рамках данной темы мы рассмотрим влияние пандемии в контексте экономики, а именно ее влияние на средний бизнес.

Учитывая тот факт, что пандемия COVID-19 возникла чуть больше года назад, исследованию ее влияния на работу среднего бизнеса сегодня уже посвящено огромное количество трудов зарубежных и отечественных ученых. Так, Мохсин Шафи, Джунжун Лю и Венджу Рен исследовали воздействие пандемии COVID-19 на микро-, малые и средние предприятия, работающие в Пакистане [1]. Икмал Адян, Дженеба Думбия, Арти Редди и Джонатан Тиммис посвятили свою работу изучению работы малых и средних предприятий из 13 стран в условиях пандемии: воздействию COVID-19, реакции предпринимателей и изучению роли государства в финансировании их развития в условиях пандемии [2].

Пандемия новой коронавирусной инфекции является самым серьезным глобальным кризисом современности. Экономический ущерб, причиненный пандемией COVID-19, уже превышает ущерб, причиненный глобальным финансовым кризисом 2008 г. в течение трех лет, что, по мнению А.А. Курочкиной, И.А. Кузнецовой, А.А. Сумкиной, свидетельствует о том, что последствия будут долгосрочными [3].

Актуальность данной темы заключается в том, что, предпринимательство является основой рыночной экономики, это доказано опытом тех стран, которые сейчас живут благополучно. Сложившаяся ситуация в России и принятые правительством меры поддержки, вызывают вопросы об их актуальности и действенности.

Цель данной статьи заключается в анализе влияния коронавирусной инфекции на средний бизнес в России.

Предприниматель в России сталкивается со многими проблемами: пробелы в налоговом законодательстве, нехватка экономических ресурсов, неграмотность самих предпринимателей и высокая кредитная ставка. Решение данных проблем важнейшая задача государства. Положение в России среднего бизнеса незавидное. С одной стороны, в экономике не создано качественного фундамента для развития предпринимательства по историческим причинам. С другой стороны, для развития бизнеса нужен достаточно длительный период экономической стабильности, в условиях которого существовали бы устойчивые правила ведения бизнеса. А в России ещё не было ни единого десятилетия, в котором не происходило бы какого-либо кризиса или существенных изменений законодательства [4].

Государство заинтересовано в развитие среднего бизнеса, действующее законодательство предусматривает целый ряд льгот для субъектов среднего предпринимательства [5].

Но положение дел и возможности развития были остановлены вспышкой коронавируса в 2019 году. Количество заболевших сильно увеличивалось каждый день. ВОЗ объявила всемирную пандемию: зараженные коронавирусом выявлены повсюду. Китай предпринял беспрецедентные меры безопасности, изолировав ряд населенных пунктов – сейчас заболевание там пошло на спад. Но в других странах – особенно Италии, Иране, Франции, Германии, США – ситуация ухудшается. Каждый день новые заболевшие выявляются и в России.

Еще до того, как российские регионы начали уходить на режим тотальной самоизоляции вслед за Москвой, основной финансовый удар пандемии приняли на себя представители среднего бизнеса: парикмахерские, туристические агентства, мебельные фирмы, аэропорты и прочие представители сферы услуг. Несмотря на то, что правительство России придумывает компенсационные схемы для смягчения последствий пандемии, бизнесмены не скрывают своего подавленного настроения.

Сокращение выручки составило у основной части предпринимателей более 80 % (рис. 1).

Доля предприятий малого и среднего бизнеса наиболее высока в тех отраслях экономики, которые больше всего столкнулись с серьезными экономическими проблемами в текущих условиях. Рассмотрим более подробно опрос аналитического центра НАФИ, который проводит исследование о влиянии пандемии коронавируса на российский бизнес. Его результаты представлены на основе опроса 1500 предпринимателей со всей России, непосредственно сам опрос проводился в конце марта 2020 года. Респондентам был задан вопрос следующего содержания: «На Ваш взгляд, какие отрасли российской экономики, какие сферы бизнеса больше всего страдают или могут пострадать от распространения коронавируса?». По данным опроса, каждый пятый предприниматель считает, что пострадают все отрасли. Наиболее пострадавшие отрасли от распространения коронавирусной инфекции на территории Российской Федерации весной 2020 года представлена на рисунке 2.



Рис. 1. Показатели изменения выручки малого и среднего бизнеса

По результатам опроса было отобрано топ-10 отраслей, на которые вирус оказал наибольшее влияние. Больше всего пострадал бизнес, который предоставлял услуги, работал в сфере развлечений, питания и обслуживания. В связи с закрытием транспортных сообщений со многими странами колоссальные убытки понесли предприниматели, работающие в сфере туризма и отдыха.



Рисунок 2 – Динамика наиболее пострадавших от влияния пандемии коронавируса отраслей, в % от всех опрошенных предпринимателей [6]

Ситуация складывается таким образом, что люди больше думают о товарах первой необходимости, чем о развлечениях и прочих второстепенных потребностях. Рассмотрим мнения предпринимателей,

которые высказались по поводу влияния коронавируса на финансовые показатели компании. Данные представлены в диаграмме (рисунок 3).



- Повлияло негативно-финансовые показатели ухудшились
- Никак не повлияло
- Затрудняюсь ответить
- Повлияло позитивно - показатели улучшились

Рисунок 3 – Оценка влияния пандемии на российскую экономику предпринимателями, в % от всех опрошенных [6]

Исходя из данных, представленных в диаграмме, можно сделать вывод: 85% предпринимателей указали, что распространение коронавируса негативно повлияло на финансовые показатели их организации. С целью выявления лучших инструментов интегрированных коммуникаций, которые могут снизить негативные явления, кафедрой «Политология, социология и связи с общественностью» Ульяновского государственного технического университета в 2021 году был проведен социологический опрос на рынке производства мебели предприятиями среднего бизнеса.

В ходе глубинного интервью респондентам был задан вопрос «Как Вы считаете, что именно нужно продвигать в рекламе? Что Вас больше привлекает в рекламе – эмоциональный фон? Экспертная информация? Слоганы или девизы, которые хорошо запоминаются? Образы товаров?». По мнению респондентов, важнее всего показать сам товар, рассказать о его преимуществах, также многим было бы интересно услышать экспертную оценку, если всё это закрепляется креативным подходом, то такая реклама с большей вероятностью привлечет внимание потребителя и побудит его к покупке. *«Привлекает креативный подход, также экспертная оценка, хотя часто возникает мысль, что это купленная оценка, но всё равно интересно»* (девушка, 25лет, домохозяйка).

При этом респонденты также высказали мнение, что реклама в первую очередь должна быть красочной, во вторую очередь информативной. *«Она яркая, использованы интересные образы или креативные идеи, как, например, на рекламных щитах «Сарая» стали делать элементы, которые выходят за»* (девушка, 27лет, специалист с высшим образованием). По данным исследований: рекламное объявление, содержащее яркий визуальный образ, эффективнее того, в котором только текст примерно на 41%. Ещё одним вариантом рекламы, которая привлекает внимание может быть реклама, на которой сразу обозначены выгоды потребителя (скидки. Акции. Гарантия). *«Интересный слоган, который цепляет, например, связанный с гарантией»* (девушка, 21год, студент). *«Будет яркой, слоган звучный. Предложение скидок, подарков, бонусов, 1+1=3»* (девушка. 21год, студент). Были выявлены наиболее предпочтительные форматы рекламы: рекламные-ролики и реклама в Интернете. Особого внимания у респондентов заслуживает реклама с запоминающейся мелодией, которая, по их словам, потом не выходит из головы: «Реклама по телевизору, если еще какая-нибудь заразная песня, которая потом весь день крутится в голове. Также реклама в интернете, потому что внимание все обращено на красивое фото, например, очень привлекает стиль барокко, очень красиво, порой смотрю, но себе бы не купила, но при просмотре можно наткнуться на нужный вариант» (девушка.21год, студент).

Таким образом, пандемия COVID-19 нанесла большой урон экономике России. Средние предприятия общепризнанно составляют основу международных и национальных экономик и находятся в поле зрения большинства правительств. Несмотря на изменение внешней среды, которое обусловлено пандемией и всеобщим экономическим кризисом, предприятия такого масштаба остаются уязвимы перед серьезными экономическими изменениями, в том числе и перед глобальными.

В контексте продвижения и поддержания среднего бизнеса самым лучшим способом является сочетание связей с общественностью и рекламной кампанией, благодаря этому можно добиться больших результатов, чем выбрав только PR или только рекламу. Реклама и PR занимают первые места в рейтинге факторов удержания позиции компании. Высокое качество товара, широкий ассортимент и хорошая репутация компании не будут способствовать удержанию позиции компании, если потребитель не будет осведомлён о данных преимуществах. В ходе анализа выявлено, что использование интегрированных коммуникаций позволяет повысить эффективность и системность коммуникационной деятельности, сформировать комплексный подход, идентифицировать и дифференцировать продукт, повысить продажи, создать благоприятные отношения с целевыми аудиторами, повысить конкурентные преимущества бизнеса.

Список литературы

1. Солонина С.В., Брысина Д.А. Влияние пандемии Covid-19 на работу малого и среднего бизнеса // Фундаментальные исследования. – 2021. – № 3. – С. 108-114

2. Влияние эпидемии коронавируса на бизнес и потребность в господдержке. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nafi.ru/projects/predprinimatelstvo/rossiyskiy-biznes-ikoronavirus-chast-1-predprinimateli-o-vliyanii-epidemii-na-ikh-biznes-i-o-potreb/> (дата обращения 22.11.2020).

3. Mohsin Shafi, Junrong Liu, and Wenju Ren Impact of COVID-19 pandemic on micro, small, and medium-sized Enterprises operating in Pakistan. Research in Globalization. 2020. № 2. [Electronic resource]. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7390797/> (date of access: 22.11.2021)

4. Adian Ikmal, Doumbia Djeneba, Gregory Neil, Ragoussis Alexandros, Reddy Aarti, Timmis Jonathan David. Small and Medium Enterprises in the Pandemic: Impact, Responses and the Role of Development Finance. 2020. [Electronic resource]. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/34552> (date of access: 22.11.2021).

5. Иванцев Н.А. Адаптация малого и среднего предпринимательства к сложившимся экономическим условиям на фоне пандемии COVID-19 // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2020. № 7 (189). С. 67-74.

6. Афанасьева Н. Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства в Свердловской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ufirms.ru/articles/investment/gosudarstvennaya-podderzhkamalogo-is.html>

УДК 316.35.023.6

Е.Р. Ахметшина (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

КОММУНИКАЦИИ СТУДЕНТОВ И ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ-ГУМАНИТАРИЕВ: СОДЕРЖАНИЕ, ФОРМЫ, ЭФФЕКТЫ

Аннотация. Новые условия функционирования института высшего образования - развитие информационно-коммуникационных технологий, массовое внедрение электронных и дистанционных форм обучения, процесс стратификации вузов, качественное и количественное изменение общностей студентов и преподавателей, изменения учебных планов – существенным образом поменяли контекст и характер отношений основных субъектов высшей школы.

Ключевые слова: преподаватели-гуманитарии, студенты вузов, коммуникации преподавателей и студентов, содержание, формы, проблемы и эффекты коммуникаций преподавателей и студентов.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 21-011-31504

Ключевой аспект повышения функциональности современного института высшего образования – это эффективность контакта преподавателей и студентов. При этом для преподавателей дисциплин гуманитарного и общественного профиля эти коммуникации являются ключевыми, если рассматривать их как агентов политической и общей социализации студентов.

Под влиянием трансформации организационной и кадровой структуры вузов, реформ высшей школы, развития информационно-коммуникационных технологий, уменьшения в учебных планах часов на гуманитарные и общественные дисциплины произошли глубокие изменения характера, объема и содержания коммуникаций между студентами и преподавателями-гуманитариями. В условиях борьбы с пандемией коронавирусной инфекции 2020 и 2021 годов удаленное обучение стало носить массовый характер во всех государственных и коммерческих вузах и наложило свой отпечаток на данные процессы.

Исходя из анализа текущего состояния коммуникаций в вузе, нами сформулирована следующая *проблема*: с одной стороны, неотъемлемым условием функциональности высшего образования является эффективное взаимодействие студентов и преподавателей-гуманитариев как взаимодополняющих участников образовательного и воспитательного процессов; с другой стороны, неизученным остается вопрос о том, как новые институциональные и глобальные условия влияют на реальную практику коммуникаций этих групп.

В статье использованы материалы комплексного социологического исследования «Преподаватели и студенты российских вузов: социальное самочувствие, поведенческие стратегии, коммуникации». Эмпирической базой исследования выступили студенты и преподаватели вузов Ульяновска, Самары, Пензы и Казани. Методы сбора информации: фокус-групповые дискуссии, анкетный опрос, (n=4,

n=800, 2021 г.) студентов и глубинные интервью, опрос (n=32, n=850, 2021 г.) преподавателей вуза.

Остановимся подробнее на эмпирических результатах. При этом, во-первых, мы посмотрим на эти процессы глазами студентов. Во-вторых, учтем, что микроклимат и корпоративная культура разных вузов, профили обучения, конкретные формы активностей в учебном заведении влияют на характер и успешность коммуникаций преподавателей и студентов.

Для преподавателей и студентов характерно восприятие пространства вуза как многофункционального, позволяющего проявлять себя в разных сферах. Согласно анкетного опроса, практически все студенты выделили хотя бы одну сферу проявления своей активности в вузе. Наибольшая активность – в различных формах творчества (54%), деловая активность (51%) и в организации своего обучения (49%). До трети студентов проявляют себя в одной из сфер социальной активности: социальные инициативы, спорт и активный досуг, студенческое самоуправление, волонтерская деятельность, организация специальных мероприятий. Пример позиции активиста - Лада, гумфак, 4 курс: *«Стараюсь проявлять себя во всём, что вуз предоставляет: научная деятельность, волонтерская, пресс-центр, профбюро факультета, бизнес-клуб, студенческий клуб РСМ, студенческий отряд «Черная икра» и другие».*

Пандемия наложила свой отпечаток на проявления студентов. Ирина, стройфак, 4 курс: *«В университете в составе творческого коллектива выступала на студенческой осени и студенческой весне, занималась волонтерством, была членом студенческого совета. Активная студенческая жизнь, к сожалению, закончилась с приходом коронавируса».*

По результатам опроса, только 4% студентов никак себя не проявляют, чаще – представители естественно-научного и IT направлений подготовки. Общий скептицизм, занятость вне вуза, массовое трудоустройство приводят к тому, что студенты даже не знакомятся с вузовским пространством и искренне не понимают, зачем им это нужно. Дмитрий, физ-мат, 20 лет: *«Университет мешает самореализации в жизни. Никак, вообще ничего не делает для нее. Понял еще тогда, когда поступал»;* Иван, ИТ, 20 лет: *«Нам всем по 20 лет, мы же можем сами себя обеспечивать. Ты можешь саморазвиваться, но в свободное время от пар или ночью. Заниматься полезным для себя в первую очередь. Зачем вот нужен студенческий совет, например, для чего это всё?»*

Поведенческая особенность (активность студентов в вузе) накладывает свой отпечаток на содержание, формы и характер коммуникаций между преподавателями и студентами. Мы выделили следующие типы студентов, которые требуют дополнительного

изучения: 1) максимально занятые везде (сама учеба не обязательно на 1-м месте) - "активисты" 2) сконцентрированные на учебе и на профессиональном развитии - "специалисты" 3) работающие или занятые деятельностью вне вуза, когда вуз - лишь формальность ("заочники") 4) вообще ничем не интересующиеся и не обременяющие себя ("прокрастинаторы").

В целом характер коммуникаций между преподавателями и студентами очень сильно зависит от корпоративной среды вуза и направления подготовки студента. Так, студенты гуманитарного профиля максимально положительно отзываются о «своих» преподавателях, так как много с ними контактируют и чувствуют заинтересованность: *«Многие преподаватели идут нам навстречу, придумывают нам игры, тренинги и многое другое. У нас много выходов в разные организации, посмотреть все изнутри. Преподаватели открыты к общению и передают нам свой опыт и знания, даже в ущерб своему личному времени»* (Дима, гумфак, 20 лет).

Студенты негуманитарных направлений подготовки (инженерные, ИТ, естественно-научные), с одной стороны, чувствуют свою «ненужность» преподавателям-гуманитариям, а с другой – заявляют о «ненужности» им гуманитарных и общественных дисциплин. Это противоречие может осложняться личной позицией преподавателя, когда он ставит свой предмет выше других и предъявляет студентам завышенные требования, не ориентируясь на их специальность, загруженность и потребности. В целом этим можно объяснить, что среди тех преподавателей, кого студенты-«технари» номинировали бы на премию «Преподаватель года», преподаватели гуманитарного профиля – скорее исключение.

Содержание коммуникаций таких студентов с преподавателями гуманитарного профиля часто не выходят за пределы преподаваемого предмета. Студенты вообще сложно вспоминают, какие же у них были гуманитарные дисциплины и преподаватели (за редким исключением, когда встретились с действительно выдающимся педагогом). Типичное мнение студента-«технаря»: *«У нас общение с преподавателями происходит только в рамках учебной дисциплины; нет в практике какого-либо неформального общения, обсуждения политических, гражданских или личных вопросов»* (Катерина, стройфак, 21 год).

Редкие разговоры о ситуации в США, о выборах в России, об экономических проблемах населения, о жизни эмигрантов, о зарплатах преподавателей, примеры из личного опыта – запоминаются, но, как правило, не оказывают влияния на мнение и поведение студентов. *«Диалог с преподавателем об учебе и работе может как-то повлиять на студента. А про политику, экономику, философию и так далее – пустая трата времени. Потому что мы недавние школьники и мы сами еще хотим развиваться, и про рынок труда откуда мы можем*

еще узнать, только от преподавателей – таких, как Олег Федосович Власенко. Больше нет вариантов. Он даже вдохновляет найти себя в какой-то конкретной IT-сфере, их же много там. Бывает и такое» (Михаил, ИТ, 19 лет).

Результаты опроса студентов поволжских вузов подтверждают выводы отечественных исследователей об ограниченности дистанционных форм обучения: они однозначно приводят к ограничению взаимодействий двух парных общностей; усиливается их дистанцированность. *«Возможностей быть вместе становится меньше, а находиться врозь, на отдалении друг от друга – все больше»* [1; с.57].

В то же время, для многих студентов, независимо от успеваемости, дистанционный формат оказался максимально приемлемой формой обучения. Валерия, гумфак, 20 лет: *«Пока это в начальной стадии, студенты относятся к этому, как к халяве. Мол, если пара в Zoom, то можно пропустить ее; или сидеть и слушать, но заниматься параллельными делами»*. Виктор, физ-мат., 20 лет: *«Удобнее на дистанционном режиме в Zoom, больше свободного времени становится. Мое время очень ценное»*.

При этом ценность личного общения с преподавателями не снизилась. Есть объективные системные проблемы, которые привели к массовому распространению такой позиции. Студенты объясняют ее тем, что на парах дают устаревшую информацию 10-летней давности, не соответствующую рынку труда; сами преподаватели часто не компетентны в вопросах, читают по книжкам; преподаватели не заинтересованы в развитии студентов, диалог как таковой отсутствует, распространено максимально формальное отношение к учебному процессу; формат подачи материала не интересен либо нет для этого соответствующего материально-технического и программного обеспечения (особенно для технарей) и другие объективные причины.

При этом работающие студенты более взвешенно смотрят на причины такой ситуации: *«Преподавателей загоняют в какие-то рамки, им ставят учебную программу, которую они должны выполнить и столько всякого, что банально нет времени наладить отношения со студентами. Да и нет мотивации финансовой, зачем возиться, если зарплата и так и так одинаковая, нет материального стимулирования»* (Даниил, физ-мат, 20 лет).

Абсолютное большинство студентов (92%) согласно с тем, что доверительные отношения студентов и преподавателей улучшают освоение учебных дисциплин, а неформальное общение с преподавателями помогает понять не только профессию, но и жизненные проблемы (таблица 1). При этом три четверти отметили, что многие преподаватели формально общаются со студентами; больше

половины студентов (55%) уверены, что пандемия увеличила дистанцию между преподавателями и студентами.

Таблица 1. Отношения между преподавателями и студентами в вузе: оценки студентов (в %, n= 800)

Характеристика отношений	Полностью согласен	Отчасти согласен	Скорее нет	Совсем не согласен	Индекс согласия*
Большинство преподавателей формально общаются со студентами	23	52	20	5	<i>0,34</i>
Пандемия увеличила дистанцию между преподавателями и студентами	24	31	29	16	<i>0,1</i>
Студенты сейчас очень самостоятельные, не нуждаются в доверительных отношениях с преподавателями	9	27	37	27	- <i>0,23</i>
Доверительные отношения студентов и преподавателей улучшают освоение учебных дисциплин	61	30	4	5	0,69
Неформальное общение с преподавателями помогает нам понять профессию и жизненные проблемы	55	37	6	2	0,68

* Примечание: индекс - сжатое выражение показателя, измеряемого порядковой шкалой; высокое значение от 0,51 до 1; среднее – от 0,31 до 0,5; низкое – от 0 до 0,3

Преподаватель гуманитарного профиля перестал быть «агентом влияния» на политические и гражданские позиции студента. Информацию о социальной и политической жизни страны и общества студенты получают из других источников: блогеры, журналисты, родители и другие взрослые родственники, сверстники, политические обозреватели-эксперты. Преподаватель вуза среди этих источников иногда даже не упоминается. При этом интересуется студенческую молодежь лишь та информация, которая коснется непосредственно их или близких им людей - всё остальное «проходит мимо». *«Интересуют актуальные новости, которые будут в дальнейшем касаться меня: дистанционное обучение, обстановка в стране и регионе по эпидемии, смена Президента и т.д. Но что-то, что мне навязывают, вряд ли меня заинтересует»* (Катерина, стройфак, 21 год).

Несмотря на сложные объективные обстоятельства медицинского и технологического характера, большинство студентов (64%) скорее или полностью *не согласны* с тем, что «студенты сейчас очень самостоятельные, не нуждаются в доверительных отношениях с преподавателями»; это подтверждает отрицательное значение индекса (-0,23, табл. 4). Более половины студентов выделяют «хорошие отношения с преподавателями» как важное условие их личностного

развития и учебных успехов; чаще других этот фактор отмечают студенты младших курсов (63%), а также те, кто получает профессии медицинского и экономического профилей (76%). Меньше рассчитывают на коммуникации с преподавателями студенты технических, информационно-технологических профилей (41%). *«Лично для меня это важно, потому что я хочу учиться в Политехе и чтобы мне было интересно, а не так, чтобы идти, там отучиться кое-как и уйти. Вот я хочу, чтобы если я захотела поговорить с преподавателем, то осталась и поговорила, чтобы они тоже были в этом заинтересованы. Чтобы люди были тоже заинтересованы в каком-то взаимодействии, обмене опытом»* (Настя, стройфак, 21 год).

Таким образом, коммуникации студентов и преподавателей-гуманитариев в быстро меняющихся условиях социума и конкретных вузов характеризуются следующими особенностями:

- студенты вовлечены в разные виды внеучебной активности, многие из которых (трудовая, добровольческая, досуговая) не включают взаимодействие с преподавателями; пространство коммуникаций преподавателей и студентов сокращается;

- важно «закрепление зон» совместной активности преподавателей и студентов на основе общих интересов - научно-исследовательских, профессиональных, политических, культурных;

- вузы оказались перед выбором: продолжение непосредственных коммуникаций преподавателей и студентов через новые формы или неизбежное сокращение коммуникативного пространства. Реализация выбора возможна за счет новых практик преподавателей, инициатив «снизу», личного равнодушия.

Список литературы

1. Зборовский Г. Е. Можно ли быть вместе, находясь врозь: студенты и преподаватели в вузе // Социологические исследования. 2018. № 9. С. 49–58.

УДК 316.35.023.6

О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ПРЕПОДАВАТЕЛИ ВУЗОВ КАК ЛИДЕРЫ МНЕНИЙ В СРЕДЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. В статье рассматриваются характеристики профессиональной идентичности преподавателей гуманитарного профиля, работающих в российских вузах, особенности их поведения как лидеров мнений. Усиление нестабильного положения профессиональной группы «преподаватель вуза социально-гуманитарного профиля» привело автора к необходимости исследования.

Ключевые слова:

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 21-011-31504

Актуальность темы связана с отсутствием комплексных исследований, направленных на изучение процесса формирования социальной идентичности молодежи в пространстве вуза и роли вузовской гуманитарной интеллигенции в нем. Проблема преемственности ценностей от старших поколений к младшим всегда актуализируется в периоды нестабильного развития общества. Обращение к ценностям и практикам влияния на студенческую молодежь в вузе особенно актуально в условиях массовизации высшего образования, когда подавляющее большинство молодых россиян после окончания школы идет в учиться в вуз.

Обозначенная тема связана с трансформацией каналов коммуникаций в современных условиях, когда, с одной стороны, наблюдается безграничное влияние Интернета и цифровых технологий; с другой, у молодежи сохраняется высокая потребность в живом обсуждении ситуации в стране и мире, будущего России и своего места в нем. Сложившаяся в социологической науке модель двух-ступенчатой коммуникации, во главе которой стоят лидеры мнений, не потеряла актуальность, но изменила свою конфигурацию: в условиях резкого увеличения объема информации, дифференциации каналов коммуникаций исследователи описывают трех-, четырех- ступенчатые модели, но во главе них всегда стоят конкретные лидеры мнений. Научная проблема связана с конструированием моделей социальных коммуникаций студентов в пространстве вуза и выявлением, как часто в качестве их лидеров оказываются преподаватели гуманитарного профиля.

Цель работы: определить потенциальные и реальные возможности преподавателей социально-гуманитарного профиля осуществлять функции лидера мнений в студенческой среде.

Преподаватели вуза как часть гуманитарной интеллигенции изменились. Исследователи утверждают, что претерпела трансформацию социальная и политическая идентичность этой группы [1, 154; 2, 133]. Именно эту группу ряд исследователей рассматривает как потенциальных лидеров мнений в молодежной среде в силу преобладания в ней консервативно-либеральных ценностей [3, с. 116].

В рамках проведенного нами исследования мы обратились к коллективному мнению преподавателей социально-гуманитарного профиля, работающих в высших учебных заведениях РФ (опрос прошел в сентябре 2021г.). Выборочная совокупность анкетного опроса составила 850 человек; среди них пятая часть работает в федеральных или научно-исследовательских университетах, около трети – в опорных вузах регионов, почти половина – в обычных региональных университетах. Дополнением к базе данных стали фокус-групповые дискуссии среди студентов – о роли преподавателей гуманитарного

цикла в студенческой среде (4 фокус-группы, n = 60 человек; критерий – профессиональный профиль образования).

Изменение требований общества и института высшего образования к преподавателям высшей школы наложило отпечаток на такой элемент профессиональной идентичности как представления о значимых качествах обладателей профессии. В целом ядро представлений преподавателей-гуманитариев о неотъемлемых качествах «идеального преподавателя вуза» соответствует функциям института высшего образования: профессиональная компетентность в области своего предмета (85%), самообразование и развитие (74%), коммуникабельность (49%), культура речи (33%), способность к творчеству (30%). Однако другой ракурс открывается в сравнительном анализе с результатами опроса 2011г. (табл. 1).

Таблица 1. Востребованные качества для успешной работы в вузе в оценках преподавателей (в %, n = 850)

Качества	Всего		Возраст				Должность			
	2011	2021	до 34 лет	35-49 лет	50-64 года	Старше 65	ассистент	старший преподаватель	доцент	профессор
Профессиональная компетентность	55	85	76	85	86	96	86	81	82	95
Самообразование, развитие	51	74	68	74	84	80	74	72	82	76
Наставничество молодежи	40	14	16	15	13	7	12	12	16	8
Педагогическая рефлексия	37	19	30	16	25	8	34	29	18	17
Общая эрудиция	45	23	27	21	30	17	16	30	23	22
Интеллектуальное лидерство	25	15	20	13	13	18	16	13	16	12
Гражданская позиция	23	11	11	8	19	11	10	15	12	7
Социальная активность	24	15	29	14	16	4	34	16	16	8

Примечание: ответ на вопрос предполагал многовариантность, поэтому сумма ответов по каждому столбцу превышает 100%

Такие качества как общая эрудиция, интеллектуальное лидерство, гражданская активность за прошедшие 10 лет сдали свои позиции в ценностном сознании преподавателей-гуманитариев всех статусов. Однако, в представлениях студентов об идеальном преподавателе гуманитарного профиля они продолжают лидировать: *«Если он просто прочитал лекцию и не хочет с вами ни о чем говорить, к нему формируется отношение иначе. Нужен такой преподаватель, который выводит на дискуссии и сближает группу»*(студент, 21 год, социальная работа); *«Хотелось бы видеть в преподавателе гуманитарного предмета партнера и собеседника, обладающего уважением к студентам, харизмой, любовью к предмету, вовлеченностью в жизнь студентов, общей эрудицией»* (студент, 20 лет, строительный профиль).

Для преподавателей и студентов характерно восприятие пространства вуза как многофункционального, позволяющего проявлять себя в разных сферах. Среди предпочтительных видов деятельности преподавателей: «педагогическая» – 37%; «практическая деятельность» в конкретном подразделении (24%) и «все понемногу» (26%). Научная деятельность привлекает время, внимание, профессиональные ресурсы только каждого восьмого преподавателя – 13% от числа опрошенных. Для вовлечения студентов в активную научную, инновационную деятельность доля «новаторов» недостаточна; необходимо увеличивать этот сегмент среди преподавателей за счет материального стимулирования в каждом вузе (гранты, надбавки, премии). Это типичная нерешенная проблема для большинства региональных государственных вузов.

Ответы преподавателей на вопросы о характере отношений со студентами в учебных аудиториях и во внеучебное время свидетельствуют о критическом настрое наставников (табл. 2). В среднем две трети преподавателей согласны, что большинство из них переходит в конкретных вопросах на формальное общение со студентами. В то же время большинство респондентов считает, что в изменившихся условиях необходимо стремиться к доверительным отношениям со студентами – на занятиях (74%) и после них (65%); более действенного способа получить общий эффект не существует.

Таблица 2. Отношения между преподавателями и студентами в вузе: оценки преподавателей (в %, n = 850)

Характеристика отношений	Полностью согласен	Отчасти согласен	Скорее нет	Совсем не согласен	Индекс согласия*
Большинство преподавателей формально общаются со студентами	10	54	22	14	0,14
Пандемия увеличила дистанцию между преподавателями и студентами	26	45	20	9	0,33
Студенты сейчас очень самостоятельные, завоевать их расположение могут немногие преподаватели	14	52	27	7	0,2
Доверительные отношения студентов и преподавателей <i>на занятиях</i> – у нас распространенное явление	30	44	20	6	0,41
Неформальное общение со студентами <i>после занятий</i> , обсуждение проблем характерно для вуза	20	45	24	11	0,25

Примечание: индекс - сжатое выражение показателя, измеряемого порядковой шкалой; высокое значение индекса от 0,51 до 1; среднее – от 0,31 до 0,5; низкое – от 0 до 0,3

Являясь лидерами мнений для своих студентов по некоторым вопросам (66%), преподаватели отмечают в основном избранное влияние на ценности и поведение студентов следующих обсуждаемых

тем: общая ситуация в стране и в мире (69%), протестная активность молодежи, формы реализации, участие в выборах, референдумах; онлайн-формы политической активности (65%), место отдельных людей в обществе (64%), изменение политической системы российского государства (61%). Сильное влияние оказывает обсуждение свободы выбора, способов выражения личного мнения (33%) и темы кино как формы культурного развития (27%). Современные студенты, по мнению преподавателей, при формировании своих ценностей и гражданских позиций ориентируются на блогеров, интернет-знаменитостей, друзей, сверстников, знакомых (75%), родителей, старших родственников (52%), представителей «несистемной оппозиции» (32%). Только пятая часть респондентов считает, что студенты ориентируются на преподавателей – гуманитариев, которые являются для них примером при формировании гражданской позиции.

Итак, преподаватели в целом и преподаватели гуманитарного профиля, в частности, все реже берут на себя ответственность за формирование мнений студентов по широкому кругу вопросов – будущее России, роль молодежи в модернизации страны, политическая ситуация и условия ее стабилизации. Пространство коммуникаций преподавателей и студентов меняется, но сохраняется запрос каждой общности на обновление каналов и тем непосредственного общения.

Объективно преподаватели и студенты остаются «парными общностями», а значит, остается потребность в коммуникациях, желание выслушать не назидание, а совет старшего партнера.

Литература

1. Фадеева И.М., Федосеева М.В. Самочувствие преподавателя в обществе, профессии, вузе// Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2015. - №6. - С. 153-163
2. Резник С. Д., Вдовина О. А. Преподаватель российского вуза: мотивы и приоритеты деятельности // Социологические исследования. - 2017. - № 6. - С. 132-137
3. Денисова Г.С. Конструирование гражданской идентичности в системе образования: европейский и российский акценты // Социально-гуманитарные знания. 2016. - № 11. – С.115-122

УДК 316.554

Ю.А.Тихонова (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ПРЕПОДАВАТЕЛИ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ КАК ПРЕДСТАВИТЕЛИ СРЕДНЕГО КЛАССА: СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ГРАЖДАНСКИЕ ПОЗИЦИИ

Аннотация. В условиях модернизации российского общества в его составе появились высокоэффективные работники с человеческим капиталом -

интеллектуалы – новые группы среднего класса. В статье предпринято осмысление, в какой мере можно отнести к этому сегменту преподавателей высших учебных заведений.

Ключевые слова: средний класс, новый средний класс, преподаватели высших учебных заведений.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 21-011-31504

Активное внедрение информационно-коммуникационных технологий в последние двадцать лет, привели к появлению новых социальных групп, в составе которых люди с высоким уровнем знаний и навыков. Развитие “когнитариата” – высокообразованных работников в сфере образования, бизнеса, науки, культуры и других областях деятельности, опирающиеся на специальные знания и информацию с привлечением информационных технологий – это будущее среднего класса.

Цель статьи: проанализировать состав нового среднего класса, определить его социально-экономические и гражданские позиции. Средний класс обеспечивает устойчивость всей общественной системы. Чем многочисленнее средний класс, тем стабильнее государство.

Идея выделения в составе среднего класса «новых» слоев принадлежит американскому социологу Алвину Гоулднеру. К ним ученый отнес лиц, у которых наличие интеллектуального капитала доминирует над материальным. Среди «новых» слоев А. Гоулднер выделил техническую интеллигенцию и интеллектуалов, характерными чертами которых являются культурный капитал (знания и квалификация) и культура критического дискурса (особая речевая общность).

Старый средний класс является ревнителем устоев, а новый – двигателем прогресса. Э. Гоулднер утверждает, что «новый класс представляет собой мировой исторический феномен, развитие данного класса происходит во всех странах мира, независимо от их общественной системы и экономического уровня: как в странах позднего капитализма, так и в государствах авторитарного социализма» [8].

Автор книги «Креативный класс» Р.Флорида отличительной особенностью нового среднего класса – «креативного» класса отмечает “создание значимых новых форм”, все большее значение приобретает творчество. «Креативный класс состоит из людей, производящих экономические ценности». Ученый разделяет креативный класс на суперкреативное ядро (ученые и инженеры, университетские профессора, чьи взгляды формируют общественное мнение) и «креативных специалистов», работающих в целом ряде отраслей, основанных на знании, таких как сектор высоких технологий, финансы, право и здравоохранение, а также управление бизнесом. Это люди с высоким уровнем образования и человеческим капиталом [6].

Флорида отмечает особую мотивацию в профессиональной деятельности представителей «креативного класса»: содержание

работы, возможность испытать себя, добиться признания своих профессиональных заслуг, гибкий график работы, свобода, возможность заниматься хобби помимо работы и последнее по значимости - материальное вознаграждение. Основные ценности «креативного класса» – индивидуализм и свобода.

М. Кастельс выделил две базовые составляющие сформулированных им критериев идентификации нового среднего класса: человеческий капитал и мотивация в профессиональной деятельности. В человеческом капитале М. Кастельс особо отмечает наличие теоретической и практической подготовки, опыт работы по профессии, знание ИКТ, здоровье. Мотивация представителей нового среднего класса в профессиональной деятельности характеризуется установками на постоянное повышение квалификации, решением нестандартных и творческих задач, реализацией своего профессионального потенциала, ориентацией на материальные стимулы и престиж [4].

Исследование российского среднего класса в «эпоху Путина», проведенное Е. М. Аврамовой показало, что в качестве основных критериев выделения среднего класса в социальной структуре выступают самоидентификация, материальное благосостояние и наличие высшего образования [1]. Реальный средний класс находится на пересечении трёх признаков: наличие занятости, уровень дохода, самоидентификация; иначе при наличии только одного или двух критериев можно выделить лишь потенциальный средний класс [3].

Под новым средним классом современной России подразумевается социальная группа людей, имеющая устойчивые доходы от интеллектуальной деятельности, способная удовлетворить широкий круг своих материальных и социальных потребностей. Данная социальная группа способна выполнять модернизационные социальные, экономические, культурные функции в обществе [5]. Способность среднего класса быть стабилизатором социально-экономической и политической обстановки в регионе связана с относительно высокой удовлетворенностью своим жизненным положением, а также стремлением к стабильности.

Российские социологи отмечают низкую социально-политическую активность среднего класса, а в качестве основной причины называют его высокую профессиональную загруженность и занятость. Исследователи отмечают складывающийся в России особый тип политической культуры, для которой характерна позиция наблюдателей, высокая степень недоверия к власти и политикам [2].

В рамках изучения проблемы нами проведено социологическое исследование: «Преподаватели вуза как лидеры мнений среди студентов вузов: социально-политические ценности, формы социальной активности, эффекты влияния на молодежь». Выборка составила 850

преподавателей, проживающих и работающих в высших учебных заведениях Ульяновской, Самарской, Пензенской областей и Республики Татарстан. Анализ первичной информации позволил выделить следующие характеристики представителей нового среднего класса – интеллектуалов, преподавателей высших учебных заведений в регионах России.

Социально-демографические характеристики. Удельный вес женщин значительно превышает удельный вес мужчин среди преподавателей - 78 и 22%. Подавляющее большинство работников - люди среднего возраста от 35 до 49 лет (47%); значительную часть составляют люди старшего возраста - от 50 до 64 лет (21%).

Социально-профессиональные характеристики. Почти половина преподавателей работает в обычном региональном университете (44%); третья часть преподавателей занята в Университете особого статуса (федеральный, НИУ), еще одна треть работников – в опорном вузе региона. Удельный вес доцентов (57%) значительно превышает удельный вес профессоров (22%), старших преподавателей (15%) и ассистентов, преподавателей (7%). Подавляющее большинство респондентов - штатные преподаватели (91%) образовательной программы бакалавриата (95%), магистратуры (61%), аспирантуры (20%), специалитета (19%).

По мнению участников опроса, их профессиональная деятельность имеет следующие преимущества: общение с молодёжью (73%), творческий характер работы (65%), свободный график работы (47%), возможности профессионального роста (37%), соответствие работы образованию (31%), наличие свободного времени (26%), самостоятельность в работе (22%). Несмотря на все преимущества педагогической деятельности 43% преподавателей один-два раза меняли место работы, каждый двадцатый – три раза и более. Среди основных причин смены места работы являются недостатки работы в вузе: большой объем бумажной работы (76%), увеличение аудиторной нагрузки (60%), низкий материальный статус (43%), постоянное изменение требований к труду (39%), слабая подготовка студентов к учебе в вузе (32%).

Среди качеств, наиболее необходимых для успешной работы в современном вузе преподаватели выделяют профессиональную компетентность (85%), самообразование и развитие (74%), коммуникабельность (49%), культуру речи (33%), две трети респондентов выделяют способность к творчеству, порядочность, тактичность. Три четверти преподавателей верны своей профессии и считают ее своим призванием; если бы они снова начали трудовую деятельность, то выбрали бы профессию преподавателя.

Социально-экономические характеристики. Среднемесячный доход у 60% преподавателей соответствует базовому и среднему

уровням; пятая часть – малообеспеченные. Только шестая часть (17%) имеет доход выше среднего уровня - более 50 тыс. рублей. Более высокий уровень дохода у преподавателей, проживающих и работающих в Республике Татарстан и Пензенской области; наиболее низкий – в Ульяновской области. Из-за недостаточных доходов по основному месту работы треть респондентов вынуждена находить дополнительные заработки.

За последние пять лет почти две трети опрошенных смогли повысить уровень образования, пройти стажировку, 24% респондентов посетили другую страну, 23% - повысили уровень своего материального положения; грант на реализацию исследования получили 22% преподавателей. Только пятая часть респондентов улучшила свои жилищные условия, а каждый десятый смог сделать дорогостоящие приобретения.

Не все преподаватели высшей школы занимают активную позицию в сфере социальной адаптации: стремятся мобилизоваться, стать активнее, чтобы решить проблемы на новом уровне больше половины данной профессиональной группы (57%); другие сохраняют достигнутое в семье и профессии (36%). Выбранная стратегия поведения влияет на социальное самочувствие работников: чем выше адаптивная активность, тем больше социальный оптимизм.

Социально-политические качества. На вопрос о том, что, по Вашему мнению, означает «патриотизм» большинство респондентов ответили: «гордость за достижения своей Родины», «ответственность за страну и ее будущее», «принятие обычаев и культуры страны», «принадлежность к традициям Отечества». Почти все опрошенные считают себя патриотами. Большинство преподавателей – гуманитариев доверяют Президенту РФ (70%) и Правительству России (65%), Главе региона (48%) и Совету Федерации (46%). Почти половина респондентов (49%) не доверяет Законодательному Собранию региона и Правительству региона (47%), администрации города (43%). Несмотря на то, что для 57% респондентов важны выборы в Государственную Думу, доверие к партиям отсутствует у 40%, треть доверяет партии «Единая Россия».

Интересуются политической ситуацией в стране и регионе 90% преподавателей, о которой узнают в основном из телевидения (61%), социальных сетей, блогов (55%), информационных порталов, общественно-политических сайтов (48%). Почти 100% респондентов считают одной из основных задач вуза – социализацию и политическое просвещение студентов, которую, по их мнению, должны выполнять специальные департаменты вуза (60%), преподаватели социально-гуманитарных дисциплин (48%), кураторы групп (38%), администрация вуза, деканаты (34%). Преподаватели-гуманитарии, которые оказывают

влияние на жизненные ценности и представления студентов, есть, но их немного – так считают 66 % опрошенных.

Итак, преподаватели вузов как группа «людей знаний» занимает свою нишу в среднем классе России; в социальных структурах российских регионов. Результаты исследования показали, что к ядру среднего класса можно отнести только шестую часть данной профессиональной группы. Еще треть можно отнести к резерву среднего класса: имеют высшее образование, профессиональную компетентность, занимают должности доцента, профессора, старшего преподавателя, но по уровню доходов и расходов, не соответствуют типовому среднему классу.

Считая себя патриотами и проявляя большой интерес к информации о политической жизни страны и региона, преподаватели предпочитают занимать позицию наблюдателей и ситуативно относятся к участию в политической жизни страны.

Список литературы

1. Авраамова, Е.М. Средний класс эпохи Путина / Е.М. Авраамова // Общественные науки и современность. – 2008. - №1. – С.28-36.
2. Алексеенок А.А. Политические установки, политическая активность и политические предпочтения представителей среднего класса // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2016. Вып.1. С.58-70
3. Голенкова, З.Т. Социальные параметры формирования среднего класса (к методологии анализа)/З.Т.Голенкова // Россия реформирующаяся. – Вып. 7. – М.: Ин-т соц. РАН, 2008. – С.93-100.
4. Кастельс, М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура / М.Кастельс / пер.с англ.; под научн. ред. О.И.Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ,2000.- С.491-513
5. Тулина, Т.М. Количество среднего класса в России и Вологодской области по параметру доход в соответствии с различными методиками // Гуманитарный научный вестник.-2020 .№5. С. 228-232.
6. Флорида Р. Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. — М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2007. — 421 с.
7. Шиняева, О.В., Власова, Е.М. Средний класс в социальной структуре региона. – Ульяновск: УлГТУ, 2012. – 171 с.
8. Gouldner, A. W. The Future Of Intellectuals And The Rise Of The New Class / A. W. Gouldner. – New York : Seabury, 2000. – 768 p.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

О.В. Шиняева, В.В. Меркулов, Е.С. Папина, С.В. Цыганова ДИАЛЕКТИКА ОТНОШЕНИЙ РАВЕНСТВА-НЕРАВЕНСТВА В СОЦИАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ	3
И.Л. Чебиняева СОЦИАЛЬНАЯ СПРАВЕДЛИВОСТЬ КАК СПОСОБ ПРЕОДОЛЕНИЯ КРИТИЧЕСКОГО НЕРАВЕНСТВА В РОССИИ.....	11
Раздел 1. Экономическое неравенство и образование как инструмент его преодоления	
Н.С. Андреев ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО МОЛОДЕЖИ И РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В ЕГО ПОДДЕРЖКЕ.....	17
Г. Р. Апаев, Л. Н. Липатова РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....	21
Афанасьева А. В., Корж Н. В., ПРОБЛЕМЫ БЕДНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ.....	25
Е. В. Васильева ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ СОТРУДНИКОВ ВУЗА КАК ФАКТОР СНИЖЕНИЯ НАПРЯЖЕННОСТИ.....	27
Е.С. Воднихина БРЕНД КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ВУЗА В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ	33
К.О. Годунова СОЦИАЛЬНАЯ СПРАВЕДЛИВОСТЬ В СОЗНАНИИ МОЛОДЕЖИ: РАСПРЕДЕЛЕНИЕ МАТЕРИАЛЬНЫХ БЛАГ	38
В.П. Горельшева РАЗВИТИЕ СРЕДНЕГО КЛАССА В РОССИИ КАК УСЛОВИЕ СНИЖЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО НЕРАВЕНСТВА	41
А. К. Карцева А. И. Чумаченко О ПОВЫШЕНИИ ДОСТУПНОСТИ КАЧЕСТВЕННОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ	43
С.С. Князев, Г.М. Шигабетдинова ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА АВТОРА КАНАЛА ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ НОВИНОК НА YOU TUBE	48
В. Н. Градусова , К. С. Ковалева , ОГРАНИЧЕННОСТЬ СПРОСА НА ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНУЮ ПРОДУКЦИЮ КАК УГРОЗА ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	51
Л. Н. Липатова , Н. А. Пруель ЗДОРОВОЕ ПИТАНИЕ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ.....	56

Д.В. Емелин НЕРАВЕНСТВО ВОЗМОЖНОСТЕЙ: ПРОБЛЕМЫ СТУДЕНЧЕСКОЙ ВОВЛЕЧЕННОСТИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС В ЭПОХУ ПАНДЕМИИ	60
А. К. Карцева, Т. Б. Малинина ОСЛАБЛЕНИЕ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ	64
М.А. Попова, Е.В. Щанина УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ТРУДОМ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ КАК ФАКТОР РОСТА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА.....	70
В.А. Абысова, И.С. Гришин, И.Н. Семенов ПРАКТИКА ФОРМИРОВАНИЯ ЕСТЕСТВЕННОНАУЧНОГО МЫШЛЕНИЯ И САМОСОЗНАНИЯ ЛИЧНОСТИ КАК КОМПОНЕНТОВ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА И СУБЪЕКТНЫХ РЕСУРСОВ ПРЕОДОЛЕНИЯ НЕРАВЕНСТВА ..	73
Н.В. Власова, В.А. Слипченко, ВЛИЯНИЕ МЕЙНСТРИМ-КИНЕМАТОГРАФА НА ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ	79
Д.А. Страхов ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК СПОСОБ ПРЕОДОЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО НЕРАВЕНСТВА СРЕДИ МОЛОДЕЖИ	83
М.Н. Таганова СОЦИАЛЬНАЯ СПРАВЕДЛИВОСТЬ В КОНТЕКСТЕ АКАДЕМИЧЕСКОГО РЫНКА ТРУДА	86
В. А. Толкунов БЕДНОСТЬ КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГЕОСТРАТЕГИЧЕСКОЙ ТЕРРИТОРИИ	90
И.Г. Гоношилина ПРОБЛЕМЫ НЕРАВЕНСТВА И СПРАВЕДЛИВОСТИ В РОССИЙСКИХ РЕГИОНАХ (ОБЗОР МАТЕРИАЛОВ УЧАСТНИКОВ КОНФЕРЕНЦИИ).....	94
С.В. Цыганова СИМВОЛЫ СЕМЬИ, РЕГИОНА И ГОСУДАРСТВА КАК ИНСТРУМЕНТЫ ОБЪЕДИНЕНИЯ ГРАЖДАН.....	99
А.О.Шмирко, И.А. Яковлева БЕДНОСТЬ КАК ПРОБЛЕМА СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА	105

Раздел 2. Ценностные ориентации молодежи и справедливость в социальной сфере

Г. Р. Апаев, Л. Н. Липатова. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....	108
Д.Х. Ахтямова, Д.Д. Карпова, А.С. Сальников СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ.....	111
А. Байбикова, Т.Н. Васильчикова, К. Виссарова, С. Карпухина, А. Кондрашова, С. Кудakov, А.Трескова ФОРМЫ ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ.....	114

Ю.В. Бакулина РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В РЕГУЛИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ.....	120
А.М. Быкова АЛКОГОЛЬ В ЖИЗНИ МОЛОДЕЖИ: КУЛЬТУРА ИЛИ ШАГИ К БЕСКУЛЬТУРЬЮ?	125
Я.В. Дворянчиков, Е.С. Шепелева УРОВЕНЬ СОЦИАЛЬНОЙ СПРАВЕДЛИВОСТИ В ЗАВЕДЕНИЯХ СРЕДНЕГО ОБРАЗОВАНИЯ	127
М.И. Кадничанская, К.В. Липатова АЛКОГОЛИЗАЦИЯ МОЛОДЕЖИ КАК СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА.....	130
Е.В. Капалова ТРУДОВЫЕ ЦЕННОСТИ МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ	133
Л.И. Кузахметова, К.А. Султанова АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ.....	135
А.А. Лапина СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКАЯ АКТИВНОСТЬ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В КОНТЕКСТЕ ОТНОШЕНИЙ С ГОСУДАРСТВОМ	139
М.А. Латыпова ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЁЖИ К ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯМ: МОТИВАЦИЯ И РЕАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ.....	142
М. Д. Луликова ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ РОССИЙСКИХ СТУДЕНТОВ	145
Д.К. Максимова, Н.В. Власова ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ.....	147
А. К. Карцева, Т. Б. Малинина, ОСЛАБЛЕНИЕ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ	150
Д.Ф. Матурова ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ СОВРЕМЕННЫХ ПОДРОСТКОВ	155
С.В. Михайлов СОЦИАЛЬНОЕ НЕРАВЕНСТВО В МНЕНИЯХ И ОЦЕНКАХ РЕГИОНАЛЬНОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ (НА ПРИМЕРЕ ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ	158
Д. К. Новоженнова, А. А. Самодуров О НЕОБХОДИМОСТИ СТАНДАРТИЗАЦИИ УСЛУГ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ	163
В.А. Орлов СОЦИАЛЬНЫЙ АСПЕКТ БЕЗРАБОТИЦЫ.....	167
Е.С. Папина КРАТКОСРОЧНЫЕ И ДОЛГОСРОЧНЫЕ ЭФФЕКТЫ РЕКЛАМЫ В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ	169
Г.А. Парахонская ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТИ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ У МОЛОДЕЖИ: ОПЫТ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА ПРОИЗВЕДЕНИЙ ЖИВОПИСИ	176
Т.А. Рассадина СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ КОНКУРЕНЦИИ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ	182

С. Т. Румянцева, Л. Г. Рябовол РАЗВИТИЕ АГРОЭКОТУРИЗМА КАК ФАКТОР ЗАКРЕПЛЕНИЯ МОЛОДЕЖИ НА СЕЛЕ	188
А.А. Семенова СОЦИАЛЬНАЯ УСПЕШНОСТЬ МОЛОДЁЖИ: ОТНОШЕНИЕ К УСЛОВИЯМ И ЛИЧНЫМ РЕСУРСАМ	194
А.Д. Спасова СОЦИАЛЬНАЯ СПРАВЕДЛИВОСТЬ В ПРЕДСТАВЛЕНИИ МОЛОДЕЖИ	197
Е. Н. Лазарева, Е. Е. Тарандо ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР УКРЕПЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА.....	2000
К.Э.Терещенкова СПОРТ КАК ЦЕННОСТЬ И РЕАЛЬНАЯ ЖИЗНЬ: ОЦЕНКИ МОЛОДЕЖИ....	205
А. И. Трундов ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ.....	207
Г. Б. Кошарная, А. В. Паршина ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОГО НЕРАВЕНСТВА В РОССИИ И РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В ИХ РЕШЕНИИ	210
В.Е. Провалов, С.И. Федорова ВОСПИТАНИЕ ПАТРИОТИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ У СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ.....	213
И.Г. Гоношилина, А.В. Фёдорова ЖИЗНЕННЫЕ ПРИОРИТЕТЫ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЁЖИ.....	216

Раздел 3. Цифровые коммуникации и новые практики адаптации к условиям растущего неравенства

О.С.Алеевская, С.С.Мурзайкина СОЦИАЛЬНОЕ РАВЕНСТВО ЖЕНЩИН ПРИ ВЫБОРЕ ПРОФЕССИИ	220
Амадей Ансел, Сайфутдинов Р.А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ КОНТРОЛЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРИ ПОДГОТОВКЕ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ.....	222
Д.Е. Аникеева, Р.А. Сайфутдинов ОРГАНИЗАЦИЯ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРИ УДАЛЕННОЙ РАБОТЕ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ.....	227
Д.Х.Ахтямова, Д.Д. Карпова СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ.....	232
Д.А. Бессмертная ДОСТУПНОСТЬ ЧТЕНИЯ КАК ФОРМЫ ДОСУГА СРЕДИ МОЛОДЕЖИ.....	234
Ж.Е. Вавилова, Н.Т. Товмасын ВИРТУАЛЬНОЕ ГЕТТО И ДЖЕНТРИФИКАЦИЯ: МАНИФЕСТАЦИИ НЕРАВЕНСТВА В СОВРЕМЕННОМ ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ	237
М. А. Васильев Е. А. Кулькова Р. А. Сайфутдинов ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛАТФОРМЫ И РЕСУРСЫ ПО ОБУЧЕНИЮ СПЕЦИАЛИСТОВ ОХРАНЫ ТРУДА.....	243

Е.С. Глухова ЦИФРОВАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ МОЛОДЕЖИ КАК УСЛОВИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ.....	247
Е. А. Горбачева КОММУНИКАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ	249
А.А.Гришина , М.С.Шорина СОЦИАЛЬНАЯ СПРАВЕДЛИВОСТЬ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ	252
Е.П. Галкина , М.И. Кадничанская ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЕ: ДОСТУПНОСТЬ И РИСКИ В ЦИФРОВОМ ОБЩЕСТВЕ	255
В.Е. Каманина РОЛЬ СМИ В ПОДДЕРЖАНИИ СОЛИДАРНЫХ СВЯЗЕЙ В ОБЩЕСТВЕ	261
Ю.С. Емелина, Л.Ф. Каримова, Д.А. Юртаева ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ УРОВНЯ БЕДНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ	265
И.Г.Гоношилина ,А.И. Кулагина, ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО УСПЕХА МОЛОДЕЖИ.....	269
К. А. Конова, С. А.Лапшина, ВОЗДЕЙСТВИЕ СМИ НА МОЛОДЕЖЬ.....	272
П.В. Майорова, И.А. Плохова ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЁЖИ К ОРГАНАМ ВЛАСТИ: ВОЗМОЖНОСТИ ДИАЛОГА.....	276
В.В. Меркулов, С.С. Дударев СМИ В ЖИЗНИ ГОРОЖАН	279
А.А. Миляев СОЦИАЛЬНАЯ СПРАВЕДЛИВОСТЬ В СФЕРАХ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ И ДОСУГА: ОЦЕНКИ МОЛОДЕЖИ	285
Д. К. Новоженнова , А. А. Самодуров О НЕОБХОДИМОСТИ стандартизации УСЛУГ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ	288
Е.А. Борисова , С.С. Пашинина, Р.А. Сайфутдинов, РОЛЬ ЦИФРОВЫХ РЕСУРСОВ В ТРУДОУСТРОЙСТВЕ МОЛОДЕЖИ.....	292
А.А. Кулий, В.Р. Петрова, ДОСУГ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ	296
А.С. Пучков СОЗДАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ.....	298
Е.А. Романова СОЦИАЛЬНАЯ РЕАБИЛИТАЦИЯ ЛИЦ С НАРУШЕНИЕМ СЛУХА ПОСРЕДСТВОМ ТЕХНИЧЕСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ.....	303
Л. Н. Липатова , В. В. Рябовол УРОВЕНЬ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА НА ФОНЕ ОБЩЕРОССИЙСКИХ ТЕНДЕНЦИЙ.....	306
А.А. Семенова, Г.М. Шигабетдинова РЕКЛАМА НА ТЕЛЕВИДЕНИИ: ЭМПИРИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ	310

Е. Н. Лазарева , Е. Е. Тарандо ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР УКРЕПЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА.....	315
Н.В. Бибикова ,Т.И. Тоцкая , СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ АДАПТАЦИЯ БАКАЛАВРОВ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ К УСЛОВИЯМ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ	319
А.И.Тумаева КИНО КАК ФОРМА КОММУНИКАЦИЙ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ	325
С. О. Хазова ПОВЕДЕНИЕ СТУДЕНТОВ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ: ГРУППОВЫЕ ИНТЕРЕСЫ.....	328
А.В. Шиндязова ОБРАЗОВАНИЕ КАК ЦЕННОСТЬ В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ МОЛОДЁЖИ.....	331
А.Д. Спасова, О.С. Штурмина СРЕДНИЙ БИЗНЕС В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ, РОЛЬ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ЕГО СТАБИЛИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ.....	334
Е.Р. Ахметшина КОММУНИКАЦИИ СТУДЕНТОВ И ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ-ГУМАНИТАРИЕВ: СОДЕРЖАНИЕ, ФОРМЫ, ЭФФЕКТЫ.....	341
О.В. Шиняева ПРЕПОДАВАТЕЛИ ВУЗОВ КАК ЛИДЕРЫ МНЕНИЙ В СРЕДЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ	346
Ю.А.Тихонова ПРЕПОДАВАТЕЛИ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ КАК ПРЕДСТАВИТЕЛИ СРЕДНЕГО КЛАССА: СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ГРАЖДАНСКИЕ ПОЗИЦИИ.....	350

Научное электронное издание

**СОЦИАЛЬНОЕ НЕРАВЕНСТВО
И СОЦИАЛЬНАЯ СПРАВЕДЛИВОСТЬ
В РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ:
содержательный и коммуникативный аспекты:**

Всероссийская научно-практическая конференция
(г.Ульяновск, 29-30 октября 2021 г.)
Сборник научных трудов

Отв. редактор О.В. Шиняева

ЛР № 020640 от 22.10.97
Подписано к использованию 24.12.2021.
Усл. печ.л. 21,63.
Объем Мб. Заказ ЭИ № 626.

Ульяновский государственный технический университет
432027, Ульяновск, Северный Венец, 32.
ИПК «Венец» УлГТУ, 432027, Ульяновск, Северный Венец, 32.