

Главный редактор: Мышко Ф.Г., д-р юрид. наук; e-mail: fg_myshko@guu.ru**Первый заместитель главного редактора:** Кривопусков В.В., канд. филос. наук, д-р социол. наук, проф.; e-mail: vv_krivostrukov@guu.ru**Заместитель главного редактора:** Чернавин Ю.А., д-р филос. наук, проф.; e-mail: yua_chernavin@guu.ru**Ответственный секретарь:** Каменева Т.Н., д-р социол. наук, доц.; e-mail: tn_kameneva@guu.ru**Ответственный за выпуск:** Алексеева Л.Н.; e-mail: ln_alekseeva@guu.ru**Редакторы:** Горельцева М.Ю.; e-mail: myu_gorelceva@guu.ru; Большова А.В.; e-mail: av_bolshova@guu.ru**Выпускающий редактор и компьютерная верстка:** Гусева Е.А.; e-mail: ea_malygina@guu.ru**Технический редактор:** Волкова А.Р.; e-mail: ar_volkova@guu.ru

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Горшков М.К. – председатель редакционного совета, д-р филос. наук, академик РАН, научный руководитель ФНИСЦ РАН (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Мышко Ф.Г.** – первый зам. пред. редакционного совета, д-р юрид. наук, доц. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Кривопусков В.В.** – зам. пред. редакционного совета, д-р социол. наук, канд. филос. наук, проф. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Волков Ю.Г.** – д-р филос. наук, проф. (Южный Федеральный университет, г. Ростов-на-Дону, Россия)**Добренев В.И.** – д-р филос. наук, проф. (Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия)**Зотов В.Б.** – д-р экон. наук, канд. техн. наук, проф. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Кибакин М.В.** – д-р социол. наук, проф. (Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Россия)**Кравченко С.А.** – д-р филос. наук, проф. (Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России, г. Москва, Россия)**Маршак А.Л.** – д-р филос. наук, проф. (Институт социологии РАН, г. Москва, Россия)**Милехин А.В.** – д-р социол. наук, канд. психол. наук (Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, президент Исследовательского холдинга «Ромир», г. Москва, Россия),**Митрович Л.** – проф. (Университет Ниша, г. Ниш, Сербия)**Миронов А.В.** – д-р социол. наук, проф. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Петрова Т.Э.** – д-р социол. наук, проф. (Департамент культуры, спорта, туризма и национальной политики Администрации Президента Российской Федерации)**Саакян А.К.** – д-р социол. наук, проф. (Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова (Ереванский филиал), г. Ереван, Армения)**Силасте Г.Г.** – д-р филос. наук, проф. (Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Россия)**Скворцов Н.Г.** – д-р социол. наук, проф. (Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Россия)**Соколова Г.Н.** – д-р филос. наук, проф. (Институт социологии НАН Беларуси, г. Минск, Беларусь)**Троицкий А.В.** – канд. техн. наук, доцент (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Шалин В.В.** – д-р социол. наук, проф. (Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, г. Краснодар, Россия)**Хунагов Р.Д.** – д-р социол. наук, проф. (Адыгейский государственный университет, г. Майкоп, Россия)**Чжан Ш.** – д-р полит. наук, проф. (Китайская Академия общественных наук, г. Пекин, Китай)

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Мышко Ф.Г. – д-р юрид. наук, доц. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Кривопусков В.В.** – д-р социол. наук, канд. филос. наук, проф., первый зам. гл. ред. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Чернавин Ю.А.** – д-р филос. наук, проф., зам. гл. ред. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Каменева Т.Н.** – д-р социол. наук, доц. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Арамян К.А.** – канд. ист. наук (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Захаров М.Ю.** – д-р филос. наук, проф. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Комарова А.А.** – канд. социол. наук (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Корнилов В.А.** – д-р социол. наук (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Костриков С.П.** – д-р истор. наук, проф. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Скрипкина Т.П.** – д-р психол. наук, проф. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Целуйко А.В.** – канд. юрид. наук (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)

Журнал входит в Перечень ВАК рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук по направлениям:

- 5.4.1 Теория, методология и история социологии (социологические науки);
- 5.4.2 Экономическая социология (социологические науки);
- 5.4.4 Социальная структура, социальные институты и процессы (социологические науки);
- 5.4.5 Политическая социология (социологические науки);
- 5.4.6 Социология культуры (социологические науки);
- 5.4.7 Социология управления (социологические науки).

Миссия журнала состоит во всестороннем и объективном освещении, оперативном и независимом информировании читателей об исследованиях в сфере цифровой социологии.

Цели журнала:

- обмен научными сведениями о новых решениях и применении информационных технологий в социологии;
- широкое обсуждение новых идей в области цифровой социологии – отрасли социологической науки, исследующей роль сети Интернет и влияние электронных технологий на социальную жизнь в целом;
- организация международного сотрудничества через обмен научными идеями и привлечение специалистов в области цифровой социологии из разных стран к работе в составе редакционной коллегии и к опубликованию ими своих статей.

Все публикуемые статьи прошли обязательную процедуру рецензирования

Свидетельство о регистрации средства массовой информации от 24.08.2018
ПИ № ФС 77-73528

На сайте «Объединенного каталога «Пресса России» www.pressa-ru.ru можно оформить подписку на 2024 год на печатную версию журнала «Цифровая социология» по подписному индексу 79135, а также подписаться через интернет-магазин «Пресса по подписке» <https://www.akc.ru>

Подп. в печ. 28.12.2023 г.
 Формат 60×90/8
 Объем 11,75 печ. л.
 Тираж 1000 экз.
 (первый завод 47 экз.)
 Заказ № 1404

Издательство: Издательский дом ГУУ
(Государственный университет управления)

Адрес редакции: 109542, г. Москва, Рязанский проспект, д. 99
Тел.: +7 (495) 377-90-05

E-mail: ic@guu.ru



Статьи доступны по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная, согласно которой возможно неограниченное распространение и воспроизведение этих статей на любых носителях при условии указания автора и ссылки на исходную публикацию статьи в данном журнале в соответствии с правилами научного цитирования.

Editor-in-chief: F.G. Myshko, Dr. Sci. (Jur.); e-mail: fg_myshko@guu.ru**First Deputy editor-in-chief:** V.V. Krivopuskov, Dr. Sci. (Sociol.), Cand. Sci. (Philos.), Prof.; e-mail: vv_krivopuskov@guu.ru**Deputy editor-in-chief:** Yu.A. Chernavin, Dr. Sci. (Philos.), Prof.; e-mail: yua_chernavin@guu.ru**Executive Secretary:** T.N. Kameneva Dr. Sci. (Sociol.), Assoc. Prof.; e-mail: tn_kameneva@guu.ru**Responsible for issue:** L.N. Alekseeva; e-mail: ln_alekseeva@guu.ru**Editors:** Gorelceva M.Yu.; e-mail: myu_gorelceva@guu.ru; Bolshova A.V.; e-mail: av_bolshova@guu.ru**Executive editor and desktop publishing:** E.A. Guseva; e-mail: ea_malygina@guu.ru**Technical editor:** A.R. Volkova; e-mail: ar_volkova@guu.ru**EDITORIAL BOARD****Gorshkov M.K.** – Chairman of the Editorial Board, Dr. Sci. (Philos.), Academician of the Russian Academy of Sciences, Scientific Director of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences (State University of Management, Moscow, Russia)**Myshko F.G.** – First Deputy Chairman of the Editorial Board, Dr. Sci. (Jur.), Assoc. Prof., (State University of Management, Moscow, Russia)**Krivopuskov V.V.** – Deputy Chairman of the Editorial Board, Dr. Sci. (Sociol.), Cand. Sci. (Philos.), Prof. (State University of Management, Moscow, Russia)**Volkov Yu.G.** – Dr. Sci. (Philos.), Prof. (Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia)**Dobren'kov V.I.** – Dr. Sci. (Philos.), Prof. (Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia)**Zotov V.B.** – Dr. Sci. (Econ.), Cand. Sci. (Engr.), Prof. (State University of Management, Moscow, Russia)**Kibakin M.V.** – Dr. Sci. (Sociol.), Prof. (Financial University under the Government of the Russian Federation)**Kravchenko S.A.** – Dr. Sci. (Philos.), Prof. (Moscow State Institute of International Relations, Moscow, Russia)**Marshak A.L.** – Dr. Sci. (Philos.), Prof. (Institute of Sociology, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia)**Milekhin A.V.** – Dr. Sci. (Sociol.), Cand. Sci. (Psy.) (Lomonosov Moscow State University, President of Romir research holding, Moscow, Russia)**Mitrovich L.** – PhD (Philos. Sci.), Prof. (University of Niš, Niš, Serbia)**Mironov A.V.** – Dr. Sci. (Sociol.) (State University of Management, Moscow, Russia)**Petrova T.E.** – Dr. Sci. (Sociol.), Prof. (Department of Culture, Sport, Tourism and Nationality Policy of the Presidential Administration)**Saakyan A.K.** – Dr. Sci. (Sociol.), Prof. (Plekhanov Russian University of Economics (Yerevan branch), Yerevan, Armenia)**Sillaste G.G.** – Dr. Sci. (Philos.), Prof. (Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia)**Skvortsov N.G.** – Dr. Sci. (Sociol.), Prof. (St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia)**Sokolova G.N.** – Dr. Sci. (Philos.), Prof. (Institute of Sociology, National Academy of Sciences of Belarus, Minsk, Belarus)**Troitskii A.V.** – Cand. Sci. (Engr.), Assoc. Prof. (State University of Management, Moscow, Russia)**Shalin V.V.** – Dr. Sci. (Sociol.), Prof. (Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin, Krasnodar, Russia)**Khunagov R.D.** – Dr. Sci. (Sociol.), Prof. (Adygeyan State University, Maikop, Russia)**Chzhan Sh.** – PhD (Polit. Sci.), Prof. (Chinese Academy of Social Sciences, Beijing, China)**EDITORIAL COLLEGIUM****Myshko F.G.** – Dr. Sci. (Jur.), Assoc. Prof., Editor-in-Chief (State University of Management, Moscow, Russia)**Krivopuskov V.V.** – Dr. Sci. (Sociol.), Cand. Sci. (Philos.), Prof., First Deputy Editor-in-Chief (State University of Management, Moscow, Russia)**Chernavin Yu.A.** – Dr. Sci. (Philos.), Prof., Deputy Editor-in-Chief (State University of Management, Moscow, Russia)**Kameneva T.N.** – Dr. Sci. (Sociol.), Assoc. Prof. (State University of Management, Moscow, Russia)**Aramyan K.A.** – Cand. Sci. (Hist.) (State University of Management, Moscow, Russia)**Zakharov M.Yu.** – Dr. Sci. (Philos.), Prof. (State University of Management, Moscow, Russia)**Komarova A.A.** – Cand. Sci. (Sociol.) (State University of Management, Moscow, Russia)**Kornilovich V.A.** – Dr. Sci. (Sociol.) (State University of Management, Moscow, Russia)**Kostrikov S.P.** – Dr. Sci. (Hist.), Prof. (State University of Management, Moscow, Russia)**Skripkina T.P.** – Dr. Sci. (Psy.), Prof. (State University of Management, Moscow, Russia)**Tseluiko A.V.** – Cand. Sci. (Jur.) (State University of Management, Moscow, Russia)

The journal is included in the list of Higher Attestation Commission of peer-reviewed scientific publications, in which should be published basic scientific results of dissertations on competition of a scientific degree of candidate of sciences and on competition of a scientific degree of doctor of sciences in the fields:

- 5.4.1 Theory, methodology and history of sociology (sociological sciences);
- 5.4.2 Economic Sociology (social sciences);
- 5.4.4 Social structure, social institutions and processes (sociological sciences);
- 5.4.5 Political sociology (sociological sciences);
- 5.4.6 Cultural sociology (sociological sciences);
- 5.4.7 Sociology of management (sociological sciences).

The mission of the journal is to provide comprehensive and objective coverage, prompt and independent information to readers about research in the field of digital sociology.

The aims of the journal:

- exchange of scientific information on new solutions and application of information technologies in sociology;
- wide discussion of new ideas in the field of digital sociology - a branch of sociological science that studies the role of the Internet and the impact of electronic technologies on social life in general;
- organisation of international cooperation through the exchange of scientific ideas and the involvement of specialists in the field of digital sociology from different countries to work as part of the editorial board and to publish their articles.

All published articles have undergone a mandatory review procedure

Certificate of registration of mass media dated 24.08.2018
PI No. FS 77-73528

Signed to print 28.12.2023
Format 60×90/8
Size 11,75 printed sheets
Circulation 1000 copies
(the first factory 47 copies)
Print order № 1404

Publishing: Publishing house
of the State University of Management

Editor's office: 109542, Russia, Moscow, Ryazansky Prospekt, 99
Tel.: +7 (495) 377-90-05
E-mail: ic@guu.ru



Articles are available under a Creative Commons «Attribution» International 4.0 public license, according to which, unlimited distribution and reproduction of these articles is possible in any medium, specified the author's name and references to the original article publication in this journal in accordance with the rules of scientific citation.

СОДЕРЖАНИЕ

ЦИФРОВАЯ СОЦИОЛОГИЯ: НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ

Особенности использования искусственного интеллекта
в маркетинговых коммуникациях компаний4
Аржанова К.А., Писклакова Л.Д.

Инструменты интернационализации и повышения
институционального доверия к органам власти в среде
международного контингента в отечественных вузах
в условиях трансформации цифровой среды13
Бондаренко В.В., Кузнецова Е.В.

Общественное доверие институтам как ресурс
межнациональной консолидации в региональном
сообществе20
Кривопусков В.В.

Треш-стримы как проявление молодежной
субкультуры29
Гришаева С.А., Пушкарёва Н.Н.

ЦИФРОВАЯ СРЕДА

Социологическое измерение адаптационного
потенциала личности в медиаэкосистеме39
Гримов О.А.

Диаспора как субъект этнокультурной цифровой
коммуникации иностранных студентов в России50
Кунилова К.Д., Каменева Т.Н., Воробьев М.В.

Влияние цифровой грамотности на субъективное
благополучие молодого населения региона61
Шихгафизов П.Ш., Конищева Е.В., Котляров С.А.

Особенности социальной адаптации китайских
студентов к онлайн-обучению в условиях вуза67
Леньков Р.В., Карпова Н.В.

Восприятие современных технологий старшим
поколением: сравнительный анализ79
Аймалетдинов Т.А., Цимбал М.В.

CONTENTS

DIGITAL SOCIOLOGY: RESEARCH DIRECTIONS

Features of using artificial intelligence in companies'
marketing communications4
K.A. Arzhanova, L.D. Pisklakova

Tools for internationalisation and increasing institutional
trust to authorities in the international contingent
environment of domestic universities in the transformation
conditions of the digital environment13
V.V. Bondarenko, E.V. Kuznetsova

Public trust to institutions as a resource of interethnic
consolidation in the regional community20
V.V. Krivopuskov

Trash streams as a manifestation of youth subculture29
S.A. Grishaeva, N.N. Pushkareva

DIGITAL ENVIRONMENT

The sociological measurement of individual adaptive
potential in media ecosystem39
O.A. Grimov

Diaspora as an ethno-cultural digital communication
subject of foreign students in Russia50
K.D. Kunilova, T.N. Kameneva, M.V. Vorobyev

Digital literacy impact on the subjective well-being
of the region young population61
P.Sh. Shikhgafizov, E.V. Konischeva, S.A. Kotlyarov

Social adaptation features of Chinese students
to online learning in a university67
R.V. Lenkov, N.V. Karpova

Perception of modern technologies by the older
generation: comparative analysis79
T.A. Aimaletdinov, M.V. Tsimbal

ЦИФРОВАЯ СОЦИОЛОГИЯ: НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ

Особенности использования искусственного интеллекта в маркетинговых коммуникациях компаний

УДК 339.138 DOI 10.26425/2658-347X-2023-6-4-4-12

Получено 29.08.2023

Доработано после рецензирования 05.10.2023

Принято 13.10.2023

Аржанова Кристина Александровна

Канд. психол. наук, доц. каф. рекламы и связей
с общественностью

ORCID: 0000-0002-9785-5069

E-mail: ka_arzhanova@guu.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Пискалова Лада Дмитриевна

Магистрант

ORCID: 0009-0006-4929-7425

E-mail: lada280420@gmail.com

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

Использование искусственного интеллекта (далее – ИИ) – один из ведущих трендов в маркетинге и рекламе последних лет. С его помощью можно решать задачи разной сложности: от генерации идей по продвижению до создания рекламных креативов. Проблема исследования заключается в том, что для эффективной работы компаниям необходимо иметь понимание того, какие нейронные сети (далее – нейросети) могут наиболее оптимально решать задачи маркетинговой деятельности. Для этого нужно определить перечень подобных нейросетей. Авторы рассматривают применение ИИ в маркетинговых коммуникациях и анализируют нейросети, которые можно применять в рамках бизнеса. Целью исследования является формирование актуального перечня нейросетей для осуществления маркетинговой деятельности компании. Были изучены самые популярные

нейросети, их функционал и особенности. Проведен анализ отечественного и зарубежного опыта использования нейросетей в маркетинговой деятельности компаний. Предложены рекомендации для более эффективного использования данного явления. На основании проведенного исследования был определен актуальный перечень нейросетей для осуществления маркетинговых мероприятий организации. Методологический базис статьи составили публикации по проблемам применения нейросетей в сферах бизнеса и маркетинга. Были изучены работы отечественных и зарубежных исследователей. В статье использовались следующие теоретические методы исследования: анализ, синтез, проблематизация. Эмпирическим методом был выбран контент-анализ.

Ключевые слова

Искусственный интеллект, маркетинг, маркетинговые коммуникации, нейронные сети (нейросети), реклама, рекламная кампания, цифровой маркетинг

Благодарности. Работа выполнена в рамках гранта ГУУ (НИР: № 4009-23) «Выявление маркетинговых трендов и их применение при продвижении компаний».

Для цитирования

Аржанова К.А., Пискалова Л.Д. Особенности использования искусственного интеллекта в маркетинговых коммуникациях компаний // Цифровая социология. 2023. Т. 6. № 4. С. 4–12.

© Аржанова К.А., Пискалова Л.Д., 2023.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



DIGITAL SOCIOLOGY: RESEARCH DIRECTIONS

Features using of artificial intelligence in companies' marketing communications

Received 29.08.2023

Revised 05.10.2023

Accepted 13.10.2023

Kristina A. Arzhanova

Cand. Sci. (Psy.), Assoc. Prof. at the Advertising and Public Relations Department

ORCID: 0000-0002-9785-5069

E-mail: ka_arzhanova@guu.ru

State University of Management, Moscow, Russia

Lada D. Pisklakova

Graduate Student

ORCID: 0009-0006-4929-7425

E-mail: lada280420@gmail.com

State University of Management, Moscow, Russia

ABSTRACT

The use of artificial intelligence (hereinafter referred to as AI) is one of the leading trends in marketing and advertising in recent years. With its help, it is possible to solve tasks of varying complexity: from generating ideas for promotion to creating advertising creatives. The research problem is that in order to work effectively, companies need to understand which neural networks can most optimally solve the tasks of marketing activities. To do this, it is necessary to define a list of such neural networks. The authors consider the use of AI in marketing communications and analyse neural networks that can be used in business. The study purpose is to form a relevant list of neural networks for the implementation of marketing activities of the company. The most popular neural networks, their functionality and features

were studied. The domestic and foreign experience analysis of using neural networks in the marketing activities of companies is conducted. Recommendations for more efficient use of neural networks are proposed. Based on the conducted research, a relevant list of neural networks for the implementation of the company's marketing activities was determined. The methodological basis of the article was formed of publications on the problems of using neural networks in business and marketing sphere. The works of domestic and foreign researchers were studied. The following theoretical research methods were used in the article: analysis, synthesis, problematisation. The content analysis was chosen as an empirical method.

Keywords

Artificial intelligence, neural networks, marketing, marketing communications, advertising, advertising campaign, digital marketing

Acknowledgements. The research was carried out within the framework of the SUM grant (Research and Development no. 4009-23) "Identification of marketing trends and their application in the promotion of companies".

For citation

Arzhanova K.A., Pisklakova L.D. (2023) Features of using artificial intelligence in companies' marketing communications. *Digital sociology*. Vol. 6, no 4, pp. 4–12. doi: 10.26425/2658-347X-2023-6-4-4-12



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Согласно данным Global AI Adoption Index 2021 от IBM, более 80 % компаний уже используют или планируют использовать нейронные сети (далее – нейросети) в маркетинговых исследованиях. Этими сведениями и объясняется актуальность темы исследования. Сейчас на рынке нейросетей происходит революционная трансформация¹.

Маркетинговые коммуникации являются важными инструментами для продвижения товаров, услуг на рынок. Однако при условиях появления новых технологий и инструментов маркетингологам приходится постоянно искать другие способы привлечения внимания клиентов к своему бизнесу. Одними из таких инструментов являются нейросети.

Сегодня нейросети являются компьютерными системами, которые имитируют работу мозга человека. Они могут обрабатывать огромные объемы данных и на их основе принимать решение. Нейросети используются в маркетинге для прогнозирования поведения потребителей и формирования персонализированной рекламной кампании².

Аналитика данных о поведении потребителей в сети Интернет является примером использования нейросетей для маркетинга. Анализ поможет выявить самые популярные товары и услуги среди определенной группы потребителей, наиболее результативные рекламные кампании, а также определить каналы коммуникации, которые подходят данной аудитории [Васюнова, 2023].

Это дает возможность увеличить эффективность рекламных кампаний и повысить уровень продаж. О подобных примерах использования в своей статье писали А.В. Шах и О.В. Лапицкая. В своей работе ученые описали, как именно искусственный интеллект (далее – ИИ) может помочь маркетингологу в работе [Шах, Лапицкая, 2021].

Нейросети могут проводить анализ с определением запросов потребителей, что в свою очередь дает возможность брендам готовить конкретные предложения для клиентов [Рабченко, 2021].

Многие возможности нейросетей делают их сильным инструментом для использования в маркетинге и при анализе данных, что дает брендам возможность лучше узнавать потребности клиентов и наиболее эффективно осуществлять с ними взаимодействие [Бережная, 2023].

¹ IBM. Global Data from IBM Points to AI growth as businesses strive for resilience. Режим доступа: <https://newsroom.ibm.com/IBMs-Global-AI-Adoption-Index-2021> (дата обращения: 24.07.2023).

² Digital Uncovered. The future of marketing and neural networks. Режим доступа: <https://digitaluncovered.com/future-marketing-neural-networks/> (дата обращения: 26.07.2023).

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР / LITERATURE REVIEW

Нейросети в последнее время стали активно использоваться в различных сферах деятельности. А. Петрилло, Р. Чоффи, Ф.Д. Феличе обозначили важные аспекты цифровой трансформации бизнеса [Petrillo, Cioffi, Felice, 2018]. В бизнес-сфере их применение в последнее время становится все более актуальным. Некоторыми учеными были изучены особенности использования нейросетей в рамках строительства [Melnikov, Tsapko, 2023]. В данном бизнес-направлении исследователи определили альтернативы использования нейросетей в целях планирования процесса строительства и поставок материалов. В сельскохозяйственной сфере Д. Гарг и М. Алам разработали собственную платформу, которая основывалась на блокчейне и глубоких нейросетях [Garg, Alam, 2023].

Процесс бизнес-прогнозирования также может быть упрощен при помощи нейросетей. Их можно внедрять в рамках управленческих процессов, операционного управления, направлений маркетинга и др. [Maithili, Kumari, Rajamanickam, Paul, 2012].

Е. Венер и В. Никульча изучили применение нейросетей в цифровом маркетинге. Результатом данного исследования стало определение преимуществ нейросетей и их применения в этом направлении в рамках аналитической деятельности при разработке прогнозов спроса, поведения потребителей и др. [Vehner, Nikulcha, 2023].

Важным представляется труд ученых, которые провели оценку готовности бизнеса к процессу цифровизации и внедрению нейросетей в маркетинг. Ими была разработана модель, демонстрирующая низкую готовность компаний к этому процессу [Yasynska, Fomichenko, Voloshyna, Byvsheva, Krikunenko, 2019].

Д. Магди продемонстрировала примеры использования нейросети Midjourney в рекламе [Magdy, 2023]. С.П. Пол, С. Аггарвал, С. Джха рассмотрели различные примеры использования ИИ в маркетинге [Paul, Aggarwal, Jha, 2022].

Проведенный теоретический обзор источников позволил сделать вывод о том, что имеющийся уровень понимания у компаний специфики применения нейросетей является недостаточным для их эффективного внедрения, следовательно, необходима разработка алгоритма их применения.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ / MATERIALS AND METHODS

Цель исследования – составление актуального перечня нейросетей для осуществления маркетинговой деятельности организаций. Для

реализации указанной цели необходимо решить следующие задачи:

- 1) изучить самые популярные нейросети, их функционал и особенности;
- 2) провести анализ отечественного и зарубежного опыта использования нейросетей в маркетинговой деятельности компаний;
- 3) предложить рекомендации для более эффективного использования нейросетей;
- 4) на основании проведенного исследования определить перечень нейросетей.

В основной части статьи представлен обзор источников по теме исследования. В заключении приводятся результаты и общие выводы.

Проблема исследования состоит в том, что для эффективной работы бизнесу необходимо понимать, какие нейросети смогут решать задачи маркетинговой деятельности. Для этого следует определить подобные нейросети.

Методологическая основа статьи – публикации по проблемам применения нейросетей в рамках бизнеса, маркетинговой деятельности. Были рассмотрены работы отечественных и зарубежных исследователей. Применялись следующие теоретические методы исследования: анализ, синтез, проблематизация. В качестве эмпирического метода был использован контент-анализ, в рамках которого были изучены публикации следующих авторов для определения необходимости разработки методики внедрения нейросетей в маркетинговые коммуникации компаний: S. Aggarwal, M. Alam, L. Byvsheva, R. Cioffi, F.D. Felice, I. Fomichenko, D. Garg, S. Jha, E. Krikunenko, R. Kumari, D. Magdy, L. Melnikov, V. Nikulcha, A. Petrillo, K. Tsapko, A. Maithili, V. Nikulcha, P. Paul, S. Rajamanickam, N. Yasynska, E. Venher, O. Voloshyna.

Также авторами был проведен анализ ряда нейросетей на предмет возможности использования их в рамках маркетинговой деятельности компаний, таких как ChatGPT, CopyMonkey, Aneword, Midjourney, Syntesia.io, Stable Diffusion, DALL-E 2, «Шедеврум», Kandinsky, BrainMaker.

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ / MAIN RESULTS

В начале исследования необходимо изучить существующие нейросети.

ChatGPT – плод многолетнего труда компании OpenAI, которая проводит исследования в области ИИ с 2015 г. Эта нейросеть способна готовить тексты в разных форматах – посты, письма, статьи, заметки и др., предлагать переводы сгенерированного контента, а также работать над созданием рекламы, сценариев для видеоконтента,

предлагать хэштеги в рамках SEO (англ. search engine optimisation – поисковая оптимизация).

Еще одна разработка от компании OpenAI – DALL-E 2. Эта нейросеть способна создавать оригинальные изображения на основе предлагаемого ей текста. Сгенерированные работы выглядят как настоящие произведения искусства. Также посредством этой нейросети можно редактировать свои изображения с помощью текстовых подсказок. Хороший пример использования DALL-E 2 можно увидеть на июньской обложке журнала Cosmopolitan [Калькова, 2015].

Следующий полезный инструмент – это You.com, новая поисковая система с функцией встроенного чат-бота на сайте (как и у ChatGPT). Бот дает ответы на вопросы, вступает в диалог и др., создает SMM-контент (англ. social media marketing – маркетинг в социальных сетях) – заголовки, тексты постов, email-письма и тексты в разных форматах и стилях. Также нейросеть может создавать изображения по текстовому описанию.

CopyMonkey – это стартап, разработавший сервис для создания контента к видео на YouTube для русскоязычной аудитории: SEO-сопровождение текста, описаний, комментариев и т.д. Можно добавлять ключевые слова и указывать тему текста.

Aneword – еще один сервис для создания контента, который проводит анализ целевой аудитории, предполагает конверсию по посту, корректирует контент под конкретных пользователей. Кроме этого, Aneword создает тексты различной направленности: объявления, SMS-сообщения, статьи и др. Нейросеть переписывает уже опубликованный контент, оставляя смысл и ключевые слова.

Midjourney – система, создающая из текста изображения. В отличие от остальных нейросетей, Midjourney предлагает изображения в высоком разрешении. Результат можно применять в качестве рекламы.

Syntesia.io – это платформа для генерации видео. Нейросеть формирует видео по предлагаемому тексту. В роликах пользователь может выбрать вариант из 85 предлагаемых аватаров, говорящих на 60 языках, на которых может быть прочитан его текст. Можно менять фон аватара, музыку, сами шаблоны. Есть возможность создать свой собственный аватар.

Помимо нейросетей, генерирующих креатив для маркетинга, существуют нейросети для маркетинговой аналитики и автоматизации. Одна из таких – это BrainMaker от Microsoft. Данная нейросеть была использована компанией-создателем для сбора информации о своей текущей кампании посредством прямой почтовой рассылки. Компания Microsoft отправила

около 40 млн прямых почтовых отправок своим 8,5 млн зарегистрированных клиентов. Первый набор почтовых отправок всегда отправляется всем в списке клиентов, второе письмо отправляется только тем, кто ответил на первое письмо.

По рекомендациям BrainMaker, Microsoft смог увеличить процент ответов с 4,8 до 8,2 %, сократив при этом расходы на 35 %³.

Крупнейшие зарубежные компании давно пользуются преимуществами ИИ. Например, китайская компания Alibaba Group благодаря ИИ избавляет копирайтеров от необходимости создавать описания товаров для представления на своей торговой площадке. YouTube также внедрил специальный алгоритм рекомендаций пользователям, функционирующий за счет самообучающейся нейросети.

Тем не менее некоторые компании на российском рынке используют ИИ в своих маркетинговых коммуникациях. Например, еще одним методом работы с визуальными элементами рекламных сообщений является дипфейк (англ. deepfake). При использовании этого метода комбинируются несколько изображений. Элементы фотографии или видеоролика заменяются на нужное изображение с помощью генеративно-состязательной нейросети (англ. Generative adversarial network). Пока использование этой системы на российском рынке не очень распространено, но яркие примеры привести можно в нескольких исследовательских работах [Jalali, Park, Vanani, Hung, 2021].

В июле 2021 г. публичное акционерное общество «МегаФон» запустило серию рекламных роликов, снятых в виде шпионского сериала. Характерно, что в рекламе появляется Брюс Уиллис. Изображения с использованием технологии дипфейк были созданы организацией, занимающейся обработкой изображений с помощью ИИ. Таким образом, оператор мобильной связи подготовил оригинальную рекламную кампанию нового тарифного плана с участием известного актера и стал первой российской компанией, официально использовавшей образы людей при создании контента с применением технологии дипфейк.

Персонализация данных – одно из самых ранних применений ИИ в маркетинге. Поскольку вручную отслеживать огромные объемы данных о потребителях невозможно, компании уже много лет используют системы автоматизации работы с большими данными. Для персонализации предложений конкретным целевым группам включаются автоматизированные алгоритмы,

которые обрабатывают информацию из баз данных клиентов, чьи интересы и желания были отслежены ранее. Алгоритмы контекстной и таргетированной рекламы работают на основе ИИ. К преимуществам такого подхода можно отнести соответствие предложения запросам и интересам потребителей, а также видимость того, что бренд заботится о своей аудитории⁴.

Компании «СберМаркетинг» (ООО «С-Маркетинг») и «СберМаркет» (ООО «Инстамарт Сервис») одними из первых запустили контекстную ИИ-рекламу на российском телевидении. Такая реклама персонализируется, подбирая наиболее подходящее объявление для ситуации, происходящей на экране. Например, если герой фильма ест, пользователю показывается реклама службы доставки еды; если передается изображение кошки, то демонстрируется реклама зоомагазина⁵.

Нейросети используются также для того, чтобы понять необходимую тематику публикаций. Интересен пример компании PointCast Inc., которая занимается рассылкой новостей в Интернете. Еще в 1997 г. эта организация прибегла к помощи сторонних компаний, воспользовавшись новостным сервером Convectis, созданным компанией Aptex Software Inc. За счет сервера PointCast Inc. проводила автоматическую классификацию сообщений, выделяя смысл ключевых слов в зависимости от конкретного контекста. Таким образом компания проводила классификацию информации по таким ресурсам, как Reuters, NBC, CBS, определяя тематику сведений. Нейросетевые продукты способны выявлять области, которые интересуют пользователей, и предлагать им рекламу соответствующей продукции. Таким продуктом является SelectCast, разработанный Aptex Software. Согласно имеющимся исследованиям, подобная реклама повышает интерес в два раза среди пользователей, чем традиционная реклама; корректируя тип рекламы, можно сделать ее еще более эффективной⁶.

В нейросети практически нет контроля: если живой художник участвует во всем процессе создания изображения, то здесь есть только требования и результат, а все, что происходит между ними, неизвестно⁷.

Нейросети Midjourney, Stable Diffusion и DALL-E 2 более правильно понимают английский язык,

⁴ Adpass. Маркетинг и нейросети. Режим доступа: <https://adpass.ru/marketing-i-nejroseti/> (дата обращения: 29.07.2023).

⁵ vc.ru. Нейросети: применение в маркетинге. Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/603736-neyroseti-primenenie-v-marketinge> (дата обращения: 30.07.2023).

⁶ Twin. Нейросети в маркетинге: как они применяются. Режим доступа: <https://twin24.ai/company/articles/nejroseti-v-marketinge-kak-oni-primeniyayutsya/> (дата обращения: 02.08.2023).

⁷ Marketing Insider Group. Michael Brenner. Artificial Neural Networks: What Every Marketer Should Know. Режим доступа: <https://marketinginsidergroup.com/content-marketing/artificial-neural-networks-every-marketer-know/> (дата обращения: 03.08.2023).

³ California Scientific. Maximize Returns on Direct Mail with BrainMaker Neural Network Software. Режим доступа: <https://www.calsci.com/DirectMail.html> (дата обращения: 27.07.2023).

поэтому запросы следует переводить. Нейросети «Шедевр» и Kandinsky 2.1 изначально были построены на русских моделях, поэтому их можно использовать без перевода.

ИИ может генерировать картинки на основе абстрактных слов, таких как счастье, тревога, время, философия и т.д. Нейросети Midjourney, Stable Diffusion, Kandinsky и Masterpiece могут это делать, а Bing (DALL-E 2) может подсказать, что ассоциируется с этими словами.

Преимущество абстрактных запросов состоит в их непредсказуемости. Это же является и недостатком: конечные результаты могут не отражать ваши идеи.

Например, если дается задание изобразить будущее, Stable Diffusion создаст нечто похожее на плакат или обложку. Необходимо добавить в описание некоторое количество объектов. Нейросеть хорошо справляется с 3–4 объектами. Если указать слово во множественном числе, то она сгенерирует случайное количество объектов. Дополнение описания глаголами и действиями помогает сделать итоговое изображение ярким и интересным. Указание настроения или характера объекта («мрачный», «счастливый», «заботливый») и синонимов («умный», «интеллигентный», «гений») помогает нейросети вычленивать детали картинки. Добавочные модификаторы – это дополнительные слова, которые помогают ИИ нарисовать изображение в необходимом стиле, в качественных характеристиках. Рассмотрим некоторые ниже:

1) качественные характеристики виртуального фотоаппарата. Указывается модель фотоаппарата, тип съемки, выдержка, фокусное расстояние и др. Предложим некоторые варианты характеристик:

- фотоаппарат: Canon Mark II, Polaroid, Nikon D600 и др.;
- линза фотоаппарата: макролинза, телелинза, линза GoPro, линза 50 мм, 70 мм и др.;
- расстояние до объекта съемки: близкое, среднее, дальнее;
- определенные эффекты фотоаппарата: глубина резкости (англ. depth of field), размытость изображения (англ. motion blur).

2) стиль изображения. Можно указать одного или нескольких художников, стиль, направление, жанр;

3) цвет рисунка. Можно прописать оттенок, цвет или тональность.

Последний этап формирования запроса для нейросети предполагает указание качества изображения, уровня детализации, характеристик фона и размера изображения. Приведем примеры:

- качество изображения: 8K, ультрареалистичное, ультрадетализированное, гиперреалистичное;

- характеристики фона: белый, черный, городской, цветочный;

- размеры указываются только в Midjourney (AR 16:9, AR 1:1, AR 3:2);

- в Midjourney версия нейросети – v5 (реализм), v4 (арт).

Необязательно каждый раз использовать одни и те же подсказки, можно менять детали.

Использование нейросетей – это творческий подход, поэтому стоит поэкспериментировать. Лучший способ понять, как они работают – это сформулировать запросы по-разному и посмотреть на результаты.

Текстовые нейросети способны выполнять разные виды работы – от подготовки контент-стратегии до формирования таблиц, графиков.

Задать цель запроса можно следующим образом. В нейросетях, таких как ChatGPT и Bing, существуют формулы, по которым можно составить рабочий запрос: действие – тип текста – тема.

Рассмотрим пример запроса по данной формуле:

- подготовить сценарий роликов для аккаунта бизнес-коуча;
- подготовить развлекательный пост на тему «Выбор ресторана для вечера» для сети предприятий общественного питания;
- разработать контент-план в виде таблицы для страницы сети пекарен на сайте «ВКонтакте».

Необходимо четко определить цель и сказать, для чего нужен текст. Если попросить сеть написать пост в социальной сети, то она даст совет, как написать, но не подготовит сам текст. Для того чтобы нейросеть написала пост, ей необходимо задать тему.

Нейросети можно также присвоить роль: она ведет себя как (название роли); ее способности (список способностей); ее задача (описание задачи); Do (форма ответа нейросети).

Пример готового запроса следует заключить по формуле: «Выступая в роли SMM-специалиста, Вы разбираетесь в маркетинге, копирайтинге, аналитике и сфере услуг. Ваша задача – придумать серию историй для сельского курорта на тему «осень у бассейна». Перечислите пять историй в виде заголовка и краткого описания».

Нейросети можно попросить «стать» персонажами или специалистами. Например, их можно сделать креаторами, PR-менеджерами (англ. public relations – связи с общественностью), SMM-специалистами, редакторами, специалистами по трафику и т.д.

В ChatGPT можно настроить роль один раз в чате и потом возвращаться к ней снова и снова [Шабанов, 2021].

Описание целевой аудитории также значительно повышает качество и эффективность текста. Формула такого запроса следующая: описание задачи или описание роли; целевой читатель (перечень характеристик). Можно описать конкретные характеристики (пол, возраст, регион), указать сферы интересов и увлечений.

В настоящей статье были рассмотрены общие нейросети, их функции и особенности. Также был проанализирован опыт брендов по использованию ИИ в маркетинговых коммуникациях. В других странах этот инструмент используется уже много лет, поэтому существует огромное количество примеров для анализа. В России он начал внедряться в маркетинговые операции не так давно⁸.

Также был описан широкий спектр использования нейросетей в маркетинговой деятельности компаний, подробно расписан функционал каждой из них.

В текущей работе были предложены рекомендации для более эффективного использования нейросетей с целью генерации визуального и текстового контента.

На основании проведенного исследования был составлен перечень из актуальных нейросетей для осуществления маркетинговой деятельности компании. Список выглядит следующим образом:

- ChatGPT;
- Midjourney;
- DALL-E 2;
- CopyMonkey;
- Aneword;
- Syntesia.io;
- BrainMaker.

Описанный выше анализ, проведенный авторами, был осуществлен с целью определения специфики существующих нейросетей, а также составления их актуального перечня, которым могут воспользоваться компании при решении определенных задач в рамках своей деятельности.

Исходя из вышесказанного, можно заключить, что использование нейросетей в корпоративных маркетинговых коммуникациях не только упростит работу маркетологов и креативных менеджеров, но и сделает ее более эффективной. В отличие от человеческого мозга, ИИ способен обрабатывать большие объемы информации с высокой скоростью:

- анализировать эффективность и оптимизировать коммуникационные кампании. Таким

образом нейросеть Albert осуществляет запуск рекламы на ряде ресурсов, ориентируясь на предыдущий опыт;

- генерировать персонализированный контент. Рекламные стенды Google демонстрируют разную рекламу в своей поисковой системе. При возникновении снега будут показываться прогноз погоды, ближайшее уютное место, где можно его переждать;

- настраивать таргетинг. Например, известная сеть магазинов оптики «Очкарик» при помощи нейросети провела анализ фотографий на страницах пользователей в социальной сети «ВКонтакте», где нейросеть определяла тех, кто носит очки. В рамках первого этапа эксперимента было обнаружено более 260 тыс. подобных страниц, в результате чего сеть оптик увеличила охваты целевой аудитории в 4 раза;

- генерировать визуальную составляющую и креативы⁹.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

Нейросети становятся доступными широкому кругу пользователей и активно внедряются во многие области человеческой деятельности. За последние несколько лет они совершили качественный скачок и приблизились к реалистичности человеческих задач.

Наибольшие проблемы связаны с правовой стороной вопроса использования нейросетей – в настоящее время появляются конфликты, связанные с регулиацией их работы. Следует сделать вывод о необходимости законодательного регулирования данной деятельности.

В настоящее время существует всего пять-шесть нейросетей, технология уже хорошо известна широкому кругу потребителей. Например, на сайте AI Library размещено более 800 сетей для преобразования запроса/идеи в текст, текста в видео, текста в изображение и различных их комбинаций¹⁰.

Применение нейросетей в маркетинге и в рамках SEO влияет на эффективность процессов, что дает компаниям определенное преимущество в цифровом пространстве [Нижник, 2023].

Кроме того, нейросети помогают адаптировать контент согласно предпочтениям потребителей. Компании, понимающие возможности данного инструмента, могут получить конкурентное

⁸ Click.ru. Нейросети в маркетинге: как применять и какие есть. Режим доступа: <https://blog.click.ru/growthhacking/neiroseti-v-marketinge/> (дата обращения: 05.08.2023).

⁹ vc.ru. Как маркетологам использовать нейросети: кейсы российских и зарубежных брендов. Режим доступа: <https://vc.ru/u/1313822-veronika-mustafina/613350-kak-marketologam-ispolzovat-neyroseti-keisy-rossiyskih-i-zarubezhnyh-brendov> (дата обращения: 05.08.2023).

¹⁰ AI Library. Режим доступа: <https://library.phygital.plus> (дата обращения: 04.08.2023).

преимущество [Ткачев, 2023]. Формирование коммуникационной стратегии и учет вида контента способны повлиять на эффективное продвижение бренда [Аржанова, 2023].

Использование нейросетей дает компаниям возможность повышать свою эффективность, но далеко не все из них понимают то, каким образом необходимо их внедрять в рамках деятельности [Аржанова, Качалова, Пискалова, Файзуллина, 2023].

Медиабизнес и предпринимательство в настоящее время меняются, что вызвано влиянием многочисленных трендов [Дружинин, 2021]. Концентрация внимания на таких трендах, как нейросети, поможет компаниям войти в новую эпоху своего развития.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аржанова К.А., Еремеева А.И. Ситуативный и коммуникационный контент в рамках SMM-продвижения бренда в социальных сетях. *Цифровая социология*. 2023;6(2):4–11. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2023-6-2-4-11>
- Аржанова К.А., Качалова А.С., Пискалова Л.Д., Файзуллина А.В. Влияние маркетинговых трендов и их применение при продвижении компаний: монография. Новосибирск: ООО «СибАК»; 2023. 134 с.
- Бережная М.Н., Рахминова Э.В., Орлова В.Г. Искусственный интеллект в современном маркетинге: инструменты, возможности и перспективы. В кн.: Стратегическое планирование и развитие предприятий: материалы XXIV Всероссийского симпозиума, Москва, 11–12 апреля 2023 г. М.: Центральный экономико-математический институт РАН; 2023. С. 21–24.
- Васюнова А.А., Кукишинова Е.Д., Грачева Д.П. Искусственный интеллект в маркетинге и рекламе: отечественный опыт. В кн.: Журналистика, массовые коммуникации и медиа: взгляд молодых исследователей: материалы Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции молодых исследователей, аспирантов и студентов, Белгород, 12–14 апреля 2023 г. Белгород: ООО «Космос»; 2023. С. 386–392.
- Дружинин А.М. Цифровая трансформация российского медиабизнеса в условиях неопределенности. *Цифровая социология*. 2021;4(4):50–59. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2021-4-4-50-59>
- Калькова Н.Н. Особенности применения технологии нейронной сети в маркетинге. *Научные труды SWorld*. 2015;12(2):62–66.
- Нижник И.А. Использование технологий нейросетей в маркетинге и продажах. Сборник научных трудов Ангарского государственного технического университета. 2023;20:376–379.
- Рабченко В.Н. Нейронная сеть в маркетинге, как инструмент продвижения товаров и услуг. В кн.: Современные научные исследования в области экономики, управления и права: сборник научных статей по итогам Международной научно-практической конференции, Волгоград, 06 апреля 2021 г. Волгоград: Волгоградский институт экономики, социологии и права; 2021. С. 154–159.
- Ткачев В.В. Использование нейросетей для адаптации контента под предпочтения аудитории в маркетинге. *Экономика и бизнес: теория и практика*. 2023;5–3(99):130–132. <https://doi.org/10.24412/2411-0450-2023-5-3-130-132>
- Шабанов Д.Д., Гайдук А.Е. Возможности применения искусственного интеллекта и нейросетей в маркетинге. В кн.: Пятый научный форум телекоммуникации: теория и технологии ТТТ-2021: материалы XIX Международной научно-технической конференции, Самара, 23–26 ноября 2021 г. Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики; 2021. С. 248–249.
- Шах А.В., Лапицкая О.В. Как искусственный интеллект помогает маркетологу. В кн.: Менталитет славян и интеграционные процессы: история, современность, перспективы: сборник научных трудов. Гомель: Гомельский государственный технический университет им. П.О. Сухого; 2021. С. 129–131.
- Garg D., Alam M. An integrated secure blockchain and deep neural network framework for better agricultural business outcomes. 2023;1068:127–135. https://doi.org/10.1007/978-981-99-5358-5_11
- Jalali S., Park H., Vanani I.R., Hung K.P. Research trends on big data domain using text mining algorithms. *Digital Scholarship in the Humanities*. 2021;36(2):361–370. <https://doi.org/10.1093/lc/fqaa012>
- Magdy D. The Use of artificial intelligence art generator «Midjourney» in artistic and advertising creativity. 2023;4:42–58. <https://doi.org/10.21608/jdsaa.2023.169144.1231>
- Maithili A., Kumari R., Rajamanickam S., Paul P. Neural network towards business forecasting. *IOSR Journal of Engineering*. 2012;2(4):831–836. <https://doi.org/10.9790/3021-0204831836>
- Melnikov L., Tsapko, K. Using neural networks for sustainable construction business development. *E3S Web of Conferences*. 2023. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202338909048>
- Paul S., Aggarwal S., Jha S. A survey on the use of artificial intelligence (AI)-enabled techniques in digital marketing. *AIP Conference Proceedings*. 2022;2555(1):55–64. <https://doi.org/10.1063/5.0108607>

- Petrillo A., Cioffi R., Felice F.D. (eds.)* Digital transformation in smart manufacturing. InTech; 2018. 156 p. <http://dx.doi.org/10.5772/intechopen.69336>
- Vehner E., Nikulcha V.* Features of the use of artificial neural networks in digital marketing. Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences. 2023;316:312–318. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-49>
- Yasynska N., Fomichenko I., Voloshyna O., Byvsheva L., Krikunenko E.* Assessment of the level of business readiness for digitalization using marketing and neural network technologies. Innovative Marketing. 2019;15:42–59. [https://doi.org/10.21511/im.15\(3\).2019.04](https://doi.org/10.21511/im.15(3).2019.04)

REFERENCES

- Arzhanova K.A., Ereemeeva A.I.* Situational and communication content in the framework of SMM brand promotion in social networks. Digital sociology. 2023;6(2):4–11. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2023-6-2-4-11>
- Arzhanova K.A., Kachalova A.S., Pisklakova L.D., Fayzullina A.V.* The influence of marketing trends and their application in the promotion of companies: monograph. Novosibirsk: SibAK LLC; 2023. (In Russian).
- Berezhnaya M.N., Rakhmanova E.V., Orlova V.G.* Artificial intelligence in modern marketing: tools, opportunities and prospects. In: Strategic planning and enterprise development: Proceedings of the XXIV All-Russian Symposium, Moscow, April 11–12, 2023. Moscow: Central Economic and Mathematical Institute of the Russian Academy of Sciences; 2023. Pp. 21–24. (In Russian).
- Druzhinin A.M.* Digital transformation of the Russian media business in conditions of uncertainty. Digital sociology. 2021;4(4):50–59. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2021-4-4-50-59>
- Garg D., Alam M.* An integrated secure blockchain and deep neural network framework for better agricultural business outcomes. 2023;1068:127–135. https://doi.org/10.1007/978-981-99-5358-5_11
- Jalali S., Park H., Vanani I.R., Hung K.P.* Research trends on big data domain using text mining algorithms. Digital Scholarship in the Humanities. 2021;36(2):361–370. <https://doi.org/10.1093/lilc/fqaa012>
- Kalkova N.N.* Features of the application of neural network technology in marketing. Scientific Works of SWorld. 2015;12(2):62–66. (In Russian).
- Magdy D.* The use of artificial intelligence art generator «midjourney» in artistic and advertising creativity. 2023;4:42–58. <https://doi.org/10.21608/jdsaa.2023.169144.1231>
- Maithili A., Kumari R., Rajamanickam S., Paul P.* Neural network towards business forecasting. IOSR Journal of Engineering. 2012;2(4):831–836. <https://doi.org/10.9790/3021-0204831836>
- Melnikov L., Tsapko, K.* Using neural networks for sustainable construction business development. E3S Web of Conferences. 2023. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202338909048>
- Nizhnik I.A.* The use of neural network technologies in marketing and sales. Collection of scientific papers of the Angara State Technical University. 2023;20:376–379. (In Russian).
- Paul S., Aggarwal S., Jha S.* A survey on the use of artificial intelligence (AI)-enabled techniques in digital marketing. AIP Conference Proceedings. 2022;2555(1):55–64. <https://doi.org/10.1063/5.0108607>
- Petrillo A., Cioffi R., Felice F.D. (eds.)* Digital transformation in smart manufacturing. InTech; 2018. 156 p. <http://dx.doi.org/10.5772/intechopen.69336>
- Rabchenyuk V.N.* Neural network in marketing as a tool for promoting goods and services. In: Modern scientific research in the field of economics, management and law: collection of scientific articles on the results of the International Scientific and Practical Conference, Volgograd, April 06, 2021. Volgograd: Volgograd Institute of Economics, Sociology and Law; 2021. Pp. 154–159. (In Russian).
- Shabanov D.D., Gaiduk A.E.* The possibilities of using artificial intelligence and neural networks in marketing. In: The Fifth Scientific Forum of Telecommunications: Theory and Technology TTT-2021: Proceedings of the XIX International Scientific and Technical Conference, Samara, November 23–26, 2021. Samara: Volga State University of Telecommunications and Informatics; 2021. Pp. 248–249. (In Russian).
- Shah A.V., Lapitskaya O.V.* How artificial intelligence helps a marketer. In: The mentality of the Slavs and integration processes: history, modernity, prospects: collection of scientific papers. Gomel: Gomel State Technical University named after P.O. Sukhoi; 2021. Pp. 129–131. (In Russian).
- Tkachev V.V.* Using neural networks to adapt content to the preferences of the audience in marketing. Economics and Business: theory and practice. 2023;5–3(99):130–132. (In Russian). <https://doi.org/10.24412/2411-0450-2023-5-3-130-132>
- Vasyunova A.A., Kukshinova E.D., Gracheva D.P.* Artificial intelligence in marketing and advertising: domestic experience. In: Journalism, mass communications and media: the view of young researchers: materials of the all-Russian (with international participation) Scientific and Practical Conference of young researchers, graduate students and students, Belgorod, April 12–14, 2023. Belgorod: Cosmos LLC; 2023. Pp. 386–392. (In Russian).
- Vehner E., Nikulcha V.* Features of the use of artificial neural networks in digital marketing. Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences. 2023;316:312–318. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-49>
- Yasynska N., Fomichenko I., Voloshyna O., Byvsheva L., Krikunenko E.* Assessment of the level of business readiness for digitalization using marketing and neural network technologies. Innovative Marketing. 2019;15:42–59. [https://doi.org/10.21511/im.15\(3\).2019.04](https://doi.org/10.21511/im.15(3).2019.04)

Инструменты интернационализации и повышения институционального доверия к органам власти в среде международного контингента в отечественных вузах в условиях трансформации цифровой среды

УДК 37.035 DOI 10.26425/2658-347X-2023-6-4-13-19

Получено 21.08.2023

Доработано после рецензирования 29.09.2023

Принято 05.10.2023

Бондаренко Владимир Викторович

Д-р экон. наук, проф. каф. менеджмента, информатики и общегуманитарных наук

ORCID: 0000-0002-6716-1963

E-mail: vvbondarenko@fa.ru

Пензенский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, г. Пенза, Россия

Кузнецова Елена Викторовна

Канд. экон. наук, доц. каф. менеджмента, информатики и общегуманитарных наук

ORCID: 0000-0002-6863-1066

E-mail: elena_myskina@mail.ru

Пензенский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, г. Пенза, Россия

АННОТАЦИЯ

В статье описываются методические положения по применению инструментов интернационализации деятельности российских вузов и по повышению институционального доверия в среде международного контингента в условиях глобальной цифровизации. Авторы дают подробное описание по использованию цифровой среды для достижения целей по продвижению российского образования на мировом рынке и активизации «мягкой силы». В исследовании представлены методические подходы как для предотвращения возможного возникновения межкультурного диссонанса, так и для изложения традиционных для россиян культурных ценностей и установок среди иностранных обучающихся, а также для социального партнерства с органами власти

региона. Разработанный инструментарий в сфере формирования дружественных отношений с иностранными партнерами станет элементом управленческой системы, способствующей продвижению российской системы образования на международные рынки, формированию положительного образа государства и повышению уровня доверия к институтам публичной власти. Описанные подходы и практика применения разработанного инструментария по повышению институционального доверия, прошедшая апробацию в филиальной сети Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, сформируют адаптивный подход к решению задач в условиях нелинейной действительности.

Ключевые слова

Институциональное доверие к власти, международный студенческий контингент, адаптация в социальной среде, фальсификации и социокультурные вызовы, цифровая среда и технологии

Благодарности. Статья подготовлена в рамках выполнения государственного задания «Разработка методических рекомендаций по повышению институционального доверия к органам власти студенческой молодежи в сетевом информационном пространстве в условиях глобальных культурологических и цифровых трансформаций ВТК-ГЗ-ПИ-48-23».

Для цитирования

Бондаренко В.В., Кузнецова Е.В. Инструменты интернационализации и повышения институционального доверия к органам власти в среде международного контингента в отечественных вузах в условиях трансформации цифровой среды// Цифровая социология. 2023. Т. 6. № 4. С. 13–19.

© Бондаренко В.В., Кузнецова Е.В., 2023.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Tools for internationalisation and increasing institutional trust to authorities in the international contingent environment of domestic universities in the transformation conditions of the digital environment

Received 21.08.2023

Revised 29.09.2023

Accepted 05.10.2023

Vladimir V. Bondarenko

Dr. Sci. (Econ), Prof. at the Management, Informatics and General Humanitarian Sciences Department

ORCID: 0000-0002-6716-1963

E-mail: vvbondarenko@fa.ru

Penza branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Penza, Russia

Elena V. Kuznetsova

Cand. Sci. (Econ), Assoc. Prof. at the Management, Informatics and General Humanitarian Sciences Department

ORCID: 0000-0002-6863-1066

E-mail: elena_myskina@mail.ru

Penza branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Penza, Russia

ABSTRACT

The article describes methodological provisions on the tools' use for internationalizing the activities of Russian universities and on increasing institutional trust among the international contingent in the context of global digitalization. The authors provide a detailed description of the digital environment use to achieve the goals of promoting Russian education on the world market and activating "soft power". The article identifies problems in the field of universities' digital IT infrastructure that create certain difficulties for the implementation of education in a digital environment and negatively affect the competitiveness of Russian education. The study presents methodological approaches both for preventing the possibility of the possible emergence of a sociocultural gap and intercultural dissonance, and for transmitting the presentation of the basic traditional

Russian cultural humanitarian values and attitudes among foreign students, as well as for social partnership cooperation with regional authorities of the region. The developed tools in the field of forming friendly relations with foreign partners will become an element of the management system that will promote the Russian education system in international markets, form a positive image of the state and increase the level of trust in the institution of public authority. The described approaches and the practice of using the developed tools to increase institutional trust, which have been tested in the branch network of the Financial University under the Government of the Russian Federation, will form an adaptive approach to solving problems in a non-linear reality.

Keywords

Institutional trust in government, international student contingent, adaptation in the social environment, falsifications and sociocultural challenges, digital environment and technologies

Acknowledgements. The article was prepared as a part of the state task "Development of methodological recommendations for increasing institutional trust in student authorities in the online information space in the context of global cultural and digital transformations of VTK-GZ-PI-48-23".

For citation

Bondarenko V.V., Kuznetsova E.V. (2023) Tools for internationalisation and increasing institutional trust to authorities in the international contingent environment of domestic universities in the transformation conditions of the digital environment. *Digital sociology*. Vol. 6, no 4, pp. 13-19. DOI: 10.26425/2658-347X-2023-6-4-13-19



ВВЕДЕНИЕ/ INTRODUCTION

Одним из важнейших вопросов с точки зрения методологической и практической составляющих в системе российского образования является повышение институционального доверия студенческой молодежи с учетом того, что студенческая среда отечественных учебных заведений за последние десять лет в значительной мере трансформировалась (особенно в вузах) в международную. За данный период количество иностранного контингента в отечественных вузах и их филиалах имело тенденцию к росту [Танина, 2022].

Имеющие место социокультурные вызовы и глобализация сетевого пространства определили тренд к увеличению форм самоорганизации студенческой молодежи, выражающейся в участии в виртуальной частной сети (англ. virtual private network, VPN), открытых и закрытых телеграмм-каналах. Это обуславливает необходимость разработки инструментов формирования институционального доверия студенческой молодежи, ее международной составляющей, не допуская их трансформации в реальные экстремистские настроения в условиях масштабной санкционной политики и глобальных вызовов [Мирошина, 2022].

БАЗА ИССЛЕДОВАНИЯ / RESEARCH BASE

Информационной основой исследования послужили источники статистических данных, нормативно-правовая база, регламентирующая реализацию молодежной политики в нашей стране, результаты научных исследований по проблемам оценки доверия студенческой молодежи в условиях глобальных и цифровых трансформаций, а также практический опыт в формировании международной студенческой среды в Финансовом университете при Правительстве Российской Федерации (далее – Финуниверситет) и в его филиальной сети (27 филиалов).

Социологическое исследование проводилось среди обучающихся вузов о том насколько они доверяют органам власти, социальным и политическим институтам Российской Федерации (далее – РФ) в период с 01.03.2023 г. по 24.04.2023 г.¹ в рамках государственного задания «Разработка методических рекомендаций по повышению институционального доверия к органам власти

студенческой молодежи в сетевом информационном пространстве в условиях глобальных культурологических и цифровых трансформаций ВТК-ГЗ-ПИ-48-23». Выборка составила порядка 1500 человек, половина из которых это студенты вузов. Достоверность собранных данных обеспечил тот факт, что исследование проводилось в 48 субъектах РФ представляющих все федеральные округа. Опрос респондентов осуществлялся с помощью электронной анкеты, размещенной на платформе Google Forms.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / STUDY RESULTS

По мнению большинства опрошенных студентов, обучающихся в вузах РФ (88,21 %), доверие населения к институтам публичной власти представляет собой уверенность граждан в компетентности, надежности и добросовестности властных структур, их способности обеспечить достойный уровень жизни и социальных гарантий людям.

Из распределения ответов респондентов следует, что значительной разницы во мнениях у обучающихся российских вузов не наблюдается. Большинство из них (более 40 %), формируют доверительное отношение к органам власти в случае справедливого принятия ими решений, неременной уверенности в должном исполнении властью своих функций, порядочности представителей власти. Обращает на себя внимание тот факт, что более 80 % респондентов из вузов и колледжей РФ ответили, что доверяют или скорее доверяют исполнительной и судебной ветвям власти. В частности российская студенческая молодежь выразила доверие институту президентства, федеральным и региональным силовым и судебным структурам. Меньший уровень доверия) студенческая молодежь оказывает законотворческим органам федерального и регионального уровня, а также первому лицу региона. Соответствующий уровень доверия в 70% студенческая молодежь выражает органу реализуемому молодежную политику на федеральном и региональном уровнях. Проведенный анализ, основанный на результатах деятельности региональных институтов (принимающих участие в образовательных, воспитательных и патриотических программах), позволил выявить ряд имеющихся проблем. Так, зачастую институты развития регионального уровня имеют неопределенный организационно-правовой статус. У них отсутствуют инструменты эффективного взаимодействия и влияния на решения

¹ Социальная сеть «ВКонтакте». В Пензенском филиале Финуниверситета прошла международная научно-практическая конференция. Режим доступа: https://vk.com/wall-158468601_1417/ (дата обращения: 27.07.2023).

органов федеральной власти; нет четкой целостности и системы управления структурами, а также существует проблема их систематизации и более широкой вовлеченности в региональную систему образования [Ступина, 2022].

КОРРЕЛЯЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ И УРОВНЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ДОВЕРИЯ / CORRELATION OF THE EDUCATIONAL ENVIRONMENT AND THE INSTITUTIONAL TRUST LEVEL

Цифровизация образования, являющаяся важным инструментом в вопросах повышения доверия к органам власти (в том числе в вузовской среде), с одной стороны, повышает доступность получения образования в экзогенной среде, но, с другой стороны, заставляет организовывать и реализовывать учебный процесс на качественно новом уровне. В первую очередь это касается методологии и инструментария образовательного контента. Современными инструментами цифрового взаимодействия актуальными по форме и содержанию становятся:

- платформенные решения;
- цифровые библиотеки, образовательные порталы и репозитории вузов;
- сервисы поддержки иностранных студентов во время обучения;
- цифровые сервисы, позволяющие упростить процесс запоминания и понимания учебного материала студентами-нерезидентами (агрегаторы учебных материалов, переводчики текстов, транслятеры, и др.);
- учебные программы, реализуемые на английском языке, в том числе с использованием искусственного интеллекта (далее – ИИ);
- развитие специализированных агентств, функционирующих на основе технологий больших данных (англ. Big Data) и ИИ;
- анализ как интересов иностранных абитуриентов в выборе образовательных программ, так и соотношения спроса и предложения на образовательные продукты на различных рынках в мировом масштабе;
- отслеживание вузов-конкурентов и их образовательных программ с целью оказания консультационной поддержки российским университетам [Кротенко, 2022].

В целом вузы РФ успешно адаптируются к текущим изменениям и для привлечения иностранных студентов проводят следующие мероприятия: увеличивают число информационных вебинаров; применяют более гибкие правила

приема; расширяют объемы рекламы; повышают количество стипендиальных программ. Экспертный анализ зарубежных инструментов и механизмов международной академической мобильности выявил основной канал цифровой трансформации российских вузов в краткосрочной перспективе. Все указанные инструменты находятся в двух плоскостях. Первое направление касается технического оснащения образовательных организаций с учетом всех последних трендов в сфере информационных технологий (далее – ИТ). А второе направление относится к содержанию элементу образовательных программ и внедрению Agile технологий к обучению, построенных на основе индивидуальных трекингов развития студентов-иностранцев (принимая во внимание межкультурные и организационные коммуникации) [Власова, 2022].

Инструменты повышения доверия к органам власти являются важным аспектом развития современного общества. Обладая легитимностью и авторитетом, органы власти имеют возможность регулировать и управлять различными сферами жизни граждан. Однако, для успешного осуществления своих функций, органам власти необходимо завоевать и поддерживать доверие граждан. Основопологающими принципами в работе по повышению институционального доверия должны стать:

1. Прозрачность. Один из ключевых инструментов повышения доверия – обеспечение прозрачности деятельности органов власти. Это включает в себя открытость в принятии решений, доступность информации о работе государственных органов и использование понятного языка при общении с гражданами.

2. Участие граждан. Вовлечение граждан в процесс принятия решений и формирования политики способствует укреплению доверия к органам власти. Это может быть осуществлено через организацию общественных слушаний, публичные консультации и возможность граждан выражать свои мнения и предложения.

3. Аккаунтабельность. Ответственность органов власти за свои действия и результаты является важной составляющей уважения и доверия со стороны граждан. Механизмы проверки и контроля, а также возможность обжалования решений органов власти способствуют установлению доверительных отношений.

Создание прозрачных, участнических и аккаунтабельных механизмов способствует укреплению доверия граждан и созданию более ответственного и эффективного управления в стране.

ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ VR-АКТИВНОСТЬЮ МОЛОДЕЖИ / YOUTH VR ACTIVITY MANAGEMENT TOOLS

К инструментам повышения институционального доверия в среде международного контингента в отечественных вузах следует отнести разработку методических рекомендаций по использованию социальных и управленческих технологий, стимулирующих повышение институционального доверия молодежи к государственной власти, а также социокоммуникативные технологии управления VR-активностью и взаимодействием как с социальными институтами, так и с органами власти на уровне региона.

С целью создания организационного механизма функционирования системы международного партнерства и взаимодействия с органами публичной власти в 2021 г. была создана научно-учебная лаборатория, цель которой заключается в создании возможностей для самореализации, развития и активизации научно-исследовательской деятельности студентов (бакалавров, магистрантов, аспирантов – молодых исследователей по проектам, определяющих тематику лаборатории). Деятельность такой научной лаборатории направлена на повышение институционального доверия к властным структурам, продвижение международного бренда Финуниверситета (в том числе на уровне регионов филиальной сети), повышение привлекательности карьеры ученого среди выпускников с учетом целевых показателей Национального проекта «Наука и университет» 2021–2030 гг. Задачи научно-исследовательской лаборатории, которые необходимо решить, следующие:

- активизировать научно-исследовательскую деятельность в среде бакалавров и магистров экономики и менеджмента ;
- обеспечить качественный рост публикационных метрик;
- создать саморегулирующийся механизм повышения уровня интернационализации и повышения институционального доверия к органам власти в среде международного контингента – организовать кабинетные исследования в области повышения институционального доверия студенчества (в том числе иностранного контингента к властным структурам) [Танина, 2022].

Данная лаборатория имеет численный состав, в котором 80 % участников – студенты, обучающиеся по программам бакалавриата и магистратуры, а также аспиранты филиала. Силами участников лаборатории разработаны «Методические рекомендации по увеличению

количества иностранных обучающихся в филиалах Финансового университета: особенности обучения иностранных граждан и лиц без гражданства (на примере Пензенского филиала)»². С учетом разработанных методических рекомендаций в рабочую программу учебной дисциплины «Введение в специальность» инициированы дополнения в следующую учебную тему: «Организация обучения в соответствии с ФГОС» в раздел «№3. Организация НИРС, научные мероприятия для студентов».

С целью снижения вероятности возникновения межкультурного диссонанса изложения традиционных российских гуманитарных ценностей среди нерезидентов и диффузии с региональными органами власти стали применяться следующие инструменты поддержки : организован консультационный пункт по вопросам миграции, проживания и пребывания на территории РФ и региона, осуществляется приращение куратора за студентами-иностранцами 1 курсов из числа студентов-членов научно-учебной лаборатории; в цифровом пространстве организованы коммуникационные каналы посредством социальных мессенджеров, преподаватели иностранных языков, специалисты по воспитательной работе применяют инновационные методики, способствующие устранению межэтнического разрыва в студенческой среде [Мирошина, 2022].

В результате наблюдаются снижение показателей неаттестованных студентов, рост посещаемости и успеваемости обучающихся. За период работы научно-учебной лаборатории (2021–2023 гг.) количество квот Министерства науки и высшего образования РФ (МОН) и иностранных студентов возросло более чем в два раза.

Популяризация полученных в результате учебной, научной и методической деятельности проводилась в следующих форматах:

- выступление на региональном радио: Перспективы международного сотрудничества в студенческой среде (на примере Пензенского филиала Финуниверситета). Программа «Пенза Онлайн» (эфир от 19.09.2022);
- публикация в региональных СМИ: Адаптивные механизмы международного сотрудничества;
- информация на официальном информационном портале Администрации г. Пензы³;

² Бондаренко В.В. Методические рекомендации по увеличению количества иностранных обучающихся в филиалах Финансового университета: особенности обучения иностранных граждан и лиц без гражданства (на примере Пензенского филиала). Свидетельство о депонировании №022-014232 от 08.11.2022 (Патент).2022.

³ Пензенская городская Дума. Представителям талантливой молодежи Пензы вручили именные стипендии. Режим доступа: <https://www.pguma.ru/news/predstavityam-talantlivoy-molodezhi-penzy-vruchili-imennye-stipendii/> (дата обращения: 29.07.2023)

– репортаж о проводимых в филиале мероприятиях на телеканале «ТВ-экспресс» (регистрация в СМИ от 24.11.2022 г.)⁴.

В декабре 2022 г. ректору Финансового университета при Правительстве РФ вручен Благодарственный адрес в качестве признания форм и методов адаптации иностранных студентов в социосреде принимающего вуза Уполномоченным представителем зарубежного вуза-партнера от ректора университета финансов и экономики (провинция Шаньдунь, Китайская народная республика) за вклад в развитие международного сотрудничества и за реализацию совместной образовательной программы в Пензенском филиале Финуниверситета.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

В заключение можно отметить, что интернационализация работы в вузовской среде имеет большое значение для стимулирования интеллектуального и культурного обмена столь необходимого в период неопределенности внешней среды и геополитического шторма.

⁴ Медиахолдинг «Экспресс». В Пензе наградили талантливую молодежь. Режим доступа: <http://tv-express.ru/sobitiya/v-penze-nagradili-talantlivuyu-molodezh> (дата обращения: 29.07.2023).

Также следует отметить, что работа с иностранными партнерами способствует привлечению иностранных студентов и преподавателей в университеты. Это создает многообразие и кросс-культурное обучение и взаимодействие, что способствует формированию толерантного и межкультурного сознания у студентов, а также расширяет их глобальную сеть контактов и одновременно повышается их конкурентоспособность на мировом рынке труда

Однако стоит учитывать, что такая работа влечет за собой определенные вызовы, такие как языковой барьер, различия в системах образования и культурных ценностях. Поэтому важно осуществлять качественную подготовку и поддержку студентов и преподавателей во время сотрудничества с иностранными партнерами. Опыт Пензенского филиала Финуниверситета позволяет с уверенностью сказать, что апробированная практика дает положительные результаты и позволяет значительно укрепить авторитет российской системы образования и государственного управления на международной арене.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Алехина А.В., Силютин М.В., Чернов А.В. и др. Патриотическое воспитание молодежи – основа формирования целостности общества. *European Science*. 2020;6(55):45–48.
- Власова В.Н., Гафатулина Н.Х., Косинов С.С. Информационное общество как фактор влияния на социальное здоровье российской молодежи. *Гуманитарий Юга России*. 2022;11(3):43–52.
- Абанкина И.В., Беликов А.А., Гапонова О.С. и др. Глобальная конкурентоспособность российского образования. Материалы для дискуссии. М.: НИУ ВШЭ; 2017. 112 с.
- Кротенко Т.Ю. Возможности и угрозы цифровой трансформации управленческого образования. *Цифровая социология/Digital Sociology*. 2022;5(1):98–106. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2022-5-1-98-106>
- Марченко Г.В., Чимаров С.Ю., Игошин Н.А. Нарративы информационных войн: история и современность. *Управленческое консультирование*. 2021;4(148):131–145.
- Мирошина Т.А. Формирование гражданской позиции студентов вуза на современном этапе развития общества. *Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки*. 2022;19(3):115–128.
- Петров К.Е., Минченко Е.Н., Лапин В.С. От количественного измерения доверия к пониманию общественного запроса неопросными методами. Опыт прикладного регионального исследования. *Цифровая социология/Digital Sociology*. 2023;6(3):21–33. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2023-6-3-21-33>
- Рубакова И.Н. Реализация интегративного подхода во внеаудиторной работе через проектную и исследовательскую деятельность обучающихся. *Образование. Карьера. Общество*. 2019;1(60):8–10.
- Ступина Н.С., Муренко Д.И., Макаренко Н.Н., Гришанова А.В. Научно-методические аспекты формирования активной гражданской позиции студентов и профилактики молодежного экстремизма. *Актуальные вопросы образования*. 2022;2:267–270.
- Танина М.А., Бондаренко В.В., Юдина В.А., Зябликова О.А. Вовлеченность в образовательный процесс российских и иностранных студентов в условиях применения цифровых дистанционных образовательных технологий в российских вузах. *Вестник университета*. 2022;10:89–96. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2022-10-89-96>

REFERENCES

- Alekhina A.V., Silyutina M.V., Chernov A.V. et al.* Patriotic education of youth is the basis for the formation of the integrity of society. *European Science*. 2020;6(55):45–48. (In Russian).
- Abankina I.V., Belikov A.A., Gaponova O.S. et al.* Global competitiveness of Russian education. Materials for discussion. Moscow: Higher School of Economics; 2017. (In Russian).
- Krotenko T.Yu.* Opportunities and threats of digital transformation of management education. *Digital Sociology*. 2022;5(1):98–106. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2022-5-1-98-106>
- Marchenko G.V., Chimarov S.Yu., Igoshin N.A.* Narratives of information wars: history and modernity. *Management consulting*. 2021;4(148):131–145. (In Russian).
- Miroshina T.A.* Formation of the civic position of university students at the present stage of development of society. *Bulletin of the Samara State Technical University. Series: Psychological and pedagogical sciences*. 2022;19(3):115–128. (In Russian).
- Petrov K.Y., Minchenko E.N., Lapin V.S.* From quantitative measurement to understanding public demand: Exploring non-survey methods in applied regional research. *Digital Sociology*. 2023;6(3):21–33. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2023-6-3-21-33>
- Rubakova I.N.* Implementation of an integrative approach in extracurricular work through project and research activities of students. *Education. Career. Society*. 2019;1(60):8–10. (In Russian).
- Stupina N.S., Murenko D.I., Makarenko N.N., Grishanova A.V.* Scientific and methodological aspects of the formation of an active civic position of students and the prevention of youth extremism. *Current issues of education*. 2022;2:267–270. (In Russian).
- Tanina M.A., Bondarenko V.V., Yudina V.A., Zyablikova O.A.* Involvement in the educational process of Russian and foreign students in the context of the use of digital distance educational technologies in Russian universities. *University Bulletin*. 2022;10:89-96. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2022-10-89-96>
- Vlasova V.N., Gafiatulina N.Kh., Kosinov S.S.* Information society as a factor of influence on the social health of Russian youth. *Humanitarian of the South of Russia*. 2022;11(3):43–52. (In Russian).

Общественное доверие институтам как ресурс межнациональной консолидации в региональном сообществе

УДК 316.334.3 DOI 10.26425/2658-347X-2023-6-4-20-28

Получено 18.11.2023

Доработано после рецензирования 22.12.2023

Принято 25.12.2023

Кривопусков Виктор Владимирович

Д-р социол. наук, проф. каф. социологии, социальной психологии и истории

ORCID: 0000-0001-6070-4067

E-mail: rosarmdrug@mail.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена рассмотрению феномену доверия с точки зрения ресурса для достижения межнациональной консолидации в российском региональном сообществе. В статье указывается на то, что доверие позволяет развивать механизм коммуникации и определять, насколько эффективно выстроены социальные отношения. При этом автором используются традиционные социологические методы исследования: структуралистский и институциональный подходы, теория социального капитала. Доверие является одной из социально-психологических основ социального согласия и определяет динамику развития базовых социальных процессов, целостность общества, его способность преодолевать возникающие трудности. Исходя из анализа массива вторичных данных, представленных на сайтах отечественных социологических центров, показывается, как в российском обществе отчетливее возрастает значение общенациональной консолидации на основе повышения доверия на всех уровнях взаимоотношений: межличностном, межгрупповом, институциональном, а также региональном. Это обусловлено тем, что Россия – одно из самых многа-

циональных государств в мире. Если граждане не разделяют определенные общие цели и задачи, то это, как правило, будет негативно сказываться прежде всего на межнациональной консолидации регионального или всего сообщества страны. Особенной значимостью в условиях трансформирующегося общества, естественно, обладает феномен доверия, который существует в многонациональной среде граждан и в первую очередь непосредственно на региональном уровне институтов, функционирующих в России. Доверие выступает индикатором сходства ценностей и ценностных установок, имеющихся у населения страны. Сегодня имеется немало примеров снижения степени доверия населения к отдельным институтам, но при этом возрастает индекс одобрения деятельности Президента, Правительства страны, Российской армии, то есть фиксируется позитивное отношение россиян к политической системе и властным структурам. Такие же тенденции стали чаще просматриваться в сфере межнациональной консолидации и в отношении институтов регионального сообщества.

Ключевые слова

Российское общество, доверие, типы и виды доверия, недоверие, культура доверия, социальная интеграция, межнациональная толерантность, консолидация, региональное сообщество, социологические исследования

Для цитирования

Кривопусков В.В. Общественное доверие институтам как ресурс межнациональной консолидации в региональном сообществе // Цифровая социология. 2023. Т. 6. № 4. С. 20–28.

© Кривопусков В.В., 2023.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Public trust to institutions as a resource of interethnic consolidation in the regional community

Received 18.11.2023

Revised 22.12.2023

Accepted 25.12.2023

Viktor V. Krivopuskov

Dr. Sci. (Sociol.), Prof. at the Department of Sociology, Social Psychology and History

ORCID: 0000-0001-6070-4067

E-mail: rosarmdrug@mail.ru

State University of Management, Moscow, Russia

ABSTRACT

The article is devoted to the phenomenon of trust in terms of the resource to achieve interethnic consolidation in the Russian regional community. The article indicates that trust allows developing a communication mechanism and defining how effectively social relations are built. Besides, the author uses traditional sociological research methods: structuralist and institutional approaches, social capital theory. Trust is one of the socio-psychological foundations of social harmony that determines the dynamics of basic social processes development, the integrity of society, its ability to overcome the arising difficulties. With the help of the array of secondary data analysis presented on the websites of domestic sociological centres, it is shown how in the Russian society the importance of national consolidation is clearly increasing. It is based on the increased trust at all levels of relationships: interpersonal, intergroup, institutional, and regional. This is due to the fact that Russia is one of the most multinational states

in the world. If citizens do not share certain common goals and objectives, then this, as a rule, will negatively affect the interethnic consolidation of the regional or entire community of the country most. Undoubtedly, the phenomenon of trust is especially important in the transforming society. It exists in the multiethnic environment of citizens and, first of all, directly at the regional level of the institutions, functioning in Russia. Trust is an indicator of values similarity and values systems of the Russian population. Today there are many examples of the decrease of trust to certain institutions, however, the approval rating regarding the activities of the President, the Government of the country, the Russian army is increasing. Thus, a positive attitude of Russians towards the political system and power structures is recorded. The same trends have begun to be noted more often in the field of interethnic consolidation and in relation to the institutions of the regional community.

Keywords

Russian society, trust, mistrust, types and kinds of trust, culture of trust, social integration, interethnic tolerance, consolidation, regional community, sociological researches

For citation

Krivopuskov V.V. (2023) Public trust to institutions as a resource of interethnic consolidation in the regional community. *Digital sociology*. Vol. 6, no 4, pp. 20–28. DOI: 10.26425/2658-347X-2023-6-4-20-28



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Конструирование ценностных ориентаций и установок у населения России, а также формирование его социального поведения осуществляются в условиях существующего в стране этнического разнообразия (почти 200 культур наций, народов и народностей), которое влияет на возникновение рисков роста как социальной, межкультурной, так и межнациональной напряженности на всех уровнях российского общества. Закономерно, что эта социальная и культурная динамика в условиях информационно-коммуникационных и цифровых технологий порождает различного рода риски и угрозы, к которым населению на региональном уровне необходимо постоянно адаптироваться. Как отмечает А.В. Мозговая, «нестабильность и неустойчивость привычных условий среды, противоречие между инновациями и повседневностью требует и от индивида, и от социальных субъектов тех или иных усилий по ее упорядочиванию» [Мозговая, 2020, с. 5].

Анализ потенциала согласия, интеграционных процессов и консолидации в среде местных жителей, русских и иных национальностей, в том числе внутренних мигрантов из северокавказских и других российских республик, авторитетно показан по результатам репрезентативных социологических опросов, проведенных в 2014–2016 гг. в Астраханской, Калининградской и Московской областях, Москве, Ставропольском крае, республиках Карелия и Саха (Якутия) и изложенных в монографии Института социологии Российской академии наук [Каравай, 2022].

В современных условиях, отягощенных в последние годы экономическими и социальными трудностями, в том числе из-за евроатлантического санкционного давления, проведения Российской Федерацией вынужденной Специальной военной операции по освобождению Донбасса, а также других исторически русских регионов от националистического неонацистского режима Украины и обеспечения стратегических гарантий безопасности России, для государственных и муниципальных органов, научно-экспертного сообщества и широкой сферы общественных формирований гражданского общества актуализируются вопросы, связанные с поиском механизмов и ресурсов, которые позволят достичь солидаризации российского полиэтнического общества в целом и регионального сообщества в частности.

На наш взгляд, в условиях трансформирующегося общества особую значимость приобретает феномен доверия граждан к существующим его

институтам. Культура доверия позволяет влиять на уровень гражданской активности населения страны, а также создает условия для стабилизации общественных отношений, взаимопонимания между гражданами и в конечном итоге для достижения межнационального согласия россиян в целом.

СТЕПЕНЬ РАЗРАБОТАННОСТИ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ / DEGREE OF DEVELOPMENT AND METHODOLOGICAL BASIS OF THE STUDY

В настоящее время отечественные исследователи среди направлений изучения факторов консолидации российского общества выделяют те механизмы, которые могут реально способствовать стабилизации социальных и межнациональных отношений, в том числе на региональном уровне. К таким факторам они относят доверие, историческую память, историческую справедливость, деятельность молодежных общественных организаций и другие, которые, по их мнению, в первую очередь отражают отношение населения к событиям, происходящим в стране, и солидаризации российского общества [Каравай, 2022; Рогачев, Ильичева, Иванов, 2022; Разов, Скворцов, 2023].

В Институте социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук (далее – ФНИСЦ РАН) в этих целях многие годы действует Центр исследования межнациональных отношений, занимающийся «изучением роли институтов и гражданских форм организации в достижении межэтнической солидарности»¹. Среди разработчиков этих исследований здесь следует отметить значимый вклад профессора Л.М. Дробижевой, работы которой направлены на изучение общероссийской гражданской идентичности и межэтнического согласия [Дробижева, Арутюнова, Григорьева, Евсеева, Кузнецов, Мукомель и др., 2016; Дробижева, 2018; Дробижева, 2020].

Вопросами гармонизации межэтнических отношений в региональном разрезе системно занимаются исследователи Ростовской научной социологической школы под руководством заслуженного деятеля науки, профессора Ю.Г. Волкова [Волков, Бедрик, Бинеева, Верещагина, Войтенко, Пантелеев и др., 2022]. Помимо изучения гражданской идентичности и гармонизации межэтнических отношений в плане исследования

¹ Институт социологии ФНИСЦ РАН. Официальный сайт. Режим доступа: <https://www.isras.ru/cimo.html> (дата обращения: 12.11.2023).

ресурсов консолидации современного российского общества, другие социологи прибегают к изучению феномена социальной справедливости [Волков, Бедрик, Бинеева, Верещагина, Войтенко, Пантелеев и др., 2022; Сошникова, 2023], исторической памяти [Моисеенко, 2022], коллективной памяти [Артамонов, Дыдров, Пеннер, Тихонова, 2022].

Вместе с тем в социологическом сообществе особое внимание уделяется изучению феномена доверия и, как следствие, моральных ориентиров, без которых общество не может выжить и которые могли бы выступать основой общественной консолидации, солидарности и сотрудничества [Рогачев, Ильичева, Иванов, 2022]. Глубокое изучение доверия в социологическом контексте представлено в работах ученых, где излагаются концептуализация данного понятия как социологического феномена и роль его базовых институтов для обеспечения доверия в минимизации институциональных рисков и угроз на межличностном, межгрупповом и институциональном (общественном) уровнях, причем в рамках реинтеграции и сохранения цивилизационной идентичности России [Кривопусков, 2012; Кривопусков, 2013 а; Волков, 2022]. Также в работах дается оценка доверию и недоверию в межнациональных отношениях [Мукомель, Рыжова, 2017; Глушко, 2016], измеряется степень доверия со стороны граждан к государственным институтам [Кривопусков, 2013 а; Ковалевская, 2021]. Отметим, что пандемия COVID-19 способствовала росту интереса ученых к изучению вопроса доверия в системе здравоохранения [Вялых, 2022].

При рассмотрении роли доверия в межнациональной консолидации российского общества обратимся к идеям структуралистского подхода, который помогает оценить действенность различных факторов консолидации, и институционального подхода, позволяющего проанализировать состояние институциональной структуры. В рамках данного исследования целесообразно применить теорию социального капитала, поскольку доверие с точки зрения ресурса консолидации выступает как ресурс, который влияет на социальные отношения и в свою очередь может привести к развитию и накоплению человеческого капитала.

ДОВЕРИЕ НАСЕЛЕНИЯ К ОСНОВНЫМ СОЦИАЛЬНЫМ ИНСТИТУТАМ / PUBLIC TRUST TO BASIC SOCIAL INSTITUTIONS

Тематика общественного доверия не является новой, так как значительный вклад в нее внесли такие классики социологической мысли, как Э. Дюркгейм, Т. Парсонс, Г. Зиммель,

Э. Гидденс, П.М. Блау, П.А. Сорокин и др. Потребность общества / сообщества в сотрудничестве, в стабильности и устойчивости формирования взаимных связей описывалась в соответствии с требованиями места и времени, в различных категориях (солидарность, формы обобществления, социальный обмен), но при этом с очевидным постоянством относилась к числу фундаментальных условий социального порядка.

Для того чтобы оценить, каким образом доверие к социальным институтам влияет на межнациональную консолидацию российского общества, необходимо разобраться с концептуализацией самих понятий «доверие» и «консолидация».

Доверие – это тот обязательный составной элемент, который лежит в основе любой коммуникации. Это форма социальных отношений, характеризующая матрицу социальных взаимодействий и создающая основу для сотрудничества между социальными акторами и для консолидации общества.

В современной социологической мысли доверие понимается как «ожидание благоприятного поведения с чьей-либо стороны в неопределенной ситуации» [Дробижева, Арутюнова, Григорьева, Евсеева, Кузнецов, Мукомель и др., 2016, с. 113]. То есть, оценивая действие другого человека или какой-то системы, человек для себя понимает, может ли он выражать свое доверие к ним или нет. При исследовании ценностных ориентаций человека доверие выступает в качестве индикатора, который влияет на происходящие ценностные изменения.

В социологии изучаются различные типы и уровни доверия. Существует авторская концепция следующих трех типов феномена доверия: межличностное доверие – это ценность индивидуального порядка, когда идентичность становится источником проявления доверия между индивидами и осуществления межличностных взаимодействий, на этой основе укрепляется общество; групповое доверие – ценность группового общения, позволяющая эффективно вести межгрупповое взаимодействие, достигать общих групповых целей и укреплять общество; институциональное доверие – ценность надындивидуального порядка, позволяющая эффективно осуществлять взаимодействия на институциональном уровне на основе ценностно-нормативной системы и формировать доверие общества к имеющимся социальным институтам как некое стабильное целое [Кривопусков, 2013 б, с. 15].

В рамках данной работы исследуется именно институциональное доверие. При этом отметим, что все виды доверия в совокупности выступают

в качестве факторов социальной консолидации населения. «Под консолидацией понимается социализация полиэтнического общества вокруг общих ценностей, целей совместной деятельности, общей идентичности, моральных обязанностей, основанных на понимании справедливости, а также совместная ответственность за состояние общества» [ФНИСЦ РАН, 2016, с. 7].

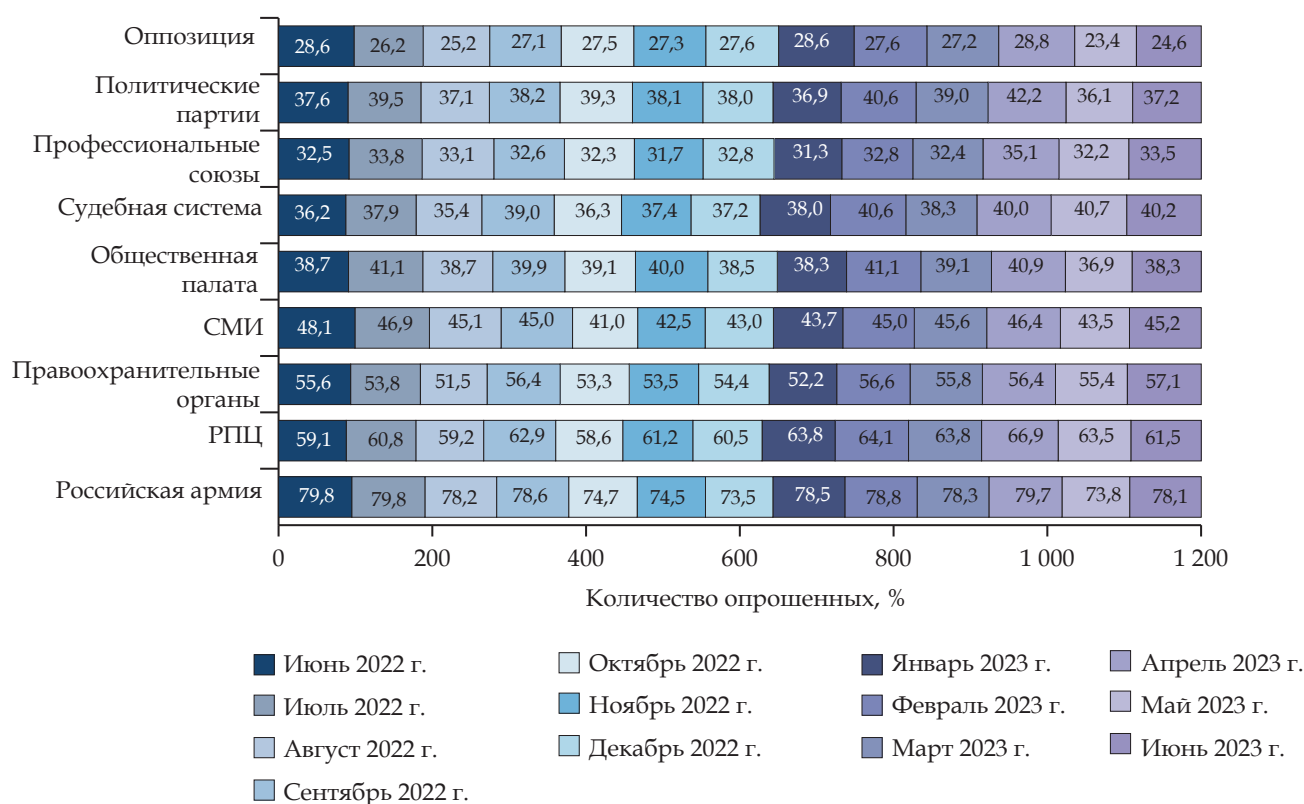
В настоящее время социологические центры довольно интенсивно осуществляют замеры уровня доверия населения к различным социальным институтам. Обращаясь к эмпирическим данным, представленным на сайте Всероссийского центра изучения общественного мнения² (рис. 1), можно наблюдать, что в течение года уровень доверия граждан к Российской армии колебался: самый низкий процентный показатель был зафиксирован в декабре 2022 г. (73,5 %), тогда как в настоящее время 78,1 % граждан России

выражают высокую степень доверия к данному социальному институту. Что касается Русской православной церкви (далее – РПЦ), то степень доверия в сравнении с доверием к институту армии значительно ниже: в июне 2023 г. зафиксирован показатель 61,5 %. Отметим, что максимальный процент доверия со стороны граждан был диагностирован в апреле 2023 г. (66,9 %). Правоохранительным органам доверяет 57,1 % российского населения. Средства массовой информации (далее – СМИ) и судебная система заслуживают доверия со стороны 40 % населения России.

Таким образом, как видно из индексов одобрения деятельности общественных институтов, представленных на рис. 2, в топ-5 наиболее одобряемых гражданами страны институтами входят армия, РПЦ, правоохранительные органы, общественная палата, политические партии.

² ВЦИОМ Новости. Деятельность общественных институтов. Режим доступа: <https://wciom.ru/ratings/deyatelnost-obshchestvennykh-institutov> (дата обращения: 12.11.2023).

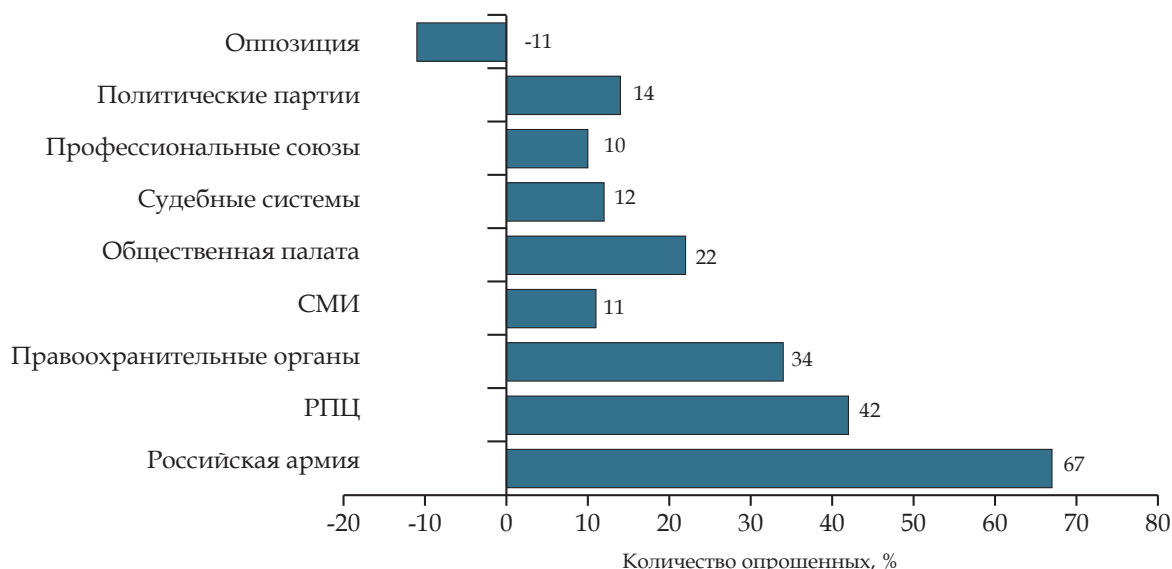
³ Там же.



Источник³ / Source³

Рис. 1. Распределение ответов на вопрос: «Вы в целом одобряете или не одобряете деятельность общественных институтов?»

Figure 1. Distribution of answers to the question: "Do you generally approve or disapprove the activities of the social institutions?"



Источник⁴ / Source⁴

Рис. 2. Индекс одобрения деятельности общественных институтов

Figure 2. Approval rating of the activities of the social institutions

При обращении к данным сайта «Левада-Центра»⁵ также видно, что лидирующие позиции в рейтинге доверия занимают Президент (80 %), армия (77 %), органы государственной безопасности (61 %), правительство (55 %), церковь (51 %).

Не менее важным показателем на сегодняшний день, на наш взгляд, является степень доверия граждан к системе здравоохранения. По данным «Левада-Центра»⁶, можно отметить, что на момент прошлого года около 55 % населения России отмечали, что система здравоохранения неэффективна. Отметим, что 53 % обратившихся за помощью в медицинские учреждения высказали данную мысль. Говоря о степени доверия граждан к российской системе, мы видим, что 23 % населения очень мало доверяют ей, а 16 % совсем не доверяют. Что же касается доверия к врачам, то 53 % опрошенных указывают на то, что врачам в целом можно доверять.

Исходя из проанализированной нами информации, резюмируем, что в настоящее время при снижении уровня доверия, которое проявляет население к отдельным институтам, фиксируется

позитивное отношение россиян к политической системе и властным структурам.

Следует добавить, что на данном этапе социального развития каждое сообщество/индивид находятся в поиске ориентиров для своей жизнедеятельности, выбирая в соответствии со своими убеждениями, интересами и ценностными ориентациями те или иные политические взгляды, партийную или конфессиональную принадлежность, а также основания для доверия институтам.

РОЛЬ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ДОВЕРИЯ В МЕЖНАЦИОНАЛЬНОЙ КОНСОЛИДАЦИИ РОССИЙСКОГО РЕГИОНАЛЬНОГО СООБЩЕСТВА / THE ROLE OF INSTITUTIONAL TRUST IN THE INTERETHNIC CONSOLIDATION OF THE RUSSIAN REGIONAL COMMUNITY

Научный интерес к проблеме институционального доверия в обществе в той или иной степени существовал всегда, но в современных условиях она оказалась сверхактуальной, так как решение многочисленных задач, перед которыми стоит Россия, невозможно без решения главной задачи – обеспечения консолидационного потенциала общества на всех его уровнях, в том числе на региональном.

Согласно социологическому исследованию институционального доверия в российском региональном сообществе, проведенному Е.В. Фроловой и О.В. Рогач, у подавляющей доли респондентов «отмечается ориентация на консолидированное решение проблем своей территории». В соответствии с полученными ответами, две трети

⁴ ВЦИОМ Новости. Деятельность общественных институтов. Режим доступа: <https://wciom.ru/ratings/deyatelnost-obshchestvennykh-institutov> (дата обращения: 12.11.2023).

⁵ Левада-Центр (автономная некоммерческая организация «Левада-Центр» внесена в реестр некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента). Институциональное доверие. <https://www.levada.ru/2023/10/12/institutsionalnoe-doverie-sentyabr-2023/?ysclid=lr6exyegnh520815862> (дата обращения: 12.11.2023).

⁶ Левада-Центр (автономная некоммерческая организация «Левада-Центр» внесена в реестр некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента). Доверие системе здравоохранения. <https://www.levada.ru/2022/02/16/doverie-sisteme-zdravooohraneniya/?ysclid=lr6ez3o4ln720440510> (дата обращения: 12.11.2023).

респондентов указывают на присутствие в личностных качествах «чувства общности, солидарности с жителями своего района/города (27,3 % выбрали вариант ответа «развито в полной мере» и 40,5 % – «скорее развито, чем нет») [Фролова, Рогач, 2022, с. 53].

Общественное доверие, с одной стороны, является неким индикатором сходства ценностей и ценностных установок, а с другой – главным элементом социального капитала, имеющегося у населения регионального сообщества и страны в целом, поскольку в обобщенном семантическом понимании доверие является социальным капиталом, под которым в свою очередь подразумевается не только качество социальных отношений, но и ключ к развитию гражданского потенциала [Рыжова, 2019].

Как справедливо подчеркивает С.В. Рыжова, в условиях межнационального существования ключевыми составляющими элементами «регионального социального капитала, наряду с доверием, являются этнические установки, которые наравне с доверием отражают качество сложившихся социальных и межэтнических отношений и формируют его содержательное наполнение – открытую или закрытую форму регионально-го социального капитала» [Рыжова, 2019, с. 82].

Нельзя не согласиться с высказыванием Н.А. Вялых, что «резерв институционального доверия населения зависит от глубины и качества социального диалога между различными агентами (полномочными представителями государства, пациентами и потенциальными потребителями, медицинскими работниками, страховыми медицинскими организациями, СМИ, системой образования, фармацевтическим бизнес-сообществом, рекламодателями и пр.)» [Вялых, 2022, с. 109]. То есть возможность государства способствовать на мобилизацию граждан для выполнения их собственных целей оказывает заметное влияние на межнациональную консолидацию.

По полученным эмпирическим данным указанных выше исследователей Е.В. Фроловой и О.В. Рогач, в региональном сообществе отмечается невысокий уровень институционального доверия (к государственным институтам – 40,0 %, к региональным – 38,4 %), что, по их мнению, свидетельствует о восприятии региональным сообществом несостоятельности институтов («неисполнение предвыборных обещаний, наличие нерешенных проблем, коррупция») [Фролова, Рогач, 2022, с. 55].

По данным исследований, проведенных специалистами ФНИСЦ РАН, первостепенными задачами государства, по мнению россиян, можно назвать следующие: «обеспечение закона и порядка

в стране», «возрождение России как великой державы», «обеспечение справедливости в обществе», «обеспечение благосостояния народа» [ФНИСЦ РАН, 2016, с. 97].

Также одним из важных ресурсов, являющихся проявлением социального капитала, способного достичь согласия в региональном сообществе, выступает недопустимость насильственных действий в межнациональных и межконфессиональных спорах в регионе.

Если мы обратимся к данным о мнении граждан России о народном единстве, то заметим, что 56 % респондентов указывают на то, что оно есть, однако 37 % не видят его в стране⁷. Одним из популярных ответов на вопрос: «Если Вы считаете, что в России есть единение народа, то почему? Вы можете дать несколько ответов» является ответ «Отношение западных стран к России / специальная военная операция на Украине / мобилизация» (28 %) ⁸.

То есть, если граждане того или иного региона не разделяют общие цели, то это чаще всего отрицательно сказывается на консолидации народа страны.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

Сегодня поиск механизмов, которые позволят достичь солидаризации полиэтнического общества – одна из важных задач, стоящих перед государством и научным сообществом. Важным ресурсом межнациональной консолидации в региональном сообществе и стране в целом становится институциональное доверие.

Доверие выступает индикатором сходства ценностей и ценностных установок, имеющихся у населения страны. Сегодня происходит снижение степени доверия населения отдельным институтам, но при этом возрастает индекс одобрения деятельности Президента, армии, то есть заметно положительное отношение граждан России к структурам власти и политической системе.

За счет разделения общих ценностей и целей можно достичь консолидации народа страны в российском обществе, поскольку достижение первичного институционального доверия в региональном сообществе является важнейшим фактором создания прочных общественных связей в консолидации общества в целом.

⁷ ВЦИОМ. Новости. Народное единство на фоне специальной военной операции. Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/narodnoe-edinstvo-na-fone-specialnoi-voennoi-operacii> (дата обращения: 12.11.2023).

⁸ Там же.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Артамонов Д.С., Дыдров А.А., Пеннер Р.В., Тихонова С.В. Способы медиатизации коллективной памяти в цифровом мире. Вопросы истории. 2022;12–1:114–123. <https://doi.org/10.31166/VoprosyIstorii202212Statyi15>
- Волков Ю.Г. Социальная справедливость в коллективных представлениях населения регионов Юга России в контексте формирования общероссийской идентичности. Социологическая наука и социальная практика. 2022;3(10):63–77. <https://doi.org/10.19181/snsp.2022.10.3.9197>
- Вялых Н.А. Социальное доверие российского общества к системе здравоохранения: новые смыслы и теоретические основания в период пандемии COVID-19. Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2022;2(66):104–111. https://doi.org/10.52452/18115942_2022_2_104
- Волков Ю.Г., Бедрик А.В., Бинеева Н.К., Верещагина А.В., Войтенко В.П., Пантелеев В.Г. и др. Гармонизация межэтнических отношений населения регионов Юга России в зеркале социальной справедливости: монография. М: КноРус; 2022. 250 с.
- Глушко И.В. Доверие и недоверие как социальные практики российского общества: методология трансдисциплинарного исследования и социальная реальность. Автореферат дис. ... д-ра филос. наук: 09.00.11. Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет; 2016. 53 с.
- Дробизева Л.М., Арутюнова Е.М., Григорьева К.С., Евсеева М.А., Кузнецов И.М., Мукомель В.И. и др. Межнациональное согласие как ресурс консолидации российского общества: монография. М.: Институт социологии РАН; 2016. 400 с.
- Дробизева Л.М. Консолидирующая идентичность в общероссийском, региональном и этническом измерениях. Перспективы. Электронный журнал. 2018;3(15):6–21. <https://doi.org/10.32726/2411-3417-2018-3-6-21>
- Дробизева Л.М. Смыслы общероссийской гражданской идентичности в массовом сознании россиян. Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020;4(158):480–498. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.4.1261>
- Каравай А.В. Доверие как консолидирующий/деконсолидирующий фактор духовной атмосферы общества. В кн.: Российское общество и вызовы времени. Книга шестая. М.: Весь мир; 2022. С. 119–142.
- Ковалевская Д.Д. Уровень доверия граждан к институтам государственной власти как фактор устойчивости политического режима в России. Бизнес. Общество. Власть. 2021;42:7–24.
- Кривоушков В.В. Доверие как фактор консолидации российского общества. М: Социально-гуманитарные знания; 2012. 244 с.
- Кривоушков В.В. (а) Концептуализация доверия как социологического феномена. Вестник Адыгейского государственного университета. Серия: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2013;1(113).
- Кривоушков В.В. (б) Типы и уровни доверия в российском обществе. Ереван: ВЭЛАС Принт; 2013. 18 с.
- Мозговая А.В. Адаптация к рискам трансформационных процессов в российском обществе. Дис. ... д-ра социол. наук: 22.00.04. М.: Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук; 2020. 330 с.
- Моисеенко О.А. Роль исторической памяти в формировании гражданской идентичности современной России. Вестник Московского университета. Серия 21. Управление (государство и общество). 2022;4:31–46.
- Мукомель В.И., Рыжова С.В. Доверие и недоверие в межнациональных отношениях. Социологические исследования. 2017;1:37–46.
- Разов П.В., Скворцов Н.Г. Молодежные общественные организации в региональном социуме как ресурс консолидации российского общества. Гуманитарий Юга России. 2023;1(59)(12). <https://doi.org/10.18522/2227-8656.2023.1.2>
- Рогачев С.В., Ильичева М.В., Иванов А.В. Социальное доверие и процесс консолидации общества: новые возможности и риски. Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2022;1:129–140. <https://doi.org/10.24412/2071-6141-2022-1-129-140>
- Рыжова С.В. Доверие и этнические установки как элементы регионального капитала. Социологическая наука и социальная практика. 2019;2(26):81–98. <https://doi.org/10.19181/snsp.2019.7.2.6411>
- Сошникова Т.А. Социальная справедливость и право: к упрочению мира и предотвращению кризисов. Образование и право. 2023;2:60–71. <https://doi.org/10.24412/2076-1503-2023-2-60-71>
- Фролова Е.В., Рогач О.В. Институциональное доверие в российских регионах. Вестник Пермского университета. Серия: Политология. 2022;2(16):49–58. <https://doi.org/10.17072/2218-1067-2022-2-49-58>

REFERENCES

- Artamonov D.S., Dydrov A.A., Penner R.V., Tikhonova S.V. Practices of mediatization of collective memory in the digital world. Voprosy Istorii. 2022;12–1:114–123. <https://doi.org/10.31166/VoprosyIstorii202212Statyi15> (In Russian).
- Drobizheva L.M., Arutyunova E.M., Grigoreva K.S., Evseeva M.A., Kuznetsov I.M., Mukomel V.I. et al. Interethnic harmony as a resource for consolidation of the Russian society: monograph. Moscow: Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences; 2016. 400 p. (In Russian).
- Drobizheva L.M. Consolidating identity in the all-Russian, regional and ethnic dimensions. Perspectives and prospects. E-journal. 2018;3(15):6–21. <https://doi.org/10.32726/2411-3417-2018-3-6-21> (In Russian).

- Drobizheva L.M.* The meanings of the all-Russian civic identity in Russian mass consciousness. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2020;4(158):480–498. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.4.1261> (In Russian).
- Frolova E.V., Rogach O.V.* Institutional trust within Russian regions. *Bulletin of Perm University. Political Science*. 2022;2(16):49–58. <https://doi.org/10.17072/2218-1067-2022-2-49-58> (In Russian).
- Glushko I.V.* Trust and mistrust as social practices of the Russian society: methodology of transdisciplinary research and social reality. *Abstr. Diss. ... Dr. Sci. (Philos.)*: 09.00.11. Rostov-on-Don: Southern Federal University; 2016. 53 p. (In Russian).
- Karavaj A.V.* Trust as a consolidating/deconsolidating factor of the spiritual atmosphere of the society. In: *The Russian society and challenges of the time*. Book six. Moscow: Ves mir; 2022. Pp. 119–142. (In Russian).
- Kovalevskaya D.D.* The level of citizens' trust to the institutions of state power as a factor of stability of the political regime in Russia. *Business. Society. Power*. 2021;42:7–24. (In Russian).
- Krivopuskov V.V.* Trust as a factor of consolidation of the Russian society. Moscow: Social and humanitarian knowledge; 2012. 244 p. (In Russian).
- Krivopuskov V.V. (a)* Conceptualization of trust as a sociological phenomenon. *Bulletin of the Adyghe State University. Series: Region studies: philosophy, history, sociology, jurisprudence, political sciences and culture science*. 2013;1(113). (In Russian).
- Krivopuskov V.V. (b)* Types and levels of trust in the Russian society. Yerevan: VELAS Print; 2013. 18 p. (In Russian).
- Moiseenko O.A.* The role of historical memory in the formation of civil identity in modern Russia. *Lomonosov Public Administration Journal. Series 21*. 2022;4:31–46. (In Russian).
- Mozgovaya A.V.* Adaptation to risks of transformational processes in the Russian society. *Diss. ... Dr. Sci. (Sociol.)*: 22.00.04. Moscow: Federal Scientific and Research Sociological Centre of the Russian Academy of Sciences; 2020. 330 p. (In Russian).
- Mukomel V.I., Ryzhova S.V.* Trust and distrust in interethnic relations. *Sociological Studies*. 2017;1:37–46. (In Russian).
- Razov P.V., Skvortsov N.G.* Youth public organizations in regional society as a resource for consolidation of Russian society. *Humanities of the South of Russia*. 2023;1(59(12)). <https://doi.org/10.18522/2227-8656.2023.1.2> (In Russian).
- Rogachev S.V., Ilyicheva M.V., Ivanov A.V.* Social trust and the process of consolidation of society: new opportunities and risks. *Izvestiya Tula State University. Humanitarian sciences*. 2022;1:129–140. <https://doi.org/10.24412/2071-6141-2022-1-129-140> (In Russian).
- Ryzhova S.V.* Trust and ethnic attitudes as elements of regional capital. *Sociological Science and Social Practice*. 2019;2(26):81–98. <https://doi.org/10.19181/snsp.2019.7.2.6411> (In Russian).
- Soshnikova T.A.* Social justice and law: towards peace consolidation and crisis prevention. 2023;2:60–71. <https://doi.org/10.24412/2076-1503-2023-2-60-71> (In Russian).
- Volkov Yu.G.* Social justice in the collective perceptions of the population of the regions of South of Russia in the context of the formation of the all-Russian identity. *Sociological Science and Social Practice*. 2022;3(10):63–77. <https://doi.org/10.19181/snsp.2022.10.3.9197> (In Russian).
- Volkov Yu.G., Bedrik A.V., Bineeva N.K., Vereshchagina A.V., Vojtenko V.P., Panteleev V.G. et al.* Harmonization of interethnic relations between the population of the regions of the South of Russia in the mirror of social justice: monograph. Moscow: KnoRus; 2022. 250 p. (In Russian).
- Ivlyakh N.A.* Russian society's social trust toward the healthcare system during the COVID-19 pandemic: new meanings and theoretical foundations. *Vestnik of Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod. Series: Social Sciences*. 2022;2(66):104–111. https://doi.org/10.52452/18115942_2022_2_104 (In Russian).

Треш-стримы как проявление молодежной субкультуры

УДК 316.353 DOI 10.26425/2658-347X-2023-6-4-29-38

Получено 28.09.2023 Доработано после рецензирования 06.11.2023 Принято 16.11.2023

Гришаева Светлана Алексеевна

Канд. психол. наук, доц. каф. управления в международном бизнесе и индустрии туризма

ORCID: 0000-0002-8381-0513

E-mail: grishaeva@bk.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Пушкарёва Наталья Николаевна

Канд. социол. наук, дир. Центра социологических исследований «14–35»

ORCID: 0000-0002-0688-5474

E-mail: nn_pushkareva@guu.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

Молодежь всегда ищет возможность самовыражения, поиска себя, своего места в этом мире, в том числе и через субкультуры. Однако иногда эти субкультуры становятся контркультурами, то есть несут в себе ценности, противоречащие доминирующей культуре общества. Современная молодежь значимую часть времени проводит в сети Интернет, и одним из видов интернет-досуга являются треш-стримы. Цель настоящей статьи состоит в том, чтобы выяснить, что представляет собой такое субкультурное явление, как треш-стримы, как они оцениваются молодежью и представителями более старшего поколения. В процессе исследования были проведены четыре фокус-группы и две проектные сессии со школьниками и студентами, а также

онлайн-опрос 8 942 респондентов различных возрастных категорий. Подавляющее большинство опрошенных, вне зависимости от возраста, считают, что необходимо запрещать или, по крайней мере, ограничивать трансляцию треш-стримов. Тем не менее есть достаточно значимая часть респондентов, которые считают, что люди по своей воле участвуют в треш-стримах, это их право, а запрет только повысит спрос. Расходятся мнения опрошенных и при ответах на следующие вопросы: «Есть ли заказчики у треш-стримов?», «Опасны ли треш-стримы или нет?». При этом личное участие в треш-стримах подавляющее большинство респондентов для себя не рассматривает.

Ключевые слова

Молодежь, молодежная субкультура, субкультура, контркультура, треш-стримы, интернет-досуг, стрим-площадки, треш-стримеры

Благодарности. Исследование было проведено Центром социологических исследований «14–35» Государственного университета управления по заказу Комитета Государственной Думы по молодежной политике Российской Федерации при поддержке Министерства науки и высшего образования Российской Федерации.

Для цитирования

Гришаева С.А., Пушкарёва Н.Н. Треш-стримы как проявление молодежной субкультуры // Цифровая социология. 2023. Т. 6. № 4. С. 29–38.

© Гришаева С.А., Пушкарёва Н.Н., 2023.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Trash streams as a manifestation of youth subculture

Received 28.09.2023

Revised 06.11.2023

Accepted 16.11.2023

Svetlana A. Grishaeva

Cand. Sci. (Psy.), Assoc. Prof. at the Department of Management in the International Business and Tourism Industry

ORCID: 0000-0002-8381-0513

E-mail: grishaeva@bk.ru

State University of Management, Moscow, Russia

Natalya N. Pushkareva

Cand. Sci. (Sociol.), Director of the Center for Sociological Research "14-35"

ORCID: 0000-0002-0688-5474

E-mail: nn_pushkareva@guu.ru

State University of Management, Moscow, Russia

ABSTRACT

Young people are always looking for an opportunity to express and to find themselves, to their find place in this world, including through subcultures. However, sometimes these subcultures become countercultures, that is, they carry values that contradict the dominant culture of society. Modern youth spends a significant part of their time on the Internet, and trash streams are one of the types of Internet leisure. The purpose of this article is to clarify what such a subcultural phenomenon as trash streams is, how they are evaluated by young people and representatives of the older generation. In the course of the study, four focus groups and two project sessions were conducted with schoolchildren and students, as well as an online survey of 8,942 respondents

of various age categories. The vast majority of respondents, regardless of age, believe that it is necessary to prohibit or at least limit the broadcast of trash streams. Nevertheless, there is a fairly significant part of respondents who believe that "people voluntarily participate in trash streams, this is their right, and the ban will only increase demand. The respondents' opinions also differ when answering the following questions: "Do trash streams have customers?", "Are trash streams dangerous or not?". At the same time, the vast majority of respondents do not consider personal participation in trash streams for themselves.

Keywords

Youth, youth subculture, subculture, counterculture, trash streams, Internet leisure, stream sites, trash streamers

Acknowledgements. The study was conducted by the Centre for Sociological Research "14-35" of the State University of Management, commissioned by the State Duma Committee on Youth Policy of the Russian Federation with the support of the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation.

For citation

Grishaeva S.A., Pushkareva N.N. (2023) Trash streams as a manifestation of youth subculture. *Digital sociology*. Vol. 6, no 4, pp. 29-38. DOI: 10.26425/2658-347X-2023-6-4-29-38



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Распространение сети Интернет (далее – Интернет) привело к возникновению новых форм активностей, в том числе и девиантной направленности (треш-стримы) [Усова, 2014; Никулич, 2023; Зимова, Фомин, 2023]. Конечно, не все треш-стримы являются разновидностью девиантного поведения. Есть и относительно «безобидный» видео-контент, но он, как выясняется, менее популярен, а следовательно, и менее востребован для производства. Исследователи отмечают, что «в последнее время в Сети становятся популярными треш-стримы, но не смешные и дурашливые, а сопряженные с насилием, оскорблением, унижением человеческого достоинства, вызывающие чувство отвращения и противоречащие общественной нравственности» [Грачева, Маликов, 2021, с. 202]. Е.Н. Полунина и А.В. Антонова утверждают, что треш-стримы – «это жанр трансляций, где за деньги выполняют различные задания», в том числе унижающие честь и достоинство участников [Полунина, Антонова, 2021, с. 90]. Выделяются следующие черты треш-стримов:

1) прямой эфир, который позволяет, с одной стороны, быть непосредственными наблюдателями процесса, а с другой – находиться на дистанции («за стеклом»);

2) участники выполняют задания, как правило, поступающие от зрителей. Это тоже повышает степень вовлеченности зрителей в процесс;

3) треш-стримы обычно транслируют сцены насилия, жестокости и т.п.;

4) материальная составляющая треш-стримов бывает прямая (через вознаграждение от подписчиков), либо косвенная (через увеличение числа подписчиков, которое дает возможность в дальнейшем получать деньги от рекламодателей) [Грачева, Маликов, 2021].

Законодатели поднимают вопрос запрета треш-стримов или, по крайней мере, ограничения их распространения [Колесник, 2021; Титор, 2023]. Но любое законодательное решение должно опираться на существующее общественное мнение по отношению к предмету регулирования. Целью настоящего исследования является определение отношения к треш-стримам в первую очередь в молодежной аудитории. В процессе исследования были проведены четыре фокус-группы и две проектные сессии со школьниками и студентами, а также онлайн-опрос 8 942 респондентов различных возрастных категорий.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / RESEARCH MATERIALS AND METHODS

Для выявления отношения к треш-стримам были использованы следующие методы: анкетный онлайн-опрос, фокус-группа и проектная сессия. Комбинирование результатов, полученных при помощи количественных и качественных методов, позволяет преодолеть ограниченность, присущую каждой отдельной группе методов и получить более информативные результаты [Дудина, Смирнова, 2014]. Онлайн-опрос был проведен с 13 по 19 марта 2023 г. в 82 субъектах Российской Федерации (далее – РФ). Охват составляет 8 942 респондентов, из которых 30,1 % мужчин, 69,9 % женщин (случайная выборка, погрешность не более 2,5 %). Параллельно с онлайн-опросом проходили проектные сессии и фокус-группы. Были проведены две проектных сессии (9 и 16 марта 2023 г.), в которых приняли участие 27 чел.: 12 юношей и 15 девушек (7 школьников и 20 студентов разных специальностей и курсов обучения: 15 бакалавров и 5 магистров), а также четыре фокус-группы (13 и 14 марта 2023 г.), в которых участвовали 43 чел.: 23 юноши и 20 девушек (26 школьников и 17 студентов разных специальностей и курсов обучения).

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / RESEARCH RESULTS

Данные, полученные в результате анкетного опроса, позволяют сделать следующие выводы. Во-первых, при том что треш-стримы считаются достаточно популярными (или даже модным явлением), примерно половина опрошенных во всех возрастных категориях (46,4 % респондентов) впервые услышала о таком явлении. Причем школьников и учащихся колледжей в этой категории было больше, чем респондентов более старшего возраста (табл. 1). Этот факт, на наш взгляд, заслуживает отдельного изучения, но можно предположить, что, по крайней мере, часть молодежи, выбравшая ответ «Слышу впервые», давала социально желательные ответы, не стремясь признаваться в причастности к данному явлению. Если наше предположение верно, то этот факт косвенным образом свидетельствует о понимании молодежью негативного содержания и последствий треш-стрим. Однако повторим, что это пока только гипотеза, требующая дальнейшей проверки.

Во-вторых, респонденты, которые не впервые слышат о треш-стримах, в большинстве своем

(57,7 %) считают такое явление популярным среди молодежи (табл. 2). Причем в наибольшей степени эта точка зрения присуща работающим и пенсионерам.

Рейтинг причин популярности треш-стримов среди молодежи выглядит следующим образом (доля всех опрошенных, кроме тех, кто впервые слышал про треш-стримы, кто не считает их популярными или затруднился ответить) (табл. 3).

Таблица 1. Вы слышали о треш-стримах в Интернете или слышите сейчас впервые (одиночный ответ)?

Table 1. Have you heard about trash streams on the Internet or are you hearing it now for the first time (single answer)?

Варианты ответов	Общее распределение	Школьники	Учащиеся колледжей	Студенты	Совмещающие учебу и работу	Работающие, пенсионеры
Слышал(а), %	53,6	49,2	47,3	57	59,4	52,2
Слышу впервые, %	46,4	50,8	52,7	43	40,6	47,8

Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Таблица 2. Как Вы считаете, просмотры подобных видеотрансляций скорее популярны или нет среди молодежи (одиночный ответ)?

Table 2. Do you think watching such video broadcasts is more popular or not among young people (single response)?

Варианты ответов	Общее распределение	Объединенные варианты	Школьники	Учащиеся колледжей	Студенты	Совмещающие учебу и работу	Работающие, пенсионеры
Однозначно популярны, %	16,5	57,7	20,7	15,6	11,4	13	24
Скорее популярны, %	41,2		38,4	39,8	38,1	37,6	48,2
Скорее непопулярны, %	18,8	22,2	17	20,3	25,4	23	8,5
Совершенно непопулярны, %	3,4		4,7	4,3	4,4	3,6	1,4
Затрудняюсь ответить, %	20	20	19,2	19,9	20,7	22,8	17,8

Примечание: доля от всех опрошенных, кроме тех, кто впервые слышал про треш-стримы

Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the on the research materials of the study

Таблица 3. С чем связана популярность треш-стримов, по Вашему мнению?

Table 3. What is the reason for the popularity of trash streams, in your opinion?

Варианты ответов	Общее распределение	Школьники	Учащиеся колледжей	Студенты	Совмещающие учебу и работу	Работающие, пенсионеры
Представителям молодежи недостаточно ярких эмоций в реальной жизни, треш-стримы – это удобный способ получить новые ощущения, %	49,7	35,6	44,3	62,2	56,3	41,9

Окончание табл. 3

Варианты ответов	Общее распределение	Школьники	Учащиеся колледжей	Студенты	Совмещающие учебу и работу	Работающие, пенсионеры
Представители молодежи чувствуют власть, потому что они за деньги управляют действиями стримеров, %	47	46	46,8	45,5	45,5	49,2
Представители молодежи самоутверждаются за счет «неадекватных и неуспешных» треш-стримеров, %	34,3	19	25,7	36,1	37,2	38,2
Представители молодежи избавляются от отрицательных эмоций, оскорбляя треш-стримеров в комментариях, %	27,2	20,2	22,7	31,6	35,6	23,7
Это следствие психических отклонений, болезни, %	16,4	10,4	15	16,3	16,8	17,8
Затрудняюсь ответить, %	9,1	16	13,9	7,2	7,3	8
Свой вариант, %	2					

Примечание: доля ответов от всех опрошенных, кроме тех, кто впервые слышал про треш-стримы, кто не считает их популярными или затруднился ответить

Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

1. Представителям молодежи недостаточно ярких эмоций в реальной жизни, треш-стримы – это удобный способ получить новые ощущения (49,7 %).

2. Представители молодежи чувствуют власть, потому что они за деньги управляют действиями стримеров (47 %).

3. Представители молодежи самоутверждаются за счет «неадекватных и неуспешных» треш-стримеров (34,3 %).

4. Представители молодежи избавляются от отрицательных эмоций, оскорбляя треш-стримеров в комментариях (27,2 %).

5. Это следствие психических отклонений, болезни (16,4 %).

Интересно отметить, что хотя психические отклонения выбирают реже всего (пятое место в рейтинге), это все-таки достаточно значимая часть опрошенных, что косвенным образом свидетельствует о признании треш-стримов ненормативным явлением, а не просто одним из видов досуга. Важным, на наш взгляд, выступает и тот факт, что треть опрошенных согласна с «неадекватностью и неуспешностью» треш-стримеров. Это позволяет надеяться, что ряды треш-стримеров не будут активно пополняться, так как индивид стремится принадлежать к референтной группе или хотя бы соответствовать ей.

Вряд ли такие слова, как «неадекватность» и «неуспешность» будут относиться к референтной группе.

В-третьих, подавляющее большинство респондентов считают треш-стримы опасными для молодых людей, так как они (табл. 4):

1) способствуют распространению агрессии, насилия в обществе (56,6 %);

2) демонстрируют унижительные и опасные действия над собой и другими, молодежь уходит от духовно-нравственных ценностей (43,3 %);

3) могут вызвать желание стать участником или организатором подобных видеотрансляций (36,3 %);

4) делают нормой маргинальное поведение, действия вне закона (36 %);

5) вызывают проблемы с психическим здоровьем, нестабильное психическое состояние (33,2 %);

6) содержат пропаганду алкоголя/сигарет/запрещенных веществ, что способствует формированию зависимостей (32,1 %);

7) могут вызвать желание нанести физический вред себе или окружающим (30,6 %).

Скорее всего, именно в силу осознания опасности треш-стримов большинство респондентов считают необходимым блокировать подобный видео-контент в Интернете и контролировать подобную деятельность со стороны государства (табл. 5, 6).

Таблица 4. Как Вам кажется, треш-стримы являются скорее опасными или неопасными для молодых людей? Если Вы считаете, что опасны, то чем именно?
 Table 4. Do you think trash streams are more likely to be dangerous or not dangerous for young people?
 If you think it is dangerous, then why?

Варианты ответов	Общее распределение	Школьники	Учащиеся колледжей	Студенты	Совмещающие учебу и работу	Работающие, пенсионеры
Способствует распространению агрессии, насилия в обществе, %	56,6	45,7	44,3	55,3	56,3	67,7
Из-за демонстрации унижительных и опасных действий над собой и другими молодежь уходит от духовно-нравственных ценностей, %	43,3	29,7	32,3	46	46,2	47,8
Может вызвать желание стать участником или организатором подобных видеотрансляций, %	36,3	26,8	29	41	42,9	33,2
Становятся нормой маргинальное поведение, действия вне закона, %	36	18,5	24	41,4	44,4	35,7
Вызывает проблемы с психическим здоровьем, нестабильное психическое состояние, %	33,2	31,2	26,1	33,2	36	36
Содержит пропаганду алкоголя/сигарет/запрещенных веществ, что способствует формированию зависимостей, %	32,1	24,3	27,7	31,3	34,7	35,4
Может вызвать желание нанести физический вред себе или окружающим, %	30,6	27,5	25,7	30,7	35,1	31,5
Треш-стримы неопасны, %	7,6	14,9	10,2	9,1	8,2	2,5
Затрудняюсь ответить, %	8,7	13	16,3	7,8	6,8	5,5
Свой вариант, %	1,4					

Примечание: доля ответов от всех опрошенных, кроме тех, кто впервые слышал про треш-стримы

Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Таблица 5. По Вашему мнению, следует ли блокировать подобный видеоконтент в Интернете или нет?
 Table 5. In your opinion, should such video content be blocked on the Internet or not?

Варианты ответов	Общее распределение	Школьники	Учащиеся колледжей	Студенты	Совмещающие учебу и работу	Работающие, пенсионеры
Скорее следует, %	78,3	68,8	66,7	76	77,5	89,9
Скорее не следует, %	12,4	15,6	19,5	13,4	14	5,7
Затрудняюсь ответить, %	9,3	15,6	13,7	10,6	8,5	4,4

Примечание: доля ответов от всех опрошенных, кроме тех, кто впервые слышал про треш-стримы

Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Таблица 6. Какие конкретно меры со стороны государства для ограничения деятельности треш-стримеров Вы бы поддержали?

Table 6. What specific measures on the part of the state to limit the activities of trash streamers would you support?

Варианты ответов	Общее распределение	Школьники	Учащиеся колледжей	Студенты	Совмещающие учебу и работу	Работающие, пенсионеры
Принятие законопроектов, направленных на ограничение деятельности треш-стримеров, %	56,6	46,4	44,3	55,5	59,7	65,2
Повышение ответственности социальных сетей за размещение подобного контента, %	50,2	36,6	38,6	52	49,9	57,6
Усиление общественного контроля и порицания деятельности треш-стримеров, %	42,3	34,1	35,7	48	46,2	39
Блокировка стриминговых платформ (YouTube, Twitch и т.д.), %	16,5	13,4	10,7	7,2	12,1	33,7
Ужесточенные правила использования Интернетом (регистрация по паспортным данным, пользование Интернетом с определенного возраста и т.д.)	15,5	8,7	12,5	11,8	14,3	23,7
Затрудняюсь ответить	11,8	23,2	21,1	11,7	10,9	4,7
Свой вариант	3,2					

Примечание: доля ответов от всех опрошенных, кроме тех, кто впервые слышал про треш-стримы

Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Выявленные при помощи онлайн-опроса тенденции подтверждаются и результатами качественного этапа исследования, на котором были проведены две исследовательские проектные сессии (участвовали 27 школьников и студентов) и четыре фокус-группы (участвовали 43 школьника и студента).

Информированность о треш-стримах у представителей молодежи тоже неполная, но есть достаточно значимые различия между школьниками и студентами:

- школьники больше осведомлены о треш-стримах, чем студенты;
- студенты не все знают об этом социальном явлении;
- чем старше респондент, тем менее он осведомлен о треш-стримах;
- именно студенты более четко формулируют суть явления, знают основные стрим-площадки, могут назвать популярных треш-стримеров;
- молодые люди чаще смотрят треш-стримы, чем девушки.

Важно отметить, что у участников проектных сессий и фокус-групп не очень высокий барьер участия в треш-стримах. Хотя большинство отмечает свою неготовность участвовать в треш-стримах, это не подавляющее большинство (только 63 %). Около четверти участников (26 %) допускают свое участие в треш-стримах в зависимости от темы и содержания, а 11 % готовы участвовать в них «с целью заработка, для реализации желания управлять людьми и говорить, что им делать». Эти сведения коррелируют с данными онлайн-опроса, в котором значимое второе место занимает следующая причина популярности треш-стримов: «представители молодежи чувствуют власть, потому что они за деньги управляют действиями стримеров». Несмотря на то, что в онлайн-опросе тема касается зрителей, а в процессе фокус-групп рассматривается вопрос личного участия, присутствует тенденция, свидетельствующая о наличии у молодежи неудовлетворенной потребности во власти, в самоутверждении, которую,

на их взгляд, помогут реализовать треш-стримы. По мнению авторов настоящей статьи, стоит задуматься о позиционировании и популяризации менее девиантных, но не менее интересных способов реализации потребности молодежи в самоутверждении [Леньков, Гришаева, Колосова, Комарова, Куликова, Мишина и др., 2020; Соколова, 2018]. Еще большую толерантность к участию в треш-стримах члены проектных сессий и фокус-групп проявляют по отношению к своим знакомым. Все респонденты разделились на три, примерно равные группы. 37 % не перестанут общаться с другом или близким знакомым, участвующим в треш-стримах:

- школьники единодушны в своей готовности продолжать общение с участником треш-стрима, так как «друзья имеют право вести себя так, как хотят»;

- часть студентов тоже не перестанет общаться с участником треш-стрима, потому что считают, что это личная жизнь и заработок человека, хотя будут пытаться убедить человека не участвовать в треш-стримах.

33 % респондентов пока не определились, будут ли общаться с участником треш-стрима, так как есть разница, какое задание и содержание имеются на таких стримах. При этом важно, насколько участник треш-стрима близок респонденту, что его заставило присутствовать на нем. Кроме того, необходимо знать, насколько содержание треш-стрима противоречит системе ценностных ориентаций респондента: при наличии противоречия общение прекратится, в противном случае – нет.

Наконец, 30 % респондентов перестанут общаться с другом или близким знакомым, участвующим в треш-стримах, так как считают, что нельзя доверять людям, которые из корыстных побуждений готовы унижаться или оскорблять других.

Следует отметить, что все респонденты ссылаются на неоднозначность позиций: «участие в треш-стриме не означает его ведение».

Оценка опасности треш-стримов, выявленная в результате онлайн-опроса, подтверждается и результатами качественного этапа:

- 48 % респондентов говорят об опасности треш-стримов в первую очередь для детей, чья психика еще не окрепла, а нормы только формируются (эта точка зрения в большей степени присуща девушкам, чем юношам). Кроме того, запись треш-стрима сохраняется в Интернете и может послужить орудием последующего шантажа. Опасность заключается еще и в том, что треш-стримы могут выходить офлайн, создавая

угрозу жизни и здоровью участников (юноши чаще, чем девушки отмечают этот вид опасности);

- 42 % не определились, опасны ли треш-стримы, объясняя это тем, что их просмотр (или участие в них) позволяет получить сильные эмоции, а также тем, что не все треш-стримы содержат опасный контент. Кроме того, сторонники данной точки зрения считают, что благодаря треш-стримам (и подобному контенту) формируется необходимый в современном информационном обществе навык фильтрации информации и понимания существующих триггеров. Поэтому треш-стримы представляют опасность только для самих участников, а также для тех, у кого навыки фильтрации информации еще не сформированы, в частности у детей и подростков;

- только 10 % участников считают, что треш-стримы неопасны. Все эти респонденты – школьники, которые аргументировали свою позицию тем, что опасные стримы – это единичные случаи, но именно их разглашают, хотя в абсолютном большинстве случаев треш-стримы не переходят грань.

Участники проектных сессий и фокус-групп в большинстве своем (63 %) полагают, что у треш-стримов есть заказчики, считая это хорошо разработанной маркетинговой схемой с режиссерами, менеджерами, спонсорами и стриминговыми площадками.

Однако есть и те, кто не уверен в наличии заказчиков (26 %), предполагая, что у стримеров скорее не прямые заказчики, а менеджеры, помогающие им в продвижении контента.

Лишь 11 % респондентов думают, что заказчиков у треш-стримов нет, так как для стримера важно самореализоваться, получить известность.

По вопросу запрета треш-стримов данные количественного и качественного этапов также коррелируют следующее:

- 52 % участников считают необходимым их запретить, так как «даже при просмотре может возникнуть желание повторить увиденное, это стимуляция агрессивного поведения и побуждение к противоправным действиям. Исчезают морально-нравственные принципы, человек теряет честь и достоинство. Это может причинить как физический, так и психологический вред здоровью». Студенты предлагали ставить более строгие ограничения по возрасту (от 18+ и больше);

- 11 % опрошенных не знают, стоит ли запрещать треш-стримы: «в качестве меры выступает только общественный контроль. Ответственность следует возлагать на платформы,

их задачи: просмотр контента и определение степени опасности. Необходим новый подход в работе правоохранительных органов в части быстрого реагирования на контент, который нарушает определенные запреты, например „бороться с тем, почему люди это смотрят, а не почему кто-то этим занимается“»;

– 37 % выступают против запрета треш-стримов: «в стране функционирует правовая система, прямая задача которой состоит в судебном регулировании общественных отношений. Если люди по своей воле участвуют в треш-стримах, то это их право, государство сможет помочь при наличии заявления. Запрет на видео-контент – это уже цензура. Сегодня у человека возможность выбора контента в избытке, а запрет только повысит на него спрос. Кроме того, дело станет нелегальным, регулировать которое намного сложнее».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

Таким образом, по результатам исследования можно сделать следующие выводы:

1) большинство респондентов слышало о треш-стримах, считает просмотр данного контента популярным среди молодежи, в частности из-за

недостатка у молодых людей ярких эмоций в реальной жизни, из-за стремления управлять стримерами при помощи денег и из-за желания самоутвердиться на фоне треш-стримеров;

2) большая часть опрошенных считает треш-стримы опасными, в частности, из-за того, что треш-стримы распространяют насилие и агрессию в обществе, ухудшают нравственные ценности молодежи, нормализуют маргинальное поведение и могут вызывать у молодых людей желание принять участие в подобном стриме;

3) абсолютное большинство полагает, что подобный контент нужно блокировать. При этом государству следует принять законопроекты по ограничению деятельности треш-стримеров и повысить ответственность социальных сетей за размещение подобного контента.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Грачева Ю.В., Маликов С.В. Треш-стрим: социальная обусловленность криминализации. Актуальные проблемы российского права. 2021;6(127):202–210.
- Зимова Н.С., Фомин Е.В. Социальные риски интернет-активизма виртуальных сообществ. Цифровая социология/Digital Sociology. 2023;6(3):45–53.
- Колесник И.С. Необходимые меры уголовно-правового урегулирования «треш-стримов». В кн.: Россия в XXI веке: стратегия и тактика социально-экономических, политических и правовых реформ: материалы XIV Всероссийской научно-практической конференции студентов и молодых ученых, Барнаул, 22–23 апреля 2021 г. Барнаул: Алтайский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации; 2021. С. 88–89.
- Дудина В.И., Смирнова Е.Э. (ред.) Методология и методы социологического исследования: учебник. СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет; 2014. 388 с.
- Никулич Ю.В. Рискотенность публичной истории в цифровой среде (на примере российского видеоблогинга 2020-х гг.). Цифровая социология/Digital Sociology. 2023;6(3):11–20.
- Полунина Е.Н., Антонова А.В. Проблемы законодательного регулирования ответственности за «треш-стрим» в Интернете. Закон и право. 2021;3:90–91.
- Соколова С.С. Молодежные субкультуры в трансформирующемся обществе. Вестник БГУ. 2018;3:88–95.
- Леньков Р.В., Гришаева С.А., Колосова О.А., Комарова А.А., Куликова О.А., Мишина Г.Н. и др. Социология молодежи: учебник. 2^е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт; 2020. 357 с.
- Титор С.Е. Организация защиты несовершеннолетних от деструктивной информационной среды: опыт российских городов федерального значения. Цифровая социология/Digital Sociology. 2023;6(1):72–78.
- Усова Л.П. Девиантное поведение: парадигмы изучения. Вестник ЗабГУ. 2014;4:122–126.

REFERENCES

- Dudina V.I., Smirnova E.E. (eds.)* Methodology and methods of sociological research: textbook. St. Petersburg: St. Petersburg State University; 2014. (In Russian).
- Gracheva Yu.V., Malikov S.V.* Trash stream: social conditionality of criminalization. Current problems of Russian law. 2021;6(127):202–210. (In Russian).
- Kolesnik I.S.* Necessary measures for the criminal law settlement of “trash streams”. In: Russia in the XXI century: strategy and tactics of socio-economic, political and legal reforms: Proceedings of the XIV all-Russian Scientific and Practical Conference of students and young scientists, Barnaul, April 22–23, 2021. Barnaul: Altai branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation; 2021. Pp. 88–89. (In Russian).
- Lenkov R.V., Grishaeva S.A., Kolosova O.A., Komarova A.A., Kulikova O.A., Mishina G.N. et al.* Sociology of youth: textbook. 2nd ed., revised and enlarged. Moscow: Yurait; 2020. (In Russian).
- Nikulich Yu.V.* The riskiness of public history in the digital environment (on the example of Russian video blogging in the 2020s). Digital Sociology. 2023;6(3):11–20. (In Russian).
- Polunina E.N., Antonova A.V.* Problems of legislative regulation of liability for “trash stream” on the Internet. Law and law. 2021;3:90–91. (In Russian).
- Sokolova S.S.* Youth subcultures in a transforming society. Bulletin of BSU. 2018;3:88–95. (In Russian).
- Titor S.E.* The organization of protection of minors from the destructive information environment: the experience of Russian cities of federal importance. Digital Sociology. 2023;6(1):72–78. (In Russian).
- Usova L.P.* Deviant behavior: paradigms of study. Bulletin of ZabGU. 2014;4:122–126. (In Russian).
- Zimova N.S., Fomin E.V.* Social risks of Internet activism of virtual communities. Digital Sociology/Digital Sociology. 2023;6(3):45–53. (In Russian).

ЦИФРОВАЯ СРЕДА

Социологическое измерение адаптационного потенциала личности в медиаэкосистеме

УДК 316. 776 DOI 10.26425/2658-347X-2023-6-4-39-49

Получено 10.09.2023

Доработано после рецензирования 30.10.2023

Принято 31.10.2023

Гримов Олег Александрович

Канд. социол. наук, доц. каф. философии и социологии

ORCID: 0000-0001-6883-9898

E-mail: grimoleg@yandex.ru

Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Россия

АННОТАЦИЯ

В статье представлены теоретическое обоснование и эмпирическая апробация авторской модели адаптационного потенциала личности в условиях медиаэкосистемы. Основу авторского подхода составляет рассмотрение индивида как основного субъекта практик медийной активности, которые актуализируют личностные ресурсы интернет-пользователей, связанные с их готовностью к эффективной коммуникации, к производству и потреблению медиаконтента в современных институциональных условиях медиаэкосистемы (с учетом существующих рисков и ограничений). Предложена теоретическая модель адаптационного потенциала, согласно которой такой потенциал является сложным многоуровневым образованием, содержащим в себе три последовательных уровня: ценностный, диспозиционный и практический. Показано, что каждый из данных уровней состоит из ряда

подуровней, включающих преобладающие в медиаэкосистеме виды ценностей, диспозиций и практик пользователей. На основе разработки данных операциональных показателей и специальной шкалы представлена авторская методика социологического измерения адаптационного потенциала личности в медиаэкосистеме. По итогам авторского социологического исследования с применением кластерного анализа (онлайн-опрос пользователей социальных сетей и мессенджеров, N = 900) обнаружены четыре кластера пользователей медиа, различающиеся уровнем развития и структурой адаптационного потенциала. Данные кластеры охарактеризованы как «осторожные пользователи», «теоретики», «неадаптированные», «адаптированные». В заключении статьи приведены перспективные направления дальнейшего научного поиска по теме исследования.

Ключевые слова

Медиа, медиаэкосистема, медиаактивность, адаптация, адаптационный потенциал, модель адаптированного потенциала, ценности, диспозиции, медийные практики, риски

Благодарности. Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-28-00486 «Человек в новой медиаэкосистеме: ресурсы и стратегии взаиморазвития».

Для цитирования

Гримов О.А. Социологическое измерение адаптационного потенциала личности в медиаэкосистеме // Цифровая социология. 2023. Т. 6. № 4. С. 39–49.

© Гримов О.А., 2023.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



DIGITAL ENVIRONMENT

The sociological measurement of individual adaptive potential in media ecosystem

Received 10.09.2023

Revised 30.10.2023

Accepted 31.10.2023

Oleg A. Grimov

Cand. Sci. (Sociol.), Assoc. Prof. at the Philosophy and Sociology Department

ORCID: 0000-0001-6883-9898

E-mail: grimoleg@yandex.ru

Southwest State University, Kursk, Russia

ABSTRACT

The article presents the theoretical justification and empirical approbation of the author's model of the individual adaptive potential in the conditions of the media ecosystem. The basis of the author's approach is the consideration of the individual as the main subject of media activity practices that actualise the personal resources of Internet users associated with their readiness for effective communication, for production and consumption of media content in modern institutional conditions of the media ecosystem (considering existing risks and limitations). A theoretical model of adaptive potential is proposed, according to which such a potential is a complex multi-level education containing three successive levels: value, dispositional and practical. It is shown that each level consists of a number

of sublevels, of including the types of values, dispositions and users' practices prevailing in the media ecosystem. Based on the development of these operational indicators and a special scale, the author's methodology for the adaptive potential sociological measurement of the individual in the media ecosystem is presented. According to the results of the author's sociological research with the usage of cluster analysis (online survey of social networks and messengers' users, N = 900), four clusters of media users were found, differing in the level of development and structure of adaptive potential. These clusters are characterised as "cautious users", "theorists", "unadapted", "adapted". The article concludes with promising directions for further scientific research on the topic.

Keywords

Media, media ecosystem, media activity, adaptation, adaptive potential, model of adaptive potential, values, dispositions, media practices, risks

Acknowledgements. The research was supported by Russian Science Foundation grant № 22-28-00486 "Human in a new media ecosystem: resources and strategies of mutual development".

For citation

Grimov O.A. (2023) The sociological measurement of individual adaptive potential in media ecosystem. *Digital sociology*. Vol. 6, no 4, pp. 39–49. DOI: 10.26425/2658-347X-2023-6-4-39-49

© Grimov O.A., 2023.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Проблематика современных информационно-коммуникативных технологий (далее – ИКТ) или процесса цифровизации в целом находится в центре внимания множества современных российских и зарубежных исследователей. В связи с этим важной задачей является определение того социокультурного и технологического контекста, который является предельным обобщением формируемой реальности современными цифровыми технологиями. Различие исследовательских оптик образует множество равноупотребимых концептов, таких как «цифровая реальность», «информационно-коммуникативная среда» и т.д. Признавая контекстуальные различия данных категорий, автор настоящей статьи считает возможным акцентировать исследовательское внимание именно на медийном аспекте информационной современности, поэтому в дальнейшем будет использоваться понятие «медиаэкосистема», которую автор рассматривает как совокупность институционально организованных и оформленных условий осуществления практик медийного производства и потребления.

В числе публикаций, которые исследуют современные медийные технологии и медиасреду, в целом можно выделить те, которые посвящены наиболее широкому контексту формирования новой реальности, а также ее ключевым детерминантам [Чернавин, 2021; Гришаева, 2020; Василенко, Мещерякова, 2021].

Одним из важных методологических аспектов изучения медиаэкосистемы является определение ее активных субъектов. Так, в статье А.Ю. Гарбузняк рассматриваются субъекты, формирующие информационную повестку в условиях новых медиа [Гарбузняк, 2020]. Некоторые исследования показывают, что медиаплатформы не только выступают средой протекания социальных конфликтов, но и сами являются активными субъектами конфликтных взаимодействий [Гуреева, Киреева, 2022].

Статьи Е.А. Овчинниковой, Е.М. Николаевой и С.С. Федченко посвящены морально-этическим аспектам формирования нового субъекта в социальных медиа, а также методологическим проблемам субъектного статуса пользователя в сети Интернет (далее – Интернет) [Овчинникова, 2020; Николаева, Федченко, 2016]. Различные категории активности субъектов в медийной среде также изучаются в ряде научных трудов [Береговская, Гришаева, 2020; Домбровская, 2021].

Многообразие практик медийной активности связано не только с широкими социальными, культурными и технологическими возможностями,

которые они предоставляют, но и с актуализируемыми в медиа рисками [Асеева, 2023]. Угрозы и риски медийных практик получают широкое освещение в научном дискурсе. При этом часто выделяют наиболее подверженные рискогенным факторам группы: школьники, подростки, молодежь [Мышко, Каменева, 2022; Полянина, 2021].

Однако несмотря на значительный спектр исследовательских оптик анализа медиаэкосистемы, еще недостаточно изученным является личностно-субъектный уровень медиаактивности, связанный с адаптацией индивида к рискам медиаэкосистемы. Остается неразработанным как на теоретическом, так и на прикладном уровне само понятие личностного адаптационного потенциала. Решение данных задач позволит теоретически обосновать и концептуализировать категорию адаптационного потенциала личности, сформировать комплекс эмпирических индикаторов, направленных на его диагностику и измерение в условиях медиаэкосистемы. На восполнение соответствующего пробела направлена настоящая статья.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF THE STUDY

Теоретико-методологической базой текущей статьи являются российские и зарубежные социологические, социально-философские работы, которые посвящены исследованию ключевых параметров современной медиаэкосистемы в широком контексте ее взаимосвязи с общими категориями цифровой реальности, сетевых и медiateхнологий, а также наиболее значительных аспектов информационно-коммуникативной культуры. В данных публикациях детально рассматриваются многочисленные теоретические и прикладные аспекты исследуемой проблемы [Jenkins, 2006; Manovich, 2012].

Для обоснования авторского подхода к концептуализации и эмпирической операционализации адаптационного потенциала личности в медиаэкосистеме автор настоящей статьи опирается на ряд исследовательских подходов и методов: структурно-функциональный подход, методы синтеза, анализа, индукции, дедукции, моделирования. Синтез данных методов позволяет сформировать общую системную методологию, которая обеспечивает комплексную и непротиворечивую связь между теоретической моделью и ее эмпирической апробацией. Также в статье автор основывается на общих принципах и подходах

к эмпирическому изучению феномена медийной активности и субъектных медиастратегий. Данные положения были разработаны и представлены ранее в научном труде О.А. Гримова и В.А. Белкиной [Гримов, Белкина, 2022].

Апробация разработанной методологии диагностики адаптационного потенциала личности к рискам социальных медиа осуществлена на основе авторского социологического исследования, проведенного методом онлайн-опроса (N = 900) пользователей социальных сетей и мессенджеров («ВКонтакте», YouTube, Telegram) как одних из наиболее репрезентативных медийных каналов, что послужило эмпирической базой исследования. В представленной статье широко применялись методы статистической обработки данных (анализ частотных распределений, кластерный анализ).

АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ / ANALYSIS OF RESULTS

В целом под адаптацией в системе современной медиаэкосистемы рассматривается процесс приспособления индивида к актуальным условиям медиаэкосистемы на основе эффективной медиаактивности. Анализ показывает, что многие авторы в рамках различных методологических подходов и исследовательских оптик акцентируют внимание на таких свойствах адаптационного потенциала личности, как системность, многоуровневость, зависимость уровня развития адаптационного потенциала от индивидуального практического опыта, зависимость эффективности адаптационных стратегий от личностной активности, гибкости, рефлексии [Гущина, Кондратович, 2008; Авраменко, 2011]. Признавая актуальность данных положений, автор в настоящей работе под адаптационным потенциалом понимает «совокупность личностных ресурсов интернет-пользователей, определяющих уровень готовности индивида к эффективной коммуникации, производству и потреблению медиаконтента в современных институциональных условиях медиаэкосистемы (с учетом существующих рисков и ограничений)» [Гримов, Белкина, 2022, с. 45].

В предлагаемой автором теоретической модели адаптационного потенциала можно выделить следующий ряд уровней: ценностный, диспозиционный и практический.

На ценностном уровне следует отметить входящие в адаптационный потенциал ценности. Они отражают индивидуальные установки на осуществление коммуникативных практик в целом.

Различия между пользователями на ценностном уровне формируют у них разные целевые интенции на следующем уровне. При этом личностные ценности, входящие в адаптационный потенциал, соотносятся с институциональными нормами и габитусами медиаэкосистемы, которые формируют наиболее распространенные поведенческие модели пользователей, оказывая на последних немалое давление. На основе предварительного анализа на ценностном уровне адаптационного потенциала автором выделено четыре группы ценностей, каждая из которых эксплицируется в шести наиболее устойчивых видах. Так, выделяются:

1) ценности технологические, которые включают: а) преодоление пространственно-временных ограничений, мобильность; б) полноту потребляемой информации/контента; в) безопасность (технологическая, юридическая и т.д.) при потреблении/производстве контента; г) достоверность потребляемой информации/контента; д) наблюдаемую практическую пользу (прибыль, эффективность) от потребления контента/информации; е) свободный доступ к потребляемой информации/контенту;

2) ценности культурные, в которые входят: а) эффект новизны, постоянного изменения и обновления; б) игровой формат интернет-ресурсов, коммуникации, контента/информации и т.д.; в) отсутствие запретов и ограничений; г) многообразие форм (жанров) и тем контента/информации; д) понятность и удобство изложения контента/информации; е) актуальность контента/информации;

3) ценности социальные, которые охватывают: а) самоидентификацию, чувство причастности; б) развитие социальных контактов (новые знакомства и т.д.); в) рост своего влияния и аудитории; г) связь контента/информации с индивидуальными взглядами и убеждениями; д) связь контента/информации с индивидуальной практической деятельностью (например, профессией); е) интерактивность и обратную связь;

– ценности психологические, в набор которых включены: а) досуг, достижение психологического комфорта; б) саморазвитие в ходе потребления и производства контента/информации; в) возможность самопрезентации; г) опосредованная коммуникация, не прямой контакт; д) многообразие возможных ролей в Интернете; е) общий уровень доверия к другим пользователям и интернет-ресурсам).

На диспозиционном уровне выделяются пользовательские диспозиции, понимаемые как ориентации и интенции на осуществление практик медиаактивности. В диспозициях также отражены

пользовательская готовность и/или возможность реализации подобных практик. Диспозиции служат связующим звеном между ценностями и практиками медиаактивности.

Диспозиции, входящие в адаптационный потенциал, соответствуют паттернам медиаэкосистемы, которые являются институциональными образцами осуществления практик медиаактивности, а также достижения связанных с ними коммуникативных целей. Результативность последующих практик определяется субъектной медиастратегией и рефлексивным усвоением наличных институциональных паттернов.

На диспозиционном уровне адаптационного потенциала были определены четыре группы диспозиций, каждая из которых эксплицируется в шести наиболее устойчивых видах. Так, выделяются следующие диспозиции:

1) готовность к определенным лимитам: а) готовность к ограничению времени собственного потребления контента/информации; б) готовность к ограничению времени создания собственного контента/информации; в) готовность к языковой гигиене (к минимизации нецензурной и излишне эмоциональной лексики, спама и т.д.); г) готовность к ограничению или полной отмене собственного потребления отдельных категорий контента (контент 18+, шок-контент и т.д.); д) готовность к ограничению времени переписки в мессенджерах; е) готовность к техническому ограничению собственного потребления контента/информации (с помощью фильтров, блокировок и т.д.);

2) готовность к повышению своей компетентности: а) готовность к изучению нового языка; б) готовность к повышению собственного уровня владения навыками создания контента; в) готовность к повышению собственного уровня владения навыками потребления контента; г) готовность к критическому анализу информации, к ее проверке; д) готовность к корректировке собственной информации перед публикацией или перепиской; е) готовность к проверке истинности потребляемого контента/информации;

3) готовность к новым практикам и ролям: а) готовность к изменению площадок/интернет-ресурсов потребляемого контента/информации; б) готовность к изменению форматов потребляемого контента/информации; в) готовность к изменению площадок и/или форматов для публикации создаваемого контента/информации; г) готовность к роли модератора или администратора информационного ресурса, сайта и т.д.; д) готовность к обходу информационных блокировок и ограничений (с помощью виртуальной частной

сети и т.д.); е) готовность к удалению собственной переписки в мессенджерах;

4) готовность к рефлексии и систематизации: а) готовность к формированию собственного информационного меню; б) готовность к проработке коммуникативной стратегии (стиля общения) в отношении публикации контента, переписки в мессенджерах; в) готовность к изменению собственного круга общения в Интернете; г) готовность к классификации и систематизации потребляемого контента/информации; д) готовность к оценке собственной эффективности при потреблении и создании контента/информации; е) готовность к оценке рисков и опасностей, связанных с пребыванием в Интернете.

На практическом уровне следует отметить непосредственно применяемые практики, рассматриваемые автором как формально осуществляемые действия по медийному производству и/или медийному потреблению. Данные действия могут быть нерефлексивными и не иметь прямой связи с предыдущими уровнями адаптационного потенциала. Практический уровень соотносится с аффордансами медиаэкосистемы, под которыми в данном случае понимается встроенная в институциональные условия медиаэкосистемы инструментальная возможность осуществления практик медийной активности. Таким образом, аффорданс оказывается вписан в саму структуру медийных технологий и артефактов, а также в логику обращения с ними. В предельном значении аффордансы служат непосредственным технологическим императивом осуществления практик медийной активности.

На практическом уровне адаптационного потенциала было выделено четыре группы практик, каждая из которых эксплицируется в шести наиболее устойчивых видах. Так, автор определяет следующие практики:

1) потребительские практики: а) потребление (чтение, просмотр) контента/информации; б) профессиональная деятельность с применением мессенджеров и социальных сетей; в) личная переписка в мессенджерах и социальных сетях; г) создание и публикация собственного контента/информации; д) распространение в личных сообщениях и публичной коммуникации непроверенного контента/информации; е) модерирование, администрирование сообщества;

2) развитие связей и социального капитала в обществе: а) репосты, шеринг; б) комментирование; в) оставление лайков; г) подписка на контент, оставление заявок в друзья; д) донатинг (онлайн-пожертвования); е) совместное с другими пользователями производство контента/информации;

3) технические практики при потреблении и производстве: а) проверка истинности потребляемого контента/информации; б) проверка собственного контента/информации (в том числе сообщений в личной переписке) перед публикацией; в) обход блокировок и фильтров при потреблении контента/информации; г) установление фильтров и ограничений для потребителей своего контента и личной информации в мессенджерах; д) использование разных информационных ресурсов и площадок для различных целей (то есть каждый информационный ресурс для своей цели); е) модерирование контента, оставление жалоб, обращений в администрацию информационного ресурса или правоохранительные органы;

4) стратегические практики: а) ограничение времени потребления контента/информации; б) изменение типа потребляемых источников контента/информации; в) изменение формата потребляемого контента/информации; г) повышение собственного уровня владения тем или иным программным обеспечением, связанным с потреблением контента/информации; д) повышение собственного уровня владения тем или иным программным обеспечением, связанным с производством контента/информации; е) применение контента в своей жизни или переработка его для своего контента/информации.

Представленные выше виды ценностей, диспозиций и практик являются базовыми эмпирическими показателями личностного адаптационного потенциала в условиях медиаэкосистемы. Включение данных индикаторов в структуру адаптационного потенциала объясняется актуализацией различных медийных рисков на разных уровнях вовлеченности пользователя в медиаэкосистему. Недопущение или преодоление данных рисков определяется конфигурациями базовых для пользователя медийных ценностей, диспозиций и практик, а также степенью их актуальности для потребителя. Объективация и актуализация в процессе медийной активности тех или иных ценностей и диспозиций, а также непосредственное осуществление медийных практик не только определяют способность индивида адаптироваться к актуальным рискогенным факторам медиаэкосистемы, но и демонстрируют характер и направленность такой адаптации: специфику ценностного обоснования и закреплённости на уровне диспозиций, а также укорененность в непосредственно реализуемых практических действиях.

Фактической основой представляемой автором методики диагностики и измерения адаптационного потенциала является эмпирическая модель

адаптационного потенциала учительского сообщества, разработанная М.А. Головчиным, основные положения которой были адаптированы к целям настоящего исследования [Головчин, 2020].

В предлагаемой авторской модели концепт адаптационного потенциала последовательно распадается на представленные выше операциональные категории (ценности, диспозиции, практики). Каждая из таких категорий подразделяется на четыре наиболее устойчивые и распространённые группы, содержащие одинаковое число вариантов/индикаторов (в данном случае – равное 6). На основе предварительного выявления и анализа актуальных ценностей, диспозиций и практик в условиях медиаэкосистемы автором настоящей статьи было осуществлено обобщение, которое позволяет рассматривать все виды ценностей, диспозиций и практик в структуре адаптационного потенциала как равные между собой и инвариантные для эмпирического изучения переменные. Автором применяется стандартизированная шкала от 0 до 3 (где 0 – отсутствие признака, 1 – слабое значение, 2 – среднее, 3 – высокое) непосредственно для диагностики степени актуальности переменной любого вида для респондента. Таким образом, максимальный показатель актуальности для пользователя одной из ценностей, диспозиций, практик составляет три балла; группы ценностей, диспозиций или практик – 18 баллов; всей совокупности ценностей, диспозиций или практик – 72 балла. Очевидно, что низкий уровень актуальности переменной в общей структуре показателей может быть компенсирован актуальностью других переменных. Так, минимальный уровень актуальности для пользователя технологических ценностей может компенсироваться важностью для него культурных, социальных и психологических ценностей. Таким образом, все ценности в общей структуре данного показателя имеют равный вес. Подобный принцип равноценности экстраполируется автором и на вопрос, касающийся степени объективности информации об актуальности того или иного показателя для пользователя. Проводимый опрос предполагает самостоятельную оценку респондентами уровня актуальности для них тех или иных переменных в структуре адаптационного потенциала. При этом оценка может базироваться как на фактической информации, так и на субъективном суждении. В совокупности различные по статусу оценки (объективные и субъективные) уравниваются друг друга, что позволяет получить достаточно достоверную информацию об уровне адаптации к условиям медиаэкосистемы.

С целью апробации разработанной методологии диагностики адаптационного потенциала личности в медиаэкосистеме (в августе 2023 г.) автор статьи провел социологическое исследование методом онлайн-опроса на базе исследовательской онлайн-панели «Анкетолог». Были опрошены пользователи социальных сетей и мессенджеров («ВКонтакте», YouTube, Telegram). Выборка составила 900 чел. и отразила примерные социально-демографические характеристики российских интернет-пользователей.

На основе применения рассмотренной выше стандартизированной шкалы (где 0 – отсутствие признака, 1 – слабое значение, 2 – среднее, 3 – высокое) респондентам было предложено оценить актуальность для них соответствующих ценностей, диспозиций и практик в медиаэкосистеме (таблица). В результате опроса были выявлены следующие данные. Среднее значение суммарного показателя ценностей составило 53,16, диспозиций – 43,8, практик – 37,8. Очевидным является заметное снижение актуальности в направлении от ценностного фундирования в сторону диспозиционного обоснования и практической ориентации. Наибольший уровень актуальности характерен для ценностей. Автор предполагает, что это можно объяснить высоким уровнем теоретической поддержки разнообразных

ценностей, которые для пользователя могут ассоциироваться с широким спектром медийных практик. При этом стоит отметить, что актуальность каждого вида ценностей по отдельности также находится на достаточно высоком уровне: от 11,94 (социальные ценности) до 15,14 (технологические ценности). Разница между актуальностью отдельных видов ценностей сравнительно невелика.

Уровень актуальности диспозиций (понимаемых уже в качестве непосредственной готовности к деятельности того или иного рода) находится в диапазоне от 9,66 (готовность к ограничению) до 12,48 (готовность к повышению своей компетентности), что в целом зафиксировано ниже уровня актуальности ценностей. Характерно, что в наименьшей степени пользователи готовы к ограничению потребления и производства медиаконтента, в то время как наиболее высокий показатель готовности проявляется в повышении собственной компетентности. Очевидно также, что актуализация для индивида того или иного вида ценности не приводит к формированию у него комплекса соответствующих диспозиций.

Минимальное значение актуальности и, как следствие, непосредственной реализации характерно для такого операционального показателя адаптационного потенциала, как практики.

Таблица. Среднее значение актуальности операциональных показателей адаптационного потенциала

Table. Operational indicators' average relevance of adaptive potential

Операциональные показатели адаптационного потенциала	Среднее значение актуальности (по шкале от 0 до 3, максимальное возможное значение – 18)
Технологические ценности	15,14
Культурные ценности	13,58
Социальные ценности	11,94
Психологические ценности	12,49
Готовность к ограничению	9,66
Готовность к повышению своей компетентности	12,48
Готовность к новым практикам и ролям	10,48
Готовность к рефлексии и систематизации	11,18
Потребительские практики	10,84
Практики по развитию связей и социального капитала в сообществе	8,58
Технические практики при потреблении и производстве	9,46
Стратегические практики	8,92
Суммарный показатель	Среднее значение актуальности (по шкале от 0 до 3, максимальное возможное значение – 72)
Суммарный показатель ценностей	53,16
Суммарный показатель диспозиций	43,8
Суммарный показатель практик	37,8

Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

Их актуальность находится в диапазоне от 8,58 (практики по развитию связей и социального капитала в сообществе) до 10,84 (потребительские практики). Очевидно, практика как результирующий акт пребывания в медиаэкосистеме базируется на соответствующих ценностях и диспозициях пользователя. Однако фактически реализуемыми на уровне практик оказываются лишь немногие ценности и диспозиции, рефлекслируемые как актуальные для индивида.

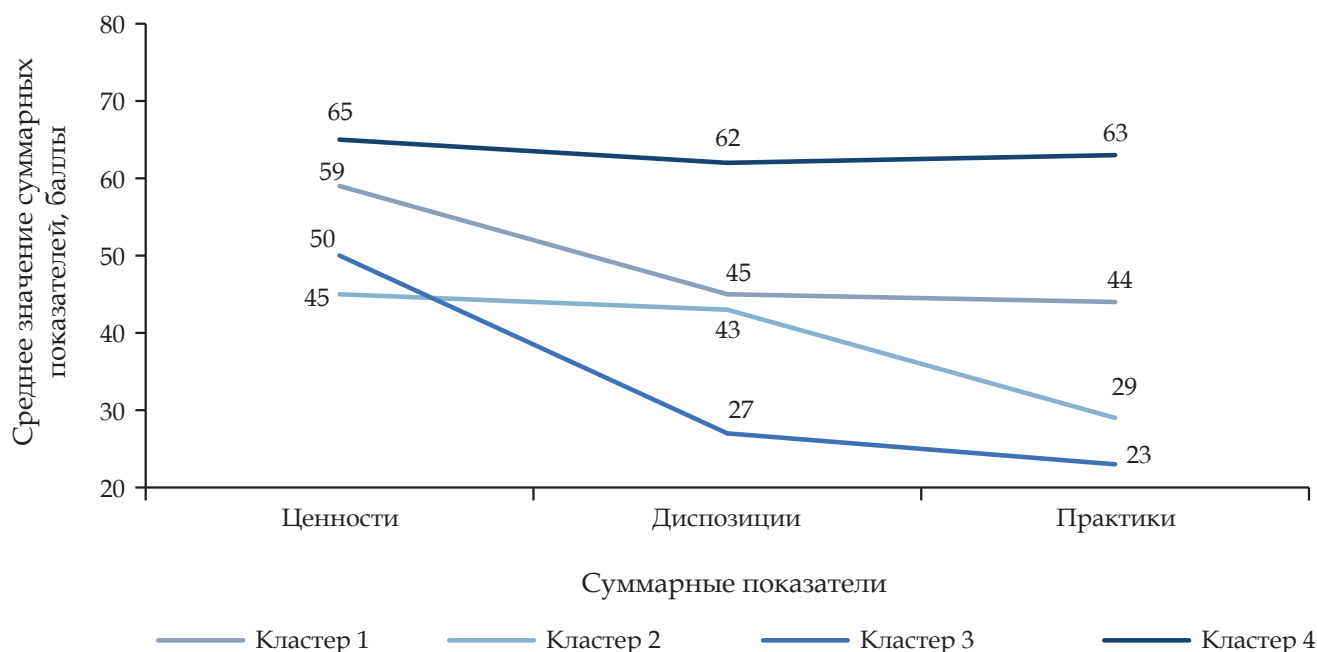
Непосредственный уровень и проявление адаптационного потенциала личности в медиаэкосистеме определяются конфигурацией различных степеней актуальности ценностей, диспозиций и практик, а также непосредственными ценностными, диспозиционными и практическими акцентуациями (то есть преобладанием в структуре адаптационного потенциала ценностей, диспозиций и практик определенного вида).

С целью осуществления актуальной классификации пользователей медиа по уровню адаптационного потенциала автором был проведен кластерный анализ наблюдений методом k-средних. На рисунке представлены графики всех кластеров с указанием соответствующих им средних значений суммарных показателей (ценностей, диспозиций, практик).

В результате анализа было обнаружено четыре кластера пользователей. Первый кластер (в него входят 33,3 % респондентов) образуют пользователи со следующими средними значениями суммарных показателей: ценности – 59, диспозиции –

45, практики – 44. Как видно, данный кластер характеризуется высоким уровнем актуальности ценностей и средним уровнем актуальности диспозиций и практик. Данную группу пользователей можно назвать «осторожными». Высокий уровень ценностей не влечет повышенного уровня диспозиционного обоснования и практических ориентаций. Адаптационный потенциал отражает гипотетическую готовность к высокой включенности в практики медиаактивности, но фактическая объективация адаптационного потенциала в реальной деятельности прослеживается на достаточно среднем уровне.

Второй кластер (36,2 % респондентов) образует большинство пользователей, для которых характерен средний уровень актуальности ценностей (45) и диспозиций (43), а также низкий уровень актуальности практик (29). Представителей данного кластера можно условно назвать «теоретиками». Низкий уровень значимости практик на фоне ценностей и диспозиций сближает их с представителями первого кластера, однако важным отличием является еще более низкий уровень актуальности всех показателей, а также заметный разрыв между ценностно-диспозиционными установками и практическими действиями. Адаптационный потенциал характеризуется средним уровнем поддержки значимых в медиаэкосистеме ценностей и диспозиций, а также низким уровнем практической направленности, что свидетельствует о невысоком уровне вовлеченности в медиаэкосистему и о малой готовности нивелировать ее риски.



Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the research materials

Рисунок. Кластеризация пользователей по средним значениям суммарных показателей

Figure. Users' clustering by average values of total indicators

Третий кластер (16,7 % респондентов) включает пользователей со средним уровнем актуальности ценностей (50), а также с низким уровнем актуальности диспозиций (27) и практик (23). Данных пользователей можно назвать «неадаптированными». Очевидным является значительный разрыв между ценностным уровнем и остальными двумя уровнями. Актуализация медиаэкосистемы для пользователя ограничивается лишь средним уровнем значимости основных ценностей, не выходя в область диспозиций и/или практик. В результате адаптационный потенциал практически остается не задействованным на более высоких уровнях, что не позволяет индивиду полноценно включаться в медиаэкосистему и противостоять ее рискогенным факторам.

Четвертый кластер – самый малочисленный (13,8 % респондентов). В него входят пользователи с одинаково высокими уровнями актуальности ценностей (65), диспозиций (62) и практик (63). Данных пользователей можно назвать «адаптированными». Их характеризует последовательная актуализация на высоком уровне значимости основных видов ценностей, диспозиций и практик. Следует сказать, что в данном случае каждый предыдущий уровень в полной мере обеспечивает каждый последующий. Последовательность и непротиворечивость между ценностным фундированием, диспозиционным обоснованием и практической ориентацией позволяют отметить высокий уровень адаптационного потенциала.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

В ходе проведенного исследования была теоретически обоснована и эмпирически апробирована авторская модель адаптационного потенциала

личности в условиях медиаэкосистемы. Разработаны операциональные показатели и специальная шкала, которые составляют авторскую методику социологического измерения адаптационного потенциала. Полученные результаты демонстрируют возможность социологической диагностики и измерения данного потенциала. Так, осуществленная автором кластеризация свидетельствует о существовании четырех групп пользователей, различающихся по уровню потенциала, а также по его преобладающим структурным компонентам. Вместе с тем представленные в статье данные пока носят лишь общий характер, поэтому предложенная теоретическая модель и разработанная методика могут и должны быть в дальнейшем дополнены и уточнены. Перспективными направлениями следующего изучения адаптационного потенциала личности в медиаэкосистеме в рамках предложенной авторской модели могут стать:

- определение взаимосвязи между уровнем адаптационного потенциала и субъектной стратегией медиаактивности;
- апробация методики измерения адаптационного потенциала на основе разного веса его структурных компонентов;
- расширение перечня входящих в структуру адаптационного потенциала ценностей, диспозиций и практик;
- обоснование и разработка математической модели интегративного показателя адаптационного потенциала, измеряемого на основе метрической шкалы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Авраменко В.Г. Личностный адаптационный потенциал как фактор успешной адаптации выпускника вуза к профессиональной среде. Вестник Московской государственной академии делового администрирования. Серия: Философские, социальные и естественные науки. 2011;3(9):157–164.
- Артемова Е.Э., Данилова А.М., Подвальная Е.В., Тишина Л.А. Оценка информационно-коммуникационной компетентности студентов-дефектологов в области использования ресурсов информационной образовательной среды. Психологическая наука и образование. 2021;26(4):54–68. <https://doi.org/10.17759/pse.2021260405>
- Асеева И.А. Медиариски и трансформация культуры. Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023;2(870):149–157. https://doi.org/10.52070/2542-2197_2023_2_870_149
- Береговская Т.А., Гришаева С.А. Поколение Z: потребительское поведение в цифровой среде. Вестник университета. 2020;1:92–99. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2020-1-92-99>
- Бикетова Я.О. Информационно-коммуникативная компетентность: социологический анализ и эмпирическое измерение. Вестник экономики, права и социологии. 2015;2:180–184.

- Василенко Л.А., Мещерякова Н.Н.* Социология цифрового общества: монография. Томск: Томский политехнический университет; 2021. 226 с.
- Гарбузняк А.Ю.* Публичное пространство новых медиа: ключевые акторы, их статус и функции. Знание. Понимание. Умение. 2020;4:201–209. <https://doi.org/10.17805/zpu.2020.4.18>
- Головчин М.А.* Социологическое измерение адаптационного потенциала учительского сообщества (на примере Вологодской области). Мир экономики и управления. 2020;20(4):212–231
- Гримов О.А., Белкина В.А.* Индивидуальные стратегии медиаактивности интернет-пользователей. Цифровая социология. 2022;5(4):38–47. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2022-5-4-38-47>
- Гришаева С.А.* Социальные трансформации в условиях цифровой среды. Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2020;1:70–81. <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2020-26-1-70-81>
- Гуреева А.Н., Киреева П.А.* Цифровые платформы как субъекты конфликтогенной коммуникации: особенности, эффекты, риски. Вопросы теории и практики журналистики. 2022;4:753–771. [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2022.11\(4\).753-771](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2022.11(4).753-771)
- Гуцина И.А., Кондратович Д.Л.* Адаптационная составляющая человеческого потенциала населения Северного региона (на примере Мурманской области). Север и рынок: формирование экономического порядка. 2008;1(20):27–31.
- Домбровская А.Ю.* Репрезентация гражданской активности российской молодежи в социальных медиа. Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2021;6:203–225. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.6.2012>
- Мышко Ф.Г., Каменева Т.Н.* Риски коммуникации подростков в интернет-пространстве. Мир науки. Социология, филология, культурология. 2022;13(4):1–10.
- Николаева Е.М., Федченко С.С.* Избирательный пользователь в интернет-пространстве как носитель производной субъектности. Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2016;1:128–134.
- Овчинникова Е.А.* Проблема морального субъекта в новых медиа. В кн.: Язык в координатах массмедиа, этики и права: материалы IV Международной научной конференции. Санкт-Петербург, 09–12 ноября 2020 г. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет; 2020. С. 158–161.
- Полянина А.К.* Гиперсетевая модель медиакommunikation: новые качества рисков для детской аудитории. Коммуникология. 2021;9(4):148–159. <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2021-9-4-148-159>
- Чернавин Ю.А.* Цифровое общество: теоретические контуры складывающейся парадигмы. Цифровая социология. 2021;4(2):4–12. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2021-4-2-4-12>
- Jenkins H.* Convergence culture: where old and new media collide. New York: New York University Press; 2006. 308 p.
- Manovich L.* The language of new media. Cambridge: The MIT Press; 2002. 400 p.
- Vasilenko L., Meshcheryakova N., Zotov V.* Digitalization of global society: from the emerging social reality to its sociological conceptualization. Wisdom. 2022;21(1):123–129. <https://doi.org/10.24234/wisdom.v21i1.720>

REFERENCES

- Artemova E.E., Danilova A.M., Podvalnaya E.V., Tishina L.A.* Assessment of information and communication competence of defectology students in the field of using the resources of the information educational environment. Psychological science and education. 2021;26(4):54–68. (In Russian). <https://doi.org/10.17759/pse.2021260405>
- Aseeva I.A.* Mediarisks and the transformation of culture. Bulletin of the Moscow State Linguistic University. Humanities. 2023;2(870):149–157. (In Russian). https://doi.org/10.52070/2542-2197_2023_2_870_149
- Avramenko V.G.* Personal adaptive potential as a factor of successful adaptation of a university graduate to a professional environment. Bulletin of the Moscow State Academy of Business Administration. Series: Philosophical, Social and Natural Sciences. 2011;3(9):157–164. (In Russian).
- Beregovskaya T.A., Grishaeva S.A.* Generation Z: consumer behavior in the digital environment. Bulletin of the University. 2020;1:92–99. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2020-1-92-99>
- Biketova Ya.O.* Information and communication competence: sociological analysis and empirical measurement. Bulletin of Economics, Law and Sociology. 2015;2:180–184. (In Russian).
- Chernavin Yu.A.* Digital society: the theoretical contours of the emerging paradigm. Digital Sociology, 2021;4(2):4–12. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2021-4-2-4-12>
- Dombrovskaya A.Y.* Representation of Russian youth civic activity in social media. Monitoring public opinion: economic and social changes. 2021;6:203–225. (In Russian). <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.6.2012>
- Garbuznyak A.Yu.* Public space of the new media: key actors, their status and functions. Knowledge. Understanding. Skill. 2020;4:201–209. (In Russian). <https://doi.org/10.17805/zpu.2020.4.18>

- Golovchin M.A.* The sociological dimension of the teaching community adaptive potential (on the example of the Vologda Oblast). *World of Economics and Management*. 2020;20(4):212–231. (In Russian).
- Grimov O.A., Belkina V.A.* The individual strategies of media activity of Internet users. *Digital Sociology*, 2022;5(4):38–47. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2022-5-4-38-47>
- Grishaeva S.A.* Social transformations in the digital environment. *Bulletin of the Moscow University. Series 18. Sociology and Political Science*, 2020;1:70–81. (In Russian). <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2020-26-1-70-81>
- Gushchina I.A., Kondratovich D.L.* The adaptive component of the human potential of the Northern region population (on the example of Murmansk region). *The North and the market: the formation of an economic order*. 2008;1(20):27–31. (In Russian).
- Gureeva A.N., Kireeva P.A.* Digital platforms as subjects of conflictogenic communication: features, effects, risks. *Questions of theory and practice of Journalism*. 2022;4:753–771. (In Russian). [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2022.11\(4\).753-771](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2022.11(4).753-771)
- Jenkins H.* *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press; 2006.
- Manovich L.* *The language of new media*. Cambridge: The MIT Press; 2002.
- Myshko F.G., Kameneva T.N.* Risks of teenagers' communication in the Internet space. *The world of science. Sociology, philology, cultural studies*. 2022;13(4):1–10. (In Russian).
- Nikolaeva E.M., Fedchenko S.S.* A selective user in the Internet space as a carrier of derivative subjectivity. *Caspian region: politics, economics, culture*. 2016;1:128–134. (In Russian).
- Ovchinnikova E.A.* The problem of the moral subject in new media. In: *Language in the coordinates of mass media, ethics and law: Proceedings of the IV International Scientific Conference*. St. Petersburg, November 09–12, 2020. St. Petersburg: St. Petersburg State University; 2020. Pp. 158–161. (In Russian).
- Polyanina A.K.* Hypernetwork model of media communication: new qualities of risks for children's audience. *Communicology*. 2021;9(4):148–159. (In Russian). <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2021-9-4-148-159>
- Vasilenko L.A., Meshcheryakova N.N.* *Sociology of digital society: monograph*. Tomsk: Publ. House of Tomsk Polytechnic University. (In Russian).
- Vasilenko L., Meshcheryakova N., Zotov V.* Digitalization of global society: from the emerging social reality to its sociological conceptualization. *Wisdom*. 2022;21(1):123–129. <https://doi.org/10.24234/wisdom.v21i1.720>

Дiasпора как субъект этнокультурной цифровой коммуникации иностранных студентов в России

УДК 316.774 DOI 10.26425/2658-347X-2023-6-4-50-60

Получено 24.08.2023

Доработано после рецензирования 27.09.2023

Принято 02.10.2023

Кунилова Ксения Дмитриевна

Специалист по исследованиям

ORCID: 0000-0003-4019-6813

E-mail: kseniyakunilova@yandex.ru

Автономная некоммерческая организации по развитию цифровых проектов в сфере общественных связей и коммуникаций «Диалог Регионы», г. Москва, Россия

Каменева Татьяна Николаевна

Д-р социол. наук, проф. каф. социологии, психологии управления и истории¹, проф. департамент социологии²

ORCID: 0000-0002-0250-2421

E-mail: kalibri0304@yandex.ru

¹Государственный университет управления, г. Москва, Россия

²Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Россия

Воробьев Максим Васильевич

Канд. юрид. наук, доц. каф. гражданского права и процесса

ORCID: 0009-0004-0021-0953

E-mail: Adv2004@bk.ru

Курский государственный университет, г. Курск, Россия

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена изучению диаспоры как субъекта этнокультурной коммуникации иностранных студентов в образовательной среде вуза, в том числе в условиях развития цифровых форм взаимодействия (социальные сети, мессенджеры, сеть Интернет). Основная цель исследования заключается в определении ключевых функций этнического сообщества, в выявлении специфики диаспоры не только как социокультурного феномена, но и как действующего и влиятельного субъекта, который может играть решающую роль в коммуникационных процессах. Авторы обращаются к анализу накопленного теоретического материала, приводят в качестве примера результаты социологического исследования, проведенного методом анкетного опроса. Результаты социологического исследования показали, что для студентов-иностранцев, которые обучаются в вузах провинциального города (г. Курск) и города-миллионника (г. Санкт-Петербург), диаспора, а также возможность быть ее частью играют принципиальное значение. Для студентов,

которые прибыли для обучения в малый город, диаспора значима тем, что в ней обучающиеся могут найти помощь и поддержку, получить достаточное количество информации о том, какие правила и нормы предусмотрены для нового сообщества. Также учащиеся могут находить новые формы досуга. Студенты, приезжающие обучаться в большой город, испытывают культурный шок, могут потеряться и первое время нуждаются в особой поддержке в связи с длительным периодом адаптации. Новизна социологического исследования состоит в том, что в нем был приведен сравнительный анализ диаспоральной значимости для студентов-иностранцев, которые приехали для обучения в г. Курск и г. Санкт-Петербург. Полученные данные использованы для анализа текущей ситуации в образовательной среде. В дальнейшем планируется проведение периодических «волновых» исследований для выявления изменений в студенческой среде.

Ключевые слова

Коммуникация, сеть Интернет, диаспора, этнос, этнокультурная коммуникация, иностранный студент, цифровое общество, социальные сети

Для цитирования

Кунилова К.Д., Каменева Т.Н., Воробьев М.В. Диаспора как субъект этнокультурной цифровой коммуникации иностранных студентов в России // Цифровая социология. 2023. Т. 6. № 4. С. 50–60.

© Кунилова К.Д., Каменева Т.Н., Воробьев М.В., 2023.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Diaspora as an ethno-cultural digital communication subject of foreign students in Russia

Received 24.08.2023

Revised 27.09.2023

Accepted 02.10.2023

Kseniya D. Kunilova

Research Specialist

ORCID: 0000-0003-4019-6813

E-mail: kseniyakunilova@yandex.ru

Autonomous non-profit organisation for the development of digital projects in the field of public relations and communications "Dialog Regions", Moscow, Russia

Tatiana N. Kameneva

Dr. Sci. (Sociol.), Prof. at the Department of Sociology, Management Psychology and History¹, Prof. at the Sociology Department²

ORCID: 0000-0002-0250-2421

E-mail: kalibri0304@yandex.ru

¹State University of Management, Moscow, Russia

²Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

Maxim V. Vorobyev

Cand. Sci. (Jur.), Assoc. Prof. at the Department of Civil Law and Procedure

ORCID: 0009-0004-0021-0953

E-mail: Adv2004@bk.ru

Kursk State University, Kursk, Russia

ABSTRACT

The article is devoted to the diaspora study as an ethnocultural communication subject of foreign students in the university educational environment, including the development conditions of interaction digital forms (social networks, messengers, the Internet). The main study purpose is to identify the key functions of the ethnic community, the specifics of the diaspora not only as a socio-cultural phenomenon, but also as an active and influential subject which can play a decisive role in communication processes. The authors turn to the analysis of the accumulated theoretical material, cite as an example the results of a sociological study conducted with a questionnaire survey. The results of the sociological study showed that for foreign students who study at universities in a provincial city (Kursk) and a million-plus city (St. Petersburg), the diaspora, as well as the opportunity to be part of it, plays a fundamental role.

For students who have come to study in a small town, the diaspora is significant. There they can find help and support, new forms of leisure, obtain enough information about rules and regulations of the new community. Students who arrive to study in a big city experience cultural shock, may be lost and need special support due to a long period of adaptation. The novelty of the sociological research lies in the fact that a comparative analysis of the diasporic significance for foreign students studying in Kursk and in St. Petersburg is given. The obtained data are used to analyse the current situation in the educational environment. In the future it is planned to conduct periodic wave studies to identify changes in the student environment.

Keywords

Communication, Internet network, diaspora, ethnos, ethnocultural communication, foreign student, digital society, social networks

For citation

Kunilova K.D., Kameneva T.N., Vorobyev M.V. (2023) Diaspora as an ethno-cultural digital communication subject of foreign students in Russia. *Digital sociology*. Vol. 6, no 4, pp. 50–60. DOI: 10.26425/2658-347X-2023-6-4-50-60

© Kunilova K.D., Kameneva T.N., Vorobyev M.V., 2023.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

В последние годы значительно вырос интерес социологов к более глубокому и детальному изучению процессов интеграции иностранных студентов в образовательное пространство вуза, в инокультурную среду, а также к исследованию особенностей этнической и культурной коммуникации для студентов в новых условиях. Это обусловлено тем, что количество студентов, прибывающих на территорию Российской Федерации (далее – РФ) для обучения и получения высшего образования, остается внушительным. Так, согласно статистическим данным, представленным Министерством науки и высшего образования РФ (далее – Минобрнауки РФ) и опубликованным на официальном сайте Министерства, численность студентов, которые прибыли из зарубежных стран для обучения в российских вузах, с 2010 г. по 2019 г. увеличилась практически в два раза: со 153 тыс. чел. до 297,9 тыс. чел.¹ В 2020 г. число студентов-иностранцев, обучающихся в РФ, составило 315 тыс. чел., в 2021 г. – 324 тыс. чел., в 2022 г. прирост составил +7,7 %, а количество студентов-мигрантов достигло 351 тыс. чел. По прогнозу Минобрнауки РФ, количество иностранных студентов в российских вузах к 2030 г. может достичь 435 тыс. чел. Это отмечается, несмотря на геополитические изменения, которые сегодня происходят в мире, в том числе в глобальном образовательном пространстве.

Так, 2020 г. стал переломным для иностранных студентов. В связи со сложившейся эпидемиологической ситуацией они были вынуждены вернуться обратно домой. Обучение продолжалось в дистанционном формате. Аналогичные правила удаленной подачи документов для обучения в российских вузах начали действовать и для абитуриентов. Выбирая вузы РФ, иностранные студенты смогли реализовывать свою потребность в обучении, освоении новых профессиональных навыков и получении высшего образования, которое будет признано в их странах в том числе.

В основном иностранные студенты выбирают крупные вузы, такие как Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Московский финансово-промышленный университет «Синергия», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Национальный исследовательский университет

«Высшая школа экономики» и пр.² Такое решение обусловлено тем, что данные вузы дают студентам возможность выбора понравившейся специальности, а также крупные вузы страны направлены на обучение иностранных студентов. В программу включены специальные мероприятия для иностранных студентов, образовательные инициативы, в которых студенты не только принимают участие, но и могут сами предлагать новые идеи для развития.

Как стало очевидно из официальных данных, поток иностранных студентов не только не уменьшается, а наоборот, увеличивается. Это стало объективной причиной, актуализировавшей вопросы, которые связаны с адаптацией к новым социальным и культурным условиям, а также с интеграцией в новую образовательную реальность. Студенты сталкиваются с проблемами, которые могут не только мешать им получать знания, но также становятся реальным препятствием для продолжения их обучения в российских вузах. Для того чтобы снизить риск оттока иностранных студентов, а также предотвратить те трудности, с которыми студенты-мигранты в теории могут столкнуться на 1–2-х и последующих курсах обучения, эту проблему следует изучать, а также искать решение указанных противоречий. Одна из приоритетных тем – исследование вклада диаспоральных сообществ в социальное и психическое благополучие иностранных студентов, а также степени включенности иностранных студентов в диаспоральные сообщества, в том числе посредством технологий и цифровых форм взаимодействия [Кондратьева, 2009]. Гипотеза исследования состоит в том, что этническая диаспора может выступать в качестве субъекта социальных коммуникаций, который оказывает поддержку иностранным студентам в интеграции и адаптации к новым социальным, культурным и образовательным условиям. Благодаря включенности в диаспоральные сообщества иностранные студенты сохраняют свою этническую и культурную идентичность, язык, могут распространять свою культуру [Арутюнов, 2000]. Включенность в диаспоральные сообщества может быть не только прямой и непосредственной: сегодня иностранному студенту совсем необязательно лично посещать встречи с представителями своей диаспоры в РФ, поскольку благодаря развитию информационных и интернет-технологий он может общаться с представителями диаспоры в сети Интернет (далее – Интернет),

¹ Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. Сведения о численности студентов по курсам, направлениям подготовки и специальностям. Режим доступа: https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/?ELEMENT_ID=46158&ysclid=l0ulauyfe9 (дата обращения: 03.08.2023).

² РИА Новости. Минобрнауки: число иностранных студентов в РФ увеличилось за три года. Режим доступа: <https://na.ria.ru/20220119/minobrnauki-1768499901.html> (дата обращения: 03.08.2023).

социальных сетях и мессенджерах, а также участвовать в видеоконференциях и получать консультации также через Интернет.

Феноменальность современных диаспор отражается в их смысловой и структурной наполненности. Это мнение актуализируется в работе В.Д. Попкова [Попков, 2020]. Феномен современной диаспоры заключается в том, что внутри нее действует сразу несколько пространств, которые накладываются и взаимно влияют друг на друга. Черты и характеристики пространств (социального, этнического и политического) отражают столкновение особенностей страны исхода и государства, в котором оказывается иностранный студент. Следовательно, формируются глобальные этнические анклав, которые переходят границы государств и культур. Таким образом, диаспора помогает обособленным и автономным сообществам раскрываться, она способствует формированию совершенно новых взаимосвязей и взаимодействий, которые касаются образовательной и научной сфер.

Благодаря тому, что иностранный студент оказывается внутри этнокультурного образования, которое несет близкие для него ценности, нормы поведения, а его члены имеют единую страну исхода, исповедуют ту же веру и говорят на одном языке, то в целом в чуждом для себя образовательном сообществе такой обучающийся не ощущает себя оторванным. При этом, имея поддержку со стороны диаспоры, иностранный студент ощущает уверенность в себе и в будущем. Он легче идет на контакт с представителями иных культур, поскольку такой студент четко понимает свое место и может рассчитывать на поддержку членов своей диаспоры [Антонова, 2017]. Учитывая, что иностранные студенты могут испытывать серьезные психологические проблемы, возможность быть частью диаспоры – это своеобразный гарант, что за него заступятся и ему помогут.

В научном сообществе все еще ведутся дискуссии относительно того, что из себя представляет диаспора, какую роль она играет в жизни отдельно взятого человека, а также более обширных социокультурных сообществ и общества в целом. Понятие «диаспора» используется для достаточно неоднородных явлений: для обозначения этнических меньшинств, для определения беженцев, трудовых и учебных мигрантов [Кунилова, Каменева, 2020]. Одно из популярных мнений заключается в том, что интерес ученых к диаспорам и диаспоральной тематике спровоцирован миграционными процессами, которые в последние несколько десятков лет приняли глобальный

характер. Этого мнения придерживается Т.С. Кондратьева в своем труде [Кондратьева, 2009].

В результате глобальной миграции люди переместились в близлежащие страны, а затем и на другие континенты. Все это привело к необходимости адаптироваться к новым культурным и социальным условиям, к новому климату, а также создавать сообщества по этническому и языковому признакам, чтобы было проще взаимодействовать друг с другом и помогать решать наиболее противоречивые ситуации. Оказавшись за пределами своей исторической родины, в непривычной и новой для себя социальной среде, мигранты стремятся включиться в существующие объединения или создать другие. Некоторые ориентируются и на то, чтобы образовать новые этнокультурные сообщества, где они могут самостоятельно определять правила и нормы взаимодействия, условия вступления в такие социальные группы. Также внутри таких сообществ участники занимаются тем, что выявляют проблемные точки и решают, как преодолеть их без потерь. Диаспоральная тематика получила по-настоящему широкий размах в 1990-е гг. XX в. Согласно исследованиям Р. Брубейкера, М. Дабага и др., диаспоры приобрели черты транснациональных сообществ. Вышеуказанные авторы внесли большой вклад в осмысление феноменальности данного явления, в понимание того, что диаспора – это нечто большее, чем локальное сообщество тех, кто по определенным причинам оказался за пределами своей исторической родины и теперь нуждается в особой поддержке друг от друга и от окружающей социальной общности.

Профессор-социолог из Калифорнийского университета Р. Брубейкер ввел в научный оборот понятие «диаспора катаклизма» [Brubaker, 2000]. Появление диаспоры исследователь связывает с распадом государственных образований, которые влекут за собой изменение геополитических отношений и политических границ. Главная идея заключается в изучении не перемещающихся через границы групп, а самих движущихся границ. М. Дабаг делает акцент на том, что диаспора имеет децентрализованные, но тесно связанные друг с другом структуры. Она представлена в разных точках, может влиять на политику и отстаивать права на собственную историю³.

Причин, по которым люди объединяются в диаспоры, несколько, но основная состоит в том,

³ Дабаг М. Память в опасности. Армянский опыт в контексте новой международной политики. Режим доступа: http://noravank.am/upload/pdf/3.Mihran%20Dabagh_01_2011.pdf (дата обращения: 07.08.2023).

что индивиды стремятся сохранить свою идентичность, свою национальность и родной язык. Участники диаспоры преследуют и собственные цели, которые проявляются в дальнейшем, уже когда они привлечены к диаспоре и могут постепенно менять ее структуру [Каменева, Кунилова, Целуйко, 2022]. Поскольку число образовательных мигрантов постоянно растет, то и роль диаспор в их жизни также усиливается, появляются новые формы участия в жизни мигранта и его поддержки на протяжении всего образовательного процесса. Диаспоральные объединения формируются как компонент в структуре вуза, и таким образом они оказывают значимое влияние на учебный процесс студентов. Благодаря диаспорам ее участники могут сохранять коллективную память. Также члены диаспоры сохраняют свое видение о стране исхода, культуру и язык. Они соблюдают традиции, организуют национальные праздники и участвуют в них. В ряде случаев участники диаспоры могут поделиться своей культурой с окружающими, если проявления их культуры не являются уничижительными или оскорбительными [Кунилова, Каменева, 2021].

Чаще диаспора рассматривается автономно, в разрыве с конкретными сообществами (например, студентами). Для нас особый интерес представляют именно учебные мигранты, поскольку, как ранее уже было отмечено, число студентов-иностранцев в РФ постоянно возрастает. Ограничения, связанные с коронавирусной инфекцией, а также изменения в текущей ситуации, которые сопряжены с политическими вопросами (санкции, накладываемые на РФ, закрытие воздушного пространства и приостановка отношений с рядом государств), никак не останавливают иностранцев перед поступлением в российские высшие учебные заведения. В связи с этим существует большая необходимость изучить, какую роль играет диаспора в жизни иностранного студента, как он взаимодействует с ее членами, какую роль получает от них, и почему в настоящее время диаспора стала одним из основных субъектов коммуникаций в образовательном пространстве. В статье будут обозначены цель и задачи исследования, методы, используемые при организации и проведении исследования. Также будут представлены краткий анализ исследования, выводы. В данном труде обосновываются научная новизна социологического исследования и его значимость для развития науки и дальнейшего изучения диаспоры как феномена и субъекта коммуникаций.

ТЕОРИЯ И МЕТОДЫ / THEORY AND METHODS

Следует отметить, что опубликованные ранее научно-исследовательские материалы еще не затрагивали так глубоко тему диаспоры как субъекта коммуникаций в образовательной среде. Есть множество источников, которые посвящены социокультурной адаптации иностранных студентов в инокультурной среде. В работе А.Н. Ромеро представлены результаты исследования, которое было проведено среди студентов в г. Астрахани, включая иностранных студентов [Ромеро, 2009]. Также для сравнения можно использовать социологическое исследование Т.В. Антоновой и Н.А. Клименовой в котором затронута роль взаимодействия иностранных студентов с русскоязычными [Антонова, Клименова, 2017].

Социологическое исследование, используемое в данной статье, было проведено в два этапа. Первый этап – социологический опрос среди иностранных студентов (граждан 46 зарубежных государств), обучающихся в Курском государственном университете и Курском государственном медицинском университете Министерства здравоохранения РФ. Выборка составила 600 чел. Для удобства респондентов анкета была предоставлена в двух вариантах: на русском и английском языках.

Второй этап – социологический опрос, проведенный среди студентов 16 зарубежных государств, обучающихся в вузах Санкт-Петербурга. Выборка составила 600 чел. Для удобства респондентов анкета также представлена на двух языках, русском и английском. Цель социологического исследования состояла в том, чтобы выявить характер взаимодействия иностранных студентов с диаспорами и определить степень их вовлеченности в диаспоральные объединения. Задачи заключались в том, чтобы оценить текущее состояние студентов, а также выявить возможные проблемы и риски, с которыми иностранные обучающиеся могут столкнуться в процессе своего пребывания на территории РФ и в результате обучения в российских вузах. Интересная закономерность состоит и в том, что студенты являются представителями вузов, расположенных в разных по величине городах. Таким образом, появилась возможность сравнить состояние студентов-иностранцев из разных городов по численности населения (из провинциального города и города-миллионника), а также определить сходство и отличия в их взаимоотношениях с диаспоральными этническими образованиями. Через это сравнение будет высчитан примерный коммуникативный капитал диаспор, расположенных в разных регионах.

Использован количественный метод исследования (анкетный опрос). В силу некоторых ограничений из-за распространения коронавирусной инфекции, а также из-за того, что два сравниваемых региона находятся географически далеко друг от друга, то для организации и проведения социологического исследования использовались электронные ресурсы: анкета была запрограммирована в Google Forms, производилась рассылка. Результаты запрограммированы и обработаны с помощью платформы статистического анализа SPSS Statistics 26.

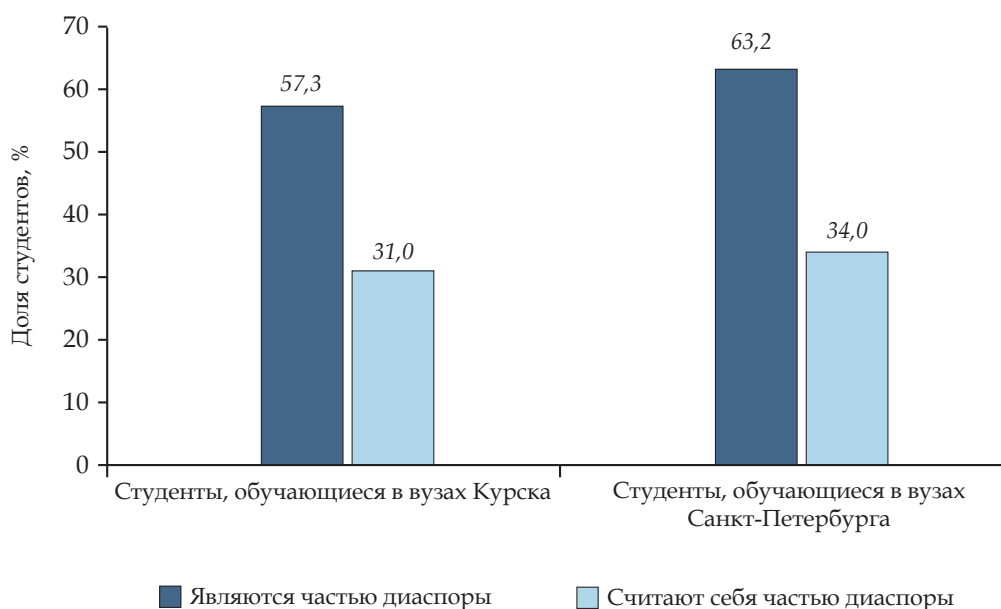
Изучение разных групп и в различные временные промежутки не стало ограничением, а наоборот, подчеркнуло схожесть социальных групп иностранных студентов и их мнения о значении диаспоры в их жизни.

АНАЛИЗ ВОВЛЕЧЕННОСТИ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ В ДИАСПОРАЛЬНЫЕ СООБЩЕСТВА / INVOLVEMENT ANALYSIS OF FOREIGN STUDENTS IN DIASPORA COMMUNITIES

Анализ результатов, полученных в ходе исследования, показал, что более половины опрошенных из курских вузов (57,3 %) ответили, что они являются частью диаспоры. Из них 31 % сообщили,

что они соотносят себя с диаспорой («Считаете ли Вы себя частью диаспоры?»). Студентам из вузов Санкт-Петербурга был задан аналогичный вопрос. 63,2 % ответили, что они являются или являлись частью какой-либо диаспоры, из них 34 % указали, что они не просто были частью диаспоры, но и действительно стали ее частью. В основном они принимали участие в мероприятиях диаспоры, общались с другими ее членами (рис. 1).

Студенты из более крупного города чаще упоминают о том, что они являются частью диаспоры. Это связано с большей распространенностью данных объединений именно в крупном городе-мегаполисе. Однако свою принадлежность к диаспоре оценивают практически одинаково учащиеся и из провинциального города, и из города-миллионника. Обусловлено это тем, что в небольшом городе иностранные студенты нуждаются в большем участии и большей вовлеченности в диаспору из-за того, что они испытывают некоторое давление извне. Иностранные студенты, которые прибыли для получения образования в крупный город, сталкиваются с таким влиянием реже, так как они более свободны в своих изысканиях, волеизъявлении, а также в крупном городе им открыто больше возможностей, в связи с чем они ассимилируются гораздо быстрее.



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 1. Распределение ответов на вопросы: «Являетесь или являлись ли Вы членом какой-либо диаспоры?» и «Считаете ли Вы себя частью диаспоры?»

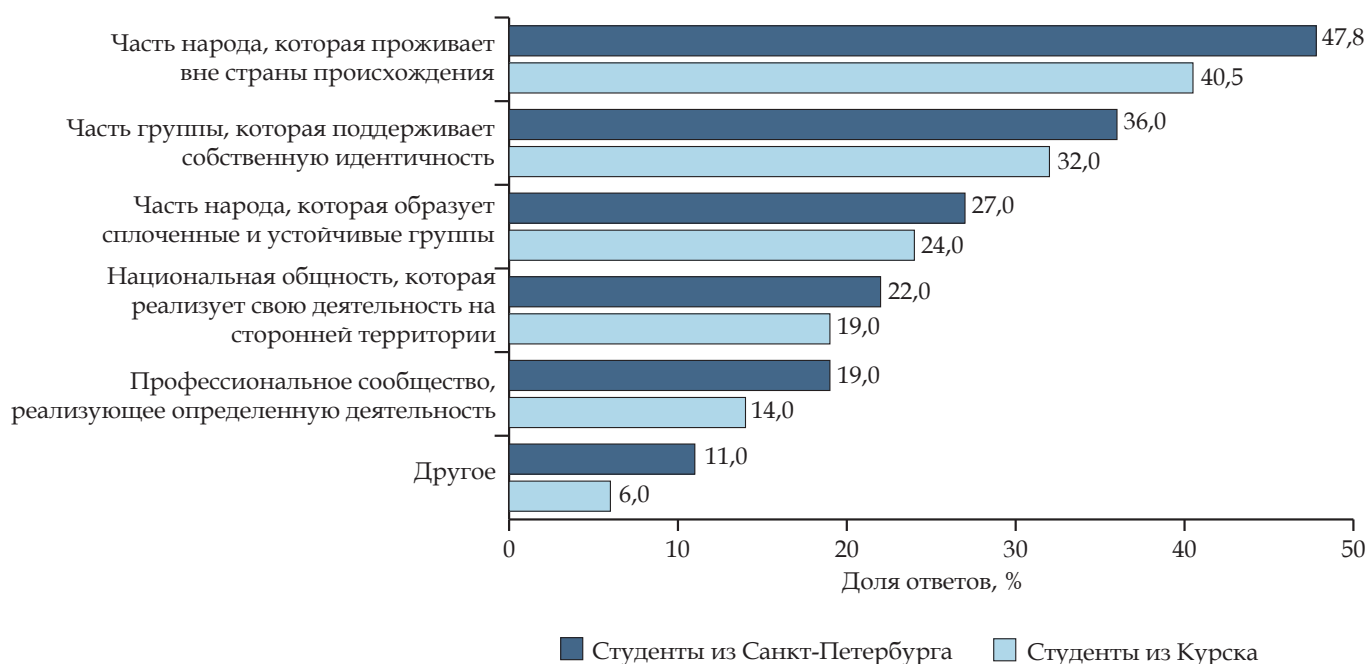
Fig.1. Distribution of answers to the questions: "Are you or have you been a member of any diaspora?" and "Do you consider yourself a part of the diaspora?"

ДИАСПОРА В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ / DIASPORA IN FOREIGN STUDENTS' PERCEPTIONS

Следующий вопрос, на который должны были ответить респонденты, был сформулирован так: «Каким из приведенных ниже утверждений Вы могли бы охарактеризовать понятие „диаспора“?». Респонденты могли выбрать один или несколько из предложенных вариантов или вписать свой вариант в графу «другое». Данный вопрос был задан для того, чтобы определить, какое понимание у иностранных студентов сложилось о диаспорах, как они сами трактуют такое понятие. Более трети студентов из Курска (40,5 %) ответили, что диаспора – это часть народа, которая проживает вне страны своего происхождения. Этот вариант ответа также выбрали 47,8 % опрошенных иностранных студентов из Санкт-Петербурга. Треть опрошенных из Курска (32 %) ответили, что диаспора – это часть группы, которая поддерживает собственную идентичность. Такой же вариант выбрали 36 % опрошенных из Санкт-Петербурга. Таким образом, респонденты чаще всего соотносят диаспору с более крупными образованиями. Ее цель заключается в том, чтобы поддержать своих соотечественников в сохранении их социокультурной и языковой идентичности (рис. 2).

42,7 % опрошенных из Курска ответили, что они не осведомлены о том, что на территории Курской области функционируют диаспоры, а также о том, что они могут стать их частью. Аналогичный ответ дали 18 % опрошенных из Санкт-Петербурга, что свидетельствует о более высоком уровне их осведомленности и, соответственно, о больших возможностях стать частью диаспоры в новом городе. Однако данное процентное соотношение дает основание полагать, что респонденты не имеют достаточной информации, и довольно большая часть сведений о диаспорах, их деятельности и о пользе до них не доходит. Вовлеченность в большом городе на порядок выше, что демонстрирует тот факт, что в большом городе, городе-миллионнике, у студента-иностранца больше шансов стать частью диаспоры, наладить коммуникации и получать помощь не только в организации досуговой деятельности, но также и в своем образовательном учреждении.

В диаспорах на территории страны, куда студенты прибывают для обучения, обычно оказывается достаточно замкнутое и автономное меньшинство. Однако это не значит, что диаспоральное меньшинство отторгается обществом. Современный мир характеризуется достаточно лояльным отношением к диаспоральным объединениям. Это ощущают и сами опрошенные. Иностранные студенты и курских вузов, и университетов



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 2. Распределение ответов на вопрос: «Каким из приведенных ниже утверждений Вы могли бы охарактеризовать понятие „диаспора“?»

Fig.2. Distribution of answers to the question: "Which of the following statements could you use to characterise the concept of "diaspora"?"

Санкт-Петербурга взаимодействуют не только друг с другом, но и с российскими студентами. Чаще всего они общаются с другими студентами по вопросам учебы (33 % студентов из курских вузов и 42 % – из университетов Санкт-Петербурга), на втором месте находится обсуждение вопросов, которые касаются быта. Однако объединяющим был и остается образовательный фактор. Для того чтобы наладить отношения с одногруппниками-россиянами, иностранным студентам для начала необходимо решить множество вопросов, которые связаны с их проживанием и образованием в РФ. Эти задачи им помогают решать именно диаспоральные организации образования, а образовательные организации способствуют их обустройству в вузе, налаживанию качественного образовательного процесса. При этом вузы контролируют возможности иностранных студентов в обучении русскому языку, а также их шансы принимать участие в мероприятиях, которые организуются внутри образовательной организации.

Еще один вопрос, который был затронут в социологических исследованиях, – это то, в какой форме участники исследования взаимодействуют с представителями своей диаспоры. Так, 66 % участников исследования из первой группы (курские вузы) и 72 % участников исследования из второй группы (вузы Санкт-Петербурга) отметили, что они взаимодействуют с представителями своей диаспоры в социальных сетях и мессенджерах (WhatsApp, Viber, Telegram и в запрещенных на территории РФ приложениях). Это свидетельствует о том, что взаимодействие постепенно переходит в цифровую плоскость, что является достаточно удобным форматом. Нет необходимости лично видеться с представителями диаспоры, чтобы узнать последние новости, получить информацию по тому или иному аспекту своей жизни, поскольку взаимодействовать и общаться можно в личных и групповых чатах. Диаспоры становятся более технологизированными и цифровыми, что естественно и соответствует современному времени.

РОЛЬ ДИАСПОРЫ В АДАПТАЦИИ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ К НОВЫМ УСЛОВИЯМ ЖИЗНИ / THE DIASPORA ROLE IN THE ADAPTATION OF INTERNATIONAL STUDENTS TO NEW LIVING CONDITIONS

Для того чтобы сравнить данные социологического исследования с результатами анализов других авторов, считаем нужным включить некоторые сведения по вопросам, которые

касаются взаимоотношений иностранных студентов с российскими студентами. 33 % опрошенных обучающихся из курских вузов ответили, что они общаются с одногруппниками в вузе и за его пределами. Из них 19 % полностью или скорее удовлетворены своими отношениями с русскоязычными и другими студентами. Также об общении с другими учащимися, в частности с русскоговорящими упоминает 39 % студентов из вузов Санкт-Петербурга, из них 27 % удовлетворены своими отношениями. Что касается трудностей, то почти половина студентов-иностранцев и в курских вузах, и в вузах Санкт-Петербурга (48,4 и 44,1 % соответственно) испытывают проблемы во время учебного процесса. Преимущественно эти сложности связаны с пониманием языка и некоторых учебных тем. В отношениях со студентами учебной группы проблем практически нет. В последние годы со стороны русскоязычных студентов в отношении студентов из других стран появилась некая лояльность и даже симпатия. Если ранее между культурами была значимая разница, которая сказывалась на отношениях, то сейчас эти границы постепенно стираются. Интерес к обмену культурами, к моде и традициям ощущается с обеих сторон. Такая заинтересованность взаимна и способствует организации более эффективного межкультурного диалога.

Таким образом, иностранные студенты, становясь частью диаспоры в стране пребывания, чувствуют себя гораздо увереннее на новой территории, в новых образовательных группах. Они получают поддержку со стороны представителей диаспоры, консультации, а также не чувствуют себя изгнанными, не принятыми обществом. Такие студенты ощущают себя частью сообщества, на новом месте обучения они полноценные, уверенные и поэтому могут распространять свою культуру. Диаспора – это совокупность членов этнической группы, которая по определенным причинам проживает вне страны исхода. Диаспоральные свойства рассматривают в отношении сразу нескольких групп. Во-первых, на основе единства этнического происхождения возникает чувство групповой сплоченности, которое крайне необходимо иностранному студенту, когда он приезжает в другую страну. Во-вторых, память о стране происхождения, ощущение чужеродности в иноэтнической среде сказываются на состоянии иностранного студента, поэтому ему важно беречь эту память, сохранять язык и культуру для того, чтобы иметь возможность вернуться в страну исхода, если в новой стране он не будет принят.

Диаспоры в рамках образовательной среды играют роль не только «хранителя» этнической

культуры и традиций. Они важны для того, чтобы иностранный студент ощущал свою принадлежность и на ее основе был готов приобщаться к новым культурам. Психологическое спокойствие и стабильность помогают иностранному студенту не отвлекаться на сторонние проблемы, а полностью погружаться в образовательный процесс. Диаспоры помогают решать юридические вопросы, также внутри образовательной организации они занимаются мероприятиями, которые способствуют единению иностранных граждан и россиян. Такой обмен культурами положительно влияет на обе стороны, а иностранные студенты перестают восприниматься как люди «чужие», «не свои». Диаспоры ориентированы на оптимизацию отношений с внешней средой, учитывая особенности диаспорального образования, отличия диаспоры от общей социальной, культурной, политической и национальной ситуаций. Задача диаспор состоит в том, чтобы ее члены как можно безболезненнее и успешнее вступили в новую среду, при этом не утратив, а подчеркнув свои особенности.

Социокультурная адаптация является основным процессом, в который вовлекается абсолютно каждый иностранный студент, который приезжает для получения образования в РФ. В основном адаптация происходит к новым социальным условиям, культурным паттернам, правилам поведения в обществе. Кроме того, адаптироваться приходится к новой кухне, транспорту и пр. Во всем этом иностранным студентам также может помочь диаспора, поскольку ее основная цель заключается не только в сохранении этнокультурных характеристик, но и в поддержке иностранного студента, в некотором «приобщении» его к новой культуре.

В работе А.Н. Ромеро представлены результаты исследования, которое было проведено среди студентов в г. Астрахани [Ромеро, 2009]. Выборка составила 100 чел., все они – иностранные студенты из стран дальнего зарубежья. Так, 73 % студентов иностранцев из Астрахани общаются с российскими студентами и даже имеют среди них друзей. Этот показатель в два раза выше, чем показатель, который был выведен по результатам нашего исследования. В целом иностранцы, обучающиеся в Астрахани, характеризуют своих знакомых как доброжелательных и готовых помогать другим людям. Таким образом, в Астрахани образовательные мигранты ощущают себя намного безопаснее и спокойнее, отношения с русскоязычными студентами складываются более доверительные.

Также для сравнения можно использовать социологическое исследование Т.В. Антоновой и Н.А. Клименовой [Антонова, Клименова, 2017].

Выборка исследования составила 64 чел. – иностранные студенты в возрасте от 16 до 27 лет. Среди проблем адаптации чаще всего студенты упоминают языковой барьер (55,5 %). Эта же трудность является основной и для студентов, которые обучаются в курских и петербургских вузах. Можно сделать вывод о том, что иная языковая среда – это одна из ключевых проблем, которая может значительно затормозить процесс адаптации и интеграции в образовательную деятельность. Польза диаспоры состоит в том, что в данном случае уместны организация и проведение мероприятий, которые будут предназначены для ее членов и для русскоязычных студентов. Такие мероприятия помогают учащимся объединиться, быть вовлеченными в одну деятельность, которая будет интересна каждому. Иногда невербальные средства общения становятся «мостом» для формирования более крепких отношений, в которых иностранные студенты будут больше общаться и на русском языке в том числе. Однако в целом обучение русскому языку – это задача образовательного учреждения. Диаспора, которая вовлечена в образовательные процессы, также может брать на себя ответственность за трансляцию настроений своих участников, а также влиять на них, доказывая, что сохранение родного языка – это очень важно, но и общение с русскоязычными студентами и гражданами на их языке – это проявление уважения, вовлеченности.

Проблема понимания учебного материала и тем обычно является следствием недостаточного знания русского языка. В связи с этим студенты должны осваивать русскую грамматику, орфографию, чтобы коммуникации были более продуктивными. Поэтому вовлеченность в коммуникационные связи у иностранных студентов, обучающихся в различных городах, может быть разной, но проблемы и сложности, с которыми они сталкиваются, чаще всего имеют единую природу.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

Подводя итог, следует сделать вывод о том, что сегодня диаспора выступает в качестве особой национальной, культурной и религиозной группы, которая локализуется вне территории своего происхождения и при этом несет в себе вполне конкретную миссию. Учебные мигранты, оказываясь в совершенно ином, чуждом окружении, нуждаются в особой поддержке. Становясь частью диаспоры, они могут поддерживать и сохранять свои национальные и языковые характеристики. Связь меньшинства со своим

национальным очагом является принципиальной. Этнос в качестве коренного народа всегда проживает автономно и компактно, находясь в привычных для себя условиях. Когда иностранец принимает решение обучаться в другой стране, то он осознает необходимость отделиться от привычной для себя группы и стать частью новой. Все это влечет за собой проблемы, затруднения в адаптации к иной среде и интеграции в новое профессиональное образовательное сообщество.

Гипотеза исследования состояла в том, что этническая диаспора может выступать в качестве субъекта социальных коммуникаций, который оказывает поддержку иностранным студентам в интеграции и адаптации к новым социальным, культурным и образовательным условиям. Данная гипотеза была доказана, как и то, что благодаря своей включенности в диаспоральные образования и сообщества у студентов появляется гораздо больше механизмов и путей для коммуникации, для взаимодействия с другими членами своей диаспоры, представителями своего этноса и нации. Также диаспора помогает студентам справляться с языковыми, культурными трудностями, а также решать проблемы более личные. Находясь внутри своей диаспоры, в привычном социокультурном круге, студенты чувствуют себя намного увереннее, у них сохраняется чувство принадлежности в группе, в которой их понимают. Все это позволяет студенту лучше концентрироваться на учебном процессе, а также выстраивать взаимоотношения с представителями других наций и культур. Диаспора в некотором смысле выступает культурным проводником и механизмом для общения, коммуникации со «своими» и «другими».

Диаспора как особое социокультурное образование позволяет сохранить этнические и национальные признаки, особенности и поддерживать тесные связи с другими участниками. В непривычных для себя условиях учебный мигрант нуждается в поддержке, и получить ее он может от членов своей диаспоры, которая имеет приоритетную роль как субъект коммуникаций

в образовательном пространстве, что связано с рядом особенностей, которые также были выявлены в ходе анализа данных. Согласно результатам исследования, диаспора помогает решать образовательные и бытовые вопросы, а также участвует в языковой адаптации студента. Более опытные члены этого образования осознают необходимость освоения русского языка, так как, во-первых, это проявление уважительного отношения к российской культуре. Во-вторых, владение русским языком помогает овладевать оригинальным учебным материалом и наращивать успехи в процессе обучения. К сожалению, многие иностранные студенты, которые приняли участие в опросе, все еще испытывают языковой барьер. Причем эта проблема одинаково волнует и студентов из курских вузов, и студентов из вузов Санкт-Петербурга. За этой трудностью логически следует и вторая – сложности в освоении учебного материала, так как далеко не все материалы необходимо изучать, а затем воспроизводить в своих ответах на иностранном языке. Для этого требуется знание русского языка.

В дальнейшем планируется проведение волновых исследований для изучения образовательных групп иностранных студентов в период 2–3 месяца, чтобы контролировать изменения в их настроении, состоянии, а также в целом изучать динамику возможных изменений. Также есть необходимость исследовать более обширные группы студентов, которые являются частью диаспор, и группы, которые в них не вовлечены, чтобы сравнить их состояние, уровень вовлеченности в коммуникационные и образовательные процессы. Количественный метод можно дополнить качественным: провести фокус-группы с представителями диаспор, чтобы выяснить, как они сами видят ее роль в интеграционных процессах, как оценивают роль диаспоральных образований в современном мире с учетом глобальных экономических и политических изменений, которые также оказывают воздействие на образовательные процессы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Антонова Т.В., Клименова Н.А. Процесс социальной адаптации иностранных студентов. *Огарев-Online*. 2017;5(94):1–5.
- Арутюнов С.А. Диаспора – это процесс. *Этнографическое обозрение*. 2000;2:74–78.
- Каменева Т.Н., Кунилова К.Д., Целуйко А.В. Медийная коммуникация как фактор самоорганизации диаспоры. *Цифровая социология/Digital Sociology*. 2022;5(4):56–66. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2022-5-4-56-66>
- Каменева Т.Н., Кульчицкий А.В., Котляров С.А., Казарян М.Ю., Орлова Е.С. Анализ проблемы распространения фейковой информации в интернет-пространстве. *Цифровая социология/Digital Sociology*. 2023;6(3):73–78. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2023-6-3-73-78>
- Кондратьева Т.С. К вопросу о понятии «Диаспора»: дискуссия в научном сообществе. *Актуальные проблемы Европы*. 2009;4:17–41.

Кунилова К.Д. Этническая диаспора как механизм социальных коммуникаций иностранных студентов в образовательной среде (на примере студентов курских вузов). Мир науки. Социология, филология, культурология. 2021;1(12):1–7.

Кунилова К.Д., Каменева Т.Н. Социальные и образовательные функции диаспоры в современном обществе. Социология и общество: традиции и инновации в социальном развитии регионов. 2020;3651–3655. <https://doi.org/10.19181/kongress.2020.435>

Обидина Ю.С. Концептуализация понятия «Диаспора» в современных научных исследованиях. «Запад-Восток». Научно-практический ежегодник. 2012;5–18.

Попков В.Д. Феномен этнических диаспор: монография. М.: Инфра-М; 2020. 276 с.

Ромеро А.Н. Иностранные студенты в российских вузах: проблемы межэтнического взаимодействия. Известия ВГПУ. 2009;8:79–84.

Brubaker R. Accidental diasporas and external “homelands” in Central and Eastern Europe: Past and present. Wien: IHS; 2000. 349 p.

REFERENCES

Antonova T.V., Klimenova N.A. The process of social adaptation of foreign students. Ogarev-Online. 2017;5(94):1–5. (In Russian).

Arutyunov S.A. Diaspora is a process. Ethnographic Review. 2000;2:74–78. (In Russian).

Brubaker R. Accidental diasporas and external “homelands” in Central and Eastern Europe: Past and present. Wien: IHS; 2000.

Kameneva T.N., Kunilova K.D., Tseluiko A.V. Media communication as a factor in the self-organization of the diaspora. Digital Sociology. 2022;5(4):56–66. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2022-5-4-56-66>

Kameneva T.N., Kulchitsky A.V., Kotlyarov S.A., Kazaryan M.Yu., Orlova E.S. Analysis of the problem of spreading fake information in the Internet space. Digital Sociology. 2023;6(3):73–78. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2023-6-3-73-78>

Kondratyeva T.S. On the issue of the concept of “Diaspora”: discussion in the scientific community. Current problems of Europe. 2009;4:17–41. (In Russian).

Kunilova K.D. Ethnic diaspora as a mechanism of social communications of foreign students in the educational environment (on the example of students of Kursk universities). World of Science. Sociology, philology, cultural studies. 2021;1(12):1–7. (In Russian).

Kunilova K.D., Kameneva T.N. Social and educational functions of the diaspora in modern society. Sociology and society: traditions and innovations in the social development of regions. 2020;3651–3655. (In Russian). <https://doi.org/10.19181/kongress.2020.435>

Obidina Yu.S. Conceptualization of the concept of “Diaspora” in modern scientific research. “West-East”. Scientific and practical yearbook. 2012;5–18. (In Russian).

Popkov V.D. The phenomenon of ethnic diasporas: monograph. Moscow: Infra-M; 2020. 276 p. (In Russian).

Romero A.N. Foreign students in Russian universities: problems of interethnic interaction. News of the Voronezh State Pedagogical University. 2009;8:79–84. (In Russian).

Влияние цифровой грамотности на субъективное благополучие молодого населения региона

УДК 316.3 DOI 10.26425/2658-347X-2023-6-4-61-66

Получено 30.09.2023 Доработано после рецензирования 09.11.2023 Принято 16.11.2023

Шихгафизов Пирмагомед Шихмагомедович

Канд. социол. наук, доц. департамент социологии

ORCID: 0000-0002-9154-8877

E-mail: ogni.07@mail.ru

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Россия

Конищева Евгения Васильевна

Ст. преп. каф. русского языка и педагогики

ORCID: 0000-0001-8358-2381

E-mail: ekonik77@yandex.ru

Курский государственный медицинский университет
Министерства здравоохранения Российской Федерации,
г. Курск, Россия

Котляров Сергей Александрович

Зам. главы Администрации города Курска

ORCID: 0009-0003-701-38558

E-mail: kotlarovv@yandex.ru

Администрация города Курска, г. Курск, Россия

АННОТАЦИЯ

Цифровая грамотность выступает востребованным в современном мире компонентом профессиональной и жизненной компетентности и является значимым условием субъективного благополучия современного человека. Компоненты цифровой грамотности многочисленны и отражают различные аспекты: от технических умений до организации передачи знаний, а также общения. Молодое поколение приобретает навыки использования цифрового контента взаимодействия практически с дошкольного возраста. В этой связи становится важной оценка будущими взрослыми людьми влияния своего уровня цифровой грамотности на субъективное благополучие, а также на осознание возможностей ее применения и совершенствования. В статье приводится анализ результатов социологического исследования, изучающего влияние

цифровой грамотности на субъективное благополучие молодых людей. Эмпирическая база научного труда включает результаты анкетирования, проведенного в онлайн-формате на территории Курска и Курской области в октябре-ноябре 2023 г. Выборочная совокупность составила 450 респондентов. Понимание представлений молодых людей о цифровой грамотности и ее влиянии на субъективное благополучие позволит более адресно определить необходимые меры по совершенствованию цифровой подготовки, оперативно удовлетворять индивидуальные или групповые запросы при организации обучения и повышении компетентности в области цифровых технологий.

Ключевые слова

Цифровая грамотность, субъективное благополучие, социальное благополучие, цифровой формат взаимодействия, цифровые компетенции, молодое население

Для цитирования

Шихгафизов П.Ш., Конищева Е.В., Котляров С.А. Влияние цифровой грамотности на субъективное благополучие молодого населения региона // Цифровая социология. 2023. Т. 6. № 4. С. 61–66.

© Шихгафизов П.Ш., Конищева Е.В., Котляров С.А., 2023.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Digital literacy impact on the subjective well-being of the region young population

Received 30.09.2023

Revised 09.11.2023

Accepted 16.11.2023

Pirmagomed Sh. Shikhgafizov

Cand. Sci. (Sociol.), Assoc. Prof. at the Department of Sociology

ORCID: 0000-0002-9154-8877

E-mail: ogni.07@mail.ru

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

Sergey A. Kotlyarov

Deputy Head of the Kursk City Administration

ORCID: 0009-0003-701-38558

E-mail: kotlarovv@yandex.ru

Administration of the City of Kursk, Kursk, Russia

Evgeniya V. Konischeva

Senior Lecturer at the Department of Russian Language and Pedagogy

ORCID: 0000-0001-8358-2381

E-mail: ekonik77@yandex.ru

Kursk State Medical University, Kursk, Russia

ABSTRACT

Digital literacy is a crucial component of professional and life competence in the modern world and an important condition for the subjective well-being of a modern person. The components of digital literacy are numerous and reflect various aspects: from technical skills to the organisation of knowledge transfer, as well as communication. The younger generation acquires skills in using digital interaction content almost from preschool age. In this regard, it becomes important for future adults to assess the impact of their digital literacy level on subjective well-being, as well as on awareness of its application and improvement possibilities. The article provides analysis of a sociological

study results aimed at identifying the impact of digital literacy on the subjective well-being of young people. The empirical base includes the results of an online survey conducted on the territory of Kursk and the Kursk region in October-November 2023. The sample totaled 450 respondents. Understanding young people's ideas about digital literacy and its impact on subjective well-being will make it possible to more specifically define the necessary measures to enhance digital training, promptly meet individual or group requests when organising studying process and improving competence in the field of digital technologies.

Keywords

Digital literacy, subjective well-being, social well-being, digital format of interaction, digital competencies, young population

For citation

Shikhgafizov P.Sh., Konischeva E.V., Kotlyarov S.A. (2023) Digital literacy impact on the subjective well-being of the region young population. *Digital sociology*. Vol. 6, no 4, pp. 61–66. DOI: 10.26425/2658-347X-2023-6-4-61-66



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Анализируя характеристики категории «цифровая грамотность», необходимо отметить, что в современных условиях социокультурной реальности представления о грамотности существенно изменились по сравнению с ее первоначальными характеристиками. Так, В.А. Шариков в своих работах отмечает, что потребность в цифровой грамотности обособилась и выделилась в самостоятельное направление во второй половине XX в., а также была связана с интенсивным развитием информационно-коммуникативных технологий [Шариков, 2018].

Цифровая грамотность включает достаточно большое количество компонентов, составных частей. Становятся востребованными не только умения поиска данных в больших информационных потоках, определение фейков, оценка достоверности, но и навыки обработки информации, интерпретации, знание правил использования и другие способности оперирования сведениями [Каменева, Кульчитцкий, Котляров, Казарян, Орлова, 2023]. Социальная реальность такова, что современный человек наряду с функциями пользователя реализует задачи создателя информации и ее распространения, а в некоторых случаях и продвижения. Как отмечает А.А. Лисенкова, размещение информации о себе и своих близких, например, создает для ее владельцев определенные риски, связанные с опасностью манипуляционного воздействия или с другими негативными последствиями излишней необдуманной открытости [Лисенкова, 2017]. Современная цифровая грамотность предполагает, что активный пользователь электронной среды, помимо технической составляющей, владеет юридической, коммуникативной, организационной ответственностью в процессе удовлетворения своих запросов [Каменева, Кунилова, Целуйко, 2022].

Так, Н.Д. Берман отмечает, что цифровая грамотность позволяет человеку использовать современные цифровые ресурсы для расширения своих возможностей [Берман, 2017]. При этом важно понимать, что, кроме технической составляющей цифровой грамотности не менее важными являются культура цифрового потребления и его безопасность.

Культура цифрового потребления является логическим этапом формирования цифровой грамотности. Такое понятие впервые было введено в научный оборот Ч. Гиром. Массовое потребление цифровых продуктов, включение в цифровое взаимодействие, расширение функционала и повышение качества цифровых продуктов – все это существенно увеличивает возможности

использования цифрового контента в различных сферах жизнедеятельности человека. Цифровая культура в современных обстоятельствах жизнедеятельности имеет важное значение как в виртуальной форме взаимодействия, так и в ситуациях непосредственно физического общения. При этом важно понимать, что культура лежит в основе поведения в разных сферах: от услуг до получения образования или общения без пространственных ограничений. Более глубокому пониманию специфики цифровой культуры способствует выделение различных аспектов ее формирования и проявления. В частности, технократическая составляющая в самом общем варианте отражает подходы к пониманию значимости совершенствования технологий с опорой на научные достижения в области компьютерного программирования. Культура с этой точки зрения выступает явлением, сопутствующим техническому прогрессу. Гуманистическая составляющая ориентирует на анализ цифровых достижений и направлений развития с опорой на их значимость для человека. Так, все большую востребованность приобретает дифференциация цифровых компетенций в различных областях, таких как правовое, политическое, художественное, образовательное направления и др. Об этом пишет Е.Е. Елькина в исследованиях различных аспектов цифровой культуры [Елькина, 2018].

Социальное благополучие неразрывно связано с качеством жизни, позволяет оценить успешность усилий по его повышению. Субъективный компонент является значимой составной частью социального благополучия, которое А.А. Возьмитель, например, определяет как «единство объективного и субъективного. В качестве объективной составляющей выступают основные параметры жизненной ситуации человека (медицинское, торговое и транспортное обслуживание, культурная среда, безопасность и т.п. в месте его постоянного проживания; состояние здоровья, отношения в семье, материальный достаток, удовлетворенность работой, доходами, питанием, одеждой, жилищными условиями, разнообразными возможностями для проведения свободного времени, воспитания, образования детей и внуков, их устройства в дошкольные учреждения). Показатели же, подытоживающие оценку человеком названных ситуаций и возможностей в форме определенных эмоций, чувств и настроений, представляют собой в совокупности субъективное восприятие благополучия – социальное самочувствие, хорошо раскрывающее состояние и динамику качества и образа жизни в целом» [Возьмитель, 2013, с. 25].

Анализируя соотношение объективной и субъективной составляющих социального благополучия, большинство исследователей сходятся во мнении, что субъективный компонент опирается на объективные показатели такого благополучия. В частности, В.А. Шилова размышляет о субъективном благополучии как о «надстройке» по отношению к объективному элементу [Шилова, 2020]. Субъективная оценка благополучия, по мнению Э. Динера, складывается из когнитивной и эмоциональной оценок жизни человека и ее условий, а также событий [Diener, 2006].

Тем не менее для субъективного благополучия, компонентом которого так или иначе выступает цифровая грамотность, необходим комплекс объективных условий, который будет включать в себя технические и равные для всех стартовые возможности для формирования и совершенствования цифровых умений. В этой связи следует оценить показатели региона с точки зрения цифровых возможностей населения. Так, анализируя различные территории по критерию уровня цифрового развития и опираясь на данные, отраженные в трудах современных исследователей, можно констатировать, что по состоянию на 2018 г. Курская область относилась к числу регионов с уровнем активных пользователей сети Интернет (далее – Интернет) ниже среднего [Шабунова, Груздева, Калачикова, 2020]. В 2022 г., по данным Федеральной службы государственной статистики по Курской области, 83,4 % домохозяйств имели выход в Интернет¹.

МАТЕРИАЛЫ, МЕТОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / RESEARCH MATERIALS, METHODS AND RESULTS

Анализ влияния цифровой грамотности на субъективное благополучие населения был осуществлен на основе результатов социологического исследования, которое было проведено в октябре-ноябре 2023 г. в Курске и Курской области. В исследовании приняло участие 450 чел. Для изучения мнения респондентов применялась специально разработанная в «Яндекс Форме» анкета.

В исследовании участвовали молодые люди из Курска и Курской области в возрасте от 17 до 34 лет (среди них 61 % женщин и 39 % мужчин). Большая часть опрошенных (87 %) – студенты высших учебных заведений. Анализируя обобщенные характеристики социального портрета

респондентов, можно предположить, что в группе исследуемых отмечается достаточно высокий уровень цифровой грамотности.

Опираясь на характеристику выборки, очевидно, что для большинства респондентов значимыми могут быть образовательные запросы. Так, чуть более половины респондентов (51 %) отметили, что чаще всего из перечня цифровых сервисов они пользуются услугами в сфере образования. Причем достаточно широко представлен как содержательный раздел цифровых услуг, так и коммуникативный. Цифровой формат взаимодействия надежно закрепился в практиках общения и удерживает стабильные позиции востребованности [Каменева, Конищева, Васильева, 2023]. В современных условиях неоднозначной геополитической обстановки, в реалиях приграничного региона во многих случаях дистанционный формат коммуникаций остается оправданным и востребованным.

Следует отметить, что 17 % опрошенных отметили личную востребованность цифровых услуг в сфере здравоохранения, 13 % используют цифровые услуги при оплате коммунальных услуг. При этом 8 % участников исследования заявили, что не получают никаких цифровых услуг.

Технические характеристики цифрового продукта, которые обеспечивают возможности его использования, являются значимым условием субъективного благополучия. В целом качество и доступность Интернета характеризуют объективную составляющую благополучия. Применительно к цифровой сфере это обеспечивается, прежде всего, качеством связи и доступностью к бесперебойной работе Интернета. Оценивая доступность, быстроту работы Интернета, большая часть респондентов (40 %) отметила его качество как удовлетворительное. 30 % участников опроса довольны параметрами работы Интернета, а 26 % опрошенных заявили, что данные характеристики зависят от конкретного места в городе. 4 % считают, что Интернет не соответствует их запросам с технической стороны, и это позволяет оценить его как «плохой».

Анализируя представления респондентов о значимости цифровой грамотности и ее влиянии на качество жизни, мы отмечаем, что подавляющее большинство респондентов (67 %) однозначно подчеркнули взаимосвязь цифровой грамотности и качества современной жизни. Ситуативная значимость цифровой грамотности была отмечена в ответах 21 % опрошенных, они считают, что в определенный момент цифровая компетентность может повысить их качество жизни. Интересен тот факт, что 12 % участников

¹ Федеральная служба государственной статистики. Курская область в цифрах. Режим доступа: https://46.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/%D0%9A%D1%83%D1%80%D0%9E%D0%B1%D0%BB_%D1%86_2022.pdf (дата обращения: 11.09.2023).

опроса не видят связи между их цифровой грамотностью и качеством жизни. Возможно, они прибегают к помощи других людей (консультантов), и индивидуальное умение для них является незначимым, либо такие респонденты имеют стойкое убеждение в пагубности цифровых продуктов.

Мнение опрошенных относительно составных частей их компетентности в области цифровых технологий вполне определено и однозначно. Цифровая грамотность в представлениях респондентов складывается, прежде всего, из умения безопасно пользоваться современными цифровыми технологиями (так считают 88 % участников опроса). Навыки работы с компьютером, понимание необходимости использования цифровых инструментов и безопасности цифровизации выступают как составные части цифровой грамотности и значимы для 3 % респондентов. Менее всего данный вид компетенций зависит от количества цифровых устройств, находящихся в распоряжении конкретного человека (2 % опрошенных). Ключевой характеристикой в данном случае является безопасность, так как цифровые продукты и предлагаемый ими функционал могут создавать большое количество рисков для пользователей. Опасения могут быть связаны как с эмоциональным компонентом, с отношением к цифровому продукту (напряжение, раздражение и др.), так и с содержательной составляющей (непонимание функционала, ошибочные представления о возможностях программы и т.д.).

Формирование цифровой компетентности неизбежно связано с обучением в образовательных учреждениях по специально разработанным программам, которые в содержании сочетают техническую, юридическую и коммуникативную составляющие [Зязин, Каменева, Лескова, 2023]. Относительно организаций, которые должны повышать цифровую грамотность населения, мнения участников опроса разделились следующим образом. Приоритет отдан школам (34 %), затем вузам (31 %), семье (21 %), администрации (10 %), а также некоммерческим организациям (4 %).

Представления об уровне индивидуальной цифровой грамотности лежат в основе стремления к ее совершенствованию, коррекции, а в некоторых случаях – к формированию базовых навыков. Так, уровень цифровой грамотности 42 % опрошенных оценили как высокий, 24 % отметили средний уровень, 5 % – низкий уровень цифровой грамотности, а 29 % респондентов заявили о необходимости ее повысить.

В современной социокультурной реальности востребованы не только длительные программы обучения по формированию цифровой

грамотности, но и эпизодические мероприятия, направленные на популяризацию цифрового контента, на расширение осведомленности о функционале, изменениях в правовом регулировании и др. Так, 44 % опрошенных заявили, что знают о подобных проводимых мероприятиях, но сами участия в них не принимали. Не имеют представления о подобных событиях и никогда не слышали о них 39 % из числа лиц, принявших участие в опросе. Только 13 % респондентов заявили, что осведомлены о них и активно принимают участие. Возможно, подобное направление еще недостаточно хорошо развито, либо же не полностью отлажен механизм информирования жителей о подобных акциях и мероприятиях.

Наиболее очевидной зависимостью с точки зрения субъективного благополучия выступает эмоциональная оценка качества жизни как в целом для населения, так и для конкретного человека. Значительная часть участников опроса (79 %) отметила прямую зависимость между повышением цифровой грамотности и благополучием населения в целом. Цифровые компетенции существенно расширяют возможности человека, позволяют оперативно отвечать на бытовые, информационные запросы, экономят такой значимый в современном мире ресурс, как время.

Примечательно, что 68 % респондентов выделили важность для себя цифровой грамотности и ее прямое влияние на качество жизни. 21 % опрошенных отметили некоторую меру влияния цифровой грамотности, а 11 % участников опроса считают, что их качество жизни не имеет никакой связи с данным явлением.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

В ходе проведенного анализа результатов исследования было установлено, что молодые люди связывают субъективное благополучие с уровнем индивидуальной цифровой грамотности. При этом субъективное благополучие имеет под собой объективную основу, отраженную в оценках качества интернет-связи, ее доступности, а также возможностях совершенствования цифровых компетенций. Вопросы цифровой грамотности и ее взаимосвязи с субъективным благополучием у молодых людей требуют систематического изучения, оценки динамики и обстоятельств, влияющих на изменение отдельных показателей, так как через незначительный промежуток времени представители молодежи во многом будут выступать не только пользователями и критиками цифровой реальности, но и вдохновителями ее совершенствования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Каменева Т.Н., Кульчицкий А.В., Котляров С.А., Казарян М.Ю., Орлова Е.С. Анализ проблемы распространения фейковой информации в интернет-пространстве. *Цифровая социология*. 2023;6(3):73–78. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2023-6-3-73-78>
- Берман Н.Д. К вопросу о цифровой грамотности. *Russian Journal of Education and Psychology*. 2017;6(2):35–37.
- Возьмитель А.А. Качество жизни в доперестроечной и пореформенной России. *Социологические исследования*. 2013;2:25–32.
- Зязин С.Ю., Каменева Т.Н., Лескова И.В. Информационное общество: социально-политическая коммуникация и ориентация: учебное пособие. М.: Международная женская академия «АИША»; 2023. 376 с.
- Елькина Е.Е. Цифровая культура как область междисциплинарных исследований: методологические подходы и тенденции развития. *International Journal of Open Information Technologies*. 2018;12:67–78.
- Каменева Т.Н., Конищева Е.В., Васильева И.Н. Влияние цифровизации на профессиональную и учебную деятельность субъектов образовательного пространства современного вуза. *Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент*. 2023;13(1):158–168. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2023-13-1-158-168>
- Каменева Т.Н., Кунилова К.Д., Целуйко А.В. Медийная коммуникация как фактор самоорганизации диаспоры. *Цифровая социология*. 2022;5(4):56–66. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2022-5-4-56-66>
- Шариков А.В. Концепции цифровой грамотности: Российский опыт. *Коммуникации. Медиа. Дизайн*. 2018;3(3):96–112.
- Лисенкова А.А. Цифровая грамотность и экология глобального сетевого пространства. *Вестник МГУКИ*. 2017;5(79):87–94.
- Шилова В.А. Субъективное благополучие в понимании россиян: оценки уровня, связь с другими показателями, субъективные характеристики и модели. Субъективное и объективное благополучие в современном российском обществе: результаты эмпирического исследования. *ИНАБ*. 2020;1:18–38.
- Шабунцова А.А., Груздева М.А., Калачикова О.Н. Поселенческий аспект цифрового неравенства в современной России. *Проблемы развития территории*. 2020;4(108):7–18.
- Diener E. Guidelines for national indicators of subjective well-being and ill-being. *Applied Research in Quality of Life*. 2006(1):151–152.

REFERENCES

- Berman N.D. On the issue of digital literacy. *Russian Journal of Education and Psychology*. 2017;6(2):35–37. (In Russian).
- Diener E. Guidelines for national indicators of subjective well-being and ill-being. *Applied Research in Quality of Life*. 2006(1):151–152.
- Kameneva T.N., Kulchitskiy A.V., Kotlyarov S.A., Kazaryan M.Yu., Orlova E.S. Analysis of the problem of spreading fake information in the Internet space. *Digital sociology*. 2023;6(3):73–78. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2023-6-3-73-78>
- Kameneva T.N., Konishcheva E.V., Vasilyeva I.N. The impact of digitalization on the professional and educational activities of subjects of the educational space of a modern university. *Proceedings of the Southwestern State University. Series: Economics. Sociology. Management*. 2023;13(1):158–168. (In Russian). <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2023-13-1-158-168>
- Kameneva T.N., Kunilova K.D., Tseluiko A.V. Media communication as a factor of diaspora self-organization. *Digital sociology*. 2022;5(4):56–66. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2022-5-4-56-66>
- Lisenkova A.A. Digital literacy and ecology of the global network space. *Bulletin of MGUKI*. 2017;5(79):87–94. (In Russian).
- Sharikov A.V. Concepts of digital literacy: Russian experience. *Communications. Media. Design*. 2018;3(3):96–112. (In Russian).
- Shabunova A.A., Gruzdeva M.A., Kalachikova O.N. The settlement aspect of digital inequality in modern Russia. *Problems of territory development*. 2020;4(108):7–18. (In Russian).
- Shilova V.A. Subjective well-being in the understanding of Russians: level assessments, relationship with other indicators, subjective characteristics and models. Subjective and objective well-being in modern Russian society: results of an empirical study. *INAB*. 2020;1:18–38. (In Russian).
- Vozmitel A.A. The quality of life in pre-perestroika and post-reform Russia. *Sociological research*. 2013;2:25–32. (In Russian).
- Yelkina E.E. Digital culture as a field of interdisciplinary research: methodological approaches and development trends. *International Journal of Open Information Technologies*. 2018;12:67–78. (In Russian).
- Zyazin S.Yu., Kameneva T.N., Leskova I.V. Information society: socio-political communication and orientation: textbook. Moscow: International Women's Academy "AISHA"; 2023. (In Russian).

Особенности социальной адаптации китайских студентов к онлайн-обучению в условиях вуза

УДК 316.4 DOI 10.26425/2658-347X-2023-6-4-67-78

Получено 01.08.2023

Доработано после рецензирования 03.10.2023

Принято 11.10.2023

Леньков Роман Викторович

Канд. экон. наук, доц. каф. социологии
и медиакоммуникаций

ORCID: 0000-0002-1223-9727

E-mail: r_lenkov@mail.ru

Московский государственный гуманитарно-экономический
университет, г. Москва, Россия

Карпова Наталья Владимировна

Канд. социол. наук, доц. каф. социальных технологий

ORCID: 0000-0003-0994-3032

E-mail: nvkarpova2020@mail.ru

Московский государственный университет имени
М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

В статье представлены результаты поискового социологического исследования, проведенного в сентябре-октябре 2023 г. по проблеме влияния учебных практик онлайн-обучения на социальную адаптацию иностранных учащихся в российском вузе. Эмпирическим объектом выступили граждане Китая, обучающиеся в Московском государственном университете имени М.В. Ломоносова и находящиеся в настоящий момент на территории Российской Федерации (далее – РФ). В исследовании методом онлайн-анкетирования получены ответы на вопросы об отношении китайских студентов к организации образовательного процесса, к практикам их взаимодействия и коммуникациям в малых учебных группах. Эмпирически доказано, что отношение студентов из Китая к любой форме обучения зависит от того, насколько в той или иной учебной практике решен вопрос преодоления языкового барьера и выстраивания межкуль-

турной коммуникации. При этом позитивное отношение к онлайн-обучению связывается китайскими студентами с возможностью обучения без необходимости находиться на территории РФ, а негативное – с коммуникационными проблемами, в частности с отсутствием непосредственного общения с преподавателем или руководителем. Выявлено, что наиболее психологически комфортными для китайских студентов являются учебные формы онлайн-занятий. Весомо свидетельство предпочтения этой категорией учащихся обособленного положения, нахождения внутри своей интокультурной группы и своего круга общения. Перспективным направлением развития темы исследования определен более общий проект по изучению социального самочувствия, в частности, студентов с особыми образовательными потребностями.

Ключевые слова

Социальная адаптация, китайские студенты, онлайн-обучение, образовательный процесс, Московский государственный университет (МГУ), инклюзивный вуз, Московский государственный гуманитарно-экономический университет (МГТЭУ), социальное самочувствие

Для цитирования

Леньков Р.В., Карпова Н.В. Особенности социальной адаптации китайских студентов к онлайн-обучению в условиях вуза // Цифровая социология. 2023. Т. 6. № 4. С. 67–78.

© Леньков Р.В., Карпова Н.В., 2023.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Social adaptation features of Chinese students to online learning in a university

Received 01.08.2023

Revised 03.10.2023

Accepted 11.10.2023

Roman V. Lenkov

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. at the Department of Sociology and Media Communications

ORCID: 0000-0002-1223-9727

E-mail: r_lenkov@mail.ru

Moscow State Humanitarian and Economic University, Moscow, Russia

Natalia V. Karpova

Cand. Sci. (Sociol.), Assoc. Prof. at the Department of Social Technologies

ORCID: 0000-0003-0994-3032

E-mail: nvkarpova2020@mail.ru

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

ABSTRACT

The article presents the results of a search sociological study conducted in September-October 2023 on the problem of impact of online learning practices on the social adaptation of foreign students in a Russian university. The empirical objects were Chinese citizens studying at Lomonosov Moscow State University and currently located on the territory of Russia. In the research, the online questionnaire method provided answers to questions about the attitude of Chinese students to organisation of the educational process, to the practices of their interaction and communication in small study groups. It has been empirically proven that the attitude of Chinese students to any form of education depends on how much the issue of overcoming the language barrier and building intercultural communication has been resolved in a particular educational practice. At the same time,

a positive attitude towards online learning is associated by Chinese students with the opportunity to study without having to stay in the territory of the Russian Federation, and a negative one is associated with communication problems, in particular, with the lack of direct communication with a teacher or supervisor. It was revealed that the most psychologically comfortable learning forms for Chinese students are online classes. There is significant evidence of this category of students' preference for a separate position, being inside their foreign cultural group and social circle. A more general project on the study of social well-being of students with special educational needs, has been specifically identified as a promising direction for the development of the research topic.

Keywords

Social adaptation, Chinese students, online learning, educational process, Lomonosov Moscow State University (MSU), inclusive university, Moscow State Humanitarian and Economic University (MHEU), social well-being

For citation

Lenkov R.V., Karpova N.V. (2023) Social adaptation features of Chinese students to online learning in a university. *Digital sociology*. Vol. 6, no 4, pp. 67-78. DOI: 10.26425/2658-347X-2023-6-4-67-78



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

В последние годы для ведущих российских вузов социально значимыми стали ориентация на интернационализацию деятельности и стремление к закреплению позиций на мировом рынке образовательных услуг. Для включения университетов в международное образовательное пространство создавались специальные программы и проекты, проводились кросс-культурные исследования, осуществлялся обмен студентами и преподавателями. Государственная инициатива по адаптации наших вузов к мировым стандартам и по включению в международную образовательную среду мотивирует высшие образовательные организации к осмыслению стратегий развития и к выстраиванию долгосрочных эффективных отношений с зарубежными вузами-партнерами.

Важным направлением работы для российских вузов остается обучение иностранных учащихся. Дело в том, что учебные мигранты при расширении академической мобильности и интеграции отечественных университетов в глобальное пространство выступают наиболее желательной категорией иностранцев, поскольку, как правило, это мотивированные и трудолюбивые молодые люди, которые заинтересованы в получении качественного образования. Они демонстрируют высокую приспособляемость к социокультурной среде принимающей страны, подтверждая статус одной из хорошо адаптирующихся мигрантных групп.

По данным Организации экономического сотрудничества и развития (далее – ОЭСР), международная академическая мобильность в течение 20 последних лет стабильно расширялась¹. Так, в 2019 г. 6,1 млн студентов вузов по всему миру пересекли границу для учебы, что в два раза больше, чем в 2007 г. Число иностранных учащихся росло в среднем на 5,5 % в период с 1998 г. по 2019 г.² В 2020 г., вследствие распространения пандемии COVID-19, высшие учебные заведения были переведены на дистанционный формат работы, что потенциально затронуло более 3,9 млн иностранных студентов вузов, обучающихся в странах ОЭСР. Изоляция повлияла на непрерывность обучения и на реализацию учебных практик. Кроме того, изменились представления иностранных обучающихся о значимости и способности принимающей страны по обеспечению их безопасности. Время показало, что эти изменения имели серьезные

последствия и для международной академической мобильности. Согласно результатам информационного бюллетеня «Мониторинг экономики образования», в период пандемии наибольшие трудности были связаны с организацией учебного процесса иностранных учащихся, а также с их социально-психологической поддержкой [Шугаль, 2021].

Сегодня уже накоплен значительный объем знаний для постановки и решения проблемы адаптации студентов вузов к дистанционному (онлайн) обучению. Однако проблема социальной адаптации иностранных учащихся к условиям и практикам обучения в российских вузах при онлайн-формате не стала предметом специально организованного социологического исследования.

Для студента, принимающего решение получать образование в другой стране, важны все нюансы: содержание программы, качество образовательной инфраструктуры, возможности трудоустройства в стране, визовая поддержка, получение медицинской страховки, условия проживания в общежитии и даже особенности климата. Все эти аспекты так или иначе касаются вопросов социальной адаптации учебных мигрантов. Несмотря на объективные сложности, связанные с международной академической мобильностью, в Российской Федерации (далее – РФ) возможно обучение по правительственной квоте. Для многих учащихся это является решающим фактором при выборе страны и университета. При этом по данным StudyinRussia, из 741 российского вуза в мировой рейтинг университетов QS-2020 вошли 28 высших образовательных учреждений³.

По состоянию на 1 октября 2022 г. в российских образовательных организациях (на всех уровнях образования) обучались более 362 тыс. иностранцев, что на 15 тыс. чел. больше общей численности иностранных учащихся в 2021 г. Наибольшее число студентов вузов представлено гражданами стран Средней Азии: Узбекистаном, Казахстаном, Туркменистаном, Таджикистаном, а также гражданами стран дальнего зарубежья – Китаем, Индией и Египтом. Китайские студенты по количеству уступают только обучающимся из стран ближнего зарубежья. В 2022–2023 учебном году в российских вузах обучались более 32,5 тыс. студентов из Китая, распределение которых весьма неравномерно и зависит от традиций вуза, международных связей, экономических и языковых особенностей. Традиционно популярными

¹ OECD. Education at a Glance 2020: OECD Indicators. Режим доступа: https://www.oecd-ilibrary.org/education/education-at-a-glance-2020_69096873-en (дата обращения: 25.07.2023).

² Там же.

³ Российская газета. Иностранцев в российских вузах становится больше. Режим доступа: <https://rg.ru/2023/06/07/s-miru-poshkoliaru.html> (дата обращения: 27.07.2023).

направлениями обучения для них являются филология и лингвистика, реклама и связи с общественностью, социология. Ожидается постепенное увеличение числа студентов из Китая⁴.

В сложившейся ситуации роста потока китайских студентов в РФ с целью создания комфортной образовательной среды, сохранения и укрепления позиций нашей страны на рынках образовательных услуг Центральной и Юго-Восточной Азии особую актуальность приобретают вопросы, касающиеся изучения влияния дистанционного формата обучения на их социальную адаптацию. Онлайн-обучение становится альтернативной учебной практикой, позволяющей не только охватить большее число обучающихся, но и в некоторой степени помочь им в решении адаптационных проблем, неизбежно возникающих у учебных мигрантов в условиях цифровой трансформации современного общества.

ПОДХОДЫ К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ / APPROACHES TO PROBLEM FORMULATION

В ретроспективном аспекте общественного развития образование всегда выступало показателем успешности и привилегированности. О роли института образования в жизни общества писали социологи-классики (М. Вебер, Э. Дюркгейм и К. Маннгейм), философы (Ж. Деррида и Ж. Лиотар), специалист по истории культуры и образования Средних веков Ж. Верже, представитель нового поколения социологов-теоретиков П. Бурдье и многие др.

Изучение высшего образования остается в рамках интересов ученых разных научных школ. К вопросам реформирования образовательных систем обращались философ и психолог К. Ясперс; историк науки и философ Т. Кун; профессор средневековой и новой истории Г. Хаймпель; представитель постиндустриализма Д. Белл и др. В частности, ставится проблема доверия в высшем образовании в контексте способности университетов внедрять инновации в высшую школу, а также называются условия поиска университетами ответов на вызовы стремительно меняющегося мира в XXI в. [Tierney, 1998; Кларк, 2011]. Среди отечественных ученых проблемами образования занимаются В.А. Болотов, Б.С. Гершунский, С.В. Иванов, Д.Л. Константиновский, Ю.Г. Татур и др. Так, анализируются вопросы выбора абитуриентами образовательной организации и устойчивости последующих образовательных отношений [Константиновский, Кузнецов, 2020].

⁴ Российская газета. Иностранцев в российских вузах становится больше. Режим доступа: <https://rg.ru/2023/06/07/s-miru-poshkoliaru.html> (дата обращения: 27.07.2023).

Проблемы дистанционного образования и онлайн-обучения остаются актуальным предметом дискуссий ученых. Примерами могут быть названы историческое обоснование возникновения онлайн-формата обучения; выявление расстояния во взаимодействии преподавателей и студентов при онлайн-обучении; диагностика педагогического потенциала дистанционного образования; характерные особенности моделей обучения в сети Интернет (далее – Интернет) [Peters, 1983; Moore, 1973; Holmberg, 1983; Keegan, 1993; Андреев, 2013]. В современных исследованиях дистанционное образование представляется учебным процессом, независимым от географической удаленности его субъектов. Например, Дж. Вердин и Т. Кларк спецификой онлайн-обучения определяют десинхронизацию и необязательность одновременного преподавания и учения [Verduin, Clark, 1991]. Констатируя значительный вклад зарубежных ученых по указанной проблематике, заметим, что большинство трудов имеет дескриптивный характер, что порождает необходимость дальнейшего развития теоретико-методологических основ дистанционного образования и онлайн-обучения.

Российские ученые, сторонники онлайн-обучения А.В. Густырь, М.П. Карпенко, В.П. Тихомиров и др. связывают дистанционное образование со спецификой современного этапа развития высшей школы, акцентируя внимание на возможностях получения образования в любом учебном заведении, независимо от местонахождения обучающихся, что актуально для нашей страны с ее обширными территориями [Густырь, 2000; Карпенко, 2017; Тихомиров, 1997].

Начало социологическому анализу адаптации человека положено Г. Спенсером. Современное состояние проблемы социальной адаптации показывает, что она приобрела междисциплинарный статус и изучается представителями различных областей знания. Так, на основе социобиологического подхода делается вывод об отсутствии необходимости целенаправленной организации процесса адаптации в социальных системах [Lamsden, Wilson, 1981].

В отечественной высшей школе проблемы адаптации рассматриваются В.И. Жуковым, Г.А. Зборовским, А.В. Зинковским, Н.И. Пономаревым, Г.А. Шуревичем и др. Наши социологи интересуются общими закономерностями социальной адаптации и ее специфическими чертами: характером, темпом, типом. Ученые акцентируют внимание на объективных и субъективных трудностях у студентов вузов в период обучения. Особое внимание уделяется региональной

специфике адаптации населения, включая проблему социальной адаптации детей мигрантов через призму их обучения в школе [Зборовский, Шуклина, 2013].

МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / RESEARCH METHODOLOGY AND METHODS

На базе Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова (далее – МГУ) в сентябре-октябре 2023 г. было проведено теоретико-прикладное количественное социологическое исследование [Аверин, 2014]. Осуществлен поисковый пилотный проект, а основное (более общее) исследование предполагается позднее.

Теоретическим объектом является социальная адаптация иностранных учащихся к условиям онлайн-обучения в российском вузе (на примере студентов из Китая), предметом – учебные практики онлайн-обучения, выступающие фактором формирования единого образовательного пространства.

Цель исследования состояла в анализе влияния учебных практик онлайн-обучения на социальную адаптацию иностранных учащихся в российском вузе. Достижение поставленной цели предполагало решение задач по обоснованию теоретических подходов и интерпретации ключевых понятий к описанию онлайн-обучения с позиции его воздействия на социальную адаптацию, а также по выявлению причинно-следственных связей, объясняющих характер влияния онлайн-обучения на социальную адаптацию иностранцев.

В теоретико-методическом плане исследовательские задачи состояли в выявлении методов формирования выборочной совокупности для обеспечения представительности данных о роли онлайн-обучения в социальной адаптации студентов вуза, а также об определении процедур для использования этих инструментов измерения при получении первичных сведений.

В аналитическом плане предполагалось обосновать методы анализа и обработки для обобщения первичных данных в части оценки социальной адаптации и онлайн-обучения, а также для выявления характера взаимосвязи между ними.

В содержательном плане исследовательские задачи включали в себя определение состояния параметров как адаптации иностранных учащихся к условиям обучения, так и онлайн-обучения. Кроме того, задачи научной работы включали выявление характера влияния состояния параметров онлайн-обучения на состояние параметров адаптации иностранных учащихся к условиям обучения в российском вузе.

В ходе теоретической разработки социологического исследования влияния онлайн-обучения на социальную адаптацию была сконструирована объяснительная модель, которая включает независимую, объясняющую и зависимую переменные, а также раскрывает механизм их взаимного влияния.

Основная гипотеза исследования: чем лучше организован формат онлайн-обучения, тем выше показатели социальной адаптации иностранных учащихся.

Описательно-объяснительные гипотезы: чем выше уровень знания языка страны обучения, тем ниже уровень тревоги и волнения в образовательном процессе. Чем больше обучающийся вовлечен в студенческую жизнь, тем устойчивее его связь с субъектами социальной жизни, меньше тревожность во взаимодействии, а также шире круг коммуникации. Чем негативнее отношение обучающегося к онлайн-формату обучения, тем меньше степень его вовлеченности в образовательный процесс, меньше участие в студенческой жизни и общение с другими обучающимися.

Теоретической основой социологического анализа для объекта (социальная адаптация) выступает концепция адаптации, рассматривающая такой объект, как приспособительные реакции восстановления равновесия между человеком и средой. Эти реакции происходят на индивидуальном, групповом и межгрупповом уровнях. При этом каждая личность обладает комбинацией приемов, позволяющих справляться с затруднениями, сами приемы могут рассматриваться как формы адаптации [Шибутани, 1999]. Часто в исследованиях понятия «адаптация» и «приспособление» отождествляются. Решающее значение приобретает проблема соответствия форм поведения, индивидуальных способов деятельности личности правилам, требованиям и нормам выполнения общественных функций. Т. Шибутани разделяет указанные понятия: «адаптация» относится к стабильным решениям (хорошо организованным способам справляться с типичными проблемами) или к приемам (образующимся путем последовательного ряда приспособлений), а «приспособление» – к тому, как организм приспособляется к требованиям специфических ситуаций [Шибутани, 1999]. В интеракционистском подходе адаптированным считается человек, не только усвоивший, принявший и осуществляющий социальные нормы, но и принимающий на себя ответственность, а также ставящий и достигающий цели.

Теоретической основой социологического анализа для предмета (онлайн-обучение) является концептуальный подход, определяющий онлайн-обучение как целенаправленный и организованный процесс интерактивного взаимодействия обучающихся и обучающихся между собой, а также со средствами обучения. Этот процесс инвариантен к их расположению в пространстве и во времени, реализуется в специальной дидактической системе. Его особенности – гибкость, модульность, параллельность, дальное действие, асинхронность, охват, рентабельность, социальность и интернациональность. Важны также аспекты применения компьютерных и телекоммуникационных технологий, особые требования к обучающимся и функциям обучающихся. Под технологией онлайн-обучения А.А. Андреев понимает определенный способ дистанционной реализации педагогической деятельности по достижению образовательных целей. Суть этого способа состоит в рациональном разбиении работы на процедуры и этапы с их последующей координацией и синхронизацией. Ядром технологии онлайн-обучения являются методы, средства и формы обучения [Андреев, 2013].

ЭМПИРИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / EMPIRICAL FOUNDATIONS OF THE STUDY

Эмпирическим объектом исследования выступили иностранные учащиеся – граждане Китая, обучающиеся в МГУ, которые находятся в настоящее время на территории РФ. Такой объект не относится к сложно структурированному типу: он представляет достаточно узконаправленную и конкретизированную генеральную совокупность, наиболее объективно отражающую заявленную проблему исследования.

Объем выборки составил 106 респондентов. В нее вошли студенты 3–4-х курсов бакалавриата и 1–2-х курсов магистратуры, имеющие практический опыт онлайн-обучения в период пандемии COVID-19. Сейчас они обучаются очно, поэтому могут сравнить учебные практики онлайн-обучения с очным форматом в российском вузе.

Анкета (опросный лист) включала 19 вопросов, условно объединенных в три блока: социально-демографическая информация (паспорт респондента), отношение к учебным практикам онлайн-обучения, межличностное общение и коммуникации.

МЕТОД ПОЛУЧЕНИЯ ПЕРВИЧНЫХ ДАННЫХ / THE METHOD OF OBTAINING PRIMARY DATA

Ускоряющийся процесс социально-экономического развития, все более динамичные темпы изменений, мультипарадигмальность общественной сферы образования являются причинами усложнения методологической и методической подготовки социологического исследования.

В соответствии с Приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 11.11.2020 г. № 1402 «О мерах по снижению рисков распространения новой коронавирусной инфекции в образовательных организациях высшего образования», вузам было рекомендовано «обеспечить переход на реализацию образовательных программ с применением исключительно электронного обучения и дистанционных образовательных технологий»⁵. Заданные условия обусловили необходимость пересмотра очного формата обучения, его трансформации с использованием информационных технологий. Традиционные аудиторные занятия сменились различными онлайн-формами сетевого и цифрового (электронного) обучения. В связи со сложившейся традицией нами был выбран метод опроса в форме онлайн-анкетирования как эффективный способ достижения поставленной цели исследования. Рациональным решением для проведения дистанционного опроса является приложение компании Google (Google Forms), поскольку оно предоставляет возможность создавать формы и опросы с разными типами вопросов, а также анализировать результаты в реальном времени и с любого устройства. Такое приложение обеспечивает одновременное участие большого числа респондентов, не ограничивая их в выборе устройств при ответе на вопросы. Поисковая система Google хороша еще и тем, что при трудностях понимания сути вопроса респонденты легко могут перевести вопрос на любой понимаемый ими язык.

Важную роль в раскрытии содержания темы сыграли материалы публикации авторов, посвященные анализу цифрового обучения как учебной технологии, высокотехнологичной среды и инструментального средства [Леньков, 2023].

⁵ Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 11.11.2020 № 1402 «О мерах по снижению рисков распространения новой коронавирусной инфекции в образовательных организациях высшего образования». Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_367473/?ysclid=lqkr6qfztk571689206 (дата обращения: 28.07.2023).

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / STUDY RESULTS

СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ / SOCIO-DEMOGRAPHIC INFORMATION

К настоящему времени 35 % опрошенных учащихся находятся на территории РФ менее одного года, 27 % – один год, 24 % – 2–3 года, 14 % – более 4 лет. Мужчины-респонденты составили 58,5 %, женщины – 41,5 %. Охват возрастного диапазона составляет от 20 до 24 лет. Половозрастная структура выборки соответствует объективным характеристикам эмпирического объекта «студенты бакалавриата и магистратуры».

Проблема адаптации студентов из Китая к обучению в российском вузе связана, прежде всего, с уровнем знания русского языка и находит отражение в различных форматах обучения. Так, среди респондентов хорошо понимают устную речь и могут свободно говорить по-русски только 3 % студентов. 36 % понимают обращения русскоговорящих преподавателей и студентов, а 37 % воспринимают их только с электронным переводчиком.

В указанном ракурсе отношение студентов вуза к любой форме обучения в определенной мере зависит от того, насколько в конкретной учебной практике решен вопрос преодоления языкового барьера, выстраивания межкультурной коммуникации. Это выступает определяющим моментом в организации любых учебных практик в условиях образовательной организации.

ОТНОШЕНИЕ К УЧЕБНЫМ ПРАКТИКАМ ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИЯ / ATTITUDE TO ONLINE LEARNING PRACTICES

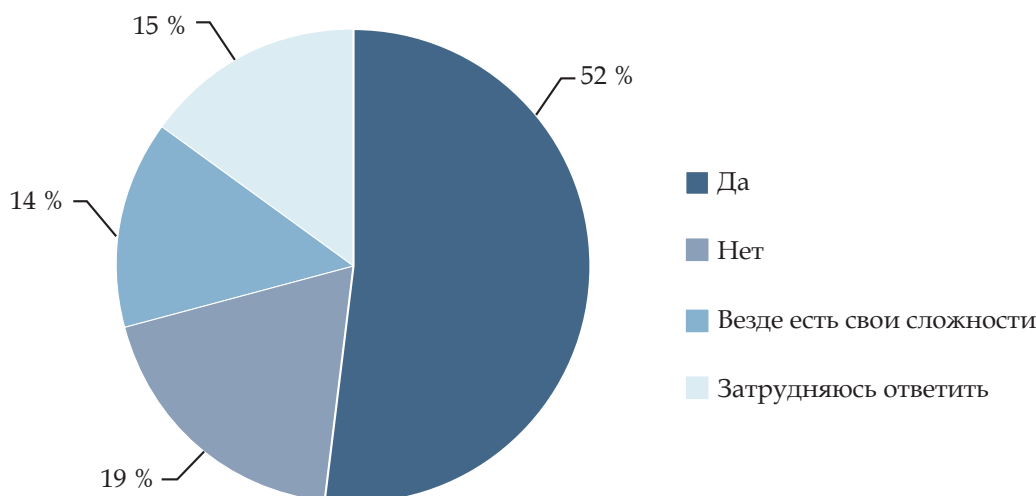
52 % респондентов дистанционное обучение нравится, 19 % – не нравится. Примечательно, что треть опрошенных считает, что в обеих формах есть свои сложности и трудно отдать предпочтение одной из них (рис. 1).

В ходе ряда контрольных вопросов выяснилось, что онлайн-формат не нравится примерно десятой части респондентов и не принимается ими.

Анализ положительных сторон учебных онлайн-занятий в восприятии респондентов показал, что доминирующими основаниями стали те, что связаны с возможностью сочетания обучения в российском вузе и нахождения дома, не выезжая за пределы Китая. Так, 67 % респондентов ответили, что онлайн-формат позволяет учиться без необходимости нахождения в РФ, а 59 % указали, что онлайн-обучение позволяет комфортно учиться из дома.

На наш взгляд, это связано, во-первых, с рациональными основаниями: переезд в другую страну обусловлен множеством материальных и моральных затрат; во-вторых, обучение из дома обеспечивает студентам вузов психологический комфорт, связанный с нахождением в знакомой им социокультурной среде.

На втором месте среди причин, определяющих положительное отношение к онлайн-занятиям, находится возможность сочетать работу с учебой (53 %).



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 1. Распределение ответов респондентов об отношении к учебным практикам онлайн-обучения (нравится ли Вам обучаться дистанционно/онлайн?)

Fig. 1. Distribution of respondents' answers about their attitude towards educational practices of online learning (do you like studying remotely/online?)

И, наконец, на третьем месте среди причин выбора в пользу онлайн-обучения расположились психологически обусловленные основания, связанные с тем, что на онлайн-занятиях учащиеся меньше волнуются, чем в реальной аудитории (44 %) (рис. 2).

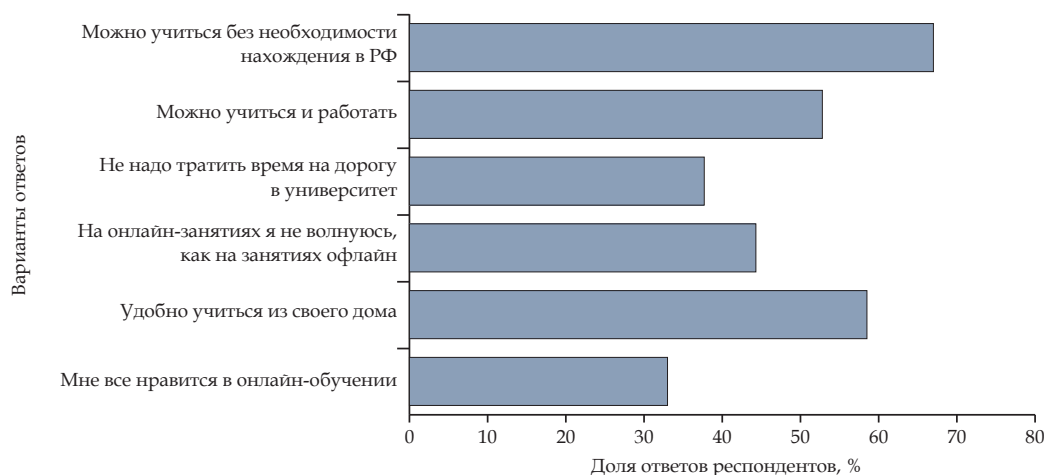
Среди причин, вызывающих негативное отношение к онлайн-обучению, первое место занимают коммуникационные проблемы: 38% респондентов отметили, что в онлайн-формате нельзя непосредственно «вживую» поговорить с преподавателем. Далее следуют трудности, связанные с нехваткой общения с одногруппниками в условиях дистанционного формата (35 %).

Всего 6 % респондентов отметили, что плохо усваивают материал с экрана компьютера или гаджета. Иными словами, в условиях устойчивого интернет-соединения техническая сторона

организации учебных онлайн-практик проблемой не является.

Среди первоочередных трудностей, возникающих у респондентов в ходе учебных занятий онлайн, были названы проблемы с Интернетом (55 %). При этом на проблемы коммуникации (не понимали, что говорит преподаватель, или, наоборот, преподаватель не понимал, что говорит учащийся) указали 30 % респондентов. Эта сложность относится и к очной, и к онлайн-форме, поскольку, исследование подтвердило, что китайские студенты плохо владеют русским языком, и большая часть из них присутствует на занятиях с включенными приложениями переводчика.

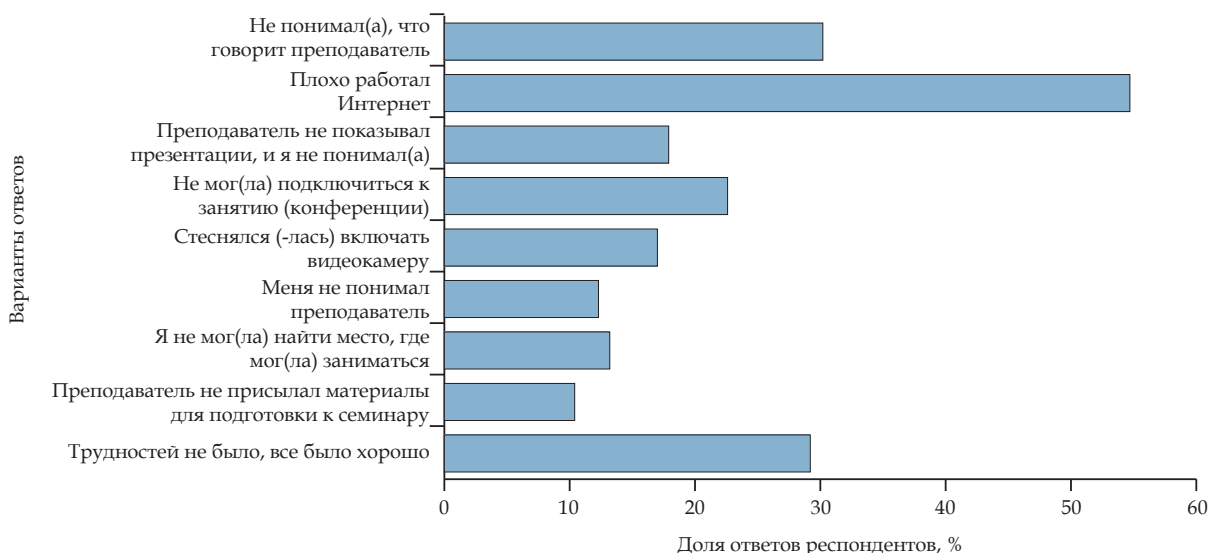
Вместе с тем почти треть (29 %) респондентов вообще не видит трудностей в формате онлайн-обучения (рис. 3).



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 2. Распределение ответов респондентов о положительных сторонах учебных занятий онлайн

Fig. 2. Distribution of respondents' answers about the positive aspects of distance learning classes



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 3. Распределение ответов респондентов о возникших трудностях на занятиях в онлайн-формате в процессе практических (семинарских) работ

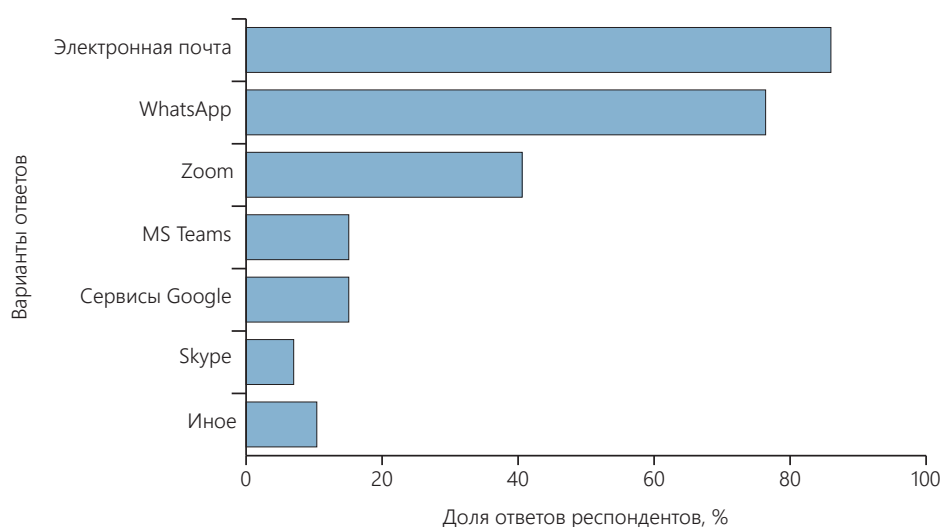
Fig. 3. Distribution of respondents' responses about difficulties encountered in online classes in the course of practical (seminar) work

Распределение ответов респондентов о предпочтениях в электронных средствах коммуникации в части организации онлайн-занятий представлено на рис. 4. Анализ полученных результатов показывает значительный отрыв электронной почты (86 %) и WhatsApp-мессенджера (76 %), двукратное предпочтение в среднем.

Недостатки организации онлайн-занятий респонденты чаще других связывали с коммуникационными аспектами. Так, было констатируемо, что часто плохо слышно или видно преподавателя (34 %), что иногда нельзя понять, что он говорит (27 %). При этом примерно пятая часть

студентов (третий по значимости ответ) признавали, что не могли правильно организовать собственное расписание, находясь вне образовательной организации (рис. 5).

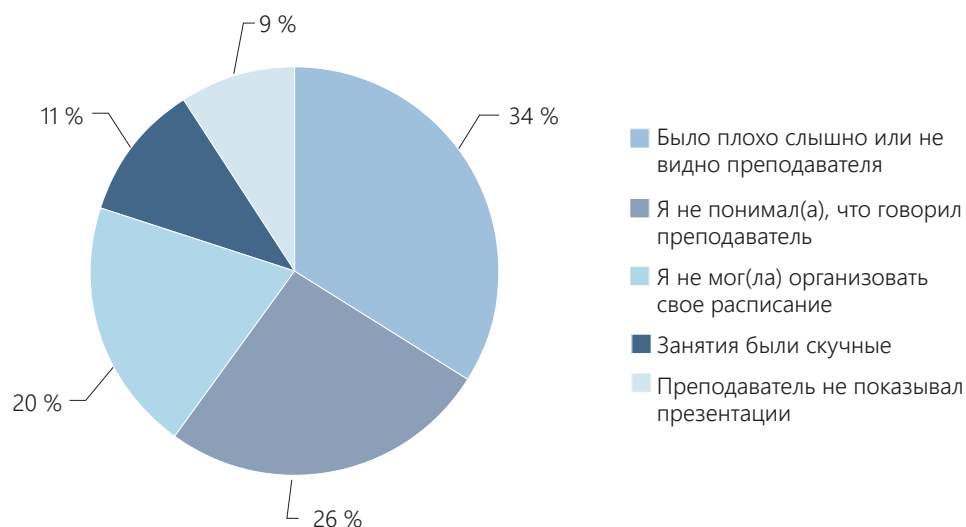
Относительно индивидуального взаимодействия учащихся с научным руководителем и практики консультирования общее положительное отношение респондентов к онлайн-формату также преобладает: 58,5 % респондентов отметили, что им удобно общаться с руководителем онлайн. Вместе с тем 24 % опрошенных предпочитают приходить на очную консультацию и разговаривать лично.



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 4. Распределение ответов респондентов об электронных средствах коммуникации, используемых для контакта с преподавателем

Fig. 4. Distribution of respondents' answers about electronic means of communication used to contact the teacher



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 5. Распределение ответов респондентов об отношении к учебным практикам онлайн-обучения (что Вам не нравилось в учебных онлайн-занятиях?)

Fig. 5. Distribution of respondents' responses about attitudes towards online learning practices (what did you dislike about online learning?)

Исследование показало, что наиболее психологически комфортными для китайских студентов являются занятия, проводимые в онлайн-формате: 47 % респондентов испытывают волнение перед очными занятиями, перед онлайн-занятиями – 33 %. Об одинаковом волнении как перед онлайн-, так и офлайн-занятиями указала приблизительно пятая часть опрошенных, что, видимо, позволяет считать их устойчивой группой самоорганизованных студентов.

Интересен выявленный феномен очной формы обучения: если перед онлайн-занятиями никогда не волнуются 23 % респондентов, то перед очными занятиями этот показатель составляет 8,5 %. К объяснению этого отчасти можно отнести психологический фактор, связанный с возможностью у обучающихся на онлайн-занятиях исключить камеру, «спрятаться» от непосредственного зрительного контакта с преподавателем. В частности, в ходе опроса в качестве трудностей онлайн-обучения 17 % респондентов как раз указали, что стесняются включать видеокамеру на лекционных и практических (семинарских) занятиях.

МЕЖЛИЧНОСТНОЕ ОБЩЕНИЕ И КОММУНИКАЦИЯ / INTERPERSONAL COMMUNICATION AND GENERAL COMMUNICATION

Адаптация к онлайн-обучению в российском вузе затрагивает не только проблемы организации образовательного процесса, но и коммуникационные процессы, привыкание к социальной среде (окружению). Было важно выяснить, насколько в зависимости от формы обучения меняются взаимодействия и коммуникации учащихся с одногруппниками.

Исследование показало, что в период введения онлайн-обучения общение с коллегами-однокурсниками в целом не изменилось для 41,5 % респондентов. 15 % опрошенных стали меньше общаться, 21 % участников опроса начали больше контактировать, в том числе по мобильной связи, а 13 % совсем об этом не задумывались. Таким образом, при введении онлайн-обучения проблема общения самими респондентами не воспринимается как значимая. Одним из факторов этого выступает то обстоятельство, что многие студенты вуза вернулись в Китай, где находились в своей социокультурной среде.

Во время введения онлайн-обучения треть респондентов констатировали, что их общение с российскими студентами не изменилось, просто они стали больше общаться в мессенджерах.

Заметим, что 41 % респондентов не общаются с одногруппниками из РФ. Видимо, это свидетельствует о том, что китайские студенты предпочитают держаться обособленно, внутри своей

инокультурной группы и круга общения. При этом 23 % опрошенных не только живут в общежитии или вместе снимают квартиру, но и общаются по мобильной связи. 22 % участников опроса часто встречаются и ходят гулять с одногруппниками. Подобная «клановость» и отстраненность от общения с российскими студентами явно не способствует языковой практике студентов из Китая, которая является одним из факторов социальной адаптации к образовательному процессу. Возможно, нельзя сделать однозначные выводы о том, как отразилось влияние онлайн-обучения на владении русским языком китайскими студентами, поскольку мнения разделились: знание русского языка улучшилось или ухудшилось (в силу отсутствия языковой практики) для равного числа респондентов (по 38 % соответственно); уровень знания русского языка не изменился, остался на низком уровне для 24 % опрошенных. Предположительно, подобное разделение зависит от личностных установок и стремления респондентов к овладению языковой коммуникацией (рис. 6).



Составлено авторами по материалам исследования /
Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 6. Распределение ответов респондентов об изменении знания русского языка во время онлайн-занятий (как изменилось Ваше знание русского языка во время онлайн-занятий?)

Fig. 6. Distribution of respondents' answers about changes in their knowledge of the Russian language during online classes (how has your knowledge of the Russian language changed during online classes?)

Важным итогом исследования стало то, что при доминирующем положительном восприятии учебных онлайн-практик и возможности выбора формы обучения только (исключительно) дистанционный формат предпочли 10 % респондентов, очные занятия избрала треть из них. Оптимальным вариантом для значительного числа опрошенных является сочетание обеих форм обучения (42,5 %).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

В заключение следует отметить, что был осуществлен поисковый пилотный проект теоретико-прикладного количественного социологического исследования. Выдвинутые в программе основная и описательно-объяснительная гипотезы нашли эмпирическое подтверждение, что является определенным научным результатом.

Доказано, что отношение китайских студентов к той или иной форме обучения зависит от того, насколько преодолевается языковой барьер и как строится межкультурная коммуникация. Позитивное отношение к онлайн-обучению связывается учащимися с возможностью получения высшего образования без требования нахождения на территории принимающей страны; негативное – с коммуникационными проблемами, например с отсутствием непосредственного общения с преподавателем или научным руководителем.

Учебные формы онлайн-занятий являются наиболее психологически комфортными для студентов из Китая. Весомо свидетельство предпочтения этой категорией учащихся обособленного положения, нахождения внутри своей инкультурной группы и круга общения.

Практическая значимость научной работы состоит в определении роли онлайн-обучения в социальной адаптации китайских студентов российского вуза. В научный оборот введены новые, ранее не представленные данные, которые могут выступить основой для проведения дальнейших теоретико-прикладных исследований. Материалы могут быть полезны при разработке учебных и исследовательских программ, при составлении

лекций и курсов учебных дисциплин по социологии образования, психологии и педагогике высшей школы с учетом кросс-культурного аспекта.

Тема, связанная с адаптацией иностранных учащихся к учебным практикам онлайн-обучения в российском вузе (на примере студентов из Китая), может стать началом более общего проекта, направленного на изучение социального самочувствия, в частности студентов с особыми образовательными потребностями в условиях цифровизации общества [Козлов, Романенкова, 2022]. Это действительно важное направление для Московского государственного гуманитарно-экономического университета (далее – МГГЭУ) как социально-значимого учебного заведения высшего образования, «которое обеспечивает право на реализацию безграничных возможностей лицам с ограниченными возможностями здоровья»⁶. МГГЭУ активно развивает международное сотрудничество в области науки и образования. Сегодня в университете обучается более 120 иностранных учащихся из 20 стран дальнего и ближнего зарубежья (предполагается, что их будет больше). Исследование позволит оценить конкурентоспособность вуза извне. Задача социологов – определить, соответствуют ли условия обучения, проживания и быта в Москве ожиданиям студентов-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья; могли бы они рекомендовать МГГЭУ другим учащимся. Реализация указанного проекта позволит оптимизировать усилия по привлечению иностранного контингента в инклюзивный университет.

В инструментарии по изучению социального самочувствия возможны два блока: базовый и вариативный, что дает возможность проводить исследования в режиме мониторинга и в то же время отслеживать изменяющиеся социальные процессы⁷.

⁶ Московский государственный гуманитарно-экономический университет. Официальный сайт. Режим доступа: <https://mggeu.ru/> (дата обращения: 30.07.2023).

⁷ Казанский федеральный университет. Что изучают в социологической лаборатории. Режим доступа: <https://kpfu.ru/media-sociology/chto-izuchajut-v-sociologicheskoy-laboratorii-71496.html> (дата обращения: 30.07.2023).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аверин Ю.П. Теоретическое построение количественного социологического исследования. М.: Академический проект; 2014. 432 с.
- Андреев А.А. Интернет-технологии и модели обучения в среде Интернет. М.: МИПК; 2013. 57 с.
- Густырь А.В. Введение в дистанционное образование. М.: РИЦ «Альфа» МГОПУ им. М.А. Шолохова; 2000. 326 с.
- Зборовский Г.Е., Шуклина Е.А. Обучение детей мигрантов как проблема их социальной адаптации. Социологические исследования. 2013;2:80–91.
- Карпенко М.П. Современная дидактика массового электронного образования. Современные информационные технологии и ИТ-образование. 2017;4:58–64.

- Кларк Б.Р. Система высшего образования: академическая организация в кросс-национальной перспективе. Пер. с англ. А. Смирнова. М.: ИД ВШЭ; 2011. 360 с.
- Козлов В.Н., Романенкова Д.Ф. Потребности лиц с инвалидностью в компетенциях, расширяющих возможности трудоустройства в условиях цифровизации общества. Цифровая социология. 2022;5(3):76–87.
- Константиновский Д.Л., Кузнецов И.С. Категория доверия в исследовании выбора вуза. Социологический журнал. 2020;26(2):82–101.
- Леньков Р.В. Цифровое обучение: учебная технология, высокотехнологическая среда, инструментальное средство. Социология медиакоммуникаций: теория и практика. М.: МГПУ; 2023. С. 81–95.
- Шугаль Н.Б. Мониторинг экономики образования: 2020: в 2 т. М.: НИУ ВШЭ; 2021. 257 с.
- Тихомиров В.П. Дистанционное образование: история, экономика, тенденции. Дистанционное обучение. 1997;2:69–73.
- Шибутани Т. Социальная психология. Пер. с англ. В.Б. Ольшанского. Ростов-на-Дону: Феникс; 1999. 536 с.
- Holmberg B. Guided didactic conversation in distance education. Distance education: International perspectives. London: Croom Helm; 1983. Pp. 114–122.
- Lamsden C.J., Wilson E.O. Genes, mind and culture: the coevolutionary process. London: Harvard University; 1981.
- Keegan D. Reintegration of the teaching acts. Theoretical principles of distance education. New York: Routledge; 1993. Pp. 113–134.
- Moore M. Toward a theory of independent learning and teaching. Journal of Higher Education. 1973;44(12):661–679.
- Peters O. Distance teaching and industrial production: a comparative interpretation in outline. Distance education: international perspectives. London: Croom Helm; 1983. Pp. 95–113.
- Tierney W.G. On the road to recovery and renewal reinventing academe. The responsive university. Restructuring for high performance. Baltimore: Johns Hopkins University; 1998. Pp. 1–12.
- Verduin J.R., Clark T.A. Distance education: the foundations of effective practice. San Francisco: Jossey-Bass Publishers; 1991. 304 p.

REFERENCES

- Andreev A.A. Internet technologies and learning models in the Internet environment. Moscow: MIPK; 2013. 57 p. (In Russian).
- Averin Y.P. Theoretical construction of quantitative sociological research. Moscow: Academic project; 2014. 432 p. (In Russian).
- Clark B.R. The higher education system: academic organization in a cross-national perspective. Trans. from Eng. A. Smirnova. Moscow: HSE Publ. House; 2011. 360 p. (In Russian).
- Gustyr A.V. Introduction to distance education. Moscow: RIC “Alpha” MGOPU named after M.A. Sholokhov; 2000. 326 p. (In Russian).
- Holmberg B. Guided didactic conversation in distance education. Distance education: international perspectives. London: Croom Helm; 1983. Pp. 114–122.
- Karpenko M.P. Modern didactics of mass electronic education. Modern information technologies and IT education. 2017;4:58–64. (In Russian).
- Keegan D. Reintegration of the teaching acts. Theoretical principles of distance education. New York: Routledge; 1993. Pp. 113–134.
- Konstantinovskiy D.L., Kuznetsov I.S. The category of trust in the study of university choice. A sociological journal. 2020; 26(2): 82–101. (In Russian).
- Kozlov V.N., Romanenkova D.F. The needs of persons with disabilities in competencies that expand employment opportunities in the context of digitalization of society. Digital sociology. 2022;5(3):76–87. (In Russian).
- Lamsden C.J., Wilson E.O. Genes, mind and culture: the coevolutionary process. London: Harvard University; 1981.
- Lenkov R.V. Digital learning: educational technology, high-tech environment, tool. Sociology of media communications: theory and practice. Moscow: MGPU; 2023. Pp. 81–95. (In Russian).
- Moore M. Toward a theory of independent learning and teaching. Journal of Higher Education. 1973;44(12):661–679.
- Peters O. Distance teaching and industrial production: a comparative interpretation in outline. Distance education: International perspectives. London: Croom Helm; 1983. Pp. 95–113.
- Shibutani T. Social psychology. Trans. from Eng. V.B. Olshansky. Rostov-on-Don: Phoenix; 1999. (In Russian).
- Shugal N.B. Monitoring the economics of education: 2020: in 2 volumes. Moscow: HSE; 2021. (In Russian).
- Tierney W.G. On the road to recovery and renewal reinventing academe. The responsive university. Restructuring for high performance. Baltimore: Johns Hopkins University; 1998. Pp. 1–12.
- Tikhomirov V.P. Distance education: history, economics, trends. Distance learning. 1997;2:69–73. (In Russian).
- Verduin J.R., Clark T.A. Distance Education: the foundations of effective practice. San Francisco: Jossey-Bass Publishers; 1991.
- Zborovskiy G.E., Shuklina E.A. Education of migrant children as a problem of their social adaptation. Sociological research. 2013;2:80–91. (In Russian).

Восприятие современных технологий старшим поколением: сравнительный анализ

УДК 316.35

DOI 10.26425/2658-347X-2023-6-4-79-94

Получено 05.10.2023

Доработано после рецензирования 10.11.2023

Принято 16.11.2023

Аймалетдинов Тимур Алиевич

Канд. социол. наук, зам. ген. дир.

ORCID: 0000-0002-9725-2495

E-mail: aimaletdinov@nafil.ru

Общество с ограниченной ответственностью «НАФИ»,
г. Москва, Россия**Цимбал Мария Владимировна**

Лаборант-исследователь

ORCID: 0000-0002-2028-0930

E-mail: marya.tsimbal@yandex.ru

Институт социально-экономических проблем
народонаселения имени Н.М. Римашевской – обособленное
подразделение Федерального научно-исследовательского
социологического центра Российской академии наук,
лаборатория гендерных проблем, г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматриваются результаты эмпирического исследования, посвященного изучению отношения представителей старшего поколения к современным технологиям: опасениям, ожиданиям и мотивации к использованию таких технологий. Полученные результаты осмысливаются через гуманистическую парадигму, в рамках которой технологии рассматриваются как инструмент для реализации человеческого потенциала, в частности потенциала старшей возрастной группы. В ходе исследования проведен сравнительный анализ по гендерно-возрастным группам. Основные выводы, сделанные по результатам проведенной научной работы, следующие. Во-первых, именно пожилое поколение принимает на себя роль «технологических оптимистов», в отличие от младших и средних возрастов, которые

испытывают больше опасений по поводу развития области информационных технологий. Это касается как повседневной жизни, так и общегосударственных проблем приращения научного знания. Во-вторых, пожилое поколение заметно сильнее нуждается в гуманистическом аспекте технологий. Это включает в себя недоверие к полной автоматизации, например автомобилям без водителей, а также необходимость тьютора и наставника при освоении новых технологий. При этом именно пожилое поколение выражает наибольшее доверие окружающим людям. В-третьих, во многих вопросах пожилое поколение по своим ожиданиям и предпочтениям имеет больше схожего с младшей возрастной группой, чем с теми, кто ближе к ним по возрасту.

Ключевые слова

Современные технологии, старшее поколение, информационные технологии (ИТ), человеческий потенциал, сравнительный анализ, технооптимизм, цифровизация общества, доверие к технологиям

Благодарности. Статья написана в рамках темы ЕГИСУ № 122031600477-7 «Развитие человеческого потенциала с дифференциацией по регионам и социальным группам: факторы и модели».

Для цитирования

Аймалетдинов Т.А., Цимбал М.В. Восприятие современных технологий старшим поколением: сравнительный анализ // Цифровая социология. 2023. Т. 6. № 4. С. 79–94.

© Аймалетдинов Т.А., Цимбал М.В., 2023.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Perception of modern technologies by the older generation: comparative analysis

Received 05.10.2023

Revised 10.11.2023

Accepted 16.11.2023

Timur A. Aimaletdinov

Cand. Sci. (Sociol.), Deputy General Director

ORCID: 0000-0002-9725-2495

E-mail: aimaletdinov@nafi.ru

Limited Liability Company "NAFI Research center", Moscow, Russia

Maria V. Tsimbal

Assistan Researcher

ORCID: 0000-0002-2028-0930

E-mail: marya.tsimbal@yandex.ru

Institute of Socio-Economic Studies of Population – Branch of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences, Laboratory of Gender Issues Moscow, Russia

ABSTRACT

This article discusses the empirical research results devoted to the study of the older generation attitude to modern technologies: fears, expectations, and motivation to use such technologies. The obtained results are interpreted through a humanistic paradigm, in which technologies are considered as a tool for realising human potential, in particular, the potential of the older age group. In the course of the study, a comparative analysis was conducted by gender and age groups. The main conclusions drawn from the scientific work results are as follows. Firstly, it is the older generation that assumes the role of "technological optimists", unlike younger and middle-aged people who have more concerns about the development

of information technology. This applies both to everyday life and to the national problems of the increment of scientific knowledge. Secondly, the older generation noticeably need the humanistic aspect of technology more. This includes distrust of full automation, for example, driverless cars, as well as the need for a tutor and mentor when mastering new technologies. At the same time, it is the elderly generation that expresses the greatest trust in people around them. Thirdly, in many respects, the older generation has more similarities in their expectations and preferences with the younger age group than with those who are closer to them in age.

Keywords

Modern technologies, older generation, information technologies (IT), human potential, comparative analysis, techno-optimism, digitalisation, trust in technology

Acknowledgements. The article was written within the framework of the topic of the EGISU no. 122031600477-7 "Human potential development with differentiation by region and social groups: factors and models".

For citation

Aimaletdinov T.A., Tsimbal M.V. (2023) Perception of modern technologies by the older generation: comparative analysis. *Digital sociology*. Vol. 6, no 4, pp. 79–94. DOI: 10.26425/2658-347X-2023-6-4-79-94



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Отрасль современных информационных технологий (далее – ИТ) развивается невероятно быстро, и в особенности это остро ощущается старшим поколением, которое имело возможность наблюдать развитие ИТ-индустрии с момента выхода на рынок самых первых персональных компьютеров.

Сегодня многим из нас сложно представить себя вне контекста ИТ: эти процессы охватывают все сферы жизнедеятельности общества, являясь инструментами для работы, обучения, коммуникаций, поддержания здоровья, планирования и проведения досуга. Возможности профессиональной и личной самореализации людей напрямую связаны с умением пользоваться современными ИТ¹. Технологии же давно превратились в незаменимый инструмент социальной инклюзии и адаптации [Аймалетдинов, 2012].

В то же время наблюдается феномен «стареющего общества», характеризующийся ростом ожидаемой продолжительности жизни и увеличением количества пожилых людей относительно общей численности населения [Горбунова, 2019]. Именно этой категории граждан сложнее всего успевать за развитием технологий.

Таким образом, возникает ситуация, когда большая доля населения находится дальше всего от мира ИТ, причем из-за нарастающей скорости развития технологий этот разрыв постоянно увеличивается. Подобное положение вещей, во-первых, способствует исключению представителей старшего поколения из числа активных членов общества, не давая им усваивать новые культурные нормы и паттерны поведения, усложняя процесс коммуникации между поколениями [Прохорова, 2018]. Во-вторых, затрудняет полноценную реализацию потенциала старшего поколения, пренебрегая преимуществами обширного жизненного и профессионального опыта.

При этом именно старшее поколение имеет огромный потенциал в рамках перераспределения личного, культурного и профессионального капиталов [Доброхлеб, 2019]. Более того, развитие механизмов интеграции и социализации старших поколений – необходимый элемент для развития устойчивого и здорового общества не только на настоящий момент, но и в долгосрочной перспективе.

Ниже представлены результаты Всероссийского репрезентативного социологического опроса, проведенного Аналитическим центром Национального агентства финансовых исследований

¹ ООО «НАФИ». Имидж ИТ-профессий в глазах россиян. Открытый исследовательский проект Аналитического центра НАФИ. Режим доступа: <https://nafi.ru/projects/it-i-telekom/imidzh-it-professiy-v-glazakh-rossiyan/> (дата обращения: 25.09.2023).

(ООО «НАФИ») в 2023 г. Всероссийский социологический опрос проведен по репрезентативной выборке взрослого населения (старше 18 лет). Многоступенчатая, стратифицированная со случайным отбором респондентов на последнем этапе выборка составила 1 600 чел. Опрос проведен в 72 субъектах России во всех федеральных округах. Исследование позволяет сделать выводы об ожиданиях старшего поколения от современных технологий, о мотивации и страхах, возникающих при необходимости их использования.

ОЦЕНКА СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ/ MODERN TECHNOLOGY ESTIMATION

Прежде чем перейти непосредственно к оценочным суждениям, респондентам было предложено определить собственную информированность в вопросах современных технологий. Наиболее критически оценили себя респонденты старше 45 лет: в возрастной категории 45–54 года 57 % опрошенных считают, что разбираются в них плохо или скорее плохо, а чуть больше трети (38 %) высоко оценивают свою осведомленность (выбрали варианты «Хорошо» и «Скорее хорошо» при ответе на соответствующий вопрос). При этом среди респондентов младше этого возраста распределение между хорошо и плохо информированными участниками (по собственным оценкам) является более сбалансированным и близким к 50 %. Представители возрастной категории 55+ лет чаще других затруднялись с ответом на поставленный вопрос (7 %). Этот показатель свидетельствует о том, что они не обладают достаточными компетенциями для того, чтобы оценить собственную информационную грамотность (таблица). Для сравнения, среди респондентов в возрасте 18–24 лет нет практически ни одного выбравшего вариант «Затрудняюсь ответить».

При этом в Южном и Северо-Кавказском федеральных округах доля респондентов, позитивно оценивающих свою осведомленность в технологических вопросах, является самой низкой (37 %).

Далее в ходе исследования задавались вопросы непосредственно об отношении респондентов к новым технологиям и об ожиданиях, которые имеются у участников, от ИТ. Важно подчеркнуть, что при интерпретации ответов следует учитывать общий уровень доверия. Для замера этого показателя в блоке опроса со шкалой Лайкерта респондентов просили отметить согласие или несогласие с фразой «Большинству людей можно доверять» (рис. 1). В результате можно заключить, что наиболее недоверчивым является

самое молодое поколение россиян: 8 из 10 молодых граждан не согласились с данным утверждением. Самое «доверчивое» поколение – люди старше 55 лет, но даже здесь доля «доверчивых» (30 %) не превышает долю «недоверчивых» (42 %). Другими словами, в целом наблюдается невысокий уровень межличностного доверия. Полученные данные необходимо учитывать и при анализе восприятия респондентами действий социальных институтов и государства [Гужавина, 2019].

Вернемся к оценке отношения старшего поколения к современным технологиям. Первый вопрос данного блока звучал так: «Если бы у Вас была возможность, стали бы Вы использовать перечисленные ниже современные технологии в повседневной жизни (для себя или членов своей семьи)

или нет?». Виды приводимых технологий можно условно разделить на четыре категории: здоровье, транспорт, быт и управление знаниями.

В первую категорию входили такие технологические возможности, как консультация с врачом по видеосвязи, генетические тесты на предрасположенность к болезням и браслет, постоянно измеряющий показатели состояния здоровья и передающий эти данные врачу.

Большинство респондентов отметили, что воспользовались бы такими возможностями: соотношение согласившихся и несогласившихся участников в среднем находится в пропорции 3:1.

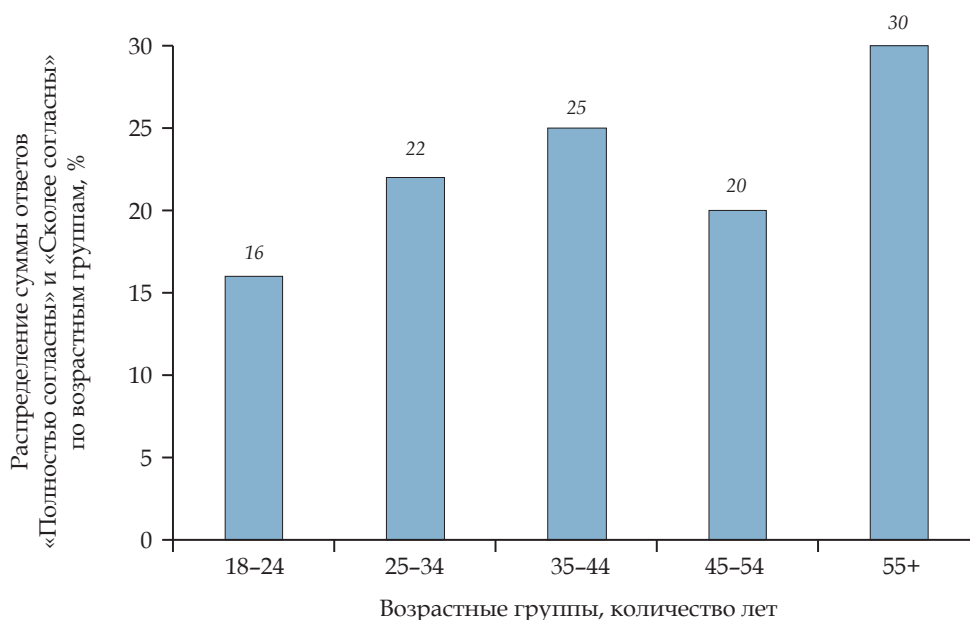
Удивительно, что наибольшие разногласия вызвали вопрос об онлайн-консультациях с врачом: здесь в возрастных группах 25–34 года и 34–44 года

Таблица. Распределение ответов респондентов на вопрос «Насколько Вы считаете себя информированным(-ой) в вопросах современных технологий?»

Table. Distribution of respondents' answers to the question "How well do you consider yourself informed about modern technologies?"

Варианты ответов	Распределение по возрастным группам, %				
	18–24 года	25–34 года	35–44 года	45–54 года	55+ лет
Хорошо информирован(а)	19	14	13	5	5
Скорее хорошо информирован(а)	32	37	36	33	33
Скорее плохо информирован(а)	35	30	34	43	47
Плохо информирован(а)	14	18	14	14	8
Затрудняюсь ответить	0	2	3	5	7

Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 1. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Вы согласны или не согласны с утверждением, что большинству людей можно доверять?»

Fig. 1. Distribution of respondents' answers to the question "Do you agree or disagree with the statement that most people can be trusted?"

мнения респондентов разделились почти поровну. Можно предположить, что это связано с отсутствием у большинства представителей данных возрастных категорий необходимости регулярно пользоваться такой услугой, однако нужно учитывать, что в возрастной группе 18–24 года общая пропорция при ответе на данный вопрос близка к указанной выше (2:1). Тем не менее даже среди респондентов в возрасте 25–44 лет положительное отношение к подобным технологиям превалирует с небольшим отрывом (рис. 2).

Выявление генетических предрасположенностей к болезням, наоборот, оказалось самой востребованной технологией: во всех возрастных группах доля согласившихся превысила 60 % с самым низким показателем (66 %) среди респондентов в возрасте 35–44 лет.

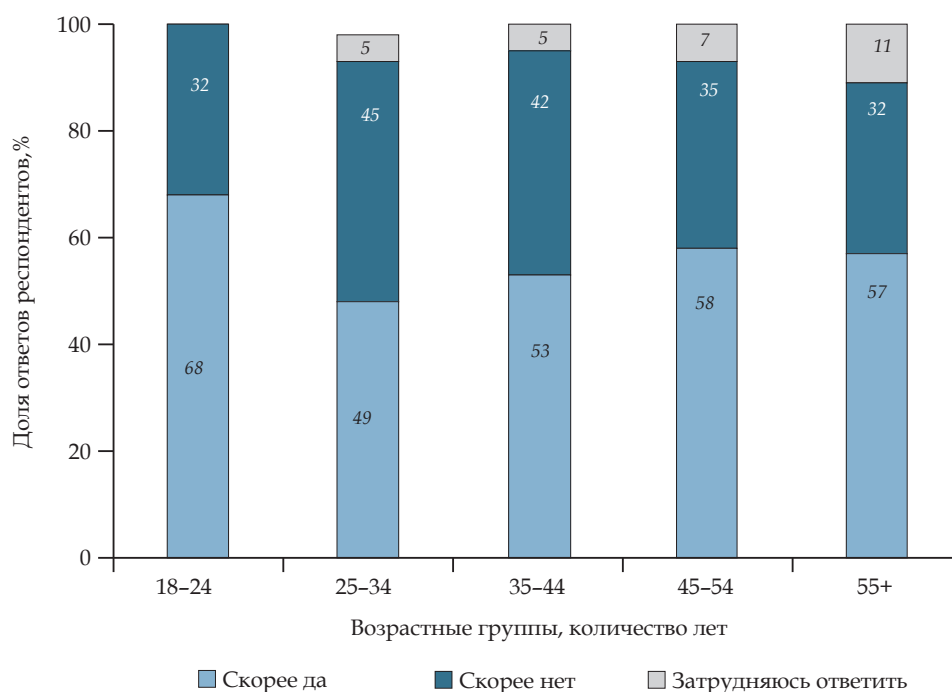
Таким образом, в среднем во всех возрастных группах наблюдается положительное отношение к технологическим новшествам, позволяющим уделять больше внимания своему здоровью.

В категорию «транспорт» были отнесены две инновации: автомобиль с электрическим двигателем и автомобиль без водителя. Если электрокар преимущественно не вызывает отторжения у респон-

дентов (больше всего сомневающих среди молодежи в возрасте 18–24 лет, 44 %), то пользоваться автомобилем без водителя согласны только молодые люди: все респонденты старше 24 лет отказались от подобного опыта, причем доля несогласившихся тем выше, чем старше опрошенные (рис. 3).

Иными словами, среди молодежи наблюдается больше недоверия к экологичности как к продающей характеристике, к ее реальной эффективности. Однако большая степень доверия отмечается к технологиям в целом, в то время как для представителей старших поколений характерно обратное: они не готовы полностью доверять технологиям как свою безопасность, так и окружающих. Недоверие «обезличенным» транспортным элементам в общем распространенный феномен, который зачастую объясняется недостаточными познаниями в сфере принципов работы технологии [Журавлева, 2019].

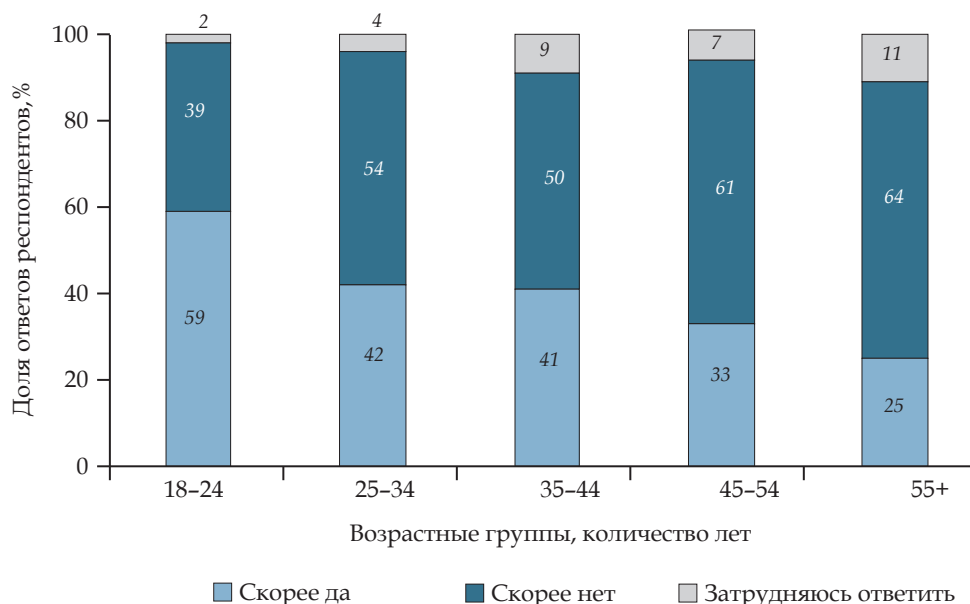
В категорию «быт» вошли вопросы о генетически модифицированных продуктах (далее – ГМО), о домах с автоматическим регулированием отопления и освещения, о доставке товаров беспилотными дронами и «умной» одежде, подстраивающейся под погоду.



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 2. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Если бы у Вас была возможность, стали бы Вы использовать современную технологию, консультацию врача по видеосвязи из дома с помощью компьютера, в повседневной жизни (для себя или членов своей семьи) или нет?»

Fig. 2. Distribution of respondents' answers to the question: "If you had the opportunity, would you use the following modern technology, consultation with a doctor via video link from home, using a computer, in everyday life (for yourself or your family members) or not?"



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 3. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Если бы у Вас была возможность, стали бы Вы использовать современную технологию, автомобиль без водителя, везущий Вас туда, куда Вы скажете, в повседневной жизни (для себя или членов своей семьи) или нет?»

Fig. 3. Distribution of respondents' answers to the question: "If you had the opportunity, would you use the following modern technology, a driverless car, taking you wherever you say, in your everyday life (for yourself or your family members) or not?"



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 4. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Если бы у Вас была возможность, стали бы Вы использовать современную технологию, ГМО с улучшенными свойствами, в повседневной жизни (для себя или членов своей семьи) или нет?»

Fig. 4. Distribution of respondents' answers to the question: "If you had the opportunity, would you use the following modern technology, genetically modified foods with improved properties, in your everyday life (for yourself or your family members) or not?"

Наибольшее количество отрицательных ответов получил вопрос о ГМО-продуктах: эту технологию не одобряют все возрастные группы старше 24 лет, причем с возрастом доля не согласившихся с ее использованием растет.

Среди молодежи доля тех, кто согласен использовать ГМО-продукты, превышает 2/3 (69 %), что повторяет пропорцию согласившихся и не согласившихся с использованием генетических технологий в медицине (рис. 4).

Можно сделать вывод о том, что среди представителей старших поколений сильны стереотипы о вреде применения генетических технологий в пищевой промышленности. Данный факт можно связать с активным обсуждением ГМО-продуктов и их опасности в информационном пространстве, в том числе российском, развернувшимся в начале XXI в. [Даев, Забарин, Баркова, Дукельская, 2015]. В настоящий момент данное обсуждение не находится в острой фазе, а также получила распространение и альтернативная точка зрения. Возможно, этим и объясняется такой контраст во мнениях различных поколений.

Респонденты старшей возрастной группы тоже с наибольшим недоверием относятся к доставке различных товаров беспилотными аппаратами (рис. 5). Остальные технологические новшества в целом были поддержаны опрошенными всех возрастов.

Следующая категория – «управление знаниями». В нее вошли вопросы об устройствах, отсылающих команды компьютеру силой мысли; о персональном консультанте («умный помощник»), о входящем программном обеспечении для мобильного телефона и об очках, занимающихся поиском информации об объектах, присутствующих в поле зрения владельца.

Наиболее «популярной» технологией среди респондентов стал персональный консультант:

в среднем им бы воспользовалось более 2/3 опрошенных (83 % среди молодежи и 69 % среди людей старше 55 лет).

Очки, самостоятельно находящие информацию о наблюдаемых объектах, оказались менее распространенным вариантом для ответа среди участников опроса. Во всех возрастных группах старше 25 лет более трети респондентов отказались бы от их использования. Если молодые люди до 24 лет преимущественно находят такое устройство удобным (81 % – доля выразивших желание использовать технологию), то среди представителей старшего поколения (от 55 лет) опробовать подобное устройство согласны менее половины опрошенных (49 %). В этой возрастной категории также отмечена самая высокая доля затруднившихся ответить (13 %). Тем не менее большинство представителей всех возрастных групп готовы использовать такое устройство.

Возможность отдавать компьютеру команды силой мысли оказалась наиболее спорной темой: примерно десятая часть респондентов во всех возрастных группах затруднились сказать, согласны ли они использовать данную технологию в повседневной жизни (самая высокая доля в этом блоке вопросов). Среди опрошенных в возрасте 25–34 лет доля отказавшихся превышает долю согласившихся (50 % против 44 %



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 5. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Если бы у Вас была возможность, стали бы Вы использовать современную технологию, доставка нужных Вам товаров или почты с помощью беспилотного летательного аппарата, прилетающего туда, куда Вы скажете, в повседневной жизни (для себя или членов своей семьи) или нет?»

Fig.5. Distribution of respondents' answers to the question: "If you had the opportunity, would you use the following modern technology, delivering the goods or mail you need by drone, flying to wherever you say, in your everyday life (for yourself or your family members) or not?"

соответственно). При этом в следующей возрастной группе (34–45 лет) самый большой процент согласившихся (52 %) (рис. 6).

Таким образом, в целом респонденты положительно оценивают развитие технологий и их внедрение в повседневную жизнь. Однако у старших возрастных групп более заметно проявляется недоверие к отдельным технологическим достижениям, например, к генной модификации продуктов питания и «умному» самоуправляемому транспорту. Сомнения также касаются и управления компьютером с помощью силы мысли.

СТРАХИ И ОЖИДАНИЯ / FEARS AND EXPECTATIONS

В следующем блоке опроса использовалась шкала Лайкерта. Респондентам предлагалось оценить ряд утверждений по пятибалльной шкале, где 1 – абсолютное несогласие, а 5 – полное согласие. Утверждения могут быть условно поделены на негативные (отражающие опасения из-за развития технологий) и позитивные (выражающие оптимизм, уверенность в полезности новых технологий и заинтересованность в их использовании).

Соответственно, несогласие с негативными утверждениями свидетельствует о положительной оценке технологий. Для удобства анализа шкала была переведена в трехчленную: «согласие» (5, 4), «несогласие» (2, 1), «и да, и нет» (3).

Первое из условно негативных суждений звучало следующим образом: «Развитие технологий представляет опасность в долгосрочной перспективе». Именно это утверждение среди негативных получило самые противоречивые оценки, причем «технологическими оптимистами» здесь выступили именно представители старшего поколения (рис. 7).

Среди респондентов до 34 лет на каждый вариант ответа приходится примерно по трети голосов. Иными словами, консенсуса по поводу опасности технологий у молодых опрошенных нет. По другим возрастным группам количество несогласившихся превышает количество согласившихся, и больше всего несогласившихся именно в категории людей старше 55 лет (43 %). В этой же категории меньше всего тех, кто выбрал вариант «и да, и нет» (19 % против 37 % у младшей возрастной группы). То есть именно старшее поколение однозначно и положительно оценивает вектор прогресса.



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 6. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Если бы у Вас была возможность, стали бы Вы использовать современную технологию, миниатюрные устройства, надев которые можно отдавать команды компьютеру силой мысли, в повседневной жизни (для себя или членов своей семьи) или нет?»

Fig. 6. Distribution of respondents' answers to the question: "If you had the opportunity, would you use the following modern technology, miniature devices that can be worn to give commands to a computer with your mind, in your everyday life (for yourself or your family members) or not?"



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 7. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Насколько Вы согласны или, напротив, не согласны с утверждением о том, что развитие технологий представляет опасность в долгосрочной перспективе?»

Fig. 7. Distribution of respondents' answers to the question: "To what extent do you agree or, on the contrary, disagree with the statement that the development of technology is dangerous in the long term?"

С утверждением, что технологии на самом деле не дают нам никакого принципиально нового знания, не согласно большинство респондентов, а в особенности представители старшей возрастной группы (64 %). Среди опрошенных в возрасте 35–54 лет также более половины не согласны с этим тезисом. В возрастных группах младше 35 лет большинство участников опроса также не согласилось с утверждением, однако доля несогласившихся не превышает половины от общего числа ответивших, а около трети выбрали вариант «и да, и нет». Соответственно, молодежь оценивает современные технологии с более утилитаристской точки зрения, в то время как представители старших возрастных групп видят их вклад в приращение научного знания.

Беспокойство по поводу вторжения технологий в повседневную жизнь старшее поколение также склонно испытывать меньше всех остальных. С утверждением «Современные технологии вторгаются в нашу повседневную жизнь, и это вызывает во мне беспокойство» не согласны более половины респондентов в возрасте старше 55 лет. Больше всего испытывающих тревогу из-за распространения технологий выявлено среди представителей младшей возрастной группы (31 %). Однако нужно учитывать, что при ответе на данный вопрос более четверти респондентов (27 %) ответили «и да, и нет» (рис. 8).

Похожая ситуация наблюдается и относительно следующего утверждения: «Иногда я испытываю тревогу, когда сталкиваюсь с чем-то, основанным на современных технологиях». Треть респондентов затруднились выразить свое согласие или несогласие с этим предложением. Согласившихся отмечалось больше всего среди опрошенных в возрасте до 24 лет и после 45 лет (32 %), а люди в возрасте 24–35 лет проявляют меньше обеспокоенности, сталкиваясь с различными техническими устройствами. В целом однозначной оценки этого утверждения нет ни в одной возрастной группе. Как правило, тревожность от технологий, в частности, связана с уровнем общей тревожности, что может объяснить такую ситуацию [Ясин, 2022].

Тем не менее негативный опыт использования современных технологий – достаточно редкое явление. С утверждением «У меня был неудачный опыт использования современных технологий» не согласно большинство респондентов (рис. 9).

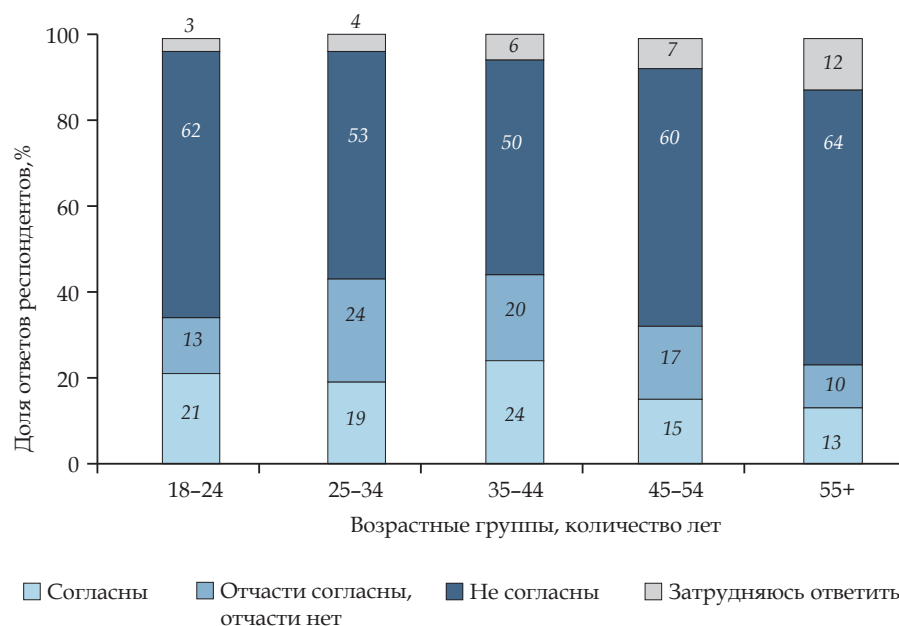
Вновь самый высокий процент несогласия почти одинаковый у старшей и младшей возрастных групп (64 % и 62 % соответственно). Отсутствие негативного опыта может быть связано с неимением практических знаний по взаимодействию с технологиями. Самая высокая доля согласившихся с утверждением выявлена среди респондентов в возрасте 35–44 лет (24 %), то есть среди людей, которые активно применяют технологии в работе и повседневной жизни.



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 8. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Насколько Вы согласны или, напротив, не согласны с утверждением о том, что современные технологии вторгаются в нашу повседневную жизнь, и это вызывает беспокойство?»

Fig. 8. Distribution of respondents' answers to the question: "To what extent do you agree or, on the contrary, disagree with the statement that modern technology is invading our daily lives and this is a cause for concern?"



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 9. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Насколько Вы согласны или, напротив, не согласны с утверждением о том, что у Вас был неудачный опыт использования современных технологий?»

Fig. 9. Distribution of respondents' answers to the question "To what extent do you agree or, on the contrary, disagree with the statement that you had a bad experience of using modern technologies?"

Большинство утверждений следующего блока были однозначно поддержаны респондентами. С утверждением «Технический прогресс должен идти более высокими темпами, чем сейчас» согласились более половины респондентов, причём наибольшая доля согласившихся отмечена среди представителей самой младшей и самой

старшей возрастных групп (58 %). Самыми «сомневающимися» стали опрошенные в возрасте 34–45 лет: практически треть респондентов (32 %) выбрали ответ «и да, и нет», а 46 % согласились с указанным выше предложением.

Утверждение «Технологии делают жизнь проще и удобнее» практически не вызвало сомнений

у опрошенных. С ним согласились более 80% респондентов старше 45 лет. Четверть представителей возрастной группы 18–24 года не выразили ни согласия, ни несогласия. Доля не согласившихся с утверждением в целом не превышает 7 %.

С тем, что развитие технологий позволит решить многие проблемы российского общества, старшее поколение также согласно в большей степени (70 %). Чем младше респонденты, тем ниже среди них доля согласившихся с представленным утверждением. Сомневающимися среди старшей возрастной группы также меньше, чем среди опрошенных в возрасте 18–24 лет (18 % и 27 % соответственно).

Подавляющее большинство респондентов выразили желание научиться использовать новые технологии². Выше доля не согласившихся с утверждением «Я хотел бы учиться использованию современных технологий» среди опрошенных младше 25 лет (20 %), а больше всего сомневающимися выявлено среди россиян в возрасте 25–34 лет (28 %). Старшее же поколение выражает наибольшее желание осваивать новые технологии (68 %). Такое распределение ответов можно объяснить тем, что молодые люди, будучи практически с детства погруженными в высокотехнологичную среду, чаще осваивают

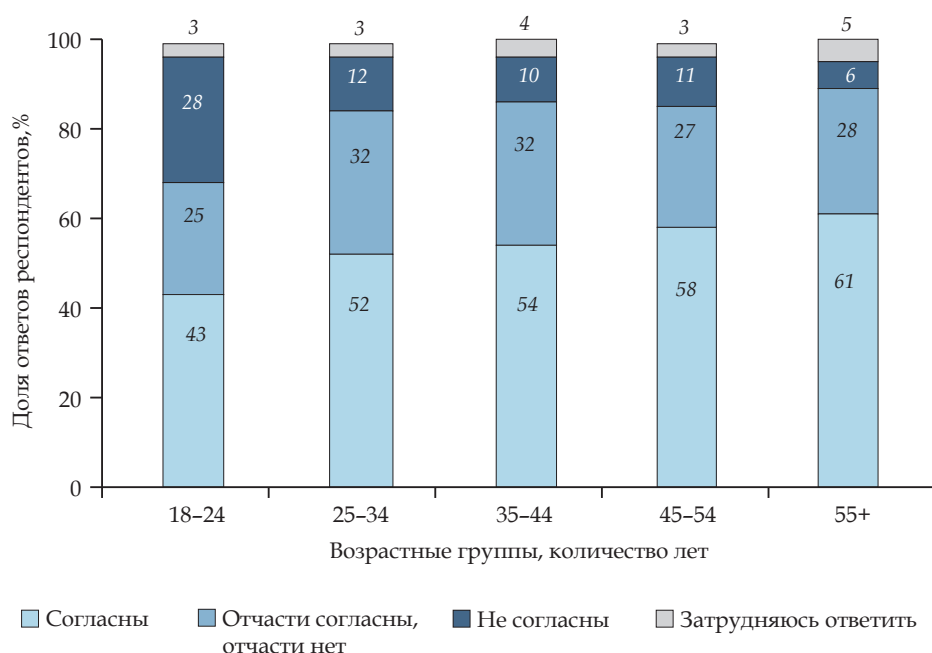
² ООО «НАФИ». Две трети россиян хотели бы получить дополнительное образование в сфере ИТ. Режим доступа: <https://nafi.ru/analytics/dve-treti-rossiyan-khoteli-by-poluchit-dopolnitelnoe-obrazovanie-v-sfere-it/> (дата обращения: 30.09.2023).

технологии стихийно и не задумываются о необходимости специального обучения, в то время как представители старших возрастных групп чувствуют недостаточность своих компетенций в информационной сфере³.

Похожая ситуация наблюдается с желанием самостоятельно протестировать технологические новшества. С утверждением «Я хотел бы опробовать технические новинки в своей повседневной жизни» согласились более 2/3 респондентов. Среди опрошенных в возрасте 25–44 лет меньше всего согласившихся (61 %) и больше всего сомневающимися (25 %). Большинство представителей старшей возрастной группы (70 %) согласились с таким утверждением.

Среди опрошенных старшего возраста самая высокая доля согласившихся и с утверждением «Мне нравится быть в курсе последних технологических новинок» (61 %). Снова наблюдается ситуация, когда доля согласившихся обратно пропорциональна возрасту респондентов – у представителей самой младшей возрастной группы (18–24 года) эта доля составляет 43 %. Здесь же и самая высокая доля несогласившихся, более чем вдвое превышающая показатели других возрастных категорий (28 %) (рис. 10).

³ ООО «НАФИ». В России выросла доля людей с продвинутым уровнем цифровой грамотности. Режим доступа: <https://nafi.ru/analytics/v-rossii-vyroslo-dolya-lyudey-s-prodvinutym-urovnem-tsifrovoy-gramotnosti/> (дата обращения: 30.09.2023).



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 10. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Насколько Вы согласны или, напротив, не согласны с утверждением, что Вам нравится быть в курсе последних технологических новинок»

Fig. 10. Distribution of respondents' answers to the question: "To what extent do you agree or, on the contrary, disagree with the statement that you like to know the latest technological innovations?"

Такую ситуацию можно объяснить определенной усталостью молодежи от постоянного потока информации о технологических новшествах. Для молодого поколения технологии – это часть повседневной жизни, поэтому новости о гаджетах воспринимаются как рутина. В то же время пожилые люди интересуются новостями из мира технологий «в режиме хобби» и не становятся участниками «погоны» за новейшими моделями цифровых устройств известных брендов.

Среди опрошенных в младшей возрастной категории зафиксирована и самая высокая доля не согласившихся с утверждением «Я получаю удовольствие, когда удается опробовать новое техническое устройство или программу» (23 %), хотя разница с другими возрастными группами здесь не настолько велика. Наблюдается ситуация, когда следить за технологическими инновациями молодым людям нравится намного меньше, чем пробовать пользоваться ими.

Меньшую солидарность респонденты проявили в отношении утверждения «Уверен, что Правительство не допустит, чтобы новые технологии использовались во вред интересам граждан». Больше половины согласившихся – это только граждане 55 лет и старше (60 %). В остальных возрастных категориях количество согласившихся не превысило половины.

Таким образом, можно зафиксировать следующую корреляцию: больший оптимизм в отношении современных технологий и более позитивные ожидания от них характерны для представителей возрастных групп, реже сталкивающихся с технологиями в повседневной жизни. Воспринимая технологии как нечто абстрактное, не имея необходимости постоянно работать с ними и не нуждаясь в знании новейших технологий для профессиональной самореализации, пожилые люди чаще других выражают уверенность в пользе технологического развития и возможности использования их во благо общества. Молодежь и люди среднего возраста, непосредственно наблюдающие работу технологий, зачастую зависящие от них в различных жизненных сферах, лучше осведомленные о достоинствах и недостатках, в том числе о способах использования технологий во вред, настроены более реалистично. Среди молодежи новые технологии часто начинают ассоциироваться со стрессом, усталостью, изоляцией и др. [Легостаева, 2021].

С другой стороны, здесь играет роль и фактор новизны. Незизведанная или неполностью изученная область (которой являются современные технологии для представителей старших

поколений) зачастую кажется более привлекательной, чем хорошо знакомая, не предлагающая новых возможностей и задач.

ПРИОРИТЕТНЫЕ СВОЙСТВА ТЕХНОЛОГИЙ / PRIORITY PROPERTIES OF TECHNOLOGIES

Респондентам в исследовании задавались вопросы о приоритетных характеристиках при использовании новых технологий.

Утверждения затрагивали три основных аспекта: понимание принципов работы технологии, социальный статус, связанный с технологией, и субъективная польза от ее использования. Респондентам предлагалось оценить их значимость по пятибалльной шкале (где 5 – очень важно, 1 – совершенно неважно). Как и ранее, результаты представлены по трехчленной шкале («важно», «неважно», «и да, и нет», а также вариант «затрудняюсь ответить»).

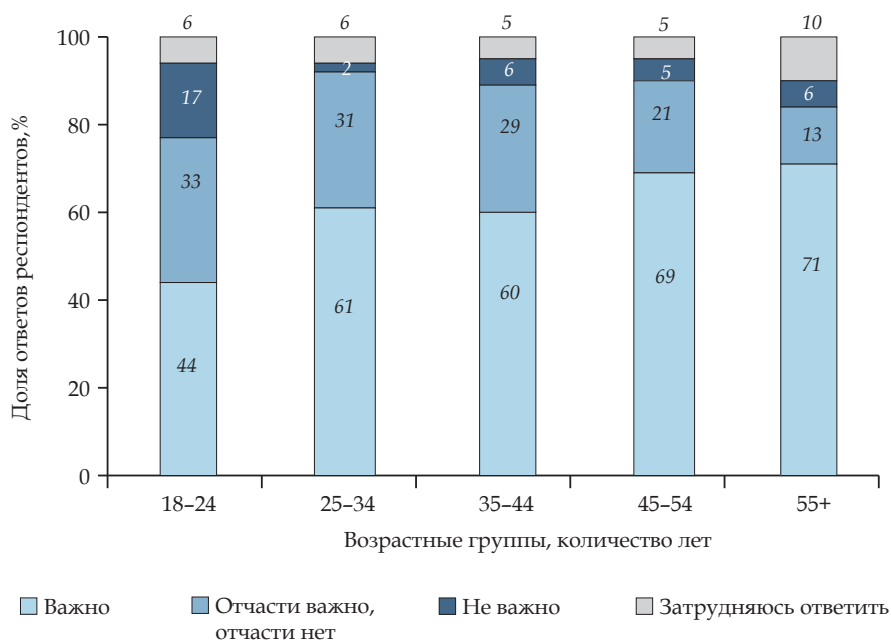
Безопасность использования технологии для себя и окружающих стала одним из наиболее важных факторов: его отметили более 2/3 респондентов⁴. Доля тех, кто не считает этот фактор важным, не превышает 9 %, а среди опрошенных старше 45 лет такая доля составляет лишь 2 %.

Фактор простоты освоения технологии важен для всех возрастных групп, кроме самой младшей: среди респондентов в возрасте 18–24 лет менее половины (44 %) отметили его как важный элемент, а 17 % выразили противоположное мнение. В этой же возрастной группе больше всего «сомневающихся» (33 %). С повышением возраста их доля снижается (рис. 11). Иными словами, простота освоения технологии наименее принципиальна именно для молодых людей, которым в силу привычки научиться использовать новые технологии менее сложно.

Понимание принципа работы технологии также оказалось важным для всех возрастных групп – его выбрали более половины всех респондентов. Наименее существенным этот фактор снова оказался для опрошенных младше 24 лет (18 % не придают ему особого значения).

Возможность обратиться за помощью к разбирающимся в технологии людям оказалась наиболее важной для старшего поколения (65 %) и наименее приоритетной для представителей самой младшей возрастной группы (43 % отметили этот фактор как важный, и 36 % дали противоположный ответ).

⁴ ООО «НАФИ». Отношение россиян к защите персональных данных. Режим доступа: <https://nafi.ru/projects/it-i-telekom/otnoshenie-rossiyan-k-zashchite-personalnykh-dannykh/> (дата обращения: 22.09.2023).



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 11. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Представим, Вы собираетесь использовать некое устройство с принципиально новой для Вас технологией. Важно ли для Вас при начале использования новой технологии, что ею легко научиться пользоваться?»

Fig. 11. Distribution of respondents' answers to the question: "Let's imagine that you are going to use some device with a fundamentally new technology. Is it important for you when you start using it that this technology is easy to learn how to use?,"

Утверждение «У меня достаточно знаний, чтобы пользоваться этой технологией» вызвало самую неоднозначную реакцию: около половины участников опроса отметили этот фактор как важный, но в то же время именно здесь наибольшее количество «сомневающихся». Среди опрошенных в возрасте 25–34 лет доля выбравших вариант «и да, и нет» составила 40 %. В других возрастных группах данный вариант выбрала примерно треть респондентов.

Таким образом, для представителей старшего поколения особую роль играет возможность получить консультацию наставника в ходе освоения технологий (человека, способного объяснить алгоритм работы технических устройств и т.д.⁵ Другими словами, пожилых людей не только нужно поддерживать в процессе знакомства с принципами действия технологий, но и учитывать особенности усвоения ими новой информации. Процесс здесь аналогичен изучению иностранного языка, когда погруженная в соответствующую среду молодежь усваивает информацию естественным образом, а люди зрелого возраста – с помощью сознательных усилий и рационального объяснения нюансов применения различных языковых конструкций и принципов их построения.

⁵ ООО «НАФИ». Цифровое наставничество: молодежь активно помогает пожилым. Режим доступа: <https://nafi.ru/analytics/tsifrovoye-nastavnichestvo-molodezh-aktivno-pomogaet-pozhilym/> (дата обращения: 25.09.2023).

Следующий блок утверждений был связан с отношением окружающих к использованию технологий.

Фактор надежности технологии, подтвержденной опытом других людей, отмечен как важный всеми респондентами, но для людей старше 45 лет он особенно значим, так как более 2/3 представителей данной возрастной категории отметили его как приоритетный, и всего 5 % выбрали противоположный вариант ответа. В то же время 27 % опрошенных в возрасте 18–24 лет не посчитали этот фактор существенным.

Оценка такого утверждения, как «Использование этой технологии ни у кого не вызовет осуждения/непонимания», достаточно неоднозначна. Значимость фактора общественного одобрения растет вместе с возрастом опрошенных: среди участников исследования 55 лет и старше доля находящих его важным достигает 48 %, в то время как среди россиян в возрасте 18–24 лет значение ему придают 32 %. Данный факт можно объяснить тем, что пожилые люди привыкли жить в гораздо менее индивидуалистическом обществе, где одобрение ближайшего окружения (друзей, родственников, соседей) играло большую роль в целом. Другими словами, к россиянам зрелого возраста не следует обращаться для тестирования слишком необычных технических новшеств с неясным функционалом.

Представители младшей возрастной группы росли уже в новом мире, где, с одной стороны, уникальные характеристики человека акцентируются (то, что раньше считали бы странным, теперь называют особенностью), а с другой – усиливается обособленность людей теми же самыми технологиями, заменяющими, например, живое общение виртуальными аналогами. Соответственно, значимость общественного одобрения снижается (рис. 12).

Престижность использования технологии оценена схожим образом: менее половины респондентов всех возрастов оценивают этот фактор как важный. В данном случае больше всего не считающих престиж значимой причиной для использования технологии оказались в возрастной группе 45–54 лет (29 %). Респонденты младше 35 лет оценивают этот фактор чуть выше, а также чаще сомневаются при его оценке.

Старшее поколение больше склонно прислушиваться к советам окружающих при выборе технологии. Рекомендации людей, которым респонденты готовы доверять, – важный фактор для представителей возрастной группы 45 лет и старше. Более трети опрошенных младше этого возраста не дали фактору однозначной оценки.

В данном случае наблюдается параллель с потребностью представителей старших поколений в наставнике, который даст совет при освоении новой технологии, подскажет, как с ней работать.

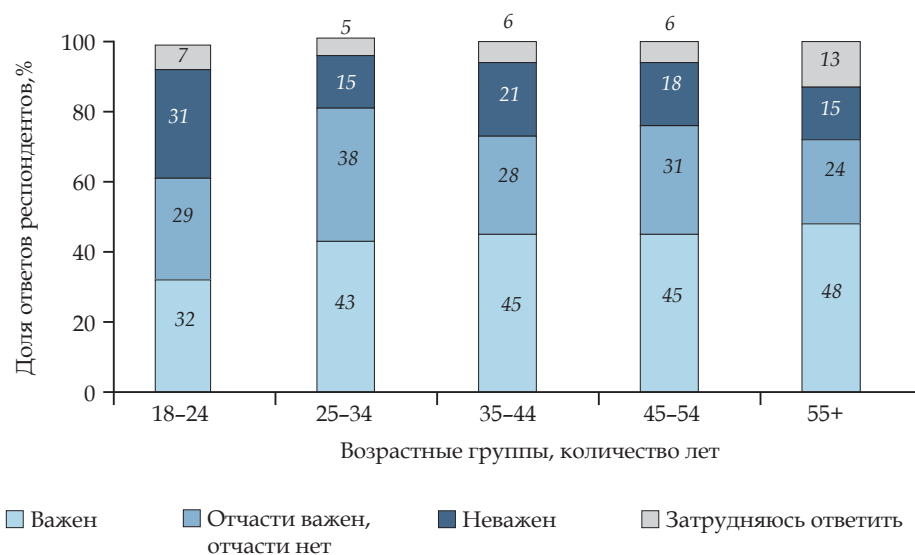
Иначе говоря, россиянам зрелого и пожилого возраста нужны «технологии с человеческим лицом»: реальный или цифровой ассистент, помогающий ориентироваться в информационной среде.

Способность вызвать удивление и любопытство окружающих – это тоже не самый значимый аспект в использовании технологий. Данный фактор наиболее значителен для респондентов в возрасте 25–34 лет, но даже в этой возрастной группе сторонников его значимости насчитывается менее половины (46 %). Почти треть респондентов старше 45 и младше 25 лет выразили четкое несогласие с этим утверждением, сравнимые доли дали такому предложению неоднозначную оценку (рис. 13).

Доверие разработчикам и производителям значимо более чем для половины респондентов (в старшей возрастной группе доля отметивших фактор как важный превышает 2/3). Соответственно, на статус производителя респонденты обращают больше внимания, чем на отношение окружающих к технологии.

Последние несколько вопросов затрагивают тему личной выгоды и пользы при использовании новых технологий.

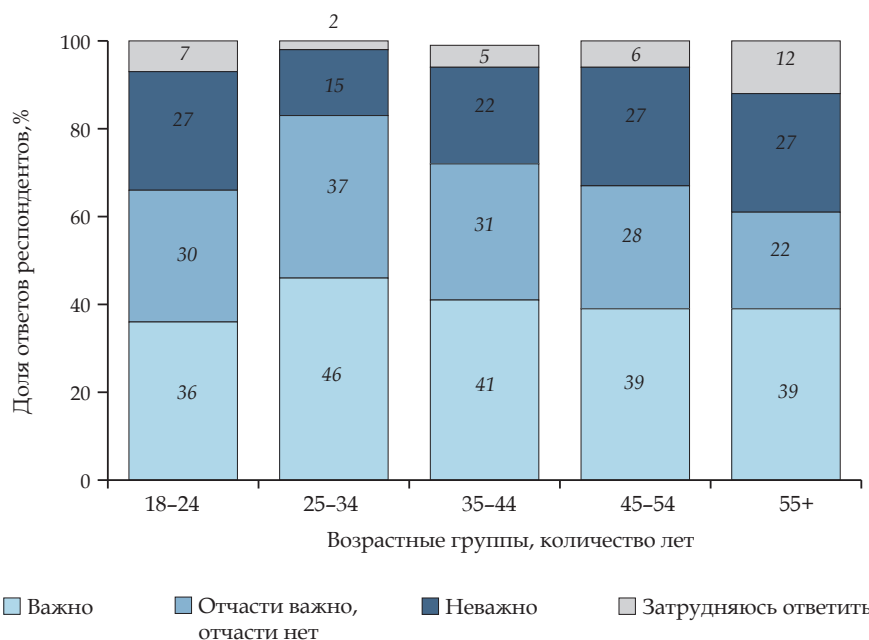
Соотношение цены и пользы отметили как важный фактор более 2/3 респондентов, при этом наибольшие доли согласившихся выявлены среди молодых людей в возрасте 18–24 лет (74 %) и возрастной группы 45–54 года (72 %).



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 12. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Представим, Вы собираетесь использовать некое устройство с принципиально новой для Вас технологией. Важен ли для Вас при начале использования новой технологии тот факт, что ее использование ни у кого не вызовет осуждения/непонимания?»

Fig. 12. Distribution of respondents' answers to the question: "Let's imagine that you are going to use some device with a fundamentally new technology. Is it important to you that when you start using this new technology its use will not cause judgement/disapproval in anyone?"



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 13. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Представим, Вы собираетесь использовать некое устройство с принципиально новой для Вас технологией. Важно ли для Вас при начале использования новой технологии, что она вызывает удивление и любопытство у окружающих?»

Fig. 13. Distribution of respondents' answers to the question: "Let's imagine that you are going to use some device with a fundamentally new technology. Is it important to you when you start using this new technology that it arises surprise and curiosity in others?"

Важность использования технологии для достижения личных целей также выбрало большинство респондентов, причём для опрошенных старше 34 лет значимость данного фактора возрастает. Наконец, удовольствие, получаемое при использовании технологии, наиболее важно для молодых людей в возрасте 18–24 лет (78 %). Немного отстают от них представители возрастной категории 45–54 года (72 % отметили фактор как значимый). В средней возрастной группе (35–44 года) эта доля снижается до 60 %, а количество амбивалентно настроенных респондентов достигает четверти.

Таким образом, субъективная польза при использовании технологий оценивается высоко респондентами всех возрастных групп, несмотря на то, что в средних возрастных категориях (24–44 года) оценки чуть менее однозначные.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

В заключении статьи можно сделать вывод, что старшее поколение наиболее оптимистично настроено насчет развития технологий и их роли в обществе. Представители старших возрастных групп видят в технологическом прогрессе большой потенциал для решения социальных проблем, приращения научного знания, улучшения качества жизни всего населения. Именно

старшее поколение является носителем «технологического оптимизма» в изменяющейся парадигме восприятия технологий и информационного общества [Петрова, 2021].

Несмотря на низкую оценку осведомленности в технологической сфере, люди старшего возраста также интересуются новостями в этой области, получают удовольствие от использования современных устройств и программ.

Стоит отметить, что у старшей и младшей возрастных групп больше общего, чем может показаться на первый взгляд. Мнения респондентов младше 25 лет и старше 55 лет нередко совпадают, наблюдается некоторая «возрастная симметрия» в оценках технологических возможностей.

Старшее поколение также больше склонно поддерживать контакт с другими людьми, чем заменять его технологиями: старшие возрастные группы заинтересованы в том, чтобы использовать технологии для объединения, создания социальных связей. Эти представители демонстрируют больше доверия окружающим, социальным институтам, государству.

Все эти аспекты свидетельствуют о том, что люди зрелого и пожилого возраста обладают высоким потенциалом как с технологической, так и с социальной точек зрения. Повышение осведомленности представителей старшего

поколения в информационной сфере может положительно повлиять на реализацию личных и профессиональных возможностей людей зрелого и пожилого возраста, уменьшить уровень их социальной исключенности и тем самым повысить сплоченность всего общества, стабилизировать рынок труда в ИТ-области и не только.

Однако необходимо учитывать, что представители старшего поколения предпочитают обучаться новым навыкам в незнакомой им сфере путем непосредственного общения: получая знания напрямую от тех, кто обладает большим опытом и готов передавать его.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аймалетдинов Т.А., Любимова Л.И. Инновационные возможности интернет-технологий в социальной адаптации инвалидов. Социология медицины. 2012;1:51–55.
- Горбунова В.В. Старение населения и его влияние на социально-экономическое развитие современного российского общества. Научное обозрение. Экономические науки. 2019;1:11–15.
- Гужавина Т.А. Доверие как форма поддержки социальных институтов. Society and Security Insights. 2019;4(2):40–54. [https://doi.org/10.14258/ssi\(2019\)4-03](https://doi.org/10.14258/ssi(2019)4-03)
- Даев Е.В., Забарин А.В., Баркова С.М., Дукельская А.В. Искажение научной информации как источник формирования напряженности в обществе: пример ГМО. Экологическая генетика. 2015;2(13):5–20. <https://doi.org/10.17816/ecogen1325-20>
- Доброхлеб В.Г. Человеческий потенциал старшего поколения современной России: что делать? В кн.: Новая экономическая политика для России и мира: сборник научных трудов участников Международной научной конференции XXVII Кондратьевские чтения, Москва, 29–30 октября 2019 г. М.: Межрегиональная общественная организация содействия изучению, пропаганде научного наследия Н.Д. Кондратьева; 2019. С. 74–76. <https://doi.org/10.26794/1999-849X-2019-12-2-83-90>
- Журавлева И.А. «Умные города»: ожидания и страхи горожан. Социология. 2019;1:124–129.
- Легостаева И.В. Отношение студенческой молодежи к дистанционному формату обучения в условиях пандемии: социологический анализ. Мир науки. Социология, филология, культурология. 2021;12(2):13.
- Петрова Е.В. Образ информационного общества в культуре: оптимизм сменяется пессимизмом? Вопросы философии. 2021;8:25–35. <https://doi.org/10.21146/0042-8744-2021-8-25-35>
- Прохорова Л.В. Роль социальных сетей в преодолении социальной эксклюзии пожилых людей в современном обществе. Вестник НГУЭУ. 2018;4:199–206.
- Ясин М.И. Отношение к искусственному интеллекту, тревога и открытость опыту. Известия Саратовского университета. Философия. Психология. Педагогика. 2022;22(4):449–453.

REFERENCES

- Aimaletdinov T.A., Lyubimova L.I. Innovative possibilities of Internet technologies in the social adaptation of disabled people. Sociology of medicine. 2012;1:51–55. (In Russian).
- Gorbunova V.V. Population aging and its impact on the socio-economic development of modern Russian society. Scientific review. Economic sciences. 2019;1:11–15. (In Russian).
- Guzhavina T.A. Trust as a form of support for social institutions. Society and Security Insights. 2019;4(2):40–54. (In Russian). [https://doi.org/10.14258/ssi\(2019\)4-03](https://doi.org/10.14258/ssi(2019)4-03)
- Dayev E.V., Zabarina A.V., Barkova S.M., Dukelskaya A.V. Distortion of scientific information as a source of tension in society: an example of GMOs. Ecological genetics. 2015;2(13):5–20. (In Russian). <https://doi.org/10.17816/ecogen1325-20>
- Dobrokhleb V.G. The human potential of the older generation of modern Russia: what to do? In: New economic policy for Russia and the world: a collection of scientific papers of participants of the International Scientific Conference XXVII Kondratiev Readings, Moscow, October 29–30, 2019. Moscow: Interregional Public Organization for the Promotion of the Study, Promotion of the Scientific Heritage of N.D. Kondratiev; 2019. Pp. 74–76. (In Russian). <https://doi.org/10.26794/1999-849X-2019-12-2-83-90>
- Legostaeva I.V. The attitude of students to the distance learning format in the context of a pandemic: a sociological analysis. The world of science. Sociology, philology, cultural studies. 2021;12(2):13. (In Russian).
- Petrova E.V. The image of the information society in culture: is optimism replaced by pessimism? Questions of philosophy. 2021;8:25–35. (In Russian). <https://doi.org/10.21146/0042-8744-2021-8-25-35>
- Prokhorova L.V. The role of social networks in overcoming the social exclusion of older people in modern society. Bulletin of the NGUEU. 2018;4:199–206. (In Russian).
- Yasin M.I. Attitude to artificial intelligence, anxiety and openness to experience. News of Saratov University. Philosophy. Psychology. Pedagogy. 2022;22(4):449–453. (In Russian).
- Zhuravleva I.A. “Smart cities”: expectations and fears of citizens. Sociology. 2019;1:124–129. (In Russian).