

ВЕСТНИК
Российского химико-технологического университета
имени Д. И. Менделеева
Гуманитарные и социально-экономические исследования

Издаётся Российским химико-технологическим университетом
имени Д. И. Менделеева

Журнал входит в Российский индекс научного цитирования

Основан в 2011 году

2022
Выпуск XIII
Том 3
ГУМАНИТАРНЫЕ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ

Главный редактор – Н. С. Ефимова,
кандидат психологических наук, доцент

Редакционный совет:

Азарова Л. Н., кандидат педагогических наук, доцент
Селиверстова Н. М., доктор исторических наук, доцент
Судакова Л. И., кандидат филологических наук, доцент
Черемных Н. М., доктор философских наук, профессор

Содержание

К читателям.....	4
История и социология	
Селиверстова Н. М. Диверсификация форм музейной деятельности как стратегия развития музеев малых городов.....	5
Серебрякова И. В. Биографический метод в изучении курса социологии.....	15
Педагогика и психология	
Азарова Л. Н., Сидельникова И. В. Психологическая служба в высшей школе: проблемы и перспективы развития (на примере Российской Федерации и Республики Узбекистан).....	28
Ефимова Н. С. Коммуникативные барьеры в межкультурной коммуникации преподаватель-студент.....	38
Журавлева Е. А., Шестерников Е. Е. Ценностные ориентации и мотивы образования современного студента-химика: от декларируемого к реальности.....	45
Коршунова Н. Е. Роль рекламы в формировании экологической культуры молодежи.....	61
Полякова Л.В. Психолого-педагогическая помощь студентам в преодолении внутриличностных конфликтов ценностно-мотивационной сферы в процессе профессионального обучения.....	70
Холина П.В. Эпштейн М.М. Фролова А.В. Формирование социально-трудового потенциала молодежи в Арктической зоне Российской Федерации..	82
Экономика	
Егоренкова А. И., Мельникова Д. А., Фролова А. В. Оценка уровня цифровизации российской сферы услуг.....	92
Королева Е. М., Шалдина Г. Е. Особенности государственной поддержки бизнеса в период 2020-2022 годов.....	99
Рахманина А. А., Шушунова Т. Н. Трансформация ESG-повестки в стратегиях развития российских компаний.....	106
Тигля С. В., Шушунова Т. Н. Анализ трансформационных изменений на рынке труда России в новых экономических условиях.....	114

К ЧИТАТЕЛЯМ

Журнал «Вестник Российского химико-технологического университета имени Д. И. Менделеева: гуманитарные и социально-экономические исследования» ориентирован на широкий круг читателей. В 2014 году «Вестник» был зарегистрирован в Международном центре ISSN и включён в национальную информационно-аналитическую систему «Российский индекс научного цитирования» (РИНЦ). В этом номере представлены материалы в рубриках «История и социология», «Педагогика и психология», «Экономика и право».

Рубрика «История и социология» посвящена социо-культурному исследованию разнообразия форм музейной деятельности малых городов России, а также исследованию целей и возможностей использования биографического метода при изучении курса социологии.

В рубрике «Педагогика и психология» представлены статьи, посвященные актуальным проблемам образования. Значимая роль отводится личности современного преподавателя, теме расширения его профессиональных компетенций, особенно в области межкультурной коммуникации. Анализируются ценностные ориентации и мотивы образования современного студента на примере студентов-химиков. Рассматриваются вопросы психологического благополучия всех субъектов образования, как фактор эффективности обучения в условиях высшей школы. Представлена программа психолого-педагогической помощи студентам в преодолении внутриличностных конфликтов ценностно-мотивационной сферы в процессе профессионального обучения. Проводятся аналогии в развитии психологической службы вуза в Российской Федерации и Республики Узбекистан.

В разделе «Экономика» рассмотрены вопросы цифровизации, трансформации рынка труда и государственной поддержки бизнеса.

Приглашаем преподавателей, аспирантов к публикации своих статей.

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ФОРМ МУЗЕЙНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ МУЗЕЕВ МАЛЫХ ГОРОДОВ

В этом исследовании рассматриваются различные формы музейной деятельности, которые помогают музеям небольших городов развиваться в современных условиях. Данные формы деятельности осуществляются разными структурными подразделениями музея (филиалами), что позволяет музею охватить различные социальные группы населения города с присущими им интересами, а также позиционировать себя на рынке туризма. По этой причине музей расширяет границы своей традиционной сферы деятельности, которая эволюционирует в сторону организации досуга.

Ключевые слова: формы музейной деятельности, музей-театр, клубы по интересам, мастер-классы, экскурсии.

N. M. Seliverstova

DIVERSIFICATION OF FORMS OF MUSEUM ACTIVITY AS A STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT OF MUSEUMS IN SMALL TOWNS

This study examines the different forms of museum activity that help small town museums to go forward in modern conditions. These forms of activity are carried out by different structural divisions of the museum (branches), which makes it possible to cover different social groups of the city's population with their inherent interests, as well as to position themselves in the tourism market. For this reason, the museum widens the boundaries of its traditional field of activity, which is evolving towards the organization of leisure.

Key words: forms of museum activity, museum-theater, creative clubs, master classes, guided tours.

На карте современной России малые города отмечены небольшими точками, которые при ближайшем рассмотрении оказываются значимыми в историческом, культурном и социально-экономическом отношении поселениями, средоточием жизни окрестных районов, с присущей их жителям своеобразной местной идентичностью. Некоторые из этих городов имеют за плечами давнюю и славную историю, некоторые относительно молоды. В июле 2019 года вице-премьер РФ Т. А. Голикова сообщила, что за последние 15 лет население малых городов России сократилось почти на 1,5 миллиона человек. В случае каждого из малых городов их общие проблемы приобретают свою специфическую форму. Примером такого небольшого города является Жигулевск Самарской области. В России города называют малыми, если их население составляет менее 50 тысяч человек. Население Жигулевска составляет 51,6 тыс. жителей.

Музеи в малых городах традиционно выступали центрами притяжения местного населения, играли роль важных культурных и образовательных центров, выступали своеобразными хранителями местной идентичности. Для того, чтобы в настоящее время, характеризующееся информационной открытостью, сохранить свою роль в обществе, музеи должны адаптироваться, в том числе за счет пересмотра привычных форм деятельности.

Объектом данного исследования является музей как социальный институт, который находится в Жигулевске, малом городе российской провинции. Проблематику нашего исследования можно сформулировать так: в то время, когда в жизни малых городов России существует множество социально-экономических проблем, при том, что выход в интернет для их жителей несоизмеримо расширяет возможности развлечения и досуга, как получается, что в некоторых городах местные музеи не исчезают, а наоборот развиваются и привлекают новую аудиторию? Таким образом, проблематика исследования связана с развитием музеев малых городов в XXI веке на примере музея «Самарская Лука», который находится в г. Жигулевске. Данное социо-культурное исследование основано на последовательных сериях интервью с сотрудниками

музея, его посетителями в 2019-2020 гг., исследовании статистики и специальной литературы.

В работах российских исследователей больше внимания уделяется раскрытию потенциала интерактивной музейной деятельности, которая, по их мнению, связана не столько с компьютеризацией музейного оборудования, сколько с теорией коммуникации [1, 2]. Кроме того, в отечественных исследованиях особое внимание уделяется конкретным практикам расширения традиционной сферы музейной деятельности. Научная литература описывает, как в настоящем эволюционируют функции музеев, но не дает ответа на более актуальный вопрос, каким образом музеи, в том числе и музеи малых городов, могут не только поддерживать своё существование, но и развиваться в условиях современного мира.

Пример историко-краеведческого музея «Самарская Лука» в г. Жигулёвске Самарской области показывает, что существуют небольшие краеведческие музеи, которые продолжают привлекать и интересовать публику. Краеведческий музей «Самарская Лука» в Жигулёвске был открыт в 1959 году. В 2005 году музей создал свой первый филиал – выставочный центр «Народная галерея». В апреле 2006 года открылся еще один филиал - музей-театр «Жигулевская сказка». Детская галерея «Сказочный город» открылась в 2017 году. В августе 2019 года к ним добавилось еще одно структурное подразделение – «Музей боевой славы». Согласно официальной статистике Министерства культуры Российской Федерации, в 2016 году музей «Самарская Лука» занимал 698 место из 2538 с общей посещаемостью 19,2 тыс. посетителей в год (включая массовые мероприятия, организуемые музеем). Но уже в 2018 году количество посетителей увеличилось до 31,7 тыс. человек в год.

Несмотря на свои небольшие размеры, музей «Самарская Лука» поражает разнообразием форм деятельности, как традиционных, присущих музею всех времен, так и современных. Сравнивая и анализируя использование этих форм деятельности, мы поймем, что позволит музею, как целостной организации, выработать стратегию своего выживания и развития.

Среди филиалов музея «Самарская Лука» музей-театр «Жигулевская сказка» отличается именно своей особой манерой взаимодействия с посетителями. Здесь, в рамках посещения музея происходит внедрение элементов знаковой системы другого «языка культуры», а именно мира театра в мир музея.

Музей-театр принимает детские, взрослые, а иногда и смешанные группы. Несомненно, существуют различия в восприятии программы детьми и взрослыми. По наблюдениям Анастасии, заведующей «Жигулевской сказки», дети более уверены в себе, охотнее принимают рассказ экскурсовода. Трудности с детьми начинаются, когда приходит время инсценировать сказку, ведь поначалу дети гораздо более скованы и застенчивы. Им не так просто представить себя каким-то персонажем, пусть даже сказочным.

Со взрослыми посетителями всё наоборот. Когда они начинают слушать гида, они полны скептицизма. Но затем, переодевшись в костюмы, примеряют на себя роли персонажей из местного фольклора, и начинают действовать в предложенных сюжетных рамках. Анастасия отмечает, что ей больше нравится работать со взрослыми посетителями. При этом, по своему опыту она видит, что одинаковых групп не бывает, и каждая группа требует индивидуального подхода. Также она отмечает, что работать с группой проще, чем с индивидуальными посетителями, поскольку они более свободны в своих действиях, они видят гида в первый и последний раз. Индивидуальные посетители не связаны требованиями группового поведения, поэтому могут задавать много вопросов, на которые трудно ответить, и не стесняются прерывать рассказ гида.

«Опять же таки я смотрю, как народ зашел. Как народ зашел, с каким настроением он зашел, в каком состоянии он зашел, да, торопятся они или вот, потому что, бывает, что забегут, экскурсовод: «Всё, нам по времени, мы уже торопимся...». Вот они опоздали где-то и все, и начинают меня тоже здесь уже прижимать. А как я могу здесь прижаться, когда народ вот хочет он в сказки сыграть. Это же обязательно, это изюминка нашего музея, это сказка, когда ты переодеваешься. И вот когда я вот это им говорю, они уже начинают охать и ахать,

ах, что же их ждет-то дальше, интересно...».

Музейно-театральная деятельность находится за пределами традиционной сферы музейной деятельности, но в настоящее время признается в научной литературе перспективным направлением [3]. Характерной чертой этого вида деятельности является использование игровой формы. Во время театрального представления сказки происходит вовлечение посетителей в интерактивную игру. Благодаря этой специфической форме деятельности музей-театр приобрел популярность, и был включен в туристические маршруты.

Далее речь пойдет о формах деятельности, которые отличают «Народную галерею» и детскую галерею «Сказочный город». Это организация выставок и мастер-классов. Руководители этих филиалов Валентина и Наталья тесно сотрудничают, разрабатывая темы для экскурсий и мастер-классов. Отличие в том, что деятельность «Народной галереи» охватывает разные возрастные категории и очень разнообразна, а «Сказочный город» работает исключительно с детьми. Эти два филиала отличаются еще и тем, что они постоянно работают в социальных сетях, размещая анонсы предстоящих мероприятий и фотоотчеты о прошедших мероприятиях. Валентина, администратор «Народной галереи» даже призналась в интервью, что подсчитывает количество «лайков» для своих публикаций, и радуется, когда их много.

В зале «Народной галереи» проходят одновременно две-три выставки, которые сменяются в течение месяца. Валентина отметила, что галерея — это творческий центр, в котором происходит обмен идеями. И этот обмен идеями происходит не только в рамках самой галереи, но связан с деятельностью различных творческих клубов, которые объединяет галерея, и чьи встречи проходят в её помещении.

Как и другие подразделения музея, галерея участвует в общих мероприятиях музея «Самарская Лука», например, в ноябре 2019 года в ежегодной «Ночи искусств». Её тема была связана с балетом «Щелкунчик» П.И. Чайковского и сказкой Э.Т.А. Гофмана. В рамках этой акции в галерее прошла выставка кукол, изображающих главных героев сказки. Это были работы

творческого объединения «Октябрина», все куклы которого обладают ярко выраженной индивидуальностью.

Мне удалось побывать на собрании клуба коллекционеров «Раритет», которое проходило в помещении галереи, и пообщаться с его участниками. Коллекционеры, члены клуба, в основном пенсионеры. Некоторые из них отставные военные. Эти люди всегда активны, физически и социально. Они стремятся привлечь подрастающее поколение к коллекционированию. Организатору этого общества Юрию Николаевичу слегка за семьдесят, и почти всю жизнь он занимался коллекционированием: в Волгограде, а затем на Севере, в Нижневартовске. Поэтому, когда восемь лет назад Юрий Николаевич приехал в Жигулевск, он решил создать там общество коллекционеров. «Сам создал это общество, через отдел культуры, через мэрию. Мне посоветовали с музеем связаться. Поддержку быстро нашел у директрисы. И она нам выделила это место на общественных началах по субботам с 10 до 12. Я собрание провел, объявление дал в газету. Нас по списку 27 человек. Все конечно одновременно не бывают. Сегодня 6–7 человек, вот дети пришли. Дети редко приходят. Они по-своему собираются. Хотя мы их приглашаем».

Клуб коллекционеров отличается высокой степенью активности и самоорганизации. Из рассказа Юрия Николаевича понятно, что клуб коллекционеров не считает себя подчиненным по отношению к музею, а действует наравне с ним, и иногда считает себя более влиятельным центром местного сообщества. Такое поведение продиктовано опытом службы его руководителя в вооруженных силах на офицерских должностях, некоторые члены этого клуба обладают опытом военно-политической работы. Вот как описывает свой путь в клуб коллекционеров другой участник, военный пенсионер Степан Петрович: «Монеты я начал собирать случайно. В советское время собирал юбилейные монеты... Десять лет назад я переехал сюда и начал ходить в этот клуб. Мы каждую субботу встречаемся. Тут не только монеты, у нас еще пятьдесят процентов разговоров об истории. История, у нас есть разные взгляды, разные течения. Я вот в прошлую субботу сказал: «Мужики, надо

вовлекать молодежь». Я вот женщине сказал, которая привела сюда своего сына: «По монетам пацан может изучать историю».

Для этого коллекционера, как и для других его единомышленников, участие в работе клуба придает смысл жизни. Монеты для нумизматов-пенсионеров воплощают их собственную судьбу и историю страны. Поэтому вполне логично, что они так или иначе связаны с музеем, хранителем наследия города.

В деятельности детской картинной галереи экскурсионная работа тесно связана с мастер-классами. Наталья, администратор детской галереи «Сказочный город», поясняет, что старается уйти от так называемых «сухих» экскурсий. Она рассказывает маленьким посетителям о разных художественных техниках, показывает как их использовать на практике. В работах по социологии музеев этот метод работы называется контактно-творческим и также относится к высоко ценимому интерактивному подходу. Интерактивные курсы, в данном случае мастер-классы, направлены на достижение конкретного результата совместной деятельности и получение творческого интеллектуального (материального) продукта. Таким образом, детская художественная галерея играет очень важную роль в воспитательной работе, что сближает ее с учебными заведениями, также она организует досуг юных посетителей.

Все заведующие, рассказывая о деятельности своих филиалов, стремятся не только подчеркнуть их особые черты, но и показать, как подчиненные им структурные подразделения вписываются в деятельность музея в целом. Валентина попыталась объяснить, почему музей-театр посещает больше посетителей, особенно туристов, которые приносят весомый доход. «Экскурсионные группы ездят в музей-театр. И получают больше, потому что есть развитый туристический маршрут. Но с сентября по май мы работаем. Потому что мы активно сотрудничаем со школами, с детскими садами, ну и со всеми организациями этими... и нельзя сказать, что кто-то больше работает, кто-то меньше... Потому что, касаясь выставочного центра, у нас проходит просто больше бесплатных мероприятий в силу работы. Потому что открытие выставки

априори оно всегда проходит бесплатно. Это везде прописано. Какие-то социальные мероприятия, проекты у нас также проходят бесплатно. Совместная работа с городом. Социальная работа идет бесплатно».

Таким образом Валентина отстаивает вклад своей галереи в работу музея в целом. Формы деятельности, присущие художественным галереям, обращены к особенной целевой аудитории; их специфика в том, что они вызывают у посетителей музея проявление творческой активности. При этом работа клуба коллекционеров, связанная с галереей, представляет собой смесь досуговой деятельности, просветительского импульса и познавательной интенции.

Основной традиционной формой работы главного подразделения историко-краеведческого музея «Самарская Лука» является проведение экскурсий. Кроме того, организация мастер-классов является практически обязательной формой работы, так же, как и в других филиалах музея.

Выделим основные группы посетителей музея. Во-первых, это туристы, большинство из которых приехали из Самарской области. Эта часть публики в основном посещает музей-театр. Во-вторых, это ученики местных школ и воспитанники детских садов, которые составляют основной контингент всех структурных подразделений музея в течение учебного года. В-третьих, это семейные посещения, в которых участвуют представители разного возраста из одной семьи. Это главным образом посетители музея «Самарская Лука» и художественных галерей. Четвертая группа - это так называемые «гости», то есть бывшие жители города, которым до сих пор интересны судьба и история своего родного города. Они посещают головное подразделение музея, а также музей-театр. У каждой группы посетителей есть доминирующая мотивация. Для первой категории поводом для посещения музея является познавательный интерес и стремление к развлечениям. Для посетителей второй категории основным мотивом считается познавательный интерес. Для детей, посетителей художественных галерей, этот мотив - тяга к творчеству. Для третьей категории посетителей преобладают комбинированные интересы, в зависимости от возраста и роли в семье, включая познавательный интерес, образовательные и

творческие мотивы. Четвертая группа посетителей больше выделяется познавательным интересом.

Разнообразие мотивов, присущих этим группам, а также их зависимость от специфики структурных подразделений музея показывают, что музею вполне удалось разнообразить свою аудиторию.

Помимо вышеперечисленного, музей участвует в различных общегородских праздниках и мероприятиях, городских фестивалях. Музей «Самарская Лука» является организатором фестиваля «Вишневый пирог» в селе Ширяево. Все эти мероприятия привлекают большое количество посетителей. Вот что рассказывает об этом празднике директор музея Игошина С. Г.: «Каждый год сюда уже приезжают тысячи, тысячи людей, они уже знают, что здесь можно попробовать пирог с вишней, погулять, послушать концертную программу, купить сувениры из вишни...». Таким образом, используемые музейными работниками формы досуга позволяют расширить пространство действия (музейное и немuseumное) и в большей степени привлечь внимания публики.

Анализ различных видов деятельности, используемых музеем «Самарская Лука», позволил сделать вывод о том, что наряду с традиционными все большую роль играют новые формы работы. В этих формах возрастает доля досуга, активного участия посетителей. Их использование иногда выводит музей за пределы музейного пространства. Эти виды деятельности предполагают усиление коммуникации между музейными работниками и местным сообществом. Использование новых форм работы помогает музею поддерживать и повышать свою популярность как среди местных жителей, так и у туристов: именно досуговые мероприятия различных филиалов музея «Самарская Лука» в настоящее время становятся наиболее привлекательными для посетителей.

Сегодня музей представляет собой сложную многоуровневую систему, решающую ряд социально и культурно важных задач, среди которых все большее место занимают организация досуга и интеграция познавательных, развлекательных и творческих функций. Музей «Самарская Лука» перешагнул границы традиционных видов музейной деятельности, заняв освободившиеся

ниши в культурной жизни города, и именно поэтому он сумел сохранить свой потенциал развития.

В заключение следует отметить, что музеи демонстрируют удивительную способность адаптации к новейшим мировым тенденциям. В современном мире поле досуга расширяется. Границы между рекреационной, культурной и туристической стратегиями стираются [4]. Этот институт (музей) превращается в нечто иное, чем тот музей, каким мы его знали с XVIII века. И теперь особенно важно понять: как, меняясь, музей может остаться учреждением, совмещающим различные функции, не становясь при этом исключительно местом досуга?

Литература

1. Галкина Т. В. О развитии досуговых форм музейно-педагогической деятельности в современных российских музеях // Вестник ТГПУ. № 3 (118). 2012. С. 221–225.

2. Комлев Ю. Е. Музейная коммуникация и управление коммуникационной деятельностью музея // Вестник ЧГАКИ. № 3 (27). 2011. С. 22–26.

3. Малеев В. С. Музей и театр на пути к единству: поиск синтетических форм // Вестник МГУКИ. №4 (84). 2018. С.113-122.

4. Meunier A., Romano S. & Jacobi D. La médiation culturelle dans les musées : Une forme de régulation sociale // Recherches en communication. № 13. 2000. P. 37-60.

БИОГРАФИЧЕСКИЙ МЕТОД В ИЗУЧЕНИИ КУРСА СОЦИОЛОГИИ

В статье рассматривается использование биографического метода в учебно-методических целях при изучении курса социологии. Раскрываются его возможности в процессе самоанализа и изучения личности. Приводятся данные из биографических исследований студентов, в которых показано, какую роль сыграла семья, дошкольные учреждения, школа, СМИ в их социализации, а также определения студентов их личных социальных качеств, ценностей и целей в сравнении с их родителями и прародителями. Показано, как благодаря биографическому методу, изучая свою жизнь и жизнь своих предков на определенном социально-историческом фоне, можно более глубоко осознать свою индивидуальность, получить богатую информацию для размышления о путях дальнейшего личностного саморазвития и самоопределения.

Ключевые слова: автобиография, самоанализ, институты социализации: семья, дошкольные учреждения, школа, СМИ; жизненные цели.

A.N. Serebriakova

BIOGRAPHICAL METHOD IN STUDYING THE COURSE OF SOCIOLOGY

The article discusses the use of the biographical method for educational and methodological purposes when studying the course of sociology. Its possibilities are revealed in the process of introspection and study of personality. Data from biographical studies of students are given, which show the role played by the family, preschool institutions, school, and the media in their socialization, as well as identifying students of their personal social qualities, values and goals in comparison with their parents and grandparents. It is shown how, thanks to the biographical method, by studying one's life and the life of one's ancestors against a certain socio-historical background, one can become more deeply aware of one's individuality, obtain rich information for thinking about the ways of further personal self-

development and self-determination.

Key words: autobiography, introspection socialization institutions: family, preschool institutions, school, mass media; life goals.

Биографический метод (от греческого *biographia* – жизнеописание) - один – из распространенных методов изучения социальных процессов через субъективное восприятие индивида на основе сбора и анализа личных документов (переписки, дневников, автобиографий). Теоретически он был разработан польскими социологами И. Томасом и Ф. Знанецким. В 1919 году они выпустили книгу "Польский крестьянин в Европе и Америке" [1]. Чтобы собрать материалы о судьбе польского крестьянина, эмигрировавшего в Европу и Америку, они опубликовали в газете объявление с просьбой к полякам, приехавшим в США, присылать свои автобиографии, письма родственников по определенному адресу за небольшую плату – 10 центов. Так они собрали колоссальную информацию о жизни польских эмигрантов. Это позволило им выявить механизм и процессы приспособления личности к новым социальным условиям.

Биографический метод является важным инструментом для изучения изменений в общественных нравах, нормах и ценностях, особенно в переломные моменты развития общества. В центре биографического исследования - изучение течения всей жизни человека, ее внутренней динамики, ее "встроенности в социум" и накопленного опыта.

Объектом автобиографического исследования служит изучение собственной жизни индивида в социальном контексте. С помощью автобиографического метода можно увидеть, как жизнь отдельного человека "впечатывается" в общество, как история его жизни связана с историей общества.

Биографический метод используется в учебно-методических целях при изучении курса социологии. Американские студенты, например, рассматривают написание автобиографии как важную часть социологического практикума. В нашем университете более 20 лет назад профессором, д.ф.н. Губиной С.А. была

разработана методика составления автобиографии и родословной, которая активно использовалась студентами в процессе изучения социологии [2].

Студенты с большим желанием писали свои автобиографии, родословные, подвергая их социологическому анализу. В архиве кафедры набралось к настоящему времени более 3 тыс. экземпляров, которые ждут своих исследователей. В свое время, когда кафедра имела своих студентов (выпускала специалистов, а затем бакалавров-социологов), на основе автобиографических материалов были подготовлены интересные дипломные работы. Вот некоторые из них. «Динамика социальных качеств молодежи как форма адаптации к переходным условиям России (на примере студентов РХТУ им. Д.И. Менделеева)» 2004 г., Синичкина А.О.; «Динамика ценностей трех поколений семьи. Автобиографический анализ» 2011 г., Карнаухов М.А.; «Динамика ценностей студенческой молодежи в процессе трансформации российского общества (на примере автобиографических работ студентов РХТУ им. Д.И. Менделеева за период с 1995 по 2012 год.)» 2014 г., Булыгина Е. В.; «Динамика жизненных стратегий студенческой молодежи в условиях трансформации России за период 1994-2014 гг. (на примере автобиографических исследований студентов РХТУ им. Д.И. Менделеева)» 2015 г., Былинко А. Т.; «Социальная мобильность трех поколений семьи (на примере автобиографий студентов РХТУ им. Д. И. Менделеева за период 1994-2014 гг.)» 2016 г., Лагутина Е. К.; «Детская литература и кинематограф как факторы формирования ценностных ориентаций студенческой молодежи (на примере автобиографий студентов РХТУ им. Д.И. Менделеева за период 1994-2014 гг.)» 2016 г., Аксакова В. В.

В настоящее время составление автобиографии студентами нашего университета также является важнейшим условием неформального подхода к изучению курса социологии. Составление автобиографии – это самостоятельное социологическое исследование, отражающее на примере жизни одного (или нескольких) поколений социальные процессы и изменения, происходящие в обществе. Предметом автобиографического исследования выступает самоанализ и анализ общества. Какова цель автобиографического исследования? Написание

автобиографии преследует одновременно несколько взаимосвязанных целей.

Основой автобиографического исследования является углубленный самоанализ с целью самопознания, осознания своей самобытности и самоидентичности в рамках общества. Изучая свою жизнь и жизнь своих предков на определенном социально-историческом фоне, можно более глубоко осознать свою индивидуальность, получить богатую информацию для размышления о путях саморазвития и самоопределения.

Работа над своей автобиографией означает работу над своим характером. Изучая прошлый опыт, человек подвергает его анализу и оценке, а из совершившихся фактов и событий извлекает уроки. Извлечь пользу и выгоду для себя из своего прошлого, отделить ценное от несущественного – значит приобрести хороший толчок для собственного самосовершенствования. Чем больше человек познает себя, тем больше учится понимать себя и принимать себя таким, какой он есть. А это помогает строить *отношения* с другими людьми на доброжелательной основе. Следовательно, работа над автобиографией помогает занять правильную жизненную позицию во взаимоотношениях с другими людьми.

Важнейшая цель автобиографического исследования состоит в том, чтобы студенты через анализ личной жизни и своей родословной смогли лучше понять общество, в котором они живут. Для этого, на основе автобиографии и родословной, предусмотрены практические задания к соответствующим темам семинарских занятий. Автобиография выступает, таким образом, неформальным методом изучения социологии и выполняет важную образовательную задачу, способствуя выработке необходимых компетенций для личностного и профессионального становления и развития.

На первом этапе проводится сбор сведений о себе, их систематизация и анализ. Сюда входят сведения о рождении, социальном положении, образовании, формах социализации, жизненных ценностях и планах. Основным источником сбора информации о своей биографии служит живая память самого искателя, живущих родных, близких и знакомых. Личные сведения о себе позволяют

провести социальную самоидентификацию, определить свое место в социальной стратификации.

С помощью автобиографии можно понять, как проходил процесс личной социализации, т.е. взросления человека, усвоения социального опыта. Можно увидеть, кто оказал наибольшее влияние на усвоение социальных норм и ценностей, правил и образцов поведения, принятых в обществе (семья, родители, предки, детские дошкольные учреждения, школа и др.).

Особенно большую роль в становлении личности играет социализация в семье. Здесь ребенок получает первые знания о жизни от родителей. Родовой сценарий лежит в основе поведения детей. Дети, как говорил американский психолог и психиатр Эрик Берн, повторяют судьбу родителей и своих предков [3].

Вот как описывает студентка роль семьи в ее социализации:

«Я всегда хотела быть похожей на маму, потому что она очень умная, разносторонняя и сильная личность. Когда я была маленькой, мама говорила мне, что в жизни будет тяжело, нужно бороться, всегда быть начеку, никому не доверять и всегда идти до конца. А еще она говорила, что обязательно получить образование, стремиться к знаниям, развиваться и с каждым днем стараться быть лучше, чем вчера. Когда у моего папы проблемы на работе, он становится серьезнее и строже ко всем и, в первую очередь, к самому себе. Может заниматься этим вопросом сравнительно долго, пока не разберется досконально. А мама всегда старается найти что-то новое, вывести свое собственное решение для любой проблемы. Действовать проверенными способами по методичкам, как папа, она не любит. Мама за оригинальность, за нестандартный подход. Поэтому она все время устраивает мозговой штурм и работает в этом режиме, пока не найдет решение.

Когда у меня возникают какие-то трудности с учебой или работой, я действую всеми способами сразу: разбираюсь сама через методички и прочий доступный материал, подбираюсь к решению через нестандартные подходы и не боюсь попросить помощи у других людей. Я научилась читать в 3 года из

магнитных букв на холодильнике. Они мне нравились, и я старалась создавать из них слова. Потом дошла до книг. Тогда родители с бабушкой стали заставлять меня читать. Настраивали меня на то, что я должна быть умной, ответственной, хорошо учиться и не пропускать тренировки. Всегда говорили, что у меня должна быть сила воли.

А мне хотелось гулять, играть с собаками и с другими ребятами, расследовать преступления или следить за кем-то. Я всегда старалась замечать маленькие детали во всем вокруг. Занималась коллекционированием игрушек: пауков, насекомых, ящериц, динозавров. Знала о них все: виды, как они появились, строение скелета и повадки. Мне хотелось узнавать новое, но мне хотелось узнавать только то, что меня интересовало.

Семья в социализации личности играет первостепенную роль. Грубо говоря, базовые настройки, которые вам дают родители в детстве: какими вы должны быть, что вам следует делать и как поступать, - это то, от чего вы будете отталкиваться в будущем, даже если неосознанно. Все откладывается в голове и ничего не проходит мимо. Даже если вам кажется, что вы чего-то не помните, знайте, ваше подсознание помнит все.

Папа всегда говорил мне о том, что английский язык сейчас очень востребован и его нужно знать. Наверное, это и есть те самые познания о жизни, которые он мне передал. А мама всегда говорила о том, что нужно бороться и уметь выживать везде: в любом окружении, в любых условиях, что бы не произошло».

Важную роль в становлении личности играют дошкольные учреждения. О том, какой след оставил в жизни детский сад, студенты пишут следующее.

«В нашей группе было 25 ребят. Я запомнила воспитательницу Галину Викторовну: на утренник она переодевалась в Карлсона. А вторая наша воспитательница, Галина Ивановна, играла на пианино. Мне больше нравилась Галина Викторовна, потому что она играла с нами и мы считали ее своей. А еще помню нянечку Нину. Она была самой доброй и никогда не наказывала нас.

Я была зачинщиком всех авантур в садике. И, в принципе, самым

активным ребенком. Я считаю, что садик играет первую важную роль в социализации детей в каком-никаком обществе. Негласно происходит деление на ведомых и ведущих. Кто-то поддается провокациям, а кто-то их придумывает. Садик – это точка опоры, это то, что готовит нас к школе в социальном плане. Там мы учимся входить в коллектив и брать на себя определенную социальную роль. Из садика у меня только хорошие воспоминания несмотря на то, что я там устраивала. Я хорошо помню все утренники. Помню, как рассказывала стихи на каждом утреннике и участвовала во всех конкурсах. Помню, как мы с девочками слушали музыку на тихом часу и как делали зарядку с нянечкой по утрам. Ничего плохого о садике сказать не могу».

Студенты отвечают на вопрос, какова роль школы в социализации личности, что дала школа, чему научила. Какие качества характера сформировались у Вас в этот период?

«Школа помогла мне сформировать свое «Я». Именно в школе у меня появились первые серьезные цели, которых мне очень хотелось достичь. Школа сыграла важную роль в процессе социализации моей личности. На меня всегда возлагали большие надежды, как родители, так и знакомые. Я ходила в музыкальную школу, занималась народными и классическими танцами. Каждый год я узнавала много нового и интересного. У меня не было постоянных друзей, но я могла общаться со всеми без предрассудков. Я всегда любила рисовать, поэтому рисовала плакаты и делала реквизит для школьных мероприятий. Я всегда была жизнерадостным и немного неуверенным человеком».

«Школа помогла мне понять то, что делаю, чем точно хочу заниматься в будущем. В школе закладываются основы мировоззрения, морали, эстетики, приобретаются первичные роли, навыки, традиции, формируются разнообразные знания. Современная школа является одним из основных агентов социализации. Она представляет собой модель нашего общества, именно здесь происходит усвоение основных социальных ценностей, норм, образцов поведения в группе. Школа дала навыки коммуникации, начальные знания в различных науках, друзей и, к сожалению, потраченные нервы. Научила тому, что иногда

работа может быть бесполезной и это нормально. Иногда нужно что-то делать просто, чтобы что-то делать. Частично научила быть собой, хотя это получалось далеко не всегда».

«Роль школы в становлении личности человека чрезвычайно важна. Это первые компромиссы, ссоры, принятие коллектива и неприятие. Это первые осознанные шаги и жизнь класса как отдельного организма. Школа – это важно. Школа – это то, что дает опору и толчок. Она закаляет и готовит к жизненным трудностям. Школа – вторая ступень в становлении человека как личности».

На становление личности оказывает большое влияние литература, искусство, средства массовой информации. Студенты отмечают, какие нравственные и духовные ценности они усваивали (впитывали) под действием любимых мультфильмов, фильмов, книг, произведений искусств, занятий по интересам?

«Когда я была маленькой, моими любимыми книгами были: Три толстяка, Остров сокровищ, Робин Гуд, Бременские музыканты. Я читала эти книги и слушала их на кассете через магнитофон огромное количество раз. Хочется отметить, что из книги “Три толстяка” моим любимым героем был Человек-Волк. Но я безумно боялась его изображения на странице в книге. Он очень сильно пугал меня. Но во время прочтения я морально очень прониклась к нему. Из “Острова сокровищ” я, разумеется, любила Доктора Ливси. Из “Робина Гуда” Робина Гуда. А из “Бременских музыкантов” мне понравился Гениальный Сыщик. Мне нравились такие советские фильмы, как “Гостья из будущего”, “Приключения электроника” и “Приключения Петрова и Васечкина”. А мультфильмы: “Тайна третьей планеты”, опять же “Остров Сокровищ”, “Приключения капитана Врунгеля” и т. д. Я обожаю читать. Моя любимая книга - это “Моя мама любит художника” – А. Малейко. Еще мне нравится “Мастер и Маргарита” - я прочитала ее 3 раза. И книга “Чудо” – просто чудо). Учитывая то, что я читаю, слушаю аудиокниги и смотрю хорошие фильмы с детства, я выбираю из них только ту информацию, которая поможет мне в

будущем. Все это дало мне желание стремиться вперед, помогать близким, быть всегда рядом и никогда не отступать от своих целей. Произведения искусства воспитывают в человеке личность: дают ему первое понимание духовных, нравственных и моральных устоев. Это действительно ценно. На мой взгляд, подрастающее поколение из СМИ ничего хорошего не почерпнет. Сейчас вообще, чтобы найти хоть что-то действительно ценное, нужно очень хорошо искать. Я бы посоветовала им обратиться к советским кинокартинам».

«Под действием мультфильмов, книг, музыки, произведений искусств, занятий по интересам я усваивала, прежде всего, ценность проведения времени за тем, что тебе действительно нравится. Это с раннего детства помогало узнавать себя, что подходит мне, а что нет. И, конечно, это помогало мне в коммуникации с людьми. Я усваивала такие качества, как доброта, забота, дружелюбность, милосердие. Ведь в детстве я была переполнена любовью ко всему окружающему, поэтому это позволяет сделать мне такой вывод».

«На мой взгляд, сейчас СМИ, особенно телевидение, настроено на построение типичного (узкого) мышления у подростков (и взрослых людей, без сомнения). По моим наблюдениям у некоторых СМИ стоит задача заставить человека не иметь собственного мнения, навязать ему свое. И, конечно, намного легче это делать среди подростков. В процессе социально-психологической социализации человек приобретает качества, которые необходимы для самостоятельной жизни, делают его отношения с людьми относительно гармоничными».

Студенты отмечают, насколько у них сформировались такие социальные качества, сопоставив свою самооценку с мнением родителей и друзей (близких).

«Для современной жизни, на мой взгляд, наиболее важны такие качества, как стрессоустойчивость, открытость, умение работать в команде, деятельность и креативность. Мои родители считают, что самыми важными качествами в их времена были желание учиться, амбициозность, готовность анализировать факты и четкие цели на будущее. А во времена бабушек и

дедушек самыми важными качествами были честность, доброта и взаимопонимание. Есть качества, которые я хочу воспитать в себе. Это принятие критики. Я уже научилась принимать ее, но бывают моменты, когда я не просила чужого мнения, а мне его высказывают. Нужно работать с этим и проще относиться к этому вопросу. А еще мне хотелось бы более рационально относиться к своему времени. Не набирать кучу дел и пренебрегать своим здоровьем. А на что-то не соглашаться, но отдыхать в меру и не выгорать».

«Для современной жизни необходимы инициативность, предприимчивость, готовность к переменам, самостоятельность, индивидуализм и конечно доброта, терпимость к взглядам других, ответственность. Родители, я думаю со мной согласны, а вот бабушки и дедушки ценили другие качества. Такие как: скромность, терпение, трудолюбие (в смысле «работай до последних сил»»).

«Качества личности меняются, потому что сейчас для успешного развития нужны совсем другие качества. Востребованы другие профессии и для успешного освоения нужно развивать другие навыки, иметь другие знания, а значит и качества личности, которые помогают освоить эти навыки должны быть другими. Я собираюсь воспитать у себя креативность, предприимчивость, настойчивость».

«На мой взгляд, наиболее важны для современной жизни: терпимость к людям и взглядам, самостоятельность, ответственность и рационализм. Во времена моих родителей ценились дружелюбие и готовность к переменам. Во времена прауродителей ценились великодушие и коллективизм, в большей степени. Ценности и социальные качества всегда меняются из-за условий жизни, ситуации в стране и мире. Я собираюсь воспитать у себя терпение, терпимость к людям, бескорыстие, щедрость».

Важной задачей самоанализа является определение жизненных целей и перспектив.

«Я думаю, что у меня будет 1 ребенок. Я думаю, что я буду мамой, похожей на мою маму. Такой же строгой, но справедливой. Буду воспитывать в детях

сильные стороны и стремление к своим целям. Мой герой сейчас для меня - однозначно моя мама. Даже когда нас в 10 классе просили написать сочинение о человеке, которым я восхищаюсь, я писала про нее. Потому что она правда сильный человек и я ей восхищаюсь, потому что она добивается всего, чего захочет. Она очень целеустремленная. От жизни я жду движения, действий, путешествий, семьи, друзей. Я хочу, чтобы у меня была любимая работа, дело, муж и я жила и думала: “Блин, а мне реально нравится то, что сейчас происходит”.

Моя цель: быть счастливой. И делать таковыми других. Конечно, мое социальное положение изменится. Сейчас я чуть ниже среднего, за счет того, что я студентка. И у меня, хоть и есть работа, она много денег не приносит, потому что я большую часть времени отдаю учебе. После выпуска из университета я пойду работать на предприятие и начну зарабатывать деньги там. Выйду в средний слой, так сказать. А там уже неизвестно, что будет. Возможно, я не буду работать по специальности. Но это если только она мне надоест. Но я выбирала интересную специальность, так что не должна.

У меня несколько девизов по жизни:

- 1. “Надо идти до конца” – во всех делах я стараюсь чего-то добиться и не останавливаться на полпути.*
- 2. “Решаем проблемы по мере их поступления” – я стараюсь распределять свое время, заниматься тайм-менеджментом и не выгорать.*
- 3. “Отпустила ситуацию” – я начала осознавать, что многое из того, что касается меня, зависит не только от меня. И, порой, нужно просто отпустить ситуацию и идти дальше».*

«Я думаю, что у меня будет не больше 2х детей. Мой герой для меня – мой отец. Я жду от жизни множество путей, которые она мне предложит на выбор. Моя цель – быть счастливой и делать других счастливее, быть полезной людям. Я, надеюсь, изменить свое положение на более лучшее, конечно. Вероятнее всего, я буду принадлежать среднему или высшему слою. В ближайшие 10 лет надеюсь осуществить свои планы и изменить свое

положение. Цель жизни моих родителей была чем-то похожа на мою. Бабушки и дедушки видели свой смысл жизни в своих детях и внуках и обеспечении им достойного существования (образования, недвижимости). Мой жизненный девиз: «Не хмурь бровей из-за ударов рока, упавший духом гибнет раньше срока».

Проведя самоанализ, студенты приходят к следующему выводу: *«Данное социологическое исследование было мне интересно. Я посмотрела на себя, своих родственников и свою жизнь с другой стороны. Узнала что-то новое о себе и о близких мне людях. И теперь, я так думаю, что готова идти дальше».*

Таким образом, написание автобиографии является методом познания самого себя, средством работы над самим собой и своим характером, лучшим способом самоопределения, самоорганизации и умения понимать других людей. В этом контексте целесообразно использовать биографический метод также и в процессе преподавания курса «Социально-психологические основы развития личности», читаемого в нашем университете для бакалавров.

Литература

1. Томас У., Знанецкий Ф. Польский крестьянин в Европе и Америке // Контексты современности – 2: Хрестоматия. – Казань, 1998.
2. Губина С.А. Автобиография как метод самоанализа и познания общества (социологический практикум и методические рекомендации к курсовой работе): Учебное пособие / РХТУ им. Д.И. Менделеева. М., 1996. 46 с. Переиздание 2003 г., 2007 г., 2010 г.
3. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. Л. Лениздат, 1992. С.175-204, 375-379.
4. Биографический метод: история, методология, практика. Институт социологии РАН.М.1994. С.5-41, 94-147.
5. Кобрин В.Б. Материалы генеалогии княжеско-боярской аристократии XV-XVI вв. Сост.: Ю.М. Эскин, А.Л. Юрганов. М.: Рос.гос.гуманит.ун-т.1995.240 С.

6. Козлова Л.А. Биографическое исследование российской социологии: предварительные теоретико-методологические замечания. Социологический журнал. 2007. №2, с. 59-87.

7. Рождественская Е.Ю. Биографический метод в социологии. М., Изд. дом Высшая школа экономики, 2012. 381 с.

8. Логунова Л.Ю. Биографический метод в исследовании личности: методология и архитектура. Вестник КемГУ. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2016, №1. С. 17-23.

ПЕДАГОГИКА И ПСИХОЛОГИЯ

УДК 159.99

Л.Н. Азарова, И.В. Сидельникова

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ СЛУЖБА В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

(на примере Российской Федерации и Республики Узбекистан)

В статье рассматривается роль психологической службы вуза в подготовке современного конкурентноспособного специалиста. Авторы выделяют отличительные особенности психологической службы в системе высшего образования, определяют ее цели и задачи. Особое внимание уделяется проблемным зонам: отрицательная преемственность школы и вуза в системе отношений «психолог-обучающийся»; специалисты-психологи, работающие в психологических службах образования; представленность службы одной штатной единицей; отсутствие в вузовской структуре междисциплинарных академических систем сопровождения образовательного процесса. Статья построена на анализе опыта Российской Федерации и Республики Узбекистан.

Ключевые слова: психологическая служба, психологическая служба образования, психологическая служба в вузе, психолог образования, вуз, школа.

L. Azarova, I. Sidelnikova

PSYCHOLOGICAL SERVICE IN HIGHER EDUCATION: PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

(on the example of the Russian Federation and the Republic of Uzbekistan)

The article examines the role of the psychological service of the university in the training of a modern competitive specialist. The authors identify the distinctive features of the psychological service in the higher education system, define its goals and objectives. Special attention is paid to problem areas: negative continuity of school and university in the system of relations "psychologist-student"; psychologists working in

psychological education services; representation of the service by one staff unit; the absence of the university structure of interdisciplinary academic systems to support the educational process. The article is based on the analysis of the experience of the Russian Federation and the Republic of Uzbekistan.

Keywords: psychological service, psychological service of education, psychological service at the university, educational psychologist, university, school.

Прежде всего, определим термин «психологическая служба», для чего обратимся к понятию «служба». В словарях оно трактуется, как работа или занятия человека на работе, сам же человек при этом так и называется «служащий». Принято говорить: «Поступил на службу», «Покинул службу», «Я служу». В хорошо известном всем выражении: «Не в службу, а в дружбу» делается акцент на службе как на определенных обязанностях. В зависимости от рода деятельности, осуществляемой на службе, выделяют военную службу, государственную службу, дорожную службу, береговую службу и т.п. То есть человек служит какой-то сфере, отдает ей свои умения, силы, способности.

Если рассматривать с этих позиций словосочетание «психологическая служба», получается, что это профессиональная деятельность практических психологов. Действительно, психологи, занимающиеся практической психологией, как в нашей стране, так и за рубежом, работают именно в структуре психологической службы: «Служба семьи и брака», «Служба «Телефон доверия», «Служба профориентации молодежи», «Психологическая служба МЧС» и т.п. Таким образом, психологическая служба - это система практического использования психологии для решения комплексных задач психологической экспертизы, диагностики, консультации в сферах производства, транспорта, образования, здравоохранения, охраны правопорядка и пр., это форма психологического обеспечения социальных сфер (здравоохранения, образования, производства и других). В широком значении, это вся сфера практической психологии.

В настоящее время некоторые психологические службы в организациях

входят как составная часть в службы социального развития или социальной помощи персоналу, которые включают, наряду с психологами, и других специалистов: социальных работников, педагогов, врачей, юристов, социологов. Деятельность ведомственной психологической службы подчиняется идее управления развитием персонала, профессионального потенциала кадров конкретного учреждения. Объектами деятельности ведомственной психологической службы являются организация как таковая, группы, ее составляющие, и отдельные личности.

Существует также региональная психологическая служба, которая обычно действует в системе социального обслуживания населения. В отличие от обычной психологической службы, которая не затрагивает социальных проблем своих клиентов, работа психосоциальной службы направлена на комплексное решение одновременно и психологических, и социальных проблем тех людей, которые попали в трудные жизненные ситуации и испытывают в связи с этим психологический дискомфорт, и требует привлечения разных специалистов, не только психологов. Подобного рода службы часто существуют в виде отделений психолого-педагогической помощи центров социальной помощи семье и детям, а также как самостоятельные учреждения.

Понятие «служба» имеет еще одно значение – это место работы служащего или относящиеся к ней учреждения. В этом контексте, психологическая служба обозначает еще и систему специальных учреждений, создаваемых в различных социальных институтах и организациях, призванных оказывать квалифицированную психологическую помощь нуждающимся в ней людям.

Как бы ни рассматривалась психологическая служба, как профессиональная деятельность практического психолога или как система специальных учреждений, ее задача - оказание психологической помощи людям. В свою очередь, психологическая помощь определяется как система специальных мероприятий, направленных на предупреждение, смягчение или преодоление различного рода трудностей, возникающих у человека или группы, средствами практической психологии, обычно в форме диагностики,

консультирования, психотерапии и психокоррекции.

Система оказания психологической помощи в образовании представлена несколькими уровнями. Первый уровень составляют специалисты, работающие непосредственно в образовательных организациях: педагоги-психологи, социальные педагоги. Второй уровень – центры в районных (региональных) отделах образования, специализированные центры и службы (коррекционные и профориентационные центры, медико-психологические центры и пр. Третий уровень – это органы управления и специализированные службы Министерства образования, занимающиеся психологическим обеспечением системы образования, которое осуществляется по таким направлениям как, диагностическое, коррекционно-развивающее, профилактическое, развивающее, консультативное, обучающее, просветительское. Главная цель психологического обеспечения – психологическое благополучие участников образовательного процесса: обучающихся, их родителей, педагогов.

Психологическая служба образования является одним из существенных компонентов целостной системы образования как в Российской Федерации, так и в Республике Узбекистан. Основная цель психологической службы – содействие полноценному и своевременному психическому развитию обучающегося, обеспечение его психического здоровья и эмоционального благополучия.

Психологическая служба вуза имеет свои отличительные особенности, которые определены характером психологических услуг, оказываемых субъектам образования в высших профессиональных образовательных организациях. В работах современных исследователей Г.А. Величко, Г.Ю. Лизуновой, И.А. Таскиной [1] дается развернутое определение психологической службы вуза, в котором отмечается, что это организационная структура, целью которой является обеспечение психологического сопровождения профессионального и личностного развития обучающихся в образовательной среде высшего учебного заведения и оказании психологической помощи всем участникам образовательного процесса по преодолению возникающих психологических

трудностей.

Необходимо учитывать реалии современного времени, когда жизнь студентов наполнена не только ситуациями макросоциальных кризисов, но и чрезвычайными ситуациями, что вносит новые характеристики в социальную ситуацию развития молодых людей студенческого возраста. К основным проблемам молодежи можно отнести следующие: социальная дезадаптация, ведущая к сведению счетов с людьми, с которыми возникли конфликты; мировоззренческий вакуум, результатом которого становится вербовка в радикальные группировки; дезадаптация к новым условиям студенческой жизни; проблемы преодоления психологического дискомфорта в связи с оторванностью от родных, близких и друзей. Разумеется, сюда относятся и вопросы профессионального и личностного самоопределения, страх и тревога, связанные с проблемой трудоустройства по специальности и реализации в своей профессиональной сфере. Значительное место занимают психологические проблемы, вызванные кризисами личностного развития, эмоциональными расстройствами, потерей смысла жизни, утратой ведущей цели, потребностями построения жизненной стратегии, снижением мотивации учебно-профессиональной деятельности, падением уровня притязаний.

Особое внимание следует уделить проблеме преемственности школы и вуза, которая также является важным аспектом в содержании деятельности психолога образования. Одиннадцатилетний этап формирования социально-психологического иммунитета у школьников может рассматриваться как достаточно длительный. Однако, учитывая, что на 1200 школьников приходится один психолог, трудно говорить о сформированности психологической культуры, куда входит и способность обращение к специалистам для получения профессиональной помощи. При этом, данный возрастной этап становления школьника как личности наполнен массой нерациональных стереотипов по восприятию окружающей действительности, отсутствием социально-психологических коррекционных тренингов для рациональной коммуникации, неустойчивых межличностных взаимоотношений между учеником и учителем,

внешней мотивацией к учёбе и отсутствием или низкой познавательной активности в школьных дисциплинах. Ученики школ, привычным для себя образом, воспринимают психологию и психолога в качестве рисунка и заполненных бланков по психодиагностическому тесту, что является актуальным для статистических сводок и отчётов, в которых отсутствует регулярное межличностное взаимодействие и настоящее общение психолога и ученика.

Крайне редко студенты приобретают позитивный опыт взаимодействия с психологом в школьный период. Опыт работы одного из авторов на базе филиала РХТУ имени Д.И. Менделеева в г. Ташкенте (Республика Узбекистан) позволяет выделить следующие проблемные зоны:

- во-первых, когнитивные способности развиты слабы, что отражает низкую эффективность в учёбе;

- во-вторых, избирательность выбора в отношении учебных дисциплин;

- в-третьих, эмоциональное выгорание учителей школ оказывает на учеников негативное воздействие, что проявляется в неустойчивых субъект-субъектных отношениях;

- в-четвёртых, исходя из пункта 3, некоторое отсутствие аффилиации у студентов, выражающееся в недоверии к психологам и к окружающим, что сказывается на малой конкурентоспособности учебных коллективов;

- в-пятых, в образовательной программе как школ, так и вузов нет такой учебной дисциплины как психология, а есть классные и информационные часы, которые проводят классные руководители и тьюторы, не приглашая психологов, что проявляется в низком уровне психологической пропедевтики.

Таким образом, вопрос о содержании деятельности психологической службы является чрезвычайно актуальным.

Представляет интерес опыт Республики Татарстан, когда психологи вузов были привлечены к работе по профилактике наркотизации. На основе научно-исследовательского отчета «Эффективность работы специализированных психологических служб вузов Республики Татарстан» Центр аналитических исследований и разработок представил портрет «идеальной» психологической

службы глазами студентов. В соответствии с данным портретом «идеальная» психологическая служба должна уделять приоритетное внимание таким направлениям, как снятие тревожности и нервно-психической напряженности, управление эмоциями, поведение в конфликтных ситуациях, антистрессовое поведение [2].

Анализ источников, посвященных проблеме психологической службы вуза [3, 4, 5, 6] позволил выделить основные задачи:

1. Психологическое сопровождение личностной и социальной адаптации студентов в процессе учебно-профессиональной деятельности.
2. Создание условий психологической поддержки через оказание индивидуальной и групповой психологической помощи.
3. Участие в разработке системы мероприятий, направленных на профилактику отклонений в поведении и здоровье студентов.
4. Повышение психологической компетентности субъектов образовательного процесса.

Определив цели, задачи, содержание деятельности психологической службы, соответствующие потребностям субъектам образовательного процесса, попытаемся ответить на вопрос: Каковы реальные возможности у психологической службы вуза для реализации выделенных задач?

Прежде всего обратим внимание на специалистов, работающих в психологических службах образования. Обратимся к анализу данной ситуации в Республике Узбекистан. В настоящее время образовательные стандарты народного образования высшей школы ориентированы на развитие высокоразвитой личности с рациональными потребностями и высоким эмоциональным интеллектом. Этот факт отражает актуальную потребность образовательной политики в развитии «институтов» по подготовке высококвалифицированных специалистов в области психологии. Однако, сфера образования является последней в выборе направления деятельности для практических психологов. Приоритетной для них является аудитория клиентов семейной и производственной сферы, различных частных центров и клиник, и

лишь малая часть специалистов ориентируют свои профессиональные притязания в области высшего образования. Это подтверждают цифры: на территории Республики Узбекистан в области высшего образования работают всего 120 психологов. Эти данные являются косвенным свидетельством недостаточного развития психологических служб вузов: в большинстве институтах и университетах имеется только один психолог. Соответственно, говорить о психологической или социально-психологической службе как о структуре крайне сложно. Несмотря на то, что образовательная политика Республики Узбекистан стала более интегративна, и в настоящее время увеличилось количество филиалов российских и зарубежных вузов, это отрицательно сказалось на психологическом сопровождении вузов. Малое количество обучаемого контингента не позволяет расширять штат психологов в образовательной сфере. Так в филиале РХТУ имени Д.И. Менделеева в г.Ташкенте работает один психолог.

А.И. Тащёва, Г.В. Валеева, С.В. Гриднева, М.Р. Арпентьева [7] проанализировали возможности и ограничения вузовских служб психологической помощи в России. Анализ сделан в контексте как внешних аспектов и уровней ее функционирования, так и внутренних, к которым исследователи относят поддержку человека и группы в стремлении к самоактуализации и самореализации. Российские ученые отметили необходимость создания в вузовской структуре междисциплинарных академических систем сопровождения образовательного процесса. В тоже время, авторы пришли к выводу, что во многих вузах России психологическая служба вуза нередко берет на себя все существующие у субъектов и стейкхолдеров образования проблемы, включая медицинские, социальные, юридические, образовательные и т.п. Такая стратегия деятельности мешает полноценной и эффективной работе психологической службы, так как психологические услуги в вузе – «одна из целого ряда дополнительных специализированных областей здоровья и благополучия субъектов образования, которые вместе способствуют удовлетворению физических, психологических социальных и духовных

потребностей сообщества в университете» [7, с. 204].

Таким образом, развитие психологических служб в высшей школе обеспечивает повышение эффективности образовательного процесса. Несмотря на то, что такие службы во многих вузах уже существуют, чаще всего они представлены штатной единицей психолога, который не может выполнить весь объем работ, необходимых для обеспечения благоприятных социально-психологических условий для обучения в вузе, укрепления психологического здоровья студентов и преподавателей, создания условий для преодоления жизненных затруднений, личностной и профессиональной самореализации студентов, раскрытия их личностного потенциала.

Кроме привлечения новых специалистов в высшую школу для работы в психологической службе, необходимо позаботиться о сохранении «старых» кадров. Нужны меры для решения проблемы эмоционального выгорания психологов в образовании. В частности, речь идет и о финансовой стороне: заработная плата несоизмерима с огромной нагрузкой, как физической, так и эмоциональной. Психологи, которые несмотря ни на что «пришли» в образование, чтобы не просто быть, а создавать новое общество, способное к инновациям сегодняшнего дня, нуждаются в серьезной поддержке государства. Лонгитюдные исследования, проводимые в школах, лицеях и вузах, позволяют отметить, что такие свойства психики как перцепция и аперцепция, аттракция, рефлексия, воображение и абстракция, аффилиация и др. развиваются при использовании интерактивных психологических практик, а не в результате прохождения психологических тестов. В «живом» общении психолога со студентами развивается ментальный уровень концепции-Я и концепции-Мы, происходит инсайт и студенты начинают верить в себя, а значит, изменять Мир в лучшую сторону.

Литература

1. Величко Г.А., Лизунова Г.Ю. Таскина И.А. Психологическая служба вуза: круг проблем и направления развития // Вестник университета. - 2021. - № 12. - С. 179–184.

2. Герасимова В.В., Мухаметзянова Ф.Г. Вопросы психологической поддержки студентов на территории образовательной организации / В.В. Герасимова, Ф.Г. Мухаметзянова // Глобальная экономика и образование. – 2022. – Том 2. – № 1. – С. 133–140.

3. Декман И.Е., Овчинникова Л.А. Психологическое сопровождение образовательного процесса в вузе // Азимут научных исследований: педагогика и психология. - 2020. - Т. 9. - № 3 (32). - С. 329-332.

4. Лизунова, Г. Ю., Таскина, И. А. Психолого-педагогическое сопровождение студентов с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья в условиях обучения в вузе // Вестник Алтайского государственного педагогического университета. – 2020. – № 2 (43). – С. 53–58.

5. Ооржак, Л. Н., Фрокол, А. С. Организация деятельности психологической службы вуза (анализ опыта Тувинского государственного университета) // Вестник Тувинского государственного университета. Выпуск 4. Педагогические науки. – 2016. – № 4 (31). – С. 12–20

6. Солдатова Е.Л. Организация системы психологического сопровождения в вузе – М., 2014. – 350 с.

7. Тащёва А. И., Валеева Г. В., Гриднева С. В., Арпентьева М. Р. Психологическая служба вуза: основные задачи и направления функционирования // Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования. – 2022. – Т. 22, № 2. – С. 201–215. – DOI: 10.15507/2078-9823.058.022.202202.201-215.

Н. С. Ефимова

**КОММУНИКАТИВНЫЕ БАРЬЕРЫ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ
КОММУНИКАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЬ-СТУДЕНТ**

В статье рассмотрено понятие «межкультурные коммуникативные барьеры», приведены примеры барьеров, связанных с социально-культурными различиями преподаватель-студент. Представлены результаты опроса о коммуникативных барьерах иностранных студентов. Сделаны выводы о необходимости формирования межкультурной компетентности преподавателя.

Ключевые слова: межкультурные коммуникации, коммуникативные барьеры, методы преодоления межкультурных коммуникативных барьеров, организованная коммуникация.

N. S. Efimova

**COMMUNICATIVE BARRIERS IN INTERCULTURAL COMMUNICATION
TEACHER-STUDENT**

The article discusses the concept of "intercultural communication barriers", provides examples of barriers associated with socio-cultural differences between teacher and student. The results of a survey on communication barriers of foreign students are presented. Conclusions are drawn about the need for the formation of intercultural competence of the teacher.

Keywords: intercultural communication, communication barriers, methods of overcoming intercultural communication barriers, organized communication.

В эпоху цифровых коммуникаций происходит интенсификация межкультурных связей в различных сферах деятельности: в науке, культуре, образовании. В образовательном пространстве студенты и преподаватели разных национальностей и культур сталкиваются с коммуникативными барьерами в процессе обучения, межкультурные различия приводят к определенным трудностям в общении. Многочисленные примеры взаимодействия культур

свидетельствуют, что в самом процессе межкультурной коммуникации изначально заложен барьер разных смыслов в вербальной и невербальной коммуникации. Партнеры по коммуникации по-разному и с разной степенью адекватности реагируют на культурные особенности друг друга. Отсюда и диапазон таких реакций достаточно широк – от пассивного неприятия ценностей других культур до активного противодействия их проявлению и утверждению.

В связи с этим в структуре межкультурной компетентности преподавателя актуальной становится проблема взаимопонимания преподаватель-студент, имеющих разные культурные, национальные традиции. В образовательном процессе слова и поступки субъектами (преподавателем, студентом) могут быть неправильно восприняты и интерпретированы, что может привести к нарушению процесса коммуникации и вызвать конфликт.

Главная цель *межкультурной коммуникации* – это достижение взаимопонимания посредством обмена информацией и культурными ценностями.

Трудности общения, возникающие при передаче и восприятии информации, принято называть коммуникативными барьерами, которые в силу их практической значимости требуют особых усилий и специальных знаний. Препятствия, которые мешают эффективному диалогу, возникающие за счет межкультурных различий партнеров называются *межкультурными коммуникативными барьерами*.

В отечественных исследованиях межкультурной коммуникации в основном сохраняются западные научные традиции в подходах к этому сложному и многогранному феномену. Они отражают следующие исследовательские аспекты: социологический (социальные, этнические и прочие факторы в межкультурной коммуникации); лингвистический (вербальные и невербальные средства коммуникации, языковые стили, способы повышения эффективности межкультурного общения); психологический (когнитивные и эмоциональные составляющие межкультурной коммуникации, ценностные

ориентации и мотивации); коммуникативный (коммуникативные навыки и умения, управление конфликтами, развитие межгрупповых связей).

В отечественной научной литературе проблема барьеров межкультурной коммуникации пока не привлекла внимания ученых. Современный уровень ее осмысления ограничивается только попытками классификации барьеров общения по различным основаниям. Согласно одной из точек зрения (Л. И. Гришаевой, М. К. Поповой и др.), в межкультурной коммуникации выделяется шесть барьеров:

- допущение сходства (люди полагают, что все они одинаковы);
- языковые различия (люди думают, что слова и фразы имеют только то значение, которое они хотели бы передать);
- ошибочные интерпретации невербальных действий;
- влияние стереотипов и предрассудков;
- бессознательное стремление давать оценку всем незнакомым культурным явлениям;
- тревога и напряжение из-за неопределенности поведения партнеров по межкультурной коммуникации [1, с. 34].

Отечественными исследователями С.П. Бобровой и Е.Л. Смирновой выделены препятствия географические, исторические, государственно-политические, ведомственные, экономические, технические, терминологические, языковые, психологические, резонансные [2, с. 95].

В качестве основания для классификации коммуникационных барьеров некоторые авторы (Шарков Ф.И. и др.) предлагают использовать тип действующих помех, в соответствии с которым становится возможным говорить о технических, психологических, психофизиологических, социальных и культурно-национальных барьерах коммуникации [3, с.117].

Чаще всего коммуникативные барьеры рассматривают при передаче информации, выделяют следующие типы:

- барьеры понимания – к ним относятся трудности фонематического характера, семантические барьеры, стилистические барьеры, логические

барьеры;

- барьеры, связанные с социально-культурными различиями – социальными, политическими, религиозными, профессиональными;

- барьеры, вызванные отношениями с людьми – неприязнь к собеседнику, недоверие к нему [4, с.26].

Возникновение барьера понимания может быть вызвано рядом причин лингвистического характера. Например, преподаватель как носитель языка использует быструю речь, и иностранный студент не успевает уловить смысл содержания. Семантические барьеры понимания связаны с тем, что преподаватель использует в речи синонимы слов, а у иностранного студента не хватает словарного запаса. Стилистический барьер обычно возникает при несоответствии стиля речи говорящего и ситуации общения или стиля речи и состояния того, кто в данный момент слушает.

Фонетические барьеры общения возникают в результате неразличения или неправильного произнесения звуков, а также из-за неверного членения основных элементов языка: морфем, слов, предложений. Понимание звучащей иноязычной речи предполагает правильное распознавание звуков и слов. Сложность воспроизведения звуков чужого языка обусловлена исторически сложившимися различиями в строении речевого аппарата носителей разных языков. Например, типичная русская артикуляция предполагает характерный уклад с вытянутыми губами и кончиком языка на зубах, а английская – плоские губы и альвеолярное положение языка. Этими отличиями обусловлены языковые акценты, ошибочные постановки ударения, смешение слов в словосочетаниях и целых предложениях, что и создает сложность в понимании вербальной информации.

Логический барьер понимания возникает, когда логика рассуждения говорящего либо слишком сложна для понимания слушающего, либо противоречит присущей ему манере доказательств.

Нередко причиной барьера понимания являются социально-культурные различия между партнерами по общению (социальные, политические,

религиозные, профессиональные). Политическое непонимание лучше всего демонстрируют конфликты между представителями разных партий. Религиозные возникают в результате трудностей в общении людей, исповедующих разные религии. Например, студент говорит, что опоздал на занятие, потому, что совершал намаз. Мусульманин обязан выполнить каждый день цикл из пяти намазов, который называется «фард» или «фарз намаз» – эти пять ежедневных молитв являются обязательными для всех мусульман. Преподаватель же считает, что религиозные ритуалы студент должен делать в свободное от учебных занятий время. Главной причиной является слабое знание культуры и религиозных традиций. Барьеры этого типа обусловлены особенностями этнического сознания, господствующими ценностями и стереотипами, проявляемыми в общении. В то же время, очевидно, что каждый субъект коммуникации является носителем определенного менталитета и потому взаимодействует с другими людьми в соответствии с нормами, традициями, мироощущением культуры, носителем которой он выступает.

В межкультурной коммуникации нельзя ожидать от партнеров идентичных правил поведения, которые во многом определяются особенностями их культур. Вследствие этого в процессе коммуникации возникают ситуации неуверенности, например, при употреблении форм приветствия и прощания, извинения и других на первый взгляд обычных форм поведения. При межкультурном общении психологическая вероятность непонимания партнеров существенно возрастает. Непривычные манеры поведения, логика рассуждений, нарушение дистанции общения, типы одежды и т. п. могут вызывать негативные эмоции по отношению к партнеру и всей культуре, которую он представляет, и приводить к неудаче весь процесс общения. В этом случае у субъекта возникает неуверенность из-за неспособности предугадать ход процесса коммуникации и его результаты.

Нами проведен опрос иностранных студентов, обучающихся в РХТУ им. Д.И. Менделеева. Всего участвовали в опросе 31 человек из стран: Вьетнам – 9,

Иран – 7, Сирия – 3, Тунис – 2, Боливия – 2, Бенин – 1, Мали – 1, Мьянма – 1, Камерун – 1, Ангола – 1, Мексика – 1, Эквадор – 1, Гондурас – 1. В России они находятся менее 2-х лет.

И них: хорошо говорят и понимают русский язык – 1 человек (3,2 %) говорят на русском языке и практически все понимают – 5 человек (16,1%); хорошо понимают, но плохо говорят – 21 (67,7%); испытывают сложности в понимании русского языка – 3 (9,7%); плохо понимают русский язык – 1 (3,2 %).

На вопрос «Как вы считаете, есть ли коммуникативные барьеры (барьеры понимания смысла, содержания) между представителями разных культур?» респонденты ответили: «да» – 13 человек (41,9 %), «нет» – 13 человек (41,9 %), затруднились ответить – 5 человек (16,1 %).

В качестве проблем при общении с русскоговорящим преподавателем были выделены:

- барьеры понимания: фонематического характера – 11 (25,0%), семантические барьеры – 10 (22,7%), стилистические барьеры – 9 (20,5%), не возникает проблем – 8 (18,2%), логические барьеры – 6 (13,6%);

- барьеры, связанные с социально-культурными различиями – не возникает проблем – 22 (66,7%), социальными – 7 (21,2%), профессиональными – 3 (9,1%), политическими – 1 (3,0%).

- барьеры, вызванные отношениями с людьми – недоверие к нему – 3 (10,3%), неприязнь к собеседнику – 1 (3,4%).

Студенты – 27 (87,1%) считают, что русскоговорящие преподаватели относятся уважительно к их культуре. В качестве проблем взаимопонимания преподаватель-студент респонденты отмечали: барьер в логике рассуждений – 7 (43,8%), нарушение дистанции общения – 6 (37,5%), типы одежды – 2 (12,5%), непривычные манеры поведения – 1 (6,3%). Один студент написал: «мне трудно понять уроки, потому что уроки преподаются (преподаватель дает пояснения) больше на английском языке, а я не понимаю английский, и мы редко объясняем по-французски».

В качестве пожеланий преподавателям студенты рекомендовали давать

возможность студентам высказаться – 5 (10,9%); относиться к чужой культуре с тем же уважением, что и к своей – 4 (8,7%), изучать языковые особенности других народов – 4 (8,7%); понимать, что каждая культура имеет в себе что-то, что может предложить миру – 3 (6,5%); уважать партнера по межкультурной коммуникации, каким бы он ни был – 2 (4,3%); пытаться понимать и уважать чужую религию и обычаи – 1 (2,2%); уметь контролировать себя в общении – 1 (2,2%). Один студент написал: «Надеюсь, преподаватели понимают, что русский не наш родной язык».

Основным способом преодоления барьеров в межкультурной коммуникации является формирование межкультурной компетентности путем совершенствования культурной образованности и толерантности. Наличие барьеров в межкультурной коммуникации является стимулом развития межкультурной компетентности, поскольку ставит личность перед необходимостью получения новых знаний о культуре партнеров, заставляет совершенствовать собственные коммуникативные навыки, развивать способность чувствовать особенности и менталитет чужой культуры.

Различия культурного, социального или этнического характера, наличествующие в межкультурном общении, могут быть нивелированы посредством преодоления установок собственной культуры, путем применения социально полезного знания и опыта. При наличии развитых форм межкультурного взаимодействия, компетентности и специальной подготовки в этой области люди смогут преодолеть языковые барьеры и устранить непонимание в сфере межнационального общения.

Литература

1. Условия взаимопонимания в диалоге. Взаимопонимание в диалоге культур: условия успешности : в 2 Ч. / под общ. Ред. Л. И. Гришаевой, М. К. Поповой. Воронеж: Воронежский государственный университет, 2004. Ч. 1. 241 с., Ч. 2. 316 с.

2. Боброва С.П., Смирнова Е.Л. Основы теории коммуникации. Иваново: Иван. гос. энерг. ун-т, 2005. 123 с.

3. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. М.: Перспектива, 2002. 245 с.

4. Ефимова Н.С. Психология общения. М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2018. 192 с.

УДК 159

Е. А. Журавлева, Е. Е. Шестернинов

**ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ И МОТИВЫ ОБРАЗОВАНИЯ
СОВРЕМЕННОГО СТУДЕНТА-ХИМИКА:
ОТ ДЕКЛАРИРУЕМОГО К РЕАЛЬНОСТИ**

В статье проводится краткий анализ исследований современных траекторий развития образования, его специфики, ценностей, уточняются основные задачи высшего образования. Приводятся результаты проведённого эмпирического исследования, целью которого являлось выявление основных ценностей и мотивов образования современных студентов химической специальности, а также возможных взаимосвязей между приоритетами мотивов высшего образования и ожиданиями относительно будущей карьеры. Основными ценностями образования, по представлению студентов, являются воспитание личности, способной к саморазвитию и самореализации, формирование ее успешности, активности, конкурентоспособности, профессионализма. В перечень ведущих мотивационных факторов для высшего образования входит: самореализация, самостоятельность, материальное благополучие, свободная студенческая жизнь, и только потом – профессионализм. Данные корреляционного анализа показывают наличие взаимосвязи между отдельными мотивами получения образования, мотивацией обучения в вузе, а также карьерными ориентациями студентов.

Ключевые слова: мотивы, ценности, образование, высшее образование, самореализация, суверенизация, якоря карьеры, ценностные и смысловые ориентиры высшего образования.

VALUE ORIENTATIONS AND MOTIVES OF EDUCATION OF A MODERN CHEMISTRY STUDENT: FROM THE DECLARED TO REAL ONES

The article provides a brief analysis of studies of modern trajectories of education development, its specifics, values, clarifies the main tasks of higher education. The results of the conducted empirical research are presented, the purpose of which was to identify the basic values and motives of education of modern students of the chemical specialty, as well as possible relationships between the priorities of motives of higher education and expectations for a future career. The main values of education, according to students, are the upbringing of a personality capable of self-development and self-realization, the formation of its success, activity, competitiveness, professionalism. The list of leading motivational factors for higher education includes: self-realization, independence, material well-being, free student life, and only then - professionalism. The data of the correlation analysis show the existence of a relationship between individual motives for obtaining education, motivation for studying at a university, as well as career orientations of students.

Keywords: motives, values, education, higher education, self-realization, sovereignization, career anchors, value and semantic guidelines of higher education.

Введение

В последний год произошли существенные изменения в ценностях и магистральных тенденциях образования в РФ, в том числе высшего. Невозможность сохранения гомеостаза в социально-политической, социальной, экономической сфер требует трансформации требований и содержания подготовки профессионалов для всех областей практики. Вызовом для высшего образования становится не столько качественная подготовка людей к профессиональной деятельности, сколько «формирование единого образовательного пространства, единой воспитательной среды» для адаптации к

жизни в современных условиях, сохранение возможностей для реализации потенциала каждого.

Академики и профессора, участвующие в обсуждении *Декларации образования человека в третьем тысячелетии* [3], еще в 2021 году говорили о значимости социальной миссии образования – «воспитывать членов общества в соответствии с идеалами совместной жизни и следуя идеальной модели свободных, критически настроенных и ответственных граждан» [3; С. 120], «культивировании образовательных идеалов самоопределения, автономии и подлинной субъектности (агентности)», которая является катализатором развития, в противоположность бессубъектности, невозможности проявления собственной индивидуальности и взятия ответственности в процессе учебной и профессиональной деятельности [3, С. 129]. Большое число конференций в конце прошлого года было посвящено развитию личности в условиях неустойчивости и неопределенности, напряженности в мире, разрушения традиционных ценностей [5, С. 7], решению задач по разработке и созданию социокультурных пространств и образовательных условий для «становления и самоосуществления индивидуальности человека в потоке значимых деятельностей, субъектом выбора которых является сам человек как хозяин собственной судьбы» [1], для формирования «опыта быть личностью» [3, С. 129], подготовки обучающихся к взаимодействию с ИИ, к «не поглощению информации, но ее систематизации, критического анализа, отбора.

Вместе с тем, цитируя доктора педагогических наук М. В. Богуславского, возможными тенденциями развития российского образования становятся – девестернизация и суверенитизация – «сохранение культурной самоидентичности ... в контексте глобализационных процессов, сочетание его традиционных преимуществ с обеспечением конкурентоспособности в мире», оставляя приоритеты за национальными проектами, в том числе возвращёнными в практику отечественными инновациями, авторскими методиками [4].

Образование в вузе, по данным опросов ВЦИОМ [8], сохраняет для жителей России огромную ценность и «воспринимается как необходимость».

Однако большинство считает, что в качестве единственного средства «социального» (и/или) «карьерного» лифта – высшее образование сейчас работает слабо. Система доступного и даже экспресс-онлайн обучения, дополнительного профессионального образования, бизнес-образования, прикладных курсов, нацеленных на формирование специальных «гибких» и «жестких» навыков и пр. – составляют подчас неоправданно серьезную конкуренцию базовому высшему образованию (например, при оценке квалификации работника на рынке труда и некоторых вакансий). Многие считают, что, с одной стороны, взаимосвязи между уровнем материального благополучия и образования не существует, с другой, – качество образования ребенка зависит от материального благополучия семьи [8].

В образовательном процессе конструирование личностью образа будущего в опоре на прошлый опыт происходит в системе постоянных и значимых выборов, в созревании, выработывании смыслов и развитии мотивов [2]. Активно применяющиеся в системе образования аксиологический и рефлексивный подходы непосредственно видят его целевым ориентиром формирование структуры ценностного мира обучающегося, анализ, осознание собственной иерархии мотивов и мотивационных конфликтов, создающие опоры для саморазвития, проявления в учебной и будущей профессиональной деятельности индивидуальности и самостоятельности. М. Н. Кожевникова вносит в образовательные цели понятие «целостного роста», «особенно масштабов мотивации – вплоть до заботы об общества и мире, а также рост глубины переживания – до духовных глубин» [3, С. 121].

Методы исследования

Обучающиеся Российского химико-технологического университета им. Д.И. Менделеева, как правило, прошли многолетнюю подготовку к профильным выпускным экзаменам еще на этапе общего образования, выдерживают для поступления огромный конкурс (до 35,6 заявлений на место). Целью нашего исследования стало выявление основных ценностей образования современных студентов естественнонаучного профиля, а также возможных взаимосвязей

между побуждениями и приоритетами мотивов высшего образования и ожиданиями относительно карьеры.

Для изучения представлений студентов 3 курса дневного отделения естественнонаучного профиля (52 чел., специальность «Органическая химия»): о содержании ценностей образования, миссии образования и ценности высшего образования, основных мотивов высшего образования, а также ценностных ориентаций и убеждений, связанных с карьерой и будущей работой – были использованы:

- тестовый фронтальный онлайн-опрос с последующим анализом семантических ядер;
- методика «Значимость мотивов получения высшего образования для студентов» (О. И. Крушельницкая, А. Н. Третьякова);
- методика «Якоря карьеры» (Э. Шейн, модиф. А. С. Новгородов, Е. А. Могилевкин);
- математико-статистические методы обработки данных: непараметрический критерий согласия χ^2 (Chi квадрат), непараметрический критерий Тау-в Кендалла (составление таблиц сопряженности с использованием пакета программ IBM SPSS), процентное соотношение.

Результаты и их обсуждение

Опрос студентов «Какова главная ценность образования? Какая у него миссия?» и последующий семантический анализ ответов позволили выявить ориентацию респондентов на гуманистические ценности образования (гуманизация, толерантность, творчество, гуманизм, ненасилие, целеполагание, выбор и др.), значимость социокультурной направленности в обосновании образовательных приоритетов (общество, культура, обязанности, общественнозначимые ценности) – семантические ядра ответов представлены в таблице 1. Мы видим понимание большинством обучающихся важности воспитания личности, способной к саморазвитию и самореализации, формирования ее успешности, активности, конкурентоспособности, профессионализма в высокотехнологической среде вуза – как миссии

современного образования, а также осознанности сложности самой ситуации, с непрерывными изменениями, требующей обязательного критического мышления, специальных профильных компетенции.

Таблица 1.

Результаты семантического анализа ответов студентов на вопросы про ценности образования (наиболее часто упомянутые слова и фразы)

ФРАЗА/СЛОВО	ЧАСТОТА, %	ФРАЗА/СЛОВО	ЧАСТОТА, %
личность	2,55	общественные обязанности	0,42 / 0,85
общество	1,7	критически мыслящая личность	0,42 / 1,27
культурный	1,09	активность творчество гуманизация толерантность	0,36 / 1,46
воспитание	0,91	целеполагание	0,36
толерантность	0,91	творчество	0,36
знание	0,79	выбор	0,3
всесторонне развивать личность	0,73 / 2,18	конкурентоспособнос ть	0,3
успешный	0,79	профессионализм конкурентоспособнос ть	0,30 / 0,61
нарастающая сложность непрерывных изменениях	0,73 / 2,91	воспитание способного адекватному целеполаганию выбору	0,30 / 1,21
высокотехнологично	0,67 / 2,00	всестороннее	0,24 / 0,73

й социокультурной среде		личностное развитие	
образования ответственность общезначимые ценности	0,61 / 2,43	изменяющегося социально- культурного бытия сознающего	0,24 / 0,97
ненасилие сотрудничество гуманизм гражданственность	0,55 / 2,18	опыт	0,18
свобода	0,55	передача	0,18
активный	0,42	внутренней духовной свободы	0,12 / 0,36
воспитание учащихся самореализующимис я саморазвивающимис я	0,42 / 1,70	гуманистические ценности	0,12 / 0,24
компетенции и способности	0,42 / 0,85	духовная свобода	0,12 / 0,24

Среди *антиценностей современной молодежи* (представлены здесь от наиболее часто упомянутых к менее часто) были названы аддикции (алкоголизм, наркомания, др. вредные привычки, – 31% респондентов), жадность (25%), лень, ложь, эгоизм, враждебность, насилие, подозрительность, неорганизованность, фиксация на материальных благах и деньгах (в том числе культ денег и потребления – 23%), разрушение среды обитания и человека (экоцид, биоцид, война, геноцид – 21,15%), обжорство, агрессивность, вседозволенность, зависть, иждивенчество, индивидуализм, неуважение и распущенность (11,5%),

безответственность, а также нравственную деградацию личности (9,6%), предпочтение виртуальному общению, коррупции, крах семьи, ксенофобию и примитивизацию смысла человеческого бытия (7,7%). Не все антиценности, очевидно, будут проявляться в рамках образовательного процесса в вузе, однако многие из озвученных – являются антагонистами гуманистических ценностей образования, указанных выше. Респонденты довольно точно чувствуют особенности и возможные следствия дезадаптивной направленности современных молодых людей, отметим также системный взгляд на человека – гражданина и космополита, проявившихся в ответах о всеобщих антиценностях.

В список *ценностей высшего образования* (в отличие от ценностей образования в целом) в семантическое ядро ответов студентов добавились понятия (фразы): информационная грамотность и информированность, использование информационных технологий и новых данных (1,32), компетенция (0,99), навык (0,99), новое направление (0,99), работать (0,99) возможно поменять направление и вуз (0,66 / 1,97), креативность (0,66), технология (0,66) и др.

Приведем здесь несколько ответов респондентов, так, ценность высшего образования: в «получении новых знаний, которые возможно применить для решения тех или иных проблем современного мира», «поможет влиться в технологические процессы на предприятии», «наличии постоянной профессии и показателя того, что человек действительно квалифицирован в той или иной области», «можно ездить на стажировки в различные компании, увидеть всё изнутри и повидать мир, так как ты не обременен работой». В целом, можно отметить, что практико-ориентированность, прикладной характер содержания образования для студентов естественнонаучного профиля является реальной ценностью и ориентиром для оценки качества подготовки в вузе.

По данным исследования О. И. Крушельницкой, А. Н. Третьяковой: «наиболее значимыми мотивами получения высшего образования являются мотивы обеспечения материального благополучия в будущем, профессионализации, самореализации» [5, С. 71] (участвовали студенты

бакалавриата первого и четвертого курсов института физической культуры, спорта и туризма). Вслед за авторами методики, мы предложили студентам-химикам проранжировать собственные мотивы получения высшего образования: «Расставьте места по степени значимости личных для вас ответов на вопрос: "Для чего Вы получаете высшее образование?", где самый релевантный (близкий) ответ будет на 1-м месте, а самый далекий (или Вам не характерный) – на 12-м». Результаты диагностики представлены на гистограмме (рис. 1).



Рисунок 1 – Гистограмма приоритетных и низкочастотных мотивов получения высшего образования студентов-химиков

Около половины студентов ориентированы на самореализацию и ее большие возможности за счёт высшего образования. Озвученные выше ценности образования являются базовыми и действительно реализуются для 50% обучающимися в рамках высшего химического образования. Очень важно для 42% респондентов: выработать самостоятельный взгляд на вещи, развить мировоззрение, повысить общекультурный уровень, а также обеспечить своё

материальное благополучие в будущем. Примечательно, что для 42% третьекурсников – мотив «пожить свободной студенческой жизнью» располагается на 1-4 местах по степени значимости, проверим далее, есть ли связи данного мотива с другими ценностями, гипотетически, это могло быть связано как с желанием автономии от родительской семьи, так и с «водным стилем жизни» по А. Адлеру (нежеланием взрослеть, решать серьезные взрослые задачи, наслаждаться юностью). Отметим 32,7% респондентов, которым необходимо во время высшего образования – повысить уровень профессионализма, обеспечивающий высокое качество деятельности.

Таким образом, перечень мотивационных кластеров у испытуемых РХТУ почти совпадает со списком приоритетов получения высшего образования студентов бакалавриата в исследованиях О. И. Крушельницкой, А. Н. Третьяковой, однако последовательность несколько другая: самореализация, самостоятельность, материальное благополучие, свободная студенческая жизнь, и только потом – профессионализм.

Не мотивирует большую группу опрошиваемых (58%, 30 чел.) стремление стать руководящим сотрудником и влиять на других, а также общекультурное и/или семейное требование иметь диплом о высшем образовании, учиться «ради диплома» большинство не желает. Это может свидетельствовать о наличии внутренней мотивации у большинства респондентов. Половину студентов совсем не стимулирует возможность реализовать ожидания родственников и семьи получением высшего образования, 33% поставили на последние по значимости места – востребованность на рынке труда и будущую материальную обеспеченность – в качестве опредмеченных целей освоения ориентиров профессионального образования. Возможно, последнее связано со спецификой трудоустройства (либо высокой конкуренцией на рынке рабочей силы и занятости/ либо ее отсутствием) и недостаточным уровнем достатка высококвалифицированных специалистов.

Установки студентов на тип карьеры и ценностных ориентаций на работу в целом диагностировались в нашем исследовании с использованием методики

«Якоря карьеры». По данным Э. Шейна (автора методики), ориентации на карьеру могут быть очень устойчивыми, опосредовать характер профессиональной оптики и начальный этап профессионализации. Обобщенные результаты диагностики основных типов карьерных ориентаций студентов представлены на рисунке 2.

Отметим только показатели высокого уровня ценностных ориентаций, связанных с карьерой.

75% (39 чел.) респондентов ориентированы при планировании и реализации профессионального роста и самореализации в профессии на сохранении стабильности, безопасности и предсказуемости условий работы, возможно, стремятся к длительности стажа в одном месте работы, в особенности, если эта организация надежна и осуществляет заботу о сотрудниках. Карьерная ориентация такого типа дает основание предполагать у такого человека в будущем возможное делегирование ответственности за карьеру – работодателю, вместе с тем, это обычно верные и исполнительные сотрудники.

Социальная и гуманистическая направленность группы испытуемых на наш взгляд, проявляется в когорте второго по количеству выбравших «якоря карьеры» – служение – таких было 67% человек. Это люди с высокими ценностями помощи миру в решении значимых и полезных обществу задач, мало обращающих внимание на потребление и достаток. А вот если общественной пользы и соблюдения экологических принципов – в работе и в профессиональном обучении мало – интерес к освоению и к деятельности будет низким.

Завершает тройку приоритетов карьерных установок и ценностей – якорь «Интеграция стилей жизни» (у 50% человек – выражен именно этот фактор профессиональной мотивации). Реальность этих установок у студента ориентир может быть очень хорошо знакома преподавателям, работающим с группой, так как даже в вузе обучающийся старается сделать себе удобное расписание, очень ценит гибкость графика, баланс между учебой и личной жизнью. Половина респондентов – больше ценит свою жизнь в целом, чем конкретную работу,

карьеру или организацию.

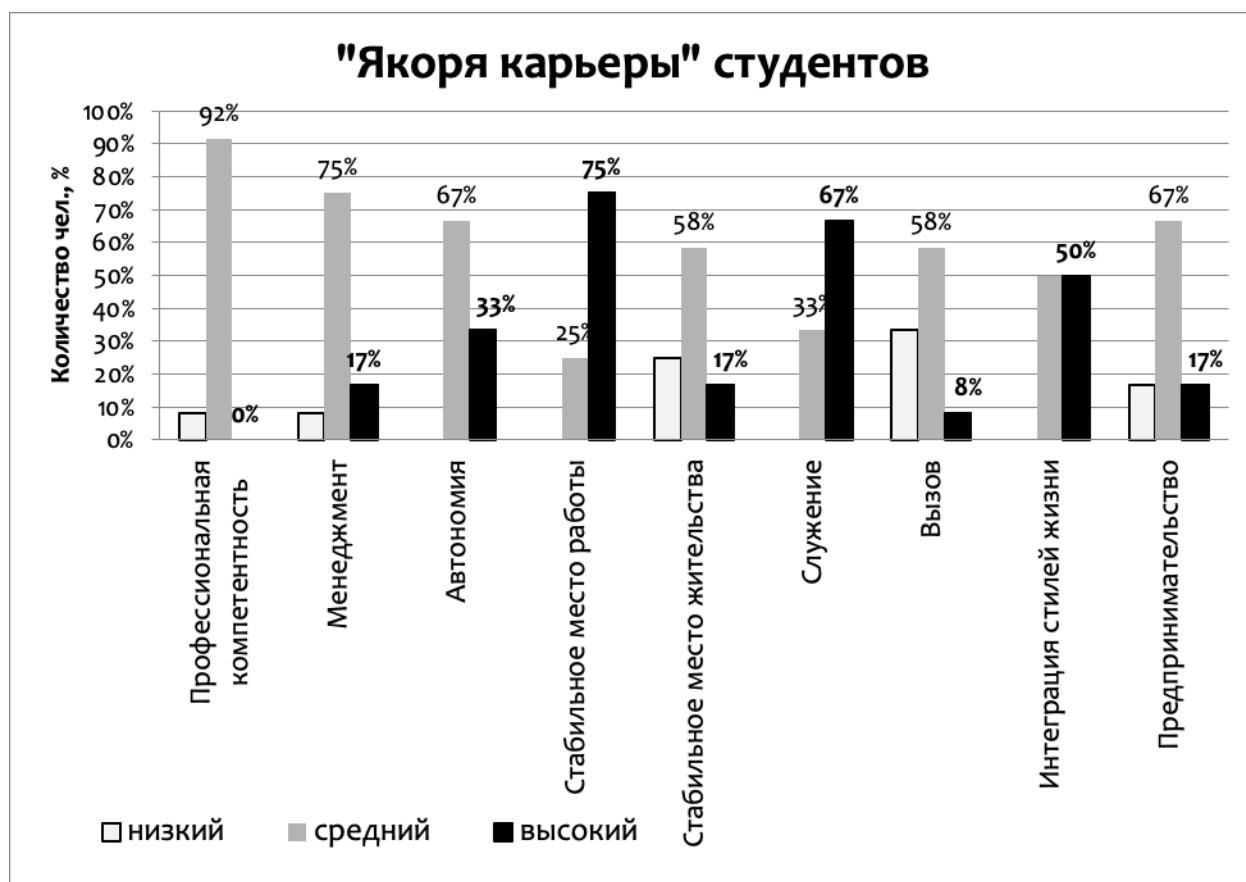


Рисунок 2 – Гистограмма уровней фактора профессиональной мотивации, приоритетных карьерных направленностей студентов-химиков

По результатам статистического анализа с использованием критерия χ^2 : значимым оказались различия (асимптота = 0,04) между группами студентов, которые:

- демонстрируют карьерные ориентации на общее руководство и теми, кто стремится стать профессионалом в процессе вузовской подготовки,
- постоянно испытывают себя в жизни (вызов как «якорь карьеры»), не любят рутинные задания и теми, кто старается сформировать широкое мировоззрение (по-видимому, невозможное без опоры на повторение, социальное научение).

По данным корреляционного анализа с использованием критерия Тау-в Кендалла статистически подтверждено наличие значимости связи между:

– выбором карьерных ориентаций студентов химического профиля карьерных якорей «вызов» и «служение» (0,906^{**}, двухсторонняя корреляция на уровне $p \leq 0,01$);

– стремлением к самореализации и низкой независимостью (-0,575*, $p \leq 0,05$), желанием учиться *не* «ради диплома» (-0,508*, $p \leq 0,05$), низким уровнем свободы студенческой жизни, направленностью на повышение своего общекультурного уровня в вузе (0,504*, $p \leq 0,05$) и ориентацией на востребованность на рынке труда (0,467*, $p \leq 0,05$);

– самостоятельностью как важностью выработать собственный взгляд и собственное мировоззрение в вузе и *нежеланием* проявлять власть (-0,517*, $p \leq 0,05$), а также *не* стремлением обзаводиться кругом знакомых в процессе обучения в вузе власть (-0,569*, $p \leq 0,05$);

– ориентацией в обучении профессии на будущее материальное благополучие и желанием учиться *не* «ради диплома» (-0,546*, $p \leq 0,05$), *нежеланием* проявлять власть (-0,575*, $p \leq 0,05$), т.е., возможно, мотивом дальнейшего высокооплачиваемого *индивидуального труда* по полученной специальности;

– оценкой мотива «пожить свободной студенческой жизнью» и выбором автономии как ценностной и карьерной ориентацией (0,713^{**}, двухсторонняя корреляция на уровне $p \leq 0,01$), а также ориентацией на социальную значимость диплома о высшем образовании (0,459*, $p \leq 0,05$).

Выводы и заключение

У современных студентов выражены и поддерживаются гуманистические ценности образования, они осознают значимость социокультурной направленности образования. Основными ценностями образования, по представлению студентов, являются воспитание личности, способной к саморазвитию и самореализации, формирование ее успешности, активности, конкурентоспособности, профессионализма.

В ценности высшего образования студентами включены информационная грамотность и компетентность, использование информационных технологий и

новых данных, получение работы и профессии, креативность и технологии, др.

Антиценностями современной молодежи являются аддикции, жадность, лень, ложь, эгоизм, враждебность, насилие, подозрительность, неорганизованность, фиксация на материальных благах и деньгах, а также разрушение среды обитания и человека и др.

Перечень ведущих мотивационных кластеров, реализуемых, по представлению студентов в процессе и самим содержанием высшего образования выглядит следующим образом: самореализация, самостоятельность, материальное благополучие, свободная студенческая жизнь, и только потом – профессионализм.

Не мотивирует на качество обучения в вузе – стремление стать руководящим сотрудником, а также предписание иметь диплом о высшем образовании, желание воплотить чаяния родственников, установка на конкурентоспособность как специалиста и на будущую материальную обеспеченность.

Подавляющее большинство студентов-химиков ориентированы на сохранении стабильности, безопасности и предсказуемости условий работы, а также на «служение» людям, помощь в решении социальных проблем – при планировании и реализации профессионального роста и самореализации в профессии, было обнаружено, что половина респондентов больше ценит свою жизнь в целом, чем конкретную работу, карьеру или организацию.

Социальная направленность и служение в собственной профессии воспринимается студентами химической специальности как возможность испытывать себя, решая новые для себя профессиональные проблемы.

Стремлением к самореализации значимо положительно скоррелировано с востребованностью на рынке занятости и повышением собственного кругозора, но отрицательно – с самостоятельностью, внешней мотивацией обучения в вузе. Следовательно, студенты осознают значимость критического мышления, познавательной мотивации, важность поиска пути в профессии и учебно-профессиональном обучении, но обязательно с помощью в освоении

существующего опыта со стороны авторитетов в профессии (любопытны и заинтересованы в информации от профессионалов). Нежелание заниматься управленческой деятельностью на данный момент, оказалось, скоррелировано с возможностью обеспечения будущего материального благополучия посредством индивидуального труда по полученной специальности.

Среди обучающейся молодежи достаточно много желающих сейчас жить свободной жизнью, не действовать по установленным другими правилам (что, в целом, вполне в духе времени и ценности автономии личности), но учиться для получения диплома о высшем образовании. Именно последние в условиях роста социальной и др. неопределённости, изменения приоритетов высшего образования, возвращения ценности национальных проектов, сужения возможностей трудоустройства на высокооплачиваемые должности без глубокой профессиональной подготовки (только по диплому), в том числе уменьшении предложений востребованного узкоспециализированного профессионального образования – могут в дальнейшем иметь сложности в самореализации и профессиональном развитии.

Литература

1. Асмолов А. Г. Антропологический поворот: практическая психология образования как драйвер персонализации человека [Электронный ресурс] // Вести образования. 6 декабря 2021 г. URL: https://vogazeta.ru/articles/2021/12/6/psychology/18719-antropologicheskii_povorot_prakticheskaya_psihologiya_obrazovaniya_kak_drayver_personalizatsii_cheloveka (дата обращения: 12.10.2022).
2. Асмолов А.Г. Персонализация образования и антропология будущего // Народное образование. 2021. № 3(1486). С. 75-82.
3. Асмолов, А. Г. Образование человека в третьем тысячелетии: проблемы, цели и ценности образования в современном мире / М. Н. Кожевникова, А. Г. Асмолов, С. В. Борисов и др. // Ценности и смыслы. 2021. № 6(76). С. 117-149.

4. Богуславский М. В. Современная образовательная политика в контексте актуализации историко-педагогического знания //Наука. Управление. Образование РФ. 2022. № 2. С. 8-12.

5. Богуславский, М. В., Неборский, Е. В. Стратегические тенденции развития системы высшего образования в российской Федерации [Электронный ресурс] // Гуманитарные исследования Центральной России. 2017. №2 (3). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskie-tendentsii-razvitiya-sistemy-vysshego-obrazovaniya-v-rossiyskoj-federatsii> (дата обращения: 01.10.2022).

6. Краковецкая И. В. Исследование мотивов выбора специальности и готовности к будущей профессиональной деятельности студентов старших курсов университета / И. В. Краковецкая, Н. А. Сазонтова, И. П. Телегина, Е. С. Глухова // Вестник Томского государственного университета. 2013. № (21). С. 153-163.

7. Неборский Е.В. Развитие университетского образования в контексте глобализационных процессов // Педагогика. 2017. № 2. С. 102-105.

8. Образование в России: востребованность, доступность, качество [Электронный ресурс]// Аналитический обзор ВЦИОМ. <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/obrazovanie-v-rossii-vostrebovannost-dostupnost-kachestvo> (дата обращения: 01.10.2022).

РОЛЬ РЕКЛАМЫ В ФОРМИРОВАНИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ МОЛОДЕЖИ

В статье рассмотрены понятие экологическая культура, виды рекламы. Приведены результаты социологического исследования по изучению влияния рекламы на формирование экологической культуры молодежи.

Ключевые слова: реклама, экологическая культура, молодежь.

THE ROLE OF ADVERTISING IN THE FORMATION OF ECOLOGICAL CULTURE OF YOUTH

The article considers the concept of ecological culture, types of advertising. The results of a sociological study on the influence of advertising on the formation of the ecological culture of young people are given.

Key words: advertising, ecological culture, youth.

Экологическая культура является составной частью национальной культуры в системе социальных отношений и способов взаимодействия общества с окружающей средой. Экологическая культура формируется в сознании и поведении людей на протяжении жизни и деятельности поколений путем образования, просвещения, способствующих духовному, экономическому и социальному развитию общества, результатом которого является здоровый образ жизни и экологическая безопасность окружающей среды и человечества.

В российском обществе процесс экологического воспитания направлен на развитие экологической культуры молодежи. С этой целью разрабатываются различные программы образования учащихся, студентов различных учебных заведений, специалистов различного профиля. Программы обучения направлены на формирование экологических ценностей у молодежи. Экологическая культура

выражается в отношении к природе, в соблюдении экологических норм и правил.
[2]

В формировании экологической культуры молодежи методология культурологического подхода является основополагающей, что ведет к признанию духовного смысла экологической культуры. В экологической культуре деятельностный аспект соподчинен духовному. Экологическая культура, отражающая экологические ценности, признающая экологическую этику, становится определяющей в структуре культуры. Культурологический подход позволяет определить отношение экологической культуры к общей и духовной культуре, рассмотреть взаимоотношения между тремя социоприродными субъектами: человек, культура, природа.

Экологическая культура есть отражение духовного состояния человека во взаимосвязи с природой, в целях сохранения полноценной жизни человека, так и саморегулирующих возможностей природы. Структура экологической культуры отражает информационное, эмоциональное, поведенческое содержание.

Для успешной реализации «зеленых» программ, проектов в различных отраслях экономики России, способствующих её быстрому росту требуется развитие социальных механизмов обеспечения экологической безопасности и формирования экологической культуры. К социальным механизмам экологической безопасности можно отнести экологическую рекламу в СМИ; создание системы благодарности (поощрения) за активную экологическую позицию; пропаганду экологического образа жизни и заботы об окружающей среде.

Экологическую рекламу разделяют на:

- открытую, реклама на щитах, через системы СМИ, в социальных сетях;
- скрытую, документальное и художественное кино экологической направленности, литература, публикации в журналах и социальных сетях, флэшмобы.

Задачей экологической рекламы является формирование нового, экологически здорового общества, общества будущего, способного более

эффективно участвовать в экологических проектах. При использовании экологической рекламы в СМИ необходимо учитывать особенности культуры и менталитета современного общества, категории культуры: моноактивные, полиактивные, реактивные.

Построение системы социального воздействия на молодежь посредством экологической рекламы в СМИ и успешность достижения поставленных целей невозможно без учета степени доверия к законодательству и государственной власти. Учесть данные аспекты можно, применив классификацию культур по Ф. Тромпенаарсу, а также оценку дистанции власти по Г. Хофстеде.

Экологическая реклама – сфера взаимодействия общества, бизнеса, общественных организаций и государства. Заказчиками экологической рекламы являются некоммерческие благотворительные организации.

В российском обществе более трехсот движений и организаций, деятельность которых связана с защитой окружающей среды: «Зеленая Россия», «Союз зеленых», «Экологическое движение России», «Союз добровольцев России», «ЭКА». Также функционируют такие организации, как «Леса России», «Центр Охраны Дикой Природы», «Беллона», «Союз охраны птиц в России» и др.

В рекламе используется экологическая проблематика и образы природы, подчеркивается социальная ответственность за причинение негативных воздействий на окружающую среду, показываются мероприятия по защите окружающей среды.

Нарушение природного баланса или вмешательства в естественный процесс его развития может привести к необратимым последствиям. Как пример приводятся изменения, произошедшие в окружающей среде сельскохозяйственных районов. До распада общественных организаций, земли пригодные для выращивания сельхозкультур, распахивались, засеивались и обрабатывались от вредителей различными химическими средствами, с помощью тракторов и самолетов. В зону обработки попадали близлежащие леса и участки земли непригодные для засева и пастбищ.

Вновь образовавшиеся фермерские хозяйства не в состоянии были обработать такое количество земли, в связи с чем началось интенсивное размножение клещей, многие из которых являлись носителями вирусов, произошла миграция грызунов (мышей, кротов), которые раньше питались остатками зерна на колхозных полях, в хозяйствах и огородах местных жителей. Соответственно появились экологические проблемы. Решению которых способствовала реклама, информирующая о медицинских учреждениях, оказывающих экстренную помощь, а также средствах химической защиты сельских хозяйств.

В современном обществе реклама становится инструментом развития экологического сознания и фактором формирования поведенческой модели. Роль рекламы, специального обучения молодежи, направленная на защиту окружающей среды подтверждается примерами деятельности в условиях пожароопасной обстановки. [3]

Большое количество российских компаний финансируют экологические программы, раскрывают свою экологическую отчетность для определения экологического рейтинга производства.

Для привлечения молодежи крупные компании используют экологическую информацию. Организации в своих рекламных роликах или сообщениях стараются отметить, что их продукция или услуга не будут наносить вред не только обществу, но и природе [1].

Уровень экологической культуры определяется когнитивными, эмоциональными, поведенческими показателями. Практическая деятельность в сфере экологии и охраны окружающей природы, предоставляет возможность понимания процесса экологической социализации молодежи. Основным условием приближения молодежи к экологическим знаниям является единство познавательной и практической деятельности. Молодые люди стараются покупать энергосберегающую продукцию, разделять бытовые отходы.

В настоящее время всё большее внимание уделяется экологической безопасности. Это обусловлено ростом экономически активного населения, а

также безусловной реальностью проблем. Реклама один из инструментов, позволяющих обратить внимание на проблемы, показывает пути их решения, убеждает общество в необходимости сохранения природы, окружающего мира, повышает ответственность у молодежи перед обществом за сохранение благоприятной экологической ситуации, все это определяет уровень экологической культуры.

По результатам проведенного исследования среди студентов 78% респондентов интересуются состоянием окружающей среды, 30% считают целесообразным более активно развивать защиту окружающей среды. Около трети опрошенных отметили необходимость принятия мер, направленных на решение экологических проблем: охраны окружающей среды (10%), рационального использования природных ресурсов (11%), электроэнергии (11%).

Студенты также выделили самые значимые на их взгляд проблемы экологии: загрязнение воздуха, свалки, загрязнение воды, изменение климата, разрушение озонового слоя, вырубка лесов, истощение природных ресурсов, кислотные дожди.

Основными экологическими проблемами Москвы являются вредные выбросы от автомобилей, бытовые и промышленные отходы, шумо- и свето-загрязнение, загрязнение воды и почвы, близость промышленных предприятий.

Примечательно, что практически все опрошиваемые студенты ранее участвовали в экологических акциях; около 6% посещали экологические кружки в период обучения в школе в старших классах. 42,5% выходили на субботники с разной периодичностью, 11,5% озеленяли парковую зону, и только 4% никогда не были привлечены к подобной социальной активности.

В ходе исследования были выявлены факторы, которые препятствуют формированию экологической культуры у студентов. Главным фактором является, что нет подходящих условий для выполнения экологических практик - 54,7%, на втором месте несформированные навыки выполнения экологических практик - 26,1%. Для 12,9 % студентов значимым фактором является нехватка

времени на выполнения экологических практик и 6,4% обратили внимание на отсутствие финансов на выполнения экологических практик.

На сегодняшний день главной причиной таких результатов является недостаточно развитая инфраструктура, мероприятия посвященные экологии являются разовыми и не имеют постоянный характер. Также студенты недостаточно информированы о правильности выполнения экологических практик.

Для выполнения экологических практик нужны финансы, определенные условия. Контейнеры для раздельного сбора мусора, экологически чистая продукция выше по стоимости, биоразлагаемые пакеты и упаковки, которые стоят дороже, чем обычные.

Респонденты предложили различные пути решения экологических проблем. 60,7% предлагает перейти на экологически чистые виды производства, на экологически безопасное топливо, решить проблему с выхлопными газами, построить очистные сооружения, перерабатывать мусор. Необходимо формировать экологическое самосознание, чему способствует создание видеороликов на экологические темы.

Несмотря на то что реклама природоохранного характера встречается в России не так часто, 88 % опрошенных признались, что задумывались над собственным поведением после просмотра такой рекламы, призывающей беречь природу и животных. Эта цифра свидетельствует о том, что качественная реклама на экологическую тему является проводником гуманистических ценностей и инструментом формирования общественного мнения.

Природоохранная реклама может стать популяризатором нравственных ориентиров, но недостаточно продуктивно реализует свои возможности. Проблема, в первую очередь, заключается в отсутствии государственного финансирования производства рекламы экологической направленности, еще одна из причин в российском законодательстве, которое практически не регулирует данную область рекламного рынка. Реализация коммуникационных и культурных целей социальной рекламы экологического характера может

осуществиться с участием и поддержкой государства, общества, молодежных объединений.

Четверть студентов отметили улучшение состояния экологии за последние года благодаря рекламе. Положительные изменения чаще всего замечали в сферах охраны лесов и парков (37 %), чистоты территорий (37 %) и борьбы с браконьерством (20 %), а негативные — в отношении чистоты питьевой воды (31 %) и воздуха (24 %), стабильности климата (26 %) и состояния свалок (23 %).

Наиболее волнующими экологическими проблемами оказались загрязнение воздуха (16 %) и водоемов (9 %), мусорные свалки (11 %), несвоевременная уборка мусора (10 %) и плохое качество водопроводной воды (8 %).

Экологические программы, популярные среди студентов: 45% опрошенных сказали, что регулярно участвуют в субботниках, 23% покупают энергосберегающую бытовую технику, 18% сдают макулатуру, 10 % сдают батарейки, 4% участвуют в других программах.

По итогам исследования самым популярным средством распространения рекламы были признаны видеоролики в интернете – 17,8% опрошенных, на второе место респонденты поставили одежду, сумки, упаковку - 15,8%, 3 и 4 места поделили социальные сети и телевизионная реклама – 14% и 9,2% соответственно. Только 9% студентов обращали внимание на листовки, 8,7 % на билборды, 7,3% на рекламные плакаты в транспорте, 7,3% на баннеры и растяжки, 7% на промоакции и только 4 % получили рекламную информацию из журналов об экологии и природе.

Среди видов рекламы самой распространенной оказалась напоминающая реклама, в то время как информирующая и увещательная реклама набрали 20% и 19% соответственно, а сравнительная всего 9%.

Экологическая реклама эффективна в деле информирования и привлечения молодежи к проблемам окружающей среды, информирования о способах решения экологических проблем, привлечения к экологической деятельности.

В зависимости от мотиваций, потребностей, целей будут меняться

установки на выполнения экологических практик. Большое значение имеют мероприятия, которые проводятся в вузе, наличие подробной информации, транслирующейся в рекламе.

Для решения экологической проблем необходима разработка и распространение разных видов рекламы. Экологическая реклама способствует выполнению экологических практик среди молодежи, в вузах проводятся для студентов такие рекламные акции как «Добрые крышечки», «Батарейки сдавайтесь!».

Эколого-благотворительная акция «Добрые крышечки» – российский волонтерский проект, имеющий двойную цель: сделать мир чище и помочь детям, которым нужна поддержка. Проект организован совместно Общественным движением "ДОБРЫЕ КРЫШЕЧКИ" и Благотворительным фондом «Волонтеры в помощь детям-сиротам».

Акция «Батарейки сдавайтесь!» проводится Управлением экологического просветительского дела ГПБУ «Мосприрода» совместно с Городским методическим центром Департамента образования города Москвы при поддержке ООО «Хартия» (г. Москва), ООО «Мегаполисресурс» (действующий завод по переработке батареек, г. Челябинск), транспортной компании «ПЕГАС» (г. Москва) и ООО «Экологические системы» (производитель специализированных контейнеров). Акция проводится в целях пропаганды природоохранной деятельности и привлечения внимания людей к проблемам загрязнения окружающей среды и загрязнения планеты, а также развития у них навыков хозяйственного отношения к окружающему миру и повышения уровня экологической культуры и грамотности.

Для повышения уровня экологической культуры у студентов по результатам проведенного исследования чаще размещать экологическую видеорекламу на мониторах в вузах, организовывать конкурсы среди студентов по созданию экологической рекламы. Проводить больше мероприятий, посвященных экологии.

Привлекать к выполнению экологических практик: выбрасывать мусор в

специально отведенных местах; собирать за собой мусор после поездок на природу; участвовать в субботниках, мероприятиях по уборке территорий; заменять пользование автотранспортом на ходьбу, велосипед, самокат; сдавать опасный мусор, например, лампы с ртутным наполнением в специальные пункты приема; отказываться от полиэтилена в пользу экопакетов. Экономить природные ресурсы: экономить в быту воду, газ, электричество; покупать энергосберегающие товары, технику; использовать современные технологии теплоизоляции дома, квартиры; покупать вещи из вторсырья (канцтовары); использовать альтернативное отопление на основе солнечной энергии, тепловых насосов, биомассы, биогаза. Необходима организация волонтерского движения и система мер наказания виновных в причинении ущерба окружающей среде.

Литература

1. Мартынов А.С., Мирутенко М.В. Обзор российской практики использования экологической проблематики в рекламе и связях с общественностью. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.biodat.ru/doc/ecorec/recl2.htm> Дата обращения (29.12.2022)

2. Экологические практики: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologicheskie-praktiki-kak-sposob-interiorizatsii-ekologicheskoy-modeli-povedeniya-uchascheysya-molodyozhi> (Дата обращения: 29.12.2022)

3. Экологическая реклама. <https://sites.google.com/site/reclambox/ekologiceski-prodvinutaa-reklama/ekologiceskaa-reklama>. Дата обращения (29.12.2022)

**ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПОМОЩЬ СТУДЕНТАМ В
ПРЕОДОЛЕНИИ ВНУТРИЛИЧНОСТНЫХ КОНФЛИКТОВ
ЦЕННОСТНО-МОТИВАЦИОННОЙ СФЕРЫ В ПРОЦЕССЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ**

В статье представлена программа психолого-педагогической помощи студентам в преодолении внутриличностных конфликтов ценностно-мотивационной сферы в процессе профессионального обучения.

Ключевые слова: внутриличностный конфликт, виды внутриличностных конфликтов, психолого-педагогическая помощь.

L.V. Polyakova

**PSYCHOLOGICAL AND PEDAGOGICAL ASSISTANCE TO STUDENTS IN
OVERCOMING INTRAPERSONAL CONFLICTS OF THE VALUE-
MOTIVATIONAL SPHERE IN THE PROCESS OF VOCATIONAL TRAINING**

The article presents a program of psychological and pedagogical assistance to students in overcoming intrapersonal conflicts of the value-motivational sphere in the process of vocational training.

Keywords: intrapersonal conflict, types of intrapersonal conflicts, psychological and pedagogical assistance,

Внутриличностный конфликт трактуется как борьба разнонаправленных тенденций, которые сопровождаются эмоциональным напряжением: следствие столкновение между Эросом (включает сексуальный и инстинкт самосохранения) и Танатосом (влечение к смерти), выражается в амбивалентности чувств и может привести к неврозу (З.Фрейд); регресс в сферу бессознательного, проигрывание родительского сценария; акцент на направленности (экстраверсии и интроверсии), которая определяет установку и проявляется во внутриличностном конфликте (К.Г.Юнг); столкновение стремления к удовольствию желаний, к безопасности и как противоречие

«невротических потребностей», удовлетворение которых ведёт к фрустрации (У.К.Хорни); противоречие, возникающее между осознанными, но ложными самооценками, приобретёнными в течении жизни и самооценкой на неосознаваемом уровне (К.Роджерс); нереализованная потребность человека в самоактуализации (А.Маслоу); длительная дезинтеграция личности, выражающаяся в обострении существовавших ранее или в возникновении новых противоречий между разными сторонами, свойствами, отношениями и действиями личности (В.С.Мерлин); борьба мотивов, остаётся как переживание душевного разрыва (Н.Левитов внутренний конфликт); «феноменологически многоплановое психологическое явление, характеризующееся противоречивыми тенденциями внутри самосознания, которые отражают диссонанс между мотивационно смысловыми образованиями и возможностями личности и социальной среды, внешне проявляясь на фоне негативных переживаний через затруднения в общении и деструктивном поведении» (Т.В. Мальцева) [8, с.12.]. Анализируя отечественные и зарубежные источники А.П.Егидес приходит к пониманию внутриличностного конфликта как интериоризированного межличностного, так как межличностный конфликт переносится во внутреннюю сферу, интериоризируется.

Внутриличностный конфликт обладает рядом **особенностей**.

Во-первых, отсутствует субъект противостояния, так как сторонами конфликта являются внутриличностные образования.

Во-вторых, его протекание связано с тяжёлыми переживаниями. Может сопровождаться депрессиями, страхом, трансформироваться в невроз.

В-третьих, может не осознаваться личностью. Вспыхивать они могут спонтанно, без видимых на то причин. Как и конфликты их разделяют на **конструктивные**, которые являются необходимым моментом развития личности (характеризуются максимальным развитием конфликтующих структур и минимальными личностными затратами), и **деструктивные**, которые несут опасность депрессии и суицида (усугубляет раздвоение личности, перерастает в кризис, ведет к развитию невротических реакций).

Анализируя отечественных и зарубежных авторов, А.Я. Анцупов и А.И.Шипилов определяют **внутриличностный конфликт** как «острое негативное переживание, вызванное затянувшейся борьбой структур внутреннего мира личности, отражающее связи с социальной средой и задерживающее принятие решения» [1, с.294]. При этом необходимо учитывать, что авторы выделяют при анализе ценностно-мотивационной сферы конфликты, которые возникают из-за ценностно-мотивационных различий. Они могут быть межличностными (являются следствием несовместимости, невозможности реализовать в действительности) и внутриличностными (при столкновении собственных мотивов и ценностных ориентаций). А.С. Валеева подчёркивает значительное влияние социальной среды: соревновательность и соперничество, что может быть причиной страха и неудач и как следствие потеря чувства самоуважения.

К. Левин выявил неизменную связь поведения человека с потребностями и мотивами, побуждающими. Автор концепции валентности и теории поля, считал, что мир предметов, который нас окружает разно валентен и человек существует в определенной «актуальной ситуации», «силовом психологическом поле». Психологическое поле и окружающая ситуация могут быть как с положительной валентностью, так и отрицательной. Это «поле» может вызвать действие в направлении предмета с положительной валентностью или уйти от предмета с отрицательной валентностью. Однако некоторые могут встать «над полем» и выполнить действие намеренное, опосредованное. В ходе экспериментов Левин приходит к выводу, что поведение детерминируется целостностью, в состав которой входит личность («внутреннее поле» систем напряжения) и психологическое окружение, «среда» («внешнее поле конкретных сил и воздействий»). В зависимости от валентности и от потребности личности, выделяет четыре внутриличностных конфликта: «**стремление-стремление**» - две важно значимых потребности, обладающих равной валентностью, сложно выбрать (наличие двух познавательных интересов); «**избегание-избегание**» - необходимо выбрать из двух отрицательных валентностей (сделать домашнее

задание вовремя или потом, но с меньшими балами); «стремление -избегание» - одно и то же и притягивает и отталкивает (интересная тема, но мало разработана); «двойные стремления – избегания» – выбор между двумя объектами, которые имеют свои и положительные и отрицательные моменты. Выбор или величина поведения зависят от целевого предмета или величины валентности и от расстояния до цели, которое надо преодолеть [7]. В последствии Л.С. Славина изучала условия, при которых поставленная цель может выступить в виде мотива для преодоления пресыщения и пришла к выводу, что предъявление цели позволяет ребёнку разрешить имеющийся конфликт при условии, если цель будет предшествовать актуализации положительной потребности [5, с.248]

А.И.Шипилов выделяет структуры внутреннего мира личности, играющие роль в конфликте:

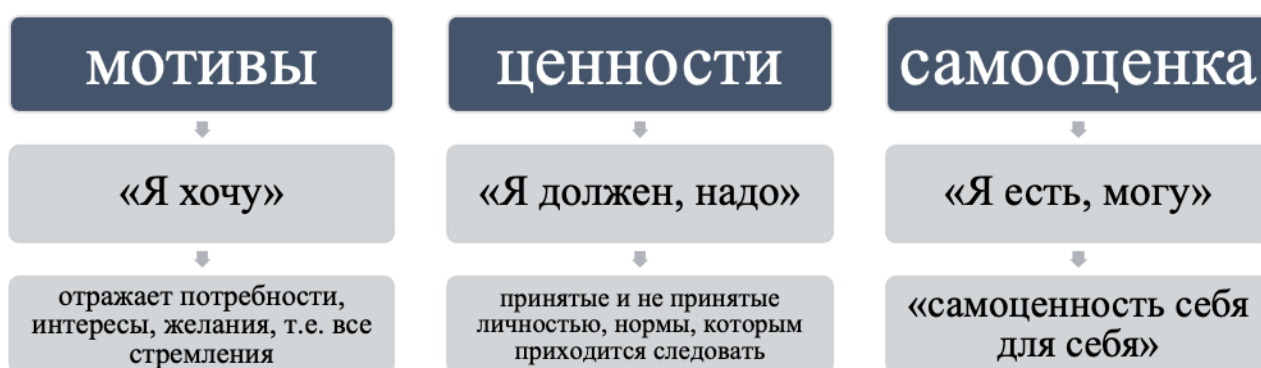


Рис. 1. Структуры внутреннего мира личности (А. И. Шипилов)

На основе трёх структурных элементов определяются шесть видов внутриличностного конфликта: **мотивационный** – между «хочу» и «хочу», **нравственный** – между «хочу» и «надо», **конфликт нереализованного желания** – между «хочу» и «могу», **ролевой** – между «надо» и «надо», **адаптационный** – между «надо» и «могу», **неадекватной самооценки** – между «могу» и «могу». В случае, когда переживания, связанные с конфликтом, начинают занимать центральное место, а ситуация становится чрезвычайно значимой – внутриличностный конфликт может перерасти в невротический. Этот вид конфликта были подробно рассмотрены В.Н. Мясищевым. Они возникают в условиях противоречивых влияний и внутренних противоречивых тенденциях,

между желанием и долгом, принципами и личными привязанностями. Как результат – эмоциональная неустойчивость, возбудимость, снижение продуктивности деятельности.

И.А. Красильников, анализируя внутриличностную конфликтность как диспозицию в зарубежной и отечественной психологии. Приходит к заключению, что психологическая конфликтность — это результат системной личностной реакции **на невозможность разрешить жизненные противоречия**. Такие конфликты автор называет экзистенциальными, они затрагивают наиболее глубокие слои жизненного бытия. Для их разрешения, человек должен «осуществить акт онтологического понимания необходимости смирения, используя созерцательные формы жизнедеятельности и медитации», что требует длительного времени и приводит к чувству внутренней свободы [6].

В психолого-педагогической литературе представлены разнообразные инструменты по работе с внутриличностными конфликтами (Анцупов А.Я и Шипилов А.И., Гришина Н.В., Егидес А.П., Слюсарева Е.С., Козловская Г.Ю.). Авторы единодушно выделяют такие направления как активизация самосознания и саморегуляции личности, снижения риска возникновения конфликта, оказание поддержки в кризисной ситуации.

В научной литературе отсутствует единое понимание в способах разрешения внутриличностного конфликта. Б.С.Волков и Н.Д.Волкова рассматривают возможность использования силы воли, рефлексии, управление эмоциями и отношение к проблеме. Предлагают три способа разрешения: 1) адекватная оценка ситуации: помощью рефлексии осознать себя и воссоздать необходимый образ собственного «Я», делать акцент на факты, контролировать эмоции; 2) перенос эмоционального груза на решение проблем; 3) описать ситуацию и создать алгоритм решения.

Ряд авторов делают акцент на предупреждении внутриличностного конфликта за счёт осознания своих особенностей. О.Н.Юрьева указывает на необходимость научиться создавать условия, которые предотвращают негативные последствия. Так как при внутриличностном конфликте участником

становится один человек, логично, что и осознание причин зависит от самой личности. Автор предлагает вспомнить принцип «познай самого себя», так как «образ Я», смысл жизни, ценностные приоритеты позволяют осознавать, что является главным, а что второстепенным. В связи с этим стоит задавать вопросы самому себе: 1. Есть ли у меня жизненная цель? 2. Часто ли я впадаю в депрессию? 3. Есть ли слова или моменты, при которых я выхожу из себя? 4. Избегаю ли я говорить о негативных вещах? К основным условиям предупреждения и разрешения конфликта Т.В. Мальцева относит: осознание внутренних противоречий; активная позиция личности, а значит переструктурирование иерархии ценностей и формирование внутреннего мира; преобразование составляющих внутриличностного конфликта; развитие навыков рефлексии. Автор фиксирует два способа преодоления внутриличностного конфликта: конструктивного (достижение равновесия) и деструктивного посредством стихийного развития и захвата всей сферы психического мира. А.В. Гуров доказывает возможность преодоления внутриличностного конфликта если «осознание студентом своих внутриличностных конфликтов осуществляется в процессе отработки жизненных ситуаций при совместном поиске новых копинг-стратегий поведения»; в процессе психологического консультирования выявляются механизмы защиты; в процессе анализа выявляются негативные и позитивные стороны проявления психологических механизмов защиты при преодолении вины, обиды и одиночества. Автор разработал модель преодоления студентами психических состояний, обусловленных внутриличностным конфликтом. Основными принципами реализации разработанной модели автор называет принципы гештальт-терапии: целостности (реализация холистической доктрины по Ф. Перлзу, человеческий организм представляет собой единое целое, следовательно, необходимо осознать наличие внутриличностного конфликта); гомеостаза и равновесия (человеческий организм постоянно сталкивается с дисбалансом, который выводит организм из равновесия, однако каждый организм стремится к равновесию и эта тенденция одна из основных, следовательно, необходимо формировать собственные

личностные ресурсы для дальнейшей самостоятельной работы над возникающими внутриличностными противоречиями); границ контакта (граница между организмом и окружающей средой, создание диалогических отношений в процессе консультирования); «здесь и сейчас» (когда внимание и сознание работают вместе, появляется опыт, становятся доступны варианты выбора; стадийное разрешение внутриличностного конфликта). Следовательно, для преодоления ценностно-мотивационного конфликта необходима психолого-педагогическая помощь, проводимая с целью осознания ценностей и мотивов человека, наличие разной силы ценности и мотивации, и защитных механизмов человека. Следовательно, для разрешения ценностно-мотивационных конфликтов необходимо:

- Помочь осознать какие ценности и мотивы вступили в противоречия.
- «Вернуть» человеку эмоциональное благополучие.
- Работа над адекватной самооценкой, утверждение себя на другой основе.
- Качественное изменение уровня притязаний, в соответствии с индивидуумом, развитие самопонимания.

Все меры помощи по работе с ценностно-мотивационным конфликтом Э.Э. Сульчинская связала с тремя основополагающими направлениями:

- диагностика – выявление ценностно-мотивационного конфликта, появление факта его возникновения;
- профилактика – предупреждение появления ценностно-мотивационного конфликта связывается, во-первых, с формированием и изменением жизненных ценностей и формированием устойчивых установок поведения; во-вторых, развитием гибкости и адаптивности; в-третьих, с оптимистическим отношением к жизни; этому способствует оптимизация потребностей, развитие волевых качеств личности, саморегуляция психических состояний и корректировка репертуарных ролей;

- преодоление – разрешение возможно при активизации душевной деятельности человека и осознание внешних условий, причин и условий, породивших конфликт.

Реализация этих направлений возможно при комплексном подходе, за счет взаимодействия носителя конфликта, специалиста в области конфликтологии или педагогической психологии и административно-управленческого аппарата, влияющих на изменение ситуативных факторов. В противном случае для поддержания своего состояния активизируются защитные механизмы, эффективность которых неоднозначна.

В научной литературе выделяются механизмы психологической защиты как один из способов разрешения внутриличностного конфликта, помогающие контролировать эмоции, однако нет единого понимания в их эффективности, некоторые авторы механизмы защиты считают средством, ограничивающим активность личности. З.Фрейд вводит термин «психологическая защита», рассматривает его как механизм, ослабляющий внутриличностный конфликт, который обусловлен противоречиями между инстинктивными импульсами бессознательного и усвоенными требованиями внешней среды. Анна Фрейд акцентирует внимание на бессознательности запуска защитного механизма, когда «Я» находится в опасности со стороны побуждений и аффективных желаний. Психоаналитик Н.Мак-Вильямс распределила механизмы защиты на два уровня по степени сложности. К защитам первого, примитивного уровня, автор относит: отстранение, отрицание, всемогущий контроль, идеализацию, интроекция, романтизация, расщепление Эго, примитивную диссоциацию. Они имеют дело с границей между собственным «я» и окружающим миром. К защитам второго уровня автор относит: вытеснение, регрессия, изоляция аффекта, интеллектуализация, рационализация, морализация, компарментализация, аннулирование, поворот против себя, смещение, реактивное образование, инверсия, идентификация, сублимация, юмор. Эти защиты взаимодействуют с внутренними границами между «Я», «сверх-Я» и «Оно».

В отечественной психологии психологи психологические защиты рассматриваются как система регулирующих механизмов, направленная на прекращение или минимизацию отрицательных эмоций, связанные с внутренними конфликтами, тревожностью и дискомфортом (Ф.В. Бассин, Э.А. Костандов, Р.М. Грановская). Р.М. Грановская отмечает, что защитные механизмы начинают действовать, когда достижение цели нормальным действием невозможно, тогда защиты – это способы организации частичного и временного душевного равновесия. Автор выражает неоднозначное отношение к психологическим защитам, так как с одной стороны они адаптируют личность к своему внутреннему миру, с другой стороны может быть ухудшение приспособленности к социальной среде.

Таблица 1.

Механизмы психологической защиты по Р.М.Грановской

Психологические защиты	Характеристика
Отрицание	бессознательный отказ воспринимать неприятную информацию
Вытеснение	исключение мыслей, чувств, желаний, которые вызывают боль стыд или вину из сферы сознания
Проекция	приписывание другому своих чувств и желаний
Идентификация	бессознательный перенос на себя чувств и качеств другого человека, недоступных в данный момент, но желательных.
Рационализация	попытка снизить ценность недоступного, псевдоразумное объяснение своих желаний, поступков, ценностей
Замещение	перенос действия на доступный объект
Изоляция (отчуждение)	блокировка в сознании неприятных эмоций

Эти механизмы используются нами на подсознательном уровне, находятся вне сферы волевых решений, повлиять мы можем только на то, что находится в поле нашего сознания. Р.М. Грановская видит задачу самоуправления в том, чтобы осознать причины подсознательно направленного поведения: «критическое отношение возможно лишь к осознаваемой информации, так, как только осознание создает возможность выбора поступков и переживаний» [4, с.281]. Следовательно, реализация таких направлений как диагностика, профилактика и преодоление ценностно-мотивационных конфликтов, является необходимым условием профессионального развития личности на этапе обучения и возможна при психолого-педагогической помощи и сопровождении.

Э.Э. Сульчинская для эффективного преодоления ценностно-мотивационного конфликта предлагает проводить в контексте психологической поддержки следующие технологии:

1. **Консультирование** по вопросам ценностно-мотивационного конфликта, включающее базовое психологическое консультирование (анализ результатов тестирования, предупреждение о возможных последствиях разработка рекомендаций о способах выхода из него), вторичное психологическое консультирование (обсуждение текущего состояния, анализ проделанной работы, коррекция имеющихся программ действия), консультация для руководителей. Консультации могут проводиться в индивидуальной и групповой форме.

2. **Психологическое просвещение** – информирование о сущности, симптомах и последствиях ценностно-мотивационного конфликта, формирование основы для осознания и преодоления этого состояния.

Однако напомним, что исследования автора были направлены на преодоление ценностно-мотивационного конфликта преподавателей высшей школы. В связи с этим отметим, что консультирование руководителей, администрации во многом зависит от выбранной концепции управления [10].

Универсальным методом в преодолении ценностно-мотивационного

конфликта, как и межличностного конфликта можно считать *тренинг* (Анцупов, Гришина, Васильев, Раньш). Н.Н.Васильев рассматривает тренинг как средство интенсивных тренировок, в которых моделируются элементы основных задач профессиональной деятельности. Ю.Н.Емельянов, И.В.Вачков тренинг относит к активным методам обучения «в ходе которого формируется коммуникативная компетентность» и «практической психологии, для работы с практически здоровыми людьми, имеющими психологические проблемы, в целях оказания им помощи в саморазвитии» [3, с.15]. М.А. Реньш и Н.Г. Лопес выделяют четыре основные парадигмы тренинга: как своеобразная форма дрессуры, с жесткими манипулятивными приемами при помощи положительного подкрепления; как тренировка, результатом которой является формирование умений и навыков эффективного поведения; как форма активного обучения с целью передачи психологических знаний; как метод создания условий для самораскрытия учащихся [9, с.14]. Выделяется (Н.Н. Васильев) три вида тренингов: *инструментальные* (состоит из мини-лекции, иллюстраций, раскрывающих характеристики предлагаемых техник, процедур, способов и тренировочной части – пробы изучаемых техник; *T-группы* – социально психологический тренинг, основным содержанием, которого является постижение закономерностей взаимодействия людей друг с другом, основным элементом такого тренинга является обратная связь каждому участнику; *личностно-ориентированный тренинг* – направлен на анализ и преодоление личностных проблем участников, в связи с этим, в основе познание самого себя, создание особого терапевтического отношения, чувства защищенности, доверия, открытости, ориентир на самосовершенствования [2]. Основными принципами проведения тренинга традиционно считаются следующие: «доверительное общение» - создание ситуации доверия, общности; «здесь и теперь» анализ ситуаций, которые возникают в процессе взаимодействия; «персонализации высказываний» – открытость, снятие зажимов; «активности» - вовлеченность всех участников; «акцентуация языка чувств» – открытая передача чувств адресату; «конфиденциальность» – предотвращение разглашения информации

участников, полученной во время тренинга [1, с. 420-421]. Основными тренинговыми методами являются: групповая дискуссия (совместное обсуждение спорных вопросов с целью прояснения смыслов); игровые методы (ситуативно-ролевые, дидактические, творческие, организационно-деятельностные, имитационные, деловые); методы направленные на развитие социальной перцепции, развивающие умения воспринимать, понимать и оценивать других людей и себя; методы телесно-ориентированной психотерапии, основателем, которой является В.Райх (работа над структурой тела, нервно-мышечная релаксация, восточные методики); медитативные техники (обучение физической и чувствительной релаксации) [9, с.19,20].

Анализ психолого-педагогической литературы позволяет утверждать, что на этапах профессионального обучения эффективна работа с образом профессии. На современном этапе образования эта деятельность осуществляется тьюторами или наставниками, как на этапе основного общего образования, среднего профессионального образования, а также встречается и опыт подобной деятельности на этапе профессионального образования.

Литература

1. Анцупов А.Я., Шипилов А.И. Конфликтология: Учебник для вузов. — М.: ЮНИТИ, 2000. — 551 с.
2. Васильев Н.Н. Тренинг профессиональных коммуникаций в психологической практике. — СПб.: Речь, 2005. — 283 с.
3. Вачков И.В. Основы технологии группового тренинга. — М: Издательство "Ось-89", 1999. —137С.
4. Грановская Р. М. Элементы практической психологии.— 2-е изд.— Л.: Издательство Ленинградского университета. 1988.—560 с.
5. Зейгарник Б. В., Гинзбург М. Р. Психология личности: норма и патология. 2007. — 352с.
6. Красильников И.А. Внутриличностная конфликтность как диспозиция в зарубежной и отечественной психологии //Известия Саратовского университета.

Новая серия. Серия Акмеология образования. Психология развития. – 2013. – Т. 2. – №. 2.

7. Левин К. Типы конфликтов. В кн.: Конфликтология: Хрестоматия / Сост. Н. И. Леонов. — М.: Моск. психолого-социальный институт; Воронеж: НПО МОДЭК, 2002. — 304 с.

8. Мальцева Т. В. Внутриличностные конфликты и пути их преодоления: учебное пособие / Т.В. Мальцева. – Московский областной филиал Московского университета МВД России, Руза, 2012. – 56 с.

9. Реньш М.А. Психологический тренинг: учебно-методическое пособие / М. А. Реньш, Е. Г. Лопес. Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2016. 235 с.

10. Сульчинская Э.Э. Личностно-профессиональные детерминанты ценностно-мотивационного конфликта преподавателей высшей школы: дис. ... канд. псих.наук. – М.,2018. – 186с.

УДК 314.88

Холина П.В. Эпштейн М.М. Фролова А.В.

ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА МОЛОДЕЖИ В АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

По прогнозам Правительства РФ, в течение ближайших 15 лет в Арктике будет создано около 200 тысяч новых рабочих мест в связи с реализацией крупномасштабных инвестиционных проектов. В рамках развития Арктической зоны Российской Федерации делается ставка на человеческий капитал, его воспроизводство и сохранение, что осложняется системным демографическим кризисом и миграционным оттоком населения региона. В связи с этим особую актуальность составляют вопросы качества трудового потенциала регионов Арктической зоны России.

Ключевые слова: Арктическая зона РФ, молодежь, трудовой потенциал

FORMATION OF SOCIAL AND LABOR POTENTIAL OF YOUTH IN THE ARCTIC ZONE OF THE RUSSIAN FEDERATION

According to the forecasts of the Government of the Russian Federation, about 200 thousand new jobs will be created in the Arctic over the next 15 years in connection with the implementation of large-scale investment projects. As part of the development of the Arctic zone of the Russian Federation, a bet is placed on human capital, its reproduction and preservation, which is complicated by the systemic demographic crisis and migration outflow of the region's population. In this regard, the issues of the quality of the labor potential of the regions of the Arctic zone of Russia are of particular relevance.

Keywords: Arctic zone of the Russian Federation, youth, labor potential

Проблематика социально-трудового потенциала молодежи анализируется на стыке различных наук: экономики, политологии, социологии и рассматривается с точек зрения управления, институциональных особенностей, факторов среды и так далее.

Основы изучения социально-трудового потенциала заложены классиками социологической мысли: М. Вебером, Г. Зиммелем, Э. Дюргеймом, Т. Парсонсом. В указанных трудах обращается внимание на «человека социального» как агента социальных отношений и носителя социальных ролей и статусов, в том числе и его реализация в труде.

Социологические исследования касаются важных вопросов идентичности и миграционных установок молодежи и свидетельствуют о том, что её миграционные настроения формируются под воздействием социокультурных и экономических факторов. В прошлом, развитие Арктической зоны РФ, было вполне благополучным, что было связано, прежде всего, с эффективной системой привлечения молодых квалифицированных кадров (в частности, с функционированием районной системы оплаты труда, расширенными

гарантиями в сфере жилища, образования, медицины), которая в настоящее время претерпела существенные негативные изменения. Молодежь не удовлетворена современными социальными условиями жизнедеятельности, что обуславливает неблагоприятный прогноз в отношении социально-экономического развития арктических территорий - отсутствии перспектив развития и нивелировании исторического значения арктических городов и поселков. Сегодня векторы самореализации молодежи вступают в противоречие с объективно существующими возможностями регионов и местных сообществ Арктической зоны. Так, низкая привлекательность жизни в монопрофильных арктических поселениях и неуверенность в потенциальном трудоустройстве на местных предприятиях продуцируют преобладание в возрастной структуре миграционного оттока населения именно молодёжи.

Арктическая зона (далее АЗ) – зона стратегических интересов РФ, одним из которых является рациональное использование ресурсной базы в целях ускоренного экономического роста страны [3]. Угроза, формирующая риски для реализации такого интереса – это сокращение численности населения, основы трудового потенциала российской Арктики. Статистика по числу трудоспособного населения в разные годы, представлена в таблице 1.

Таблица 1.

Численность населения трудоспособного возраста и коэффициент естественного прироста по регионам российской Арктики

Регион	Численность населения трудоспособного возраста, тыс.чел.					Коэффициент естественного прироста, %				
	2000	2005	2010	2015	2020	2000	2005	2010	2015	2020
						0	5	0	5	0
Ненецкий АО	28,5	27,6	26,4	25,8	24,8	0,3	2,3	4,7	8,4	3,4

Мурманская область	669,9	600,5	518,5	461,8	434,6	-2,9	-3,6	-0,2	0,3	-4,7
Ямало-Ненецкий АО	354,5	375,3	368,0	353,5	347,9	-29	-36	-02	03	-47
Чукотский АО	52,4	37,2	34,2	32,0	30,7	1,6	3,9	0,9	4,1	0,4

За последние 20 лет численность трудоспособного населения регионов АЗ РФ сократилась на 267,3 тыс.чел. С 2005 года наблюдается снижение значений общих коэффициентов рождаемости в среднем по рассматриваемым регионам уровень рождаемости в 2005-2020 гг. снизился на 23,6 %. В 2015-2020 гг. значительно снизился уровень естественного прироста населения (в Ненецком АО - в 2,5 раза, в Чукотском АО - в 10 раз) [4].

Мурманская область вышла на естественную убыль населения. В Ненецком АО уровень смертности населения в трудоспособном возрасте увеличился с 590 до 629,2 умерших на 100 тыс, чел. соответствующего возраста, в Мурманской области - с 635,4 до 664,1. Коррективы в качественные характеристики трудового потенциала российской Арктики внесла и пандемия COVID-19, что подтверждают данные, представленные на рисунке 1.

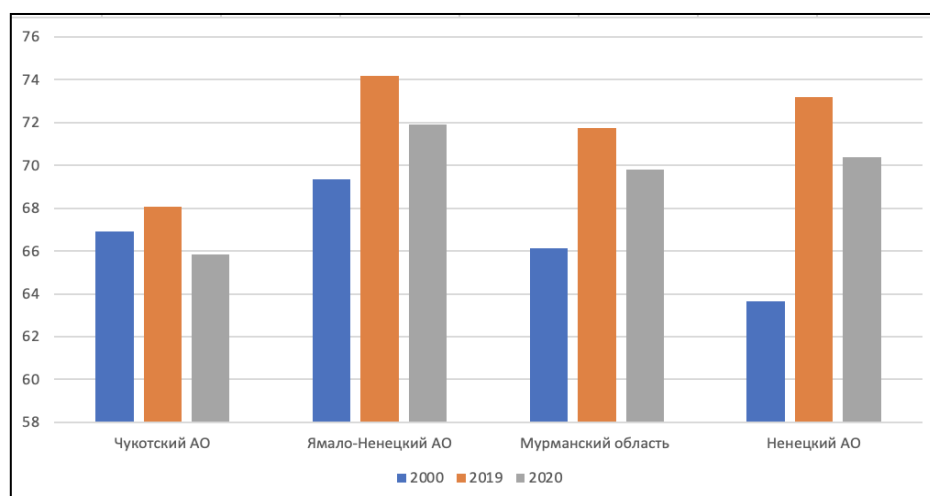


Рис.1. Продолжительность жизни в регионах Арктической зоны РФ
2020 году ожидаемая продолжительность жизни населения Ненецкого АО

составила 70,4 (в 2019 г. - 73,19), Мурманской области - 69,81 (в 2019 г. - 71,75), Ямало-Ненецкого АО - 71,91 (в 2019 г. - 74,18), Чукотского АО - 65,82 года (в 2019 г. - 68,09 года).

Наряду с проблемами со сложностями в трудоустройстве, которые описывались выше, в списке причин эмиграции молодежи из регионов Арктической зоны - низкое качество жизни, связанное с ограниченными возможностями удовлетворения базовых потребностей человека в питании, безопасности, продолжении рода, а также в реализации потребностей в социокультурной жизни.

Значительное влияние на формирование качественных характеристик молодежи оказывает материальное благосостояние. Как показывают выборочные исследования Росстата бюджетов домохозяйств, в Чукотском АО 56% домохозяйств относят себя к категории малоимущих, в Ненецком АО - 53,2%, в Мурманской области - 43,1%, в Ямало-Ненецком АО - 17,1%. В структуре малоимущих домохозяйств Ненецкого АО 96% имеют детей в возрасте до 18 лет, Чукотского АО - 94,2%, Ямало-Ненецкого АО - 92,3%, Мурманской области - 60,4%. На рисунке 2 графически представлен уровень бедности населения рассматриваемых регионов в сравнении с более развитыми регионами и городами [4].

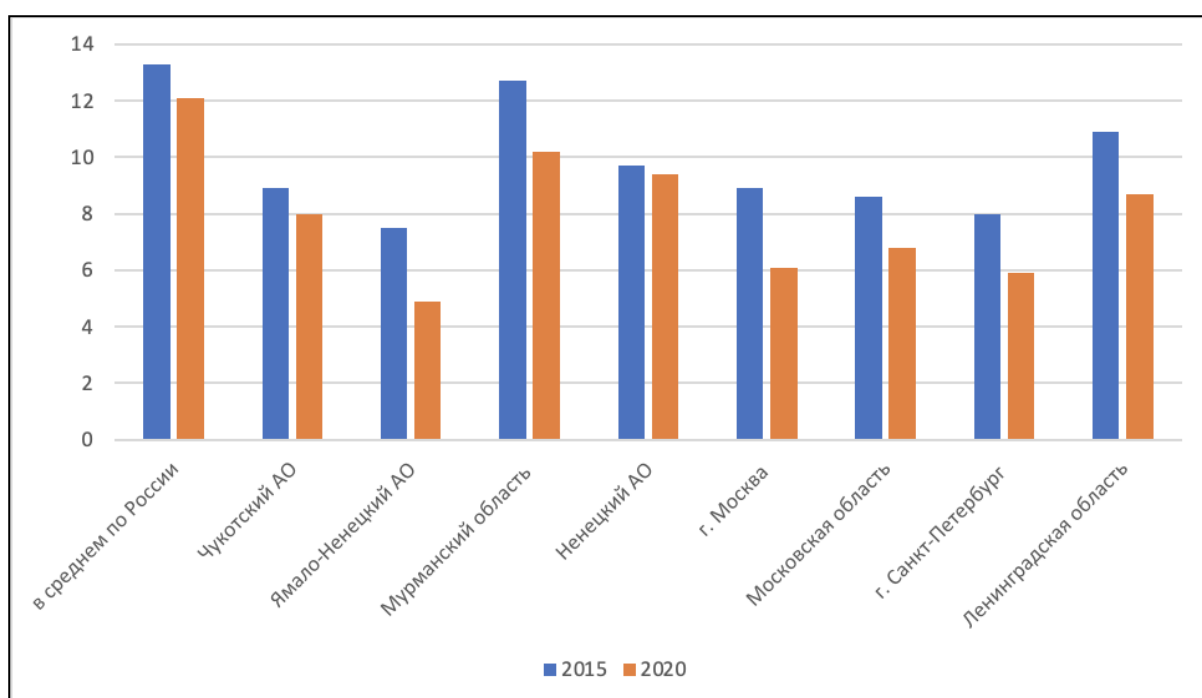


Рис. 2 Сравнительный анализ бедности регионов Арктической зоны РФ

Малообеспеченность в регионах Арктики проявляется более тяжело, чем в регионах с комфортными природно-климатическими условиями: ограниченность денежных доходов продуцирует финансовую стесненность по оплате жилищно-коммунальных услуг (в регионах Арктической зоны РФ сложились высокие, в силу продолжительности отопительного сезона и периода освещения в полярную ночь расходы в сфере ЖКХ), приобретению лекарственных препаратов. Так, в 2020 г. 9,5% домохозяйств испытывали финансовые трудности по возмещению платежей за жилищно-коммунальные услуги, 4,6% - на приобретение назначенных врачом для неотложного лечения лекарственных препаратов. В целом покупательная способность доходов населения в большей части арктических поселений не достигает среднероссийского уровня и не обеспечивает социально приемлемый уровень жизни населения, проживающего в суровых климатических условиях [1].

Регион	15-19 лет	20-29 лет	30-39 лет	40-49 лет	50-59 лет	60-69 лет
Структура безработных граждан в возрасте 15-72 лет по возрастным группам, 2015г.						
Ненецкий АО	7,2	42,0	23,7	17,4	8,7	1,0
Мурманская область	9,9	30,6	19,0	17,1	18,7	4,8
Ямало-Ненецкий АО	2,4	46,5	22,6	15,9	11,8	0,9
Чукотский АО	2,8	32,9	21,9	19,1	21,5	1,7

Структура безработных граждан в возрасте 15-72 лет по возрастным группам, 2019г.						
Ненецкий АО	2,2	28,3	29,1	21,7	14,3	3,9
Мурманская область	3,5	32,8	23,4	18,3	15,0	0,7
Ямало-Ненецкий АО	2,3	52,2	24,6	5,9	15,0	0,0
Чукотский АО	1,3	49,0	32,2	12,7	4,8	0,0
Структура безработных граждан в возрасте 15-72 лет по возрастным группам, 2020г.						
Ненецкий АО	4,1	26,8	31,9	16,9	17,4	2,8
Мурманская область	4,4	30,6	19,8	16,5	17,6	10,2
Ямало-Ненецкий АО	4,2	41,4	34,7	8,4	10,1	1,2
Чукотский АО	1,2	52,0	42,3	2,4	2,1	0,0

Анализ структуры занятого населения по возрастным группам показывает, что в 2015-2020 гг. в среднем по рассматриваемым регионам уровень занятости снизился в возрастной группе 20-29 лет (с 20,9% до 14,6%) на фоне увеличения занятости в возрастных группах 30-39 лет (с 29,1% до 31,6%), 40-49 лет (с 25,5% до 28,5%) и 60-72 года (с 3,9% до 5,2%). В структуре занятого населения Ненецкого АО доля населения в возрасте 20-29 лет снизилась на 31%, Мурманской области - на 30% [4].

В структуре безработных граждан по рассматриваемым регионам (таблица 2) снизилась доля безработных в возрастных группах 15-19 лет и 20-29 лет на фоне значительного увеличения в 2,2 раза в возрастной группе 60-72 года. В Ненецком АО в структуре безработных граждан в 2015-2020 гг. доля населения в возрасте 20-29 лет сократилась на 36%, 15-19 лет на 43%. Напротив, в Чукотском АО доля населения в возрасте 20-29 лет в структуре безработных граждан выросла в 1,5 раза на фоне роста в 10,2 раза доли безработных в возрасте 50-59 лет [5].

Таблица 2.

Структура безработных граждан в регионах АЗ РФ, %

Средний возраст безработных в регионах российской Арктики в 2015-2020 гг. увеличился с 35 лет до 37 лет. В Ненецком АО средний возраст безработных граждан в 2020 г. составил 37,1 года (в 2015 г. - 32,5 года), в Мурманской области - 38,7 (36,3); в Ямало-Ненецком АО средний возраст безработных граждан снизился с 33,4 года до 31,7 года, в Чукотском АО - с 37,2 до 28,9.

Как отмечалось ранее, негативное влияние на рынки труда регионов российской Арктики оказала пандемия COVID-19: в 2020 г. уровень общей безработицы в Мурманской области увеличился, по сравнению с 2019 г., на 42,6%, в Ненецком АО - на 11,4%, в Чукотском АО - на 15,8%, в Ямало-Ненецком АО - на 26,3%. Обострились проблемы молодежной безработицы. Например, в Ямало-Ненецком АО численность официально зарегистрированных безработных возрастной группы 16-29 лет увеличилась в 4 раза, из них 25% имели высшее профессиональное образование, 29% - среднее профессиональное, 19% - среднее общее, 16% - основное общее. В структуре зарегистрированных безработных 0,7% - это граждане в возрасте 16-17 лет, 2,3% - 18-19 лет, 11,4% - 20-24 года, 11,8% - 25-29 лет. Согласно данным, доля выпускников образовательных организаций в общем числе безработных в 2020 г. составила 4,6% (в г. Муравленко - 8%, в Тазовском районе - 7,5%, в Приуральском районе - 0,9%), из них 29,3% - выпускники образовательных организаций

высшего образования, 56,1% - профессиональных образовательных организаций, 14,6% - общеобразовательных организаций [2].

Анализ социально-экономического положения молодежи регионов Арктической зоны РФ показывает, что негативное влияние на качественные характеристики трудового потенциала АЗ оказывает «проблемное настоящее». Такого рода проблемы формируют бесперспективное будущее регионов и местных сообществ российской Арктики, негативным образом отражаясь на миграционных настроениях и жизненных стратегиях молодежи. Необходимо также заострить внимание и на том факте, что основные препятствия качественного анализа социально-экономического положения молодежи регионов АЗ, ограничивающие возможности разработки эффективных направлений соответствующих мер государственной политики в отношении данной категории населения, составляют узость набора статистических показателей, характеризующих социально-экономическое положение молодежи, и закрытость региональных органов исполнительной власти и органов местного самоуправления в части предоставления информации об отдельных аспектах социально-экономического развития регионов и муниципалитетов, и территориальных департаментов занятости в части предоставления информации о положении молодежи на рынках труда.

Литература

1. Корпорация развития Дальнего Востока и Арктики: [сайт]. URL: [about-azrf](#) (дата обращения: 08.11.2022)
2. Регионы России. Социально-экономические показатели: [сайт]. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13204> (дата обращения: 09.11.2022)
3. Совет федерации “Постановление О реализации стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации”: [сайт]. URL: <http://council.gov.ru/activity/documents/130634/> (дата обращения: 08.11.2022)
4. Федеральная служба государственной статистики: [сайт]. URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 09.11.2022)

5. Форум “Арктика. Сделано в России”: [сайт]. URL: [1343-forum-arktika-sdelano-v-rossii](https://1343-forum-arktika-sdelano-v-rossii.ru/) (дата обращения: 08.11.2022)

УДК 338.46

А. И. Егоренкова, Д. А. Мельникова, А. В. Фролова

ОЦЕНКА УРОВНЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ СФЕРЫ УСЛУГ

Рост цифровизации и развитие процессов цифровой трансформации кардинально меняют сферу услуг России. Благодаря этому формируется новый рынок, использующий информационные технологии практически на каждом этапе цикла создания услуг. Повышение безопасности, доступности и функциональности являются ключевыми аспектами процесса цифровизации. Они создают связь между традиционными услугами и новыми «цифровыми». Основной целью исследования является анализ тенденций развития и степени влияния цифровизации на отечественную сферу услуг. Также в статье определяется причина активной цифровизации сферы услуг в последние несколько лет. Выделяются достоинства и недостатки цифровизации в сфере услуг, а также ее сильные и слабые стороны для потребителя и производителя.

Ключевые слова: цифровизация, сфера услуг, цифровые технологии, тенденции цифровизации, проблемы цифровизации, интернет.

A. I. Egorenkova, D.A. Melnikova, A.V. Frolova

ASSESSMENT OF THE LEVEL OF DIGITALIZATION OF THE RUSSIAN SERVICE SECTOR

The growth of digitalization and the development of digital transformation processes are radically changing the Russian service sector. Thanks to this, a new market is being formed that uses information technology at almost every stage of the service creation cycle. Improving security, accessibility and functionality are key aspects of the digitalization process. They create a link between traditional services and new "digital" ones. The main purpose of the study is to analyze the development trends and the degree of influence of digitalization on the domestic service sector. The article

also identifies the reason for the active digitalization of the service sector in the last few years. The advantages and disadvantages of digitalization in the service sector are highlighted, as well as its strengths and weaknesses for the consumer and manufacturer.

Keywords: digitalization, service sector, digital technologies, digitalization trends, digitalization problems, Internet.

На сегодняшний день цифровизация значительно способствует ускорению инноваций в различных отраслях сферы услуг. Предприятия внедряют цифровизацию для поддержки гибких изменений в операционных процессах и информационных системах. Развитие цифровых технологий в России на данный момент достигло достаточно высоких показателей. Компания «Surfshark» провела исследование качества цифрового благополучия в 117 странах (92% населения мира), в котором каждая страна индексируется по пяти основным направлениям: доступность интернета, качество интернета, электронная инфраструктура, электронная безопасность, электронное правительство. По результатам данного рейтинга 2022 года Россия заняла 42 место, а по направлению «доступность интернета» – 6 место [2].

В настоящее время цифровизация меняет характер производства и предоставления услуг. Цифровые технологии дают компаниям больше возможностей в реализации своего потенциала: внедрение новых технологий и платформ, использование новых форматов для предоставления услуг, развитие новых способов взаимодействия с клиентами, партнерами, сотрудниками, появление возможностей создания цифровых экосистем внутри одной компании. Развитие сферы услуг определяется сочетанием следующих ключевых тенденций:

1. цифровая трансформация экономики и образа жизни населения страны;
2. социально-экономические процессы глобализации и устойчивого развития;
3. тенденции сервисизации и появление гибридных продуктов;
4. развитие экономики совместного потребления и экономики

сотрудничества.

Среди сфер услуг, использующих цифровые технологии можно выделить:

- Государственные услуги

В 2009 году в России был запущен электронный портал «Госуслуги». Портал активно развивался и со временем начал приобретать не только информативный характер, но и интерактивный — услуги не ограничивались только предоставлением информации, появилась возможность подавать различные электронные документы и заявления, например, уже с 2010 года стала доступна подача налоговой декларации через «Госуслуги». На сегодняшний день список услуг, предоставляемых электронным порталом, продолжает расти, как и число его пользователей. Сейчас подтвержденных учетных записей уже более 100 миллионов [3].

- Финансовая сфера услуг

Цифровизация финансовой сферы имеет особое значение для развития экономики как нашей страны, так и мировой в целом. Исследование, выпущенное в августе 2022 года аналитиками «BusinesStat» [4], показало, что по итогам 2021 года объем российского рынка финансовых технологий достиг 67,1 млрд рублей, увеличившись более чем в два раза за последние 5 лет.

- Услуги в сфере образования

Официально дистанционное образование в России возникло 30 мая 1997 года, когда вышел приказ № 1050 Минобразования России, который позволял проводить эксперименты в сфере онлайн образования. В настоящее время подобный формат набирает все большую популярность, это объясняется быстрым развитием и необходимостью непрерывного обучения. Несмотря на то, что начало цифровизации в этой сфере было положено более 20 лет назад, огромным стимулом к ее развитию стала пандемия инфекции COVID-19: многие учреждения, работавшие в офлайн-формате, были вынуждены перейти в онлайн. Это стало толчком к прогрессивному развитию электронного обучения, так, по итогам 2021 года объем рынка онлайн-образования России достиг 73 млрд руб., что составило 1,1% от объема всего рынка образовательных услуг России,

равного в 2021 году, по данным открытых источников, порядка 5 трлн рублей [5].

- Транспортные услуги

В 2021 году Распоряжением № 3363-р Правительства Российской Федерации была утверждена долгосрочная стратегия развития транспортной отрасли до 2030 года с прогнозом на период до 2035 года, предполагающая активное внедрение цифровых технологий в транспортную отрасль. Одной из ключевых целей развития является повышение уровня технологического развития автотранспортного предприятия путем активного внедрения цифровых сервисов, например, безналичной оплаты с применением биометрических технологий.

Также активно обсуждается внедрение модели «мобильность как услуга» (Mobility-as-a-Service / MaaS), суть которой заключается в предложении наилучшего варианта маршрута. Ее повсеместное применение значительно повысит эффективность и экономичность транспортных перемещений пассажиров.

Еще одним ведущим направлением в области повышения уровня цифровизации транспортной отрасли является создание цифровых решений для взаимодействия с клиентами и их информационного обеспечения, а именно: предоставления доступа к сети Wi-Fi в общественном транспорте, создание сайтов и приложений с целью информирования пользователей, например, приложения для аренды автомобилей – каршеринг, заказ такси, а также оплата парковочных мест через приложение.

- Услуги в сфере культуры и развлечений

Согласно совместному исследованию Microsoft и TAdviser [6], более 85% опрошенных руководителей музеев признают необходимость цифровой трансформации деятельности своих учреждений. Главным направлением является создание цифровых возможностей для посетителей выставок, музеев, арт-пространств. Внедрение цифровых технологий позволяет музеям и галереям проводить мультимедийные выставки с добавлением интерактивных зон, музыки и зон смешанной реальности. Также стали развиваться онлайн-выставки –

воссоздание виртуальных 3D-моделей выставочных залов с возможностью перемещения по ним и взаимодействия с выставочными объектами.

- Электронная торговля

При помощи интернет-торговли реализуются как услуги, так и физические и цифровые товары. Электронная торговля охватывает множество сегментов рынка, основными являются b2c (business to consumer, «бизнес для потребителя»), включающие в себя интернет-магазины, продающие товары или услуги потребителям напрямую в розницу, и b2b (business to business, «бизнес для бизнеса»), включающая в себя как оптовую торговлю с целью дальнейшей реализации товаров в розницу, так и товары и услуги, предназначенные для корпоративных нужд: например, кассовое оборудование, облачные хранилища и сервисы и т. д.

С каждым годом оборот интернет-торговли в России растет. За 2022 год с января по сентябрь этот показатель вырос практически в 1,5 раза, что составило 3,5 трлн рублей [7]. Крупнейшими маркет-плейсами в России являются компании «Ozon» и «Wildberries», из 900 млн онлайн-заказов 86% сделаны на этих двух площадках [8].

- Услуги в туристической сфере

Главным сегментом рынка является b2c, основное направление деятельности которого связано с онлайн-бронированием, а также поиском онлайн-сервисов, предоставляющих услуги турагентов. Сегодня особую популярность у пользователей набирают сервисы для покупки билетов, использующие искусственный интеллект для анализа и подбора дат, в которые цены будут наиболее низкими. Примером такого сервиса может служить приложение «Aviasales», в интерфейсе которого заложена возможность сравнения графика цен и наличия билетов на определенные даты.

Меньшую долю рынка сферы туризма в последнее время занимает сегмент b2b. Развивается область создания приложений, помогающих компаниям организовывать командировки своих сотрудников, в приложениях есть возможность получить бухгалтерские документы для оформления

командировки, сформировать авансовый отчет, рассчитать суточные и загрузить все чеки и квитанции, относящиеся к поездке. Например, подобные услуги предоставляет цифровая платформа «Ракета» для организации командировок.

- Услуги в сфере ресторанного бизнеса

По результатам аналитики «BusinessStat» [4], расходы россиян на доставку продуктов и еды в 2020 году увеличились на 225% по сравнению с 2019 годом. Несмотря на то, что условия ограничений, связанных с COVID-19, были изменены, в 2021 году спрос в данной сфере не только не снизился, но показал рекордный рост, объем рынка достиг 613 млрд рублей. Согласно оценке экспертов «Data Insight» [9], в 2021 году российский рынок доставки продуктов питания увеличился на 159% по сравнению с 2020 годом.

- Услуги жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ)

В последние несколько лет активно проводится цифровизация отрасли ЖКХ. В электронную среду переводятся начисление и прием платежей, работа диспетчерских служб, паспортизация объектов жилого фонда, документооборот, учет потребления ресурсов, а также расчет ресурсов на капремонт и многое другое.

Исходя из проанализированных данных, можно сказать, что цифровизация сферы услуг оказывает огромное влияние как на потребителя, так и на производителя. Во-первых, появляется возможность получить доступ к той или иной услуге независимо от времени заказа, а также местоположения потребителя, что в свою очередь сильно расширяет географию продаж для производителя, вместе с тем помогая потребителю не сталкиваться с ограниченным ассортиментом или же дефицитом. Также производитель за счет анализа больших данных может на основе собранной информации о потребителе установить с ним индивидуальный контакт для последующего обслуживания и взаимодействия, например, формирования предложения на основе отправленных потребителем запросов и добавления комплементарных продуктов, или предоставления персональных бонусных программ.

Также стоит отметить, что в половине рассмотренных сфер услуг активная

фаза цифровизации началась в момент кризисной ситуации, а именно пандемии COVID-19. Кроме того, цифровизация в сфере услуг положительно влияет на снижение социального неравенства в обществе, за счет предоставления равных возможностей в получении услуг разными слоями населения.

Литература

1. Распоряжение Правительства Москвы «О Концепции обеспечения жителей города Москвы телекоммуникационными услугами для получения социально значимой информации путем создания условий равного доступа к кабельному телевидению и Интернетресурсам» от 11.10.2010 № 2215-ПП. [Электронный ресурс] URL:

<https://www.mos.ru/authority/documents/doc/28884220/> (дата обращения 18.11.2022).

2. Индекс цифрового качества жизни 2022 года. [Электронный ресурс] URL: <https://surfshark.com/dql2022?country> (дата обращения 18.11.2022).

3. Статья: Единый Портал Государственных Услуг. [Электронный ресурс] URL: <https://www.tadviser.ru> (дата обращения 18.11.2022).

4. Статья: Финансовые технологии (финтех) в России. [Электронный ресурс] URL: <https://www.tadviser.ru> (дата обращения 18.11.2022).

5. Рейтинг крупнейших компаний на рынке онлайн образования. [Электронный ресурс] URL: <https://edtechs.ru/o-rejtinge> (дата обращения 18.11.2022).

6. Более 85% музеев признают необходимость цифровой трансформации. [Электронный ресурс] URL: <https://news.microsoft.com/ru-ru/museum-digital-transformation/> (дата обращения 18.11.2022).

7. Интернет-торговля (рынок России). [Электронный ресурс] URL: <https://www.tadviser.ru> (дата обращения 18.11.2022).

8. Битва маркетплейсов. Ozon и Wildberries стремятся стать лидерами рынка. [Электронный ресурс] URL: <https://newprospect.ru> (дата обращения 18.11.2022).

9. Материалы с сайта аналитической компания «Data Insight»

[Электронный ресурс] URL: <https://datainsight.ru> (дата обращения 18.11.2022).

УДК 338

Королева Е. М., Шалдина Г. Е.

ОСОБЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ БИЗНЕСА В ПЕРИОД 2020–2022 ГОДОВ.

В статье рассматривается природа мировых кризисов. Приведены примеры государственных мер борьбы с последствиями мировых кризисов, как экономических, так и вызванных иными обстоятельствами. Проанализирована практика поддержки IT-компаний в форме субсидий. Сделаны выводы о ныне сложившейся кризисной ситуации.

Ключевые слова: кризис, государственное регулирование, меры поддержки бизнеса, IT-компания, деструктивная политика, субсидии, неэкономические факторы.

Koroleva E.M., Shaldina G.E.

FEATURES OF STATE SUPPORT FOR BUSINESS IN THE PERIOD 2020-2022

The article examines the nature of the world crises. Examples of state measures to combat the consequences of global crises, both economic and caused by other circumstances, are given. The practice of supporting IT companies in the form of subsidies is analyzed. Conclusions are drawn about the current crisis situation.

Keywords: crisis, government regulation, business support measures, IT company, destructive policy, subsidies, non-economic factors.

Человечество не впервые сталкивается с кризисом, охватывающим все страны мира. Действительно, мировые кризисы случались и в 20 веке, и в 21 веке. Возникая по разным причинам, они сменяют друг друга, зачастую сохраняя прежние неразрешенные проблемы. И в настоящее время мировой экономический кризис является, безусловно, наиболее актуальной проблемой,

обсуждаемой на всех уровнях. Например, политики пытаются провести страны через экономические потрясения, распределяя накопленные государствами ресурсы. В свою очередь, экономисты ищут новые антикризисные решения, бизнес стремится сохранить активы и минимизировать потери, а граждане, независимо от страны проживания, испытывают обоснованную тревогу за свое социальное положение и благосостояние.

В теории антикризисного управления предлагаются различные классификации видов кризисов: экономические, политические, социальные, экологические, психологические и прочие. Классификационным признаком может быть причина кризиса и, в соответствии с этим критерием, выделяют кризисы, вызванные экономическими причинами, проявившие наличие острых противоречий, накопившихся в экономике страны.

Рассмотрим кризис 2008 года, как пример кризиса, вызванного экономическими причинами, в данном случае, возникшего из-за образовавшегося «пузыря долговых обязательств». Уникальность и глубина кризиса 2008 года состоит в том, что произошло совмещение циклического, структурного, кредитного, фондового и банковского кризисов, каждый из которых имел драйвер экономического торможения. Сложившаяся таким образом ситуация усугубилась кризисом доверия, как со стороны коммерческих агентов, так и со стороны широких слоев населения. Поэтому, как мировому сообществу в целом, так и отдельным странам понадобилось значительное время, чтобы преодолеть возникший кризис доверия коммерческих организаций и широких слоев населения к традиционным финансовым институтам.

Очевидно, что надежды на способность рыночной экономики функционировать на глобальном уровне в саморегулируемом режиме не оправдываются. Государство все более берет на себя функции регулятора экономических отношений, прежде всего в финансово-кредитной сфере, но одновременно пытается сохранить за предприятиями определенную самостоятельность. На своем уровне организации должны самостоятельно реализовывать комплекс мер, направленных на улучшение своего финансового

положения.

Сложившаяся в настоящее время ситуация значительно отличается по характеру от прошлых мировых кризисов. Главное отличие кризисов 2020–2022 годов от предыдущих заключается в их неэкономической природе, то есть в 2020 году кризис был вызван общемировыми последствиями COVID-19, а в 2022 вызван обострением политической обстановки. Поэтому было бы ошибочно проводить параллели между кризисами 2020–2022 годов и кризисами периода Великой депрессии. Имея общие черты мирового кризиса, отличительной особенностью современного этапа развития кризисной ситуации является объединение ряда стран против одной страны в целях преодоления своих проблем. Можно предположить, что современный кризис окажет серьезное влияние на экономико-политический миропорядок. Политические последствия кризиса во многом будут определяться оперативностью государственного вмешательства в функционирование экономических институтов, комплексностью и непротиворечивостью этого вмешательства, будут обусловлены принятием главенствующей роли государства. Дискуссионным остается вопрос об инструментах и последствиях участия государства в бизнесе.

Например, Банк России во взаимодействии с Правительством Российской Федерации реализует антикризисные меры на финансовом рынке и участвует в разработке и реализации мер по поддержке граждан и других субъектов экономики. ЦБ пытается регулировать финансовый рынок располагаемыми в его юрисдикции компетенциями, например, льготным кредитованием, операциями по поддержке профессиональных участников фондового рынка. Вводит для страховых компаний надзорные послабления. Также ЦБ запретил выход на российский рынок компаниям из недружественных стран, что благоприятствовало отечественным компаниям. Конкретный «набор» применяемых регулятором мер в данное время зависит от характера и особенностей кризиса, его масштабов и глубины. На фоне мягкой денежно-кредитной политики 2020 года произошла постепенная подстройка номинальных кредитных и депозитных ставок. К началу 2021 года они стабилизировались на

исторически низком уровне. При этом с учетом повышения инфляции и инфляционных ожиданий ценовые условия кредитования становились мягче. Отдельные банки смягчали также и неценовые условия кредитования. Расширялся кредит экономике. Существенное влияние на динамику кредитования также оказывали льготные программы Правительства Российской Федерации и регуляторные послабления со стороны Банка России для кредитных организаций [1].

Другим примером мер поддержки во время кризиса со стороны государства являются всевозможные субсидии фирмам, несущим убытки, чтобы сохранить необходимый уровень производства и рабочие места. В 2022 году приоритетными компаниями, получающими субсидирование, являются технологические, в особенности IT-компании.

Модель, ориентированная на участие государства в антикризисных мероприятиях в форме предоставления субсидий, применялась и ранее 2020 года, но применима ли она ко всем кризисным ситуациям и эффективна ли с учетом особенностей 2022 года?

Если речь идет о различных методах финансовой поддержки всех отраслей, то такая политика вряд ли увенчается успехом, бюджетных средств может не хватить. Такую политику называют деструктивной. Субсидирование, как инструмент реализации деструктивной политики, дает возможность государству поддерживать и развивать те направления экономики (отрасли), которые, по мнению государства, наиболее эффективны (перспективны) в данное время.

Деструктивной антикризисной политики придерживались высокоразвитые капиталистические страны, включая США, страны ЕС, Японию и Китай. Это подтвердил и саммит (2008 г.) стран «Большой двадцатки», на котором их главы согласовали пакет совместных антикризисных действий, предусматривающий беспрецедентное вмешательство государства в регулирование рыночных процессов – от рекапитализации и поддержки государством ликвидности банков до его вхождения в их уставные капиталы. Следует заметить, что сейчас Россия использует похожую политику разрешения кризиса. Стремление оказать помощь

максимально возможному широкому кругу предприятий, можно объяснить опасением обострения социальных проблем.

При этом намечается тенденция к осознанию важности обоснованного определения приоритетности, масштабности и направленности субсидирования для реализации поставленных целей. Вот пример главных направлений государственной поддержки IT-компаний в 2022 году:

1. Гранты на IT-разработки: если компания выиграет грант на создание и внедрение ПО, она будет вкладывать уже не 50, а 20% личных средств, необходимых для реализации своего проекта. Остальные 80% софинансирует государство. Увеличили и максимальный размер грантов. Для «Российского фонда развития информационных технологий» сумма выросла с 300 до 500 млн рублей. На особо важные проекты могут выделить до 6 млрд рублей. Для фонда «Сколково» размер гранта изменили с 120 до 300 млн рублей. Для «Фонда содействия инновациям» – с 1,2 млрд до 2 млрд рублей, он сможет поддержать более 100 стартапов. Чтобы гранты можно было получить быстрее, упростили процесс подачи заявок: сократили количество нужных документов. Субсидии для проектов будут формировать каждые 3 месяца, а не раз в год, как это было ранее. Всего на поддержку грантовых фондов выделили 14 млрд рублей.

2. Льготные кредиты: кредиты со ставкой 3% будут выдавать аккредитованным компаниям, которые имеют право на получение налоговых льгот. Остальным организациям доступна ставка до 5% годовых. Цель поддержки — создание, установка или покупка отечественных продуктов, сервисов и платформ в IT-сфере. Срок получения – до 2025 года. Компаниям предоставят от 5 млн до 5 млрд рублей на проекты и от 500 млн до 10 млрд рублей на программы.

3. Отмена налога на прибыль: Минцифры снижает налог на прибыль до 0% с 2022 по 2024 год. Мера относится к организациям, которые до выхода указа платили 3% от дохода. Компании смогут направить дополнительные средства на развитие своих продуктов и повышение зарплаты специалистам [2]

При столь высоком внимании государства, которое сосредоточено на

приоритетном направлении (ИТ) проявляется отсутствие комплексного подхода в реализации антикризисных мер, например, отсутствие надежного реестра ИТ-предприятий, отсутствие отработанной процедуры получения государственной аккредитации ИТ-компаний. Публикуемые рекомендации, как обычной компании воспользоваться льготами для ИТ-компаний говорят о проблемах с идентификацией объектов льгот.

По нашему мнению, осуществляя поддержку слишком широкого спектра предприятий, в том числе старых производств, государство может не использовать возможность для инновационного развития, которую открывает кризис. Деньги во время кризиса нужно вкладывать в то, что порождает новые ценности.

Актуальным остается вопрос сравнения кризисов 2020 и 2022 годов для понимания способов их преодоления. Можно ли использовать опыт 2020 года для ситуации 2022 года? Для полного понимания следует разобраться в схожих и отличающихся характеристиках взятых для рассмотрения кризисов, или же следует говорить о двух этапах одного усугубляющегося кризиса.

Наиболее существенной особенностью 2020 года является ситуация, при которой из России не ушли технологии, западные производства, ноу-хау. Не пропали рынки сбыта и поставок. В 2022 они ушли и пропали, что существенно снизило технологические возможности и обороты российского производства.

Большая часть ушедших — ИТ-компании и НКО. На 27 июня 2022 года окончательно ушли из России или остановили свою деятельность 799 компаний. Это 58% из списка мониторинга Йельского университета, который он обновляет с 28 февраля. В нём находится больше 1300 компаний. Больше всего иностранных компаний было в промышленности – 25% от общего количества. Больше всего остановивших бизнес и ушедших из страны компаний в сфере НКО – 92% и ИТ – 76%. Меньше всего ушедших среди компаний в области здравоохранения – 67% из них либо ограничили активность, либо работают, как и раньше [3].

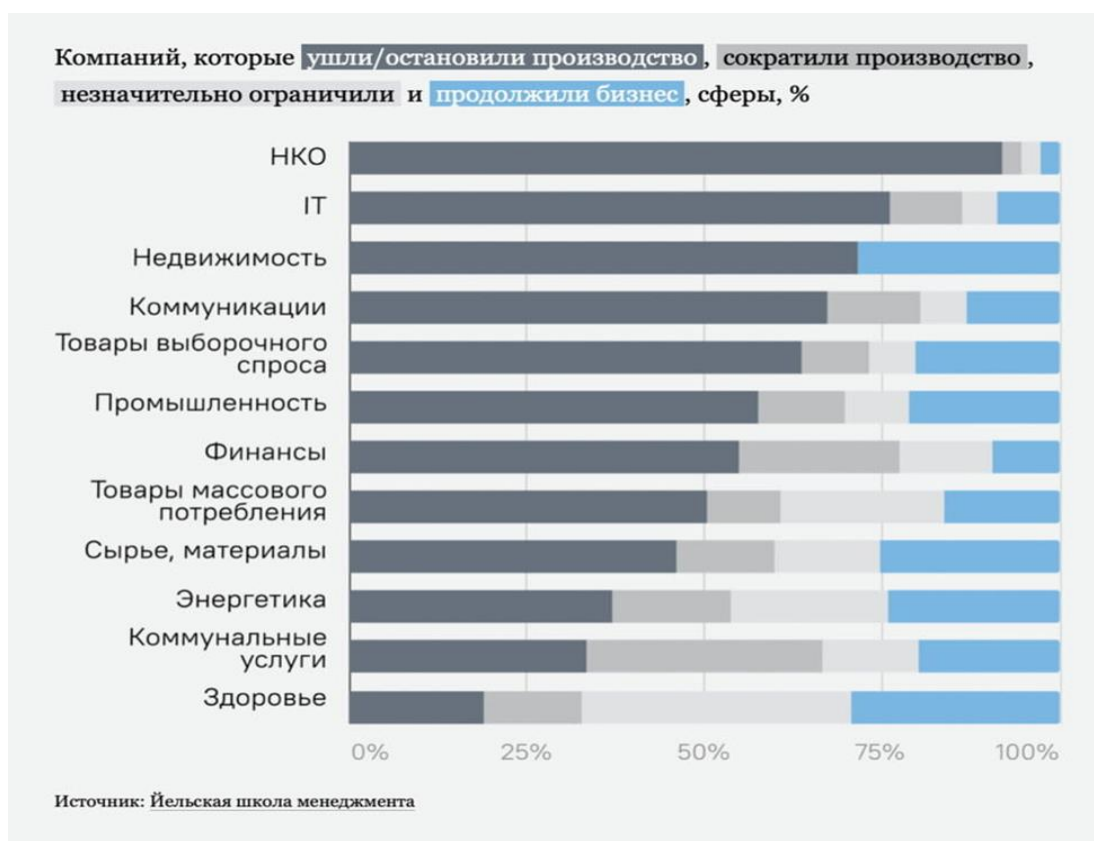


Рис.1 Иностранные компании, ушедшие из России в %.

Различные причины и формы кризиса объясняют различные задачи, которые решались в процессе преодоления кризиса: в 2020 году все сводилось к борьбе с падающим спросом, в 2022 году – восстановление экономического суверенитета страны.

В итоге анализа можно сделать вывод о том, что существенный урон был нанесен и кризисом 2020 года, и кризисом 2022 года. Однако, складывается мнение, что кризис 2020 года просто освободил рынок от слабых игроков и открыл перспективы перед потенциально сильным, перспективным и эффективным бизнесом.

Литература

1. Материалы с сайта «консультант плюс». Режим доступа : https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_400129/612ec4cb0ca109267968883670bd2c71dcad5f6f/?ysclid=lbuvlfo9wc506045931 (19.12.2022).
2. Данные с сайта портала «Profit life». Режим доступа:

[\(https://life.akbars.ru/business/tpost/k0ynu2fxm1-lgoti-dlya-it-kompanii-i-ih-sotrudnikov#:~:text\)](https://life.akbars.ru/business/tpost/k0ynu2fxm1-lgoti-dlya-it-kompanii-i-ih-sotrudnikov#:~:text) (19.12.2022).

3. Данные с сайта интернет-площадки для предпринимателей «VC.RU». Режим доступа: <https://vc.ru/finance/451935-polovina-iz-rabotavshih-v-rossii-inostrannyh-kompaniy-ushli-iz-strany-ostalnye-sokratili-aktivnost-issledovanie?ysclid=lbmqi5fgb9540095669> (19.12.2022).

4. Материалы с сайта портала «be5.biz». Режим просмотра: <https://be5.biz/ekonomika1/r2009/2465.htm?ysclid=lbox1di8kt253437317> (19.12.2022).

5. Материалы с сайта крупнейшей интернет-площадки для предпринимателей «VC.RU». Режим просмотра: <https://vc.ru/finance/451935-polovina-iz-rabotavshih-v-rossii-inostrannyh-kompaniy-ushli-iz-strany-ostalnye-sokratili-aktivnost-issledovanie?ysclid=lbmqi5fgb9540095669> (19.12.2022).

УДК 331.1; 331.2

А. А. Рахманина, Т. Н. Шушунова

ТРАНСФОРМАЦИЯ ESG-ПОВЕСТКИ В СТРАТЕГИЯХ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ

В статье рассматривается ESG-трансформация как вектор устойчивого развития российских компаний и сокращения их негативного воздействия на окружающую среду. Обсуждаются преимущества и недостатки стратегий ESG-трансформации, которые помогают действовать предпринимателям более грамотно. Сделаны выводы о перспективности интеграции внедрения цифровых технологий и ESG-трансформации для перехода к новой повестке, в соответствии с которой прибыльными в будущем будут такие методы производства, которые не меняют экологическую обстановку в худшую сторону и не оказывают отрицательного влияния на человека и окружающую среду.

Ключевые слова: ESG-инвестирование, цифровая трансформация бизнеса, стратегия интеграции ESG и цифровой трансформации, скрининг,

тематическое инвестирование.

A. A. Rakhmanina, T. N. Shushunova

TRANSFORMATION OF THE ESG AGENDA IN THE DEVELOPMENT STRATEGIES OF RUSSIAN COMPANIES

The article considers the ESG transformation as a vector for the sustainable development of Russian companies and the reduction of their negative impact on the environment. The advantages and disadvantages of certain ESG transformation strategies that help entrepreneurs act more intelligently are discussed. Conclusions are drawn about the prospects of integrating the introduction of digital technologies and ESG-transformation for the transition to a new agenda, according to which production methods that do not change the environmental situation for the worse and do not have a negative impact on humans and the environment will be profitable in the future.

Keywords: ESG investment, business digital transformation, ESG and digital transformation integration strategy, screening, thematic investment.

Пандемия COVID–19 ускорила внедрение цифровых технологий на всех этапах цепочки создания стоимости бизнеса. В настоящее время цифровые технологии лежат в основе не только того, как предприятия закупают и создают продукты, но и того, как потребители взаимодействуют с ними и потребляют их. Цифровая инженерия позволяет трансформировать создание, открытие, потребление и устойчивое взаимодействие между продуктами и потребителями. AR/VR/XR-технологии устраняют разрыв между реальным и цифровым эквивалентами, а постоянное взаимодействие создает множество данных, которые используются для улучшения опыта и продуктов и, в большинстве случаев, для создания новых продуктов.

Предприятия создают сетевые структуры, которые сотрудничают друг с другом, чтобы создать новую и большую ценность для потребителей, превосходящую то, что когда-либо было реализовано. Наиболее успешные цифровые платформы способствуют сотрудничеству между людьми и

технологиями, а также культуре непрерывных изменений, которая обеспечивает лучшее взаимодействие с клиентами и сотрудниками и ощутимую финансовую отдачу.

Цифровая трансформация выходит за рамки ключевых показателей предприятий, таких как рост доходов и прибыльность. В основе почти каждой инициативы по преобразованию лежит осознание того, что предприятия могут и должны использовать этот момент, чтобы помочь решить самую важную проблему нашего времени: создать более справедливое и устойчивое будущее. От проблем создания цифрового равенства и устойчивости до сокращения выбросов углерода – все это глобальные вызовы, с которыми сталкивается бизнес в настоящее время. Согласно новой повестке прибыльными в будущем могут оказаться такие методы производства, изобретения, которые не меняют экологическую обстановку в худшую сторону и не оказывают отрицательного воздействия на психическое и физическое состояние человека, поэтому инвесторов в настоящее время всё больше привлекает перспектива вложения средств в компании, придерживающиеся принципов ESG (E – environment, S – social, G – governance). Аббревиатура ESG впервые появилась в 2004 году в разработанном по инициативе Глобального договора ООН докладе «Who Cares Wins. Connecting Financial Markets to a Changing World», представляющим из себя рекомендации участникам финансового рынка для учёта ESG вопросов при инвестиционном анализе, управлении активами и брокерских операциях с ценными бумагами.

Финансовые учреждения должны взять на себя обязательство более систематически учитывать экологические, социальные и управленческие факторы в исследовательских и инвестиционных процессах. Это должно подкрепляться согласием на уровне высшего руководства. Компаниям предлагается взять на себя ведущую роль, внедряя принципы и политику экологического, социального и корпоративного управления, а также предоставлять информацию и отчёты о соответствующих результатах в стандартизированном формате. Инвесторам рекомендуется запрашивать и

поощрять исследования, которые включают в себя экологические, социальные и управленческие аспекты, а также вознаграждать хорошо управляемые компании [1]. По состоянию на сентябрь 2021 года количество организаций, присоединившихся к Принципам ответственного инвестирования, составило 4 360 [2].

Само понятие ESG-инвестирования (или ответственное инвестирование) определяют как подход к управлению компании, при котором в инвестиционные решения включают экологические, социальные и управленческие факторы (Таблица 1).

Таблица 1.

Экологические (E), социальные (S) и управленческие (G) факторы, влияющие на выбор объектов ответственного инвестирования

Е-факторы	S-факторы	G-факторы
Обращение с отходами	Оплата труда сотрудников	Защита прав собственников
Экологическая политика	Социальная защищённость сотрудников	Стратегия развития
Влияние на атмосферу	Условия труда работников	Система управления рисками
«Зелёные» проекты	Текучесть кадров	Деловая репутация
План по снижению негативного влияния на окружающую среду	План по улучшению социально-значимых показателей	Деятельность исполнительных органов

Изучение отечественного и зарубежного опыта показывает, что вероятность того, что спонтанное инвестирование будет успешным, довольно невелика. Поэтому предприниматели придерживаются определённых стратегий,

которые помогают действовать более грамотно. В их число входят:

1) скрининг (негативный/позитивный). Негативный скрининг – это удаление некоторых отраслей, секторов и компаний из инвестиционного фонда или портфеля на основе конкретных ESG-критериев. Согласно этой стратегии, инвесторы исключают из планов компании, которые не придерживаются стандартов в областях экологии, управления и не соблюдают права человека. Позитивный скрининг в основном реализуется через скоринг и рейтинг ESG-факторов и представляет собой включение определённых секторов или компаний в инвестиционный фонд или портфель на основе конкретных ESG-критериев. Например, инвесторы стараются искать компании, которые ответственно подходят к принципам управления, улучшают условия труда работников, заботятся о безопасности окружающей среды;

2) тематическое инвестирование – это вид инвестиционного подхода, согласно которому приоритет отдаётся тенденциям, которые, по прогнозам, будут успешными в долгосрочной перспективе, вместо инвестирования в конкретные компании или секторы. К тематическому инвестированию можно отнести вложение средств в возобновляемые источники энергии, зелёные облигации, социальную инфраструктуру;

3) интеграция ESG-факторов в индивидуальную оценку акций подразумевает под собой включение ESG-факторов в традиционный финансовый анализ отдельных акций (например, факторинг моделей засухи или наводнений в методологии оценки). Основной целью подхода интеграции является стремление выявить риски и возможности, которые возникают из ESG-факторов, и определить, правильно ли компания управляет своими социальными и экологическими ресурсами в соответствии с бизнес-моделью устойчивого развития.

Чтобы повысить эффективность своего финансового портфеля инвестор должен придерживаться следующих принципов ответственного инвестирования:

1) включать вопросы ESG в процессы инвестиционного анализа и принятия решений. К способам реализации данного принципа можно отнести

следующие пункты: организационное управление, политику и стратегию инвестора, а также формирование его портфеля;

2) быть активным владельцем и включать вопросы ESG в политику и практику владения. Реализовать этот принцип можно с помощью стратегии взаимодействия, плана после приобретения, использования доступных способов влияния, раскрытия информации об ожиданиях, политики на уровне активов, ответственность за устойчивость и управление ESG, целевые показатели и стимулы;

3) добиваться соответствующего раскрытия информации по вопросам ESG организациями, в которые они инвестируют. Помогут в реализации этого принципа следующие способы: систематичность на протяжении всего процесса, определение ключевых показателей инвестирования, участие совета директоров и комитета по рискам, раскрытие финансовой информации, связанной с климатом;

4) содействовать принятию и внедрению принципов в инвестиционные отрасли. Этот принцип реализуется благодаря тому, что владельцы активов инвестируют через доверительного управляющего, а также самостоятельно, проводят изменения в политике и регулировании;

5) работать вместе, чтобы повысить эффективность в реализации данных принципов. Инвесторы могут пользоваться такими способами, как участие в отраслевых инициативах, коллективных действиях, привлекать соинвесторов и кредиторов;

6) сообщать об их деятельности и прогрессе реализации. При реализации этого принципа следует придерживаться таких способов, как составление отчётности инвесторов, раскрытие требований к поставщикам услуг, решение споров ESG.

Анализ интеграции цифровой трансформации и ESG-практики показывает, что большинство российских компаний, к сожалению, сейчас находятся на начальной стадии развития. Наиболее приоритетный аспект для российских предпринимателей – корпоративное управление, а наименее – экологическая

безопасность. Также можно сказать, что управление вопросами ESG больше развито в крупнейших компаниях, чем в крупном и среднем бизнесе. Периодически проводятся опросы, которые помогают выявить, сколько владельцев малого и крупного бизнеса готовы придерживаться принципов ESG.

Например, РСПП в апреле-мае 2022 года провел опрос компаний по актуальности вопросов повестки устойчивого развития (ESG повестки) в новых российских реалиях, в котором приняли участие около 100 организаций различных отраслей экономики. 99% респондентов подтвердили, что повестка и проекты устойчивого развития и ESG не теряют своего значения и сохраняют актуальность в условиях новых вызовов, при этом подлежат уточнению приоритеты и планы их реализации. Кризисная ситуация, которая сложилась в стране, существенно влияет на бизнес, заставляет не только менять текущие планы, трансформировать производственные программы, но и переосмысливать многие устоявшиеся представления, что отметили 47% организаций, тогда как 53% – заявили о неизменности горизонтов планирования, 53% компаний отдают приоритет сохранению ключевых проектов, а по поводу долгосрочных и действующих проектов указали на сохранение в неизменном виде 23% и 24 % соответственно [3].

В ходе анализа ответы респондентов по приоритетным темам устойчивого развития распределены по их принадлежности к каждому фактору ESG (Рис. 1).

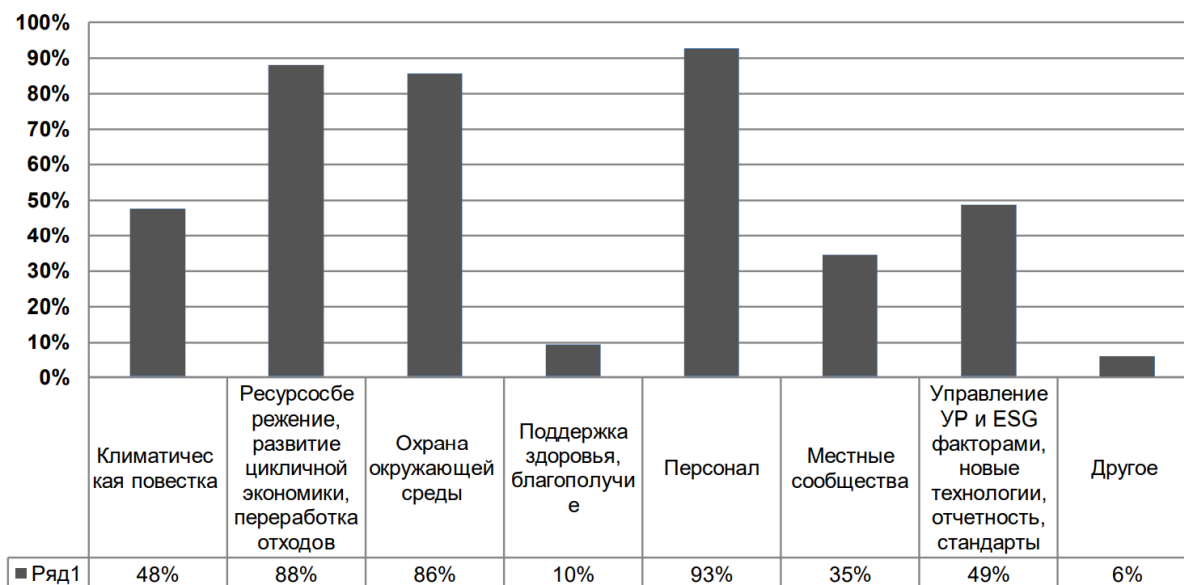


Рис. 1. Приоритетные темы устойчивого развития
отечественных компаний [3].

Больше всего ответов при выборе приоритетных тем пришлось на экологический фактор E – 54 % ответов. Также опрошенные компании указали на трудности, с которыми можно встретиться при внедрении ESG-практик:

31% – отсутствие государственной политики, отсутствие разработанных внедренных документов/отчетов и критериев по ним и др.

41 % – нестабильность ситуации (санкции и уход зарубежных компаний из России, закрытие доступа к иностранным рынкам; изменения в цепочке поставок и др.).

31% – понимание ESG (недостаточная популяризация и осведомленность о ESG повестке и ESG инициативах, недостаток квалификации кадров, малое понимание связи ESG и современного прогрессивного менеджмента, консервативность мышления руководства, низкая социальная сознательность и экологическая культура).

5% – другое (увеличение функциональных владельцев, трансформация бизнес-процессов, недостаточная популяризация и поддержка социальных проектов и инициатив, реализуемых бизнесом и НКО по бережному «экологичному» отношению к человеку, обществу и природе) [3].

ESG повестка набирает популярность среди отечественных предпринимателей. Компании стараются подстраиваться под новые требования, следовать важным мировым трендам. Большинство зарубежных компаний уже придерживаются принципов ESG, а инвесторы стали ориентироваться на соблюдение этих критериев организациями, как на некий индикатор, который показывает выгодность инвестирования в такие объекты. К сожалению, в России данный процесс протекает более медленно, однако владельцы корпораций понимают, что в будущем это будет необходимостью, поэтому пытаются перенимать опыт ESG-трансформации от зарубежных коллег, а российские инвесторы изучают стратегии и принципы ESG-инвестирования.

Литература

1. Марголин А. М., Вякина И. В. Риски, вызовы и механизмы ESG-трансформации систем управления // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2022. №3. [Электронный ресурс] <https://cyberleninka.ru/article/n/riski-vyzovy-i-mehanizmy-esg-transformatsii-sistem-upravleniya> (дата обращения: 05.01.2023).

2. Тахингов К.Х., Бисултанова А.А. ESG-принципы: объективная необходимость внедрения // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. №6–2. [Электронный ресурс] <https://cyberleninka.ru/article/n/esg-printsipy-obektivnaya-neobhodimost-vnedreniya> (дата обращения: 05.01.2023).

3. Повестка устойчивого развития (ESG повестка) в новых российских реалиях (по материалам опроса компаний май-июнь 2022), Москва 2022. [Электронный ресурс] https://rspp.ru/upload/content/84e/ir2hkwpsq_lxy4afl_gz_or494kchus5xyz/Rezultaty-oprosa_povestka-ESG_2022.pdf?ysclid=lci76_gtdk1265342398 (дата обращения: 05.01.2023).

УДК 331.5

С. В. Тигля, Т. Н. Шушунова

АНАЛИЗ ТРАНСФОРМАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ НА РЫНКЕ ТРУДА РОССИИ В НОВЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

В статье рассматривается трансформация рынка труда России под воздействием урбанизации, цифровизации экономики, демографического старения и глобализации. Обсуждаются перспективы развития рынка труда в связи с внедрением ключевых технологий цифровой экономики, включая аналитику больших данных и искусственный интеллект, облачные вычисления, промышленный Интернет вещей (IIoT), роботизацию и др. Сделаны выводы о перспективности развития Интернет-занятости, включая удаленную работу, фриланс, электронный бизнес.

Ключевые слова: занятость, рынок труда, электронный бизнес,

КОМПЕТЕНЦИИ, ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ, ЭКОНОМИЧЕСКИЕ САНКЦИИ.

S. V. Tigla, T. N. Shushunova

**ANALYSIS OF TRANSFORMATIONAL CHANGES
IN THE RUSSIAN LABOR MARKET UNDER
THE NEW ECONOMIC CONDITIONS**

The article discusses the transformation of the Russian labor market under the influence of urbanization, digitalization of the economy, demographic aging and globalization. The prospects for the development of the labor market are discussed in connection with the introduction of key technologies of the digital economy, including big data analytics and artificial intelligence, cloud computing, the industrial Internet of Things (IIoT), robotics, etc. Conclusions are drawn about the prospects for the development of Internet employment, including remote work, freelancing, e-business.

Keywords: employment, labor market, e-business, competencies, human capital, economic sanctions

Рынок труда значительно эволюционировал в последнее время во всем мире, включая и нашу страну. Влияние основных движущих сил эволюции на трансформацию рынка труда показано на рисунке 1.

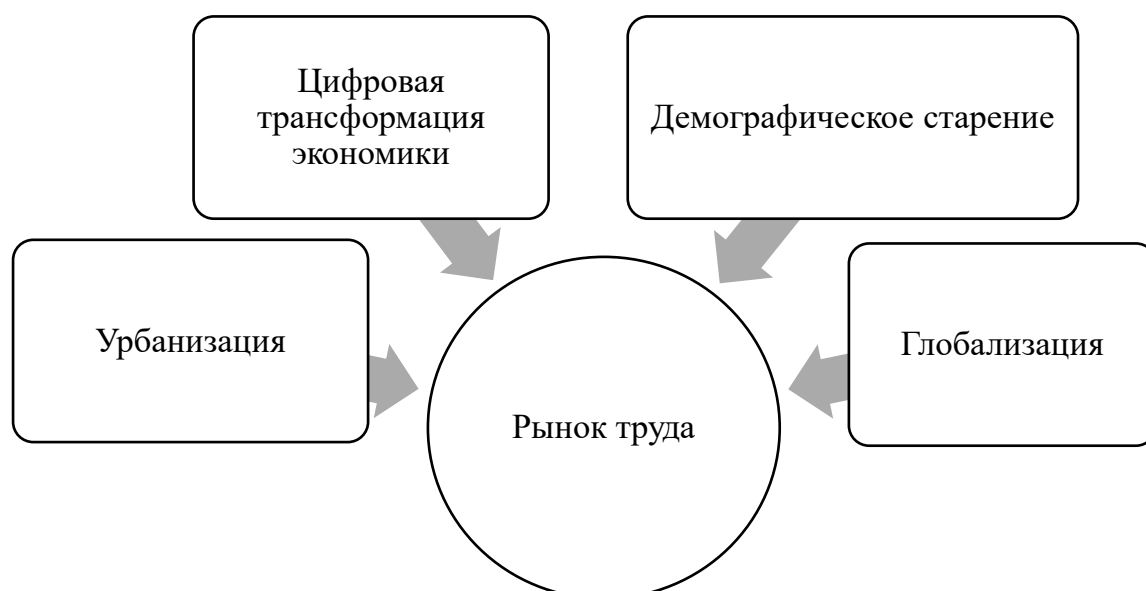


Рис. 1. Движущие силы эволюции рынка труда.

Первая тенденция заключается в том, что основная экономическая деятельность переместилась в крупнейшие города и городские агломерации преимущественно в странах с дешевой и квалифицированной рабочей силой, например таких как Китай. Вторая движущая сила предполагает возрастающее технологическое воздействие на рынок труда на основе создания цифровой инфраструктуры, отдельной от человека, на основе аналитики больших данных и искусственного интеллекта, облачных вычислений, промышленного Интернета вещей (IIoT), аддитивного производства, автономных роботов и других технологий. Развитие робототехники и искусственного интеллекта заменит человеческий труд при выполнении тяжелых, опасных технологических операций, приведет к сокращению занятости в области решения рутинных простых задач, например, офисных и административных вспомогательных работников. Третья разрушительная сила связана с тем, что население стареет, а рождаемость особенно в развитых странах неуклонно падает. Четвертая сила эволюции рынка труда связана с тем, что мир становится все более связанным через торговлю и движение капитала, людей и информацию в связи с развитием ИКТ.

Также на рынок труда в России мощное влияние оказали пандемия, экономические санкции и технологическая блокада Запада, которая привели к

неблагоприятным последствиям во многих секторах экономики. Но пандемия задала вектор развития большому количеству профессий в Интернете. Означает ли это, что меньше людей стало работать офлайн? В данной статье рассмотрено положение рынка труда после пандемии, актуальные профессии в Интернете, построен прогноз популярных профессий на 2023 году.

Безусловно пандемия COVID–19 оказала очень сильное влияние на рынок труда. В 2019–2021 годах в связи с локдауном был довольно высокий процент безработного населения, особенно это заметно по сравнению с развитыми и развивающимися странами [1]. Развитые страны были лучше подготовлены к подобной ситуации, так как уже имели возможность перевести людей на работу в Интернете на основе различных программ поддержки бизнеса, более быстро смогли организовать процесс вакцинации. Тем не менее на российский рынок труда пандемия оказала большое влияние только временно. В первую очередь это связано с тем, что в России был только один строгий локдаун.

Конечно, значительно пострадал отечественный малый бизнес. Многие компании, которые только начинали свое развитие, вынуждены были закрыться из-за отсутствия минимальной прибыли. Количество предпринимателей с 2019 по 2021 год значительно сократилось (на 457 тыс.), рисунок 2.

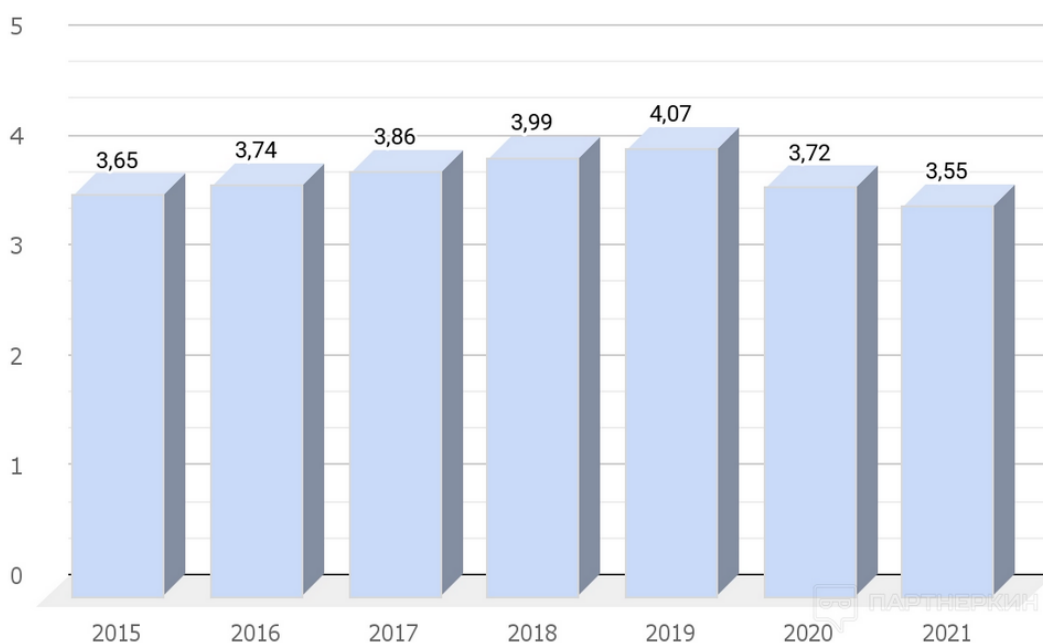


Рис. 2. Численность предпринимателей на территории Российской Федерации в период с 2015 по 2021 год (в миллионах) [2]

Были предприятия, которые довольно быстро адаптировались к сложившейся ситуации и перестроили производство, например, за счет сокращения рабочей недели, вынужденных отпусков и снижения зарплаты. Но не все предприниматели смогли адаптироваться. Например, многие салоны красоты потеряли прибыль, так как не могли принимать у себя посетителей. При этом услуга частного мастера, который приезжает домой, стала более востребована. Но поскольку жесткий локдаун был только один, большинство компаний остались на рынке, а высокий уровень безработицы не был долгим.

Многим компаниям удалось сохранить свои позиции на рынке за счет накопленного резервного фонда. При ведении бизнеса предпринимателю всегда следует откладывать определенную сумму с прибыли на подобные кризисы для компании. В тяжелый период подобные действия позволят не потерять свой бизнес.

Важно отметить, что в этот период времени был очень востребован удаленный режим работы. Многие начали зарабатывать просто работая дома, кто-то даже смог увеличить свой доход и вырасти во время кризиса.

Таким образом, безработица после окончания пандемии имела очень высокий уровень в России. Но малый и средний бизнес быстро смог адаптироваться к новым условиям. Более того, на рынке труда многие профессии трансформировались и приобрели большую популярность, появилось много фрилансеров. Удаленный режим работы стал очень популярным, многие даже после пандемии остались работать в таком режиме и не захотели возвращаться на привычную работу.

2022 год принес новые испытания для большого количества россиян. В связи с началом СВО многие зарубежные компании ушли с российского рынка. Это повлияло и на рынок труда: некоторые профессии (маркетолог, специалист по продажам, HR-специалисты) столкнулись с дефицитом спроса на рынке, другие же профессии (в сфере строительства, проектирования недвижимости),

наоборот, столкнулись с дефицитом предложения. Весной 2022 года, когда только началась СВО, предприниматели находились в состоянии некоторой растерянности. Поэтому временно приостановился наем кадров. Но уже к июню-июлю 2022 г. многие предприниматели перестроили свои бизнес-процессы, появились новые вакансии, и постепенно возобновили рабочий процесс.

Конечно, в связи с объявлением частичной мобилизации некоторые специалисты уехали из России. Освободились рабочие места, но важно понимать, что это временно. Со многими сотрудниками, которые покинули страну, у предпринимателей заключены трудовые контракты, в соответствии с которыми по возвращении они займут свои прежние рабочие места. Также по закону за всеми мобилизованными сохраняется рабочее место. Частичная мобилизация привела к повышению востребованности профессий, которые предполагают отсрочку от военной службы (IT-компании, фирмы в сфере B2B-услуг, металлургия и металлообработка, производство промышленного оборудования). Более того, работодатели даже создают вакансии с бронью для ценных сотрудников. Поэтому снижение предложения на рынке труда временное.

Что касается востребованности среди специалистов, в 2022 году работодатель делал основной акцент на наличии критического мышления, умении быстро реагировать в нестандартных ситуациях, компетентности при исполнении задач. Важно понимать, что на любом рынке настоящий профессионал будет востребован, если будет уметь грамотно себя преподнести и показывать высокую отдачу на рабочем месте. В 2022 году работодатель также нанимал сотрудников без опыта работы, но готовых совершенствоваться в своем деле и активно вкладываться в свой профессиональный рост.

В современном мире онлайн-профессии набирают всё большую популярность. Большое количество молодых людей видят перспективы такой работы: хорошая заработная плата, отсутствие жестких рамок, возможность вести рабочую деятельность дома. Но чем занимаются люди в Интернете? Правда, что они зарабатывают, практически ничего не делая?

На самом деле Интернет действительно предоставил невиданные возможности. За что люди могут получать высокую зарплату в Интернете?

Скорее всего они являются собственниками бизнеса. В онлайн у любого предпринимателя есть такая же прекрасная возможность построить компанию, нанять сотрудников, осуществлять все бизнес процессы. Но в основном вся рабочая деятельность ведется виртуально. То есть, по сути, в Интернете можно построить бизнес как в реальном секторе, только без офисов и арендных помещений.

Безусловно в таком случае спектр возможных проектов уменьшается, например, в Интернете невозможно построить ресторан или завод. Но на самом деле, используя различные цифровые платформы, маркетплейсы (Wildberries, Ozon) можно также продавать одежду, еду, различные продукты и услуги.

Что касается сферы услуг, то пока Интернет не может заменить живое посещение парикмахера, косметолога, мастера по маникюру и др. Но сопровождение бизнес-проектов, обсуждение различных задач можно реализовывать на расстоянии.

Таким образом, большинство запросов мы можем решить, работая в Интернете, но по-прежнему нуждаемся во взаимодействии с другими людьми, которые оказывают различные услуги. Всё в Интернет перенести вряд ли получится, хотя уже можно и ряд услуг заказать на дом, и еду из ресторана, и необходимую одежду. Но как люди, работая в Интернете зарабатывают большие деньги? На самом деле большие деньги зарабатываются на основе необходимых высококвалифицированных компетенций, востребованных рынком, например, программиста, системного администратора, инженера технической поддержки или Game-дизайнера. Творческие высококвалифицированные кадры, которые умеют думать, самостоятельно решать задачи, анализировать, выстраивать грамотную коммуникацию всегда зарабатывают хорошо, потому что это ценится на любом рынке, любым работодателем.

Работа в Интернете не так проста, как кажется. Здесь тоже важно грамотно организовать все рабочие процессы, выстроить четкую коммуникацию с

командой, решать возникающие проблемы. По факту бизнес в Интернете имеет столько же сложностей, сколько и реальный бизнес, только в него не входит аренда помещений и ряд других издержек.

Человеку, который решится на работу в Интернете, нужно чётко понимать, что в основе работы лежит использование мобильного Интернета, компьютера. Зачастую это может быть анализ таблиц, ведение операционной деятельности, также это могут быть переговоры с сотрудниками, потенциальными клиентами.

Одними из самых популярных направлений в рамках электронного бизнеса являются: электронная коммерция, консалтинг, ведение бизнеса на маркетплейсах. Предприниматели стараются максимально наладить производительность своего бизнеса с точки зрения создания продукта, грамотного маркетинга и системных продаж. Безусловно, основной целью предпринимателя является прибыль, поэтому важно оптимизировать все производственные процессы.

Подводя итог, отметим, что электронный бизнес не так прост, как это может казаться на первый взгляд. Здесь предприниматель также сталкивается с целым рядом сложностей, начиная от выбора платформы, создания сайта для ведения деятельности, заканчивая системными продажами. Но всё же, на наш взгляд, именно электронный бизнес менее ограничен нежели реальный, здесь нет привязки к месту работы и ценится выполненные задачи, а не затраченное время сотрудника. Не к этому ли нужно стремиться?

Анализ трендов рынка труда по прогнозам Минтруда на 2023 год, показал, что наиболее сложным будет период конца 2022 - начала 2023 года. В 2023 г. российский рынок труда может столкнуться с дефицитом инженеров и рабочих в машиностроении и обрабатывающей промышленности, что связано с экономическими санкциями и технологической блокадой, так как российская промышленность пока не может производить некоторые виды высокотехнологичной продукции. Что касается бюджета на персонал, здесь существует несколько мнений: некоторые работодатели хотят сокращать затраты на персонал, максимально оптимизировать все процессы, связанные с

сотрудниками. Остальная часть предпринимателей не планирует оптимизировать фонд оплаты труда. Более того, некоторые предприниматели будут его увеличивать, поскольку основной задачей для многих из них будет цифровая трансформация бизнес-процессов, а значит будут востребованы высококвалифицированные кадры. Из этого следует, что только часть людей потеряет работу, и здесь на помощь придут государственные предприятия, которые отличаются большей стабильностью в оплате и более широким спектром рабочих специальностей.

Что касается рынка труда в Интернете, он будет только развиваться. С каждым днем становится все больше фрилансеров, которым нравится удаленная работа. Поскольку большое количество людей в Интернете имеют собственное дело, то чтобы не иметь проблем с налогами, они переходят в статус «самозанятых» или «индивидуальных предпринимателей».

Таким образом, трансформация рынка труда под воздействием рассмотренных факторов потребует не только цифровой трансформации предприятий и организации бизнес-процессов, смены технологий, но и революционных изменений в подходах к квалификации работников, трансформации их из категории «рабочая сила» в «человеческий капитал», без которого ни один проект в цифровой экономике невозможно осуществить.

Литература

1. Мельник, А. В. Безработица в условиях пандемии // Молодой ученый, 2022. № 10 (405). С. 63–66.

2. Статистика и показатели предпринимательства в России в 2022 году – исследование по отраслям. 2022. [Электронный ресурс] https://f.partnerkin.com/blog/allinfo/izmenenie_v_biznes_sfere?ysclid=lchq7mngj0711269963 (дата обращения: 05.01.2023).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Азарова Людмила Николаевна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры социологии, психологии и права, Российский химико-технологический университет имени Д. И. Менделеева (РХТУ), г. Москва, e-mail: azarovaldml@gmail.com

Егоренкова Арина Игоревна – студентка 2 курса бакалавриата кафедры менеджмента и маркетинга, Российский химико-технологический университет им. Д.И. Менделеева (РХТУ) г. Москва; arin.egorenkova@yandex.ru

Ефимова Наталия Сергеевна – кандидат психологических наук, доцент, декан Гуманитарного факультета, Российский химико-технологический университет имени Д. И. Менделеева, г. Москва, Россия; доцент Ташкентского филиала РХТУ, г. Ташкент, Узбекистан, e-mail: enspsiholog@mail.ru

Журавлева Евгения Александровна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры общей и практической психологии института специального образования и психологии ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет»; доцент кафедры социологии, психологии и права, Российский химико-технологический университет имени Д. И. Менделеева (РХТУ), г. Москва, e-mail: zhuravlevaeva@mgpu.ru, evgalex_zh@mail.ru

Королева Екатерина Михайловна – бакалавр 2 курса кафедры менеджмента и маркетинга РХТУ им. Д.И. Менделеева, kotik-koroleva@mail.ru

Коршунова Наталья Евгеньевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры истории и культурологии, Национальный исследовательский университет «Московский энергетический институт» (НИУ «МЭИ») г. Москва, e-mail: korshunova.natalia3@gmail.com

Полякова Людмила Викторовна – кандидат педагогических наук, доцент, преподаватель ФГБОУ ВО РХТУ, преподаватель ФГБОУ ВО МПГУ. г. Москва, e-mail: poliakova.l.vi@muctr.ru

Мельникова Диана Александровна – студентка 3 курса бакалавриата кафедры менеджмента и маркетинга, Российский химико-технологический университет им. Д.И. Менделеева (РХТУ) г. Москва; e-mail:

melnikova_di@inbox.ru

Рахманина Анастасия Анатольевна – Российский химико-технологический университет имени Д. И. Менделеева (РХТУ), г. Москва, e-mail: rakhmanina.anastasya2017@yandex.ru

Русакова Вера Сергеевна – Российский химико-технологический университет имени Д. И. Менделеева (РХТУ), г. Москва, e-mail: verarus2004@gmail.com

Селивёрстова Наталья Матвеевна – доктор исторических наук, доцент, заведующая кафедрой истории и политологии, Российский химико-технологический университет имени Д. И. Менделеева (РХТУ), г. Москва, e-mail: nseliverstova@mail.ru

Серебрякова Анастасия Николаевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии, психологии и права, Российский химико-технологический университет им. Д. И. Менделеева (РХТУ), г. Москва, e-mail: anser-23@bk.ru

Сидельникова Ирина Вадимовна – Филиал Российского химико-технологического университета имени Д.И. Менделеева в г. Ташкент (Республика Узбекистан), психолог. sidelnikova.irv@gmail.com

Тигля Сергей Викторович – Российский химико-технологический университет имени Д. И. Менделеева (РХТУ), г. Москва, e-mail: tiglya.serzh@mail.ru

Фролова Анастасия Владимировна – ассистент кафедры менеджмента и маркетинга, Российский химико-технологический университет им. Д.И. Менделеева (РХТУ) г. Москва; frolovaaa1996@mail.ru

Холина Полина Владимировна – Российский химико-технологический университет им. Д.И. Менделеева, Гуманитарный факультет, кафедра Менеджмента и Маркетинга, 3 курс

Шалдина Галина Евгеньевна – доцент кафедры менеджмента и маркетинга РХТУ им. Д.И. Менделеева, shaldina1948@inbox.ru

Шестернинов Евгений Евгеньевич – Заслуженный учитель Российской

Федерации, исполнительный директор «Благотворительный Фонд наследия Менделеева», кандидат педагогических наук, доцент кафедры социологии, психологии и права, Российский химико-технологический университет имени Д. И. Менделеева (РХТУ), г. Москва, e-mail: depobraz@mail.ru

Шушунова Татьяна Николаевна – кандидат технических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга, Российский химико-технологический университет имени Д. И. Менделеева (РХТУ), г. Москва, e-mail: serg-1167@yandex.ru

Эпштейн Мария Михайловна – Российский химико-технологический университет им. Д.И. Менделеева, Гуманитарный факультет, кафедра Менеджмента и Маркетинга, 3 курс

Научное издание

ВЕСТНИК

Российского химико-технологического университета

имени Д. И. Менделеева

Гуманитарные и социально-экономические исследования

2022

Выпуск XIII

Том 3

Гуманитарные исследования

Отв. редактор: П. А. Корпачев

Оформление обложки: М. А. Васильева

Подписано в печать 25.12.2022 г.

Формат 60*84 1/16.

Усл. печ. л. 7,2. Тираж 100 экз.

Заказ