

Московский педагогический  
государственный университет



# СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНОЕ ЗНАНИЕ – ШКОЛА И ОБЩЕСТВО

Материалы VII межвузовской студенческой  
научно-практической конференции

г. Москва, МПГУ, 20 марта 2023 г.

*Электронное издание сетевого распространения*

Москва 2023



**Министерство просвещения Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Московский педагогический государственный университет»  
Институт социально-гуманитарного образования**



## **СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНОЕ ЗНАНИЕ – ШКОЛА И ОБЩЕСТВО**

**Материалы VII межвузовской студенческой  
научно-практической конференции**

**г. Москва, МПГУ, 20 марта 2023 г.**

*Электронное издание сетевого распространения*

МПГУ  
Москва • 2023

УДК 304:378  
ББК 60.561.9я431+74.489я431  
С69

DOI: 10.31862/9785426312708

**Рецензенты:**

**И. М. Лоскутова** – профессор кафедры социальной работы РНИМУ им. Н.И. Пирогова, доктор социологических наук;  
**М. А. Кривенькая** – директор Центра регионоведения и гуманитарно-образовательного сотрудничества, доцент кафедры ЮНЕСКО «Международное (поликультурное) образование и интеграция мигрантов» ИСГО МПГУ, кандидат филологических наук

**Редакционная коллегия:**

**Д. А. Ростиславлев** – директор Института социально-гуманитарного образования МПГУ, кандидат исторических наук, доцент;  
**М. М. Мусарский** – научный руководитель Института социально-гуманитарного образования МПГУ, доктор экономических наук, профессор;  
**Е. А. Омельченко** – заместитель директора ИСГО МПГУ, доктор исторических наук;  
**С. А. Горохов** – заместитель директора Института социально-гуманитарного образования МПГУ, кандидат философских наук;  
**А. А. Шевцова** – доктор исторических наук, профессор кафедры культурологии, заместитель декана факультета регионоведения и этнокультурного образования ИСГО МПГУ по научной работе

**Социально-гуманитарное знание – школа и общество** : материалы С69 VII межвузовской студенческой научно-практической конференции, г. Москва, МПГУ, 20 марта 2023 г. / [под общ. ред. Д. А. Ростиславлева, М. М. Мусарского, Е. А. Омельченко, А. А. Шевцовой ; сост. С. А. Горохов]. [Электронное издание сетевого распространения]. – Москва : МПГУ, 2023. – 377 с.

ISBN 978-5-4263-1270-8

В сборник вошли доклады, сделанные на пленарных и секционных заседаниях, круглых столах VII межвузовской студенческой научно-практической конференции «Социально-гуманитарное знание – школа и общество», проведенной в Институте социально-гуманитарного образования Московского педагогического государственного университета 20 марта 2023 года. Издание адресовано специалистам-исследователям, студентам и аспирантам.

**УДК 304:378**  
**ББК 60.561.9я431+74.489я431**

**ISBN 978-5-4263-1270-8**  
**DOI: 10.31862/9785426312708**

© МПГУ, 2023  
© Коллектив авторов, 2023

## СОДЕРЖАНИЕ

От издателей . . . . . 7

### ТРЕНДЫ И ВЫЗОВЫ ОБЩЕСТВА ЗНАНИЙ

---

<b>Д.В. Амирянц, Т.Р. Миняжев</b> / Социальные стереотипы представления о коммерциализации образовательных услуг в вузе . . . . .	<b>8</b>
<b>Н.С. Иванова, Е.Е. Луцкая</b> / Возможности и ожидания выпускников российских и зарубежных вузов от работы в корпорациях (в большой четверке): мотивы, цели, ценности . . . . .	<b>15</b>
<b>Е.М. Имамединова</b> / Востребованность выпускников педагогических вузов на рынке труда: результаты социологического исследования . . . . .	<b>26</b>
<b>Е.Н. Исаев</b> / Удаленная занятость молодежи в интернете: согласование интересов фрилансера и работодателя . . . . .	<b>33</b>
<b>А.Е. Марочкина, И.А. Моисеева, О.Д. Вахрушева, Е.А. Павлова</b> / Оценка иностранными студентами уровня преподавания русского языка в МПГУ и своих карьерных перспектив . . . . .	<b>39</b>
<b>А.А. Никитина</b> / Современные аспекты международных рекламных стратегий: адаптация и стандартизация рекламы . . . . .	<b>51</b>
<b>Д.Г. Попова, Т.Р. Миняжев</b> / Обзор теорий потребления с социологической точки зрения . . . . .	<b>56</b>
<b>А.С. Савельев</b> / Технология PR в социальной сфере . . . . .	<b>64</b>
<b>Е.А. Смирнова</b> / Современные проблемы адаптации персонала в организации . . . . .	<b>68</b>
<b>В.В. Федорова</b> / Основные правила нетворкинга при выстраивании коммуникативных стратегий . . . . .	<b>74</b>
<b>Ху Синьци, Т.Р. Миняжев</b> / Размышления о «теневом образовании» (shadow education) с точки зрения социологии . . . . .	<b>80</b>
<b>Чжу Хайнин</b> / Духовно-нравственная основа массовой коммуникации в молодежной среде . . . . .	<b>87</b>
<b>Е.А. Шаронова</b> / Актуальные проблемы социального анализа рынка образовательных услуг . . . . .	<b>91</b>

## **СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНОЕ ЗНАНИЕ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ**

---

<b>Н.Р. Адыгезалова, А.А. Ершова</b> / К вопросу о совершенствовании системы налогообложения для малого и среднего предпринимательства . . . . .	<b>98</b>
<b>А.А. Асланова, Х.А. Хашиева</b> / Государственная поддержка при открытии молодежного предпринимательства и трудности ведения бизнеса . . . . .	<b>104</b>
<b>А.В. Иваничкина</b> / Особенности организационной культуры предприятий малого бизнеса: российская специфика . . . . .	<b>111</b>
<b>А.В. Иваничкина, А.А. Амосова</b> / Малое инновационное предпринимательство в России: состояние и перспективы роста	<b>119</b>
<b>З.В. Идирзаев</b> / Влияние индекса человеческого развития на предпринимательство в молодежной среде . . . . .	<b>126</b>
<b>А.С. Козловская</b> / Государственная поддержка молодежного предпринимательства в России . . . . .	<b>133</b>
<b>М.А. Кондратова, А.Р. Егиньязова</b> / Вопросы налогообложения молодых предпринимателей в России . . . . .	<b>140</b>
<b>А.А. Чеснокова</b> / Вопросы несформированности культуры молодежного предпринимательства . . . . .	<b>146</b>
<b>Ян Чэнь, Ван Чжэухуа</b> / Особенности электронной торговли в международном бизнесе . . . . .	<b>150</b>

## **СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЕ ЗНАНИЯ КАК ФУНДАМЕНТ ПОДГОТОВКИ ПЕДАГОГА К ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

---

<b>В.А. Ильина</b> / Профориентационная работа как условие профессионального выбора старшеклассников в современной школе . . . . .	<b>155</b>
<b>О.А. Морозова</b> / Преимущества и недостатки дистанционного обучения в средней школе . . . . .	<b>160</b>
<b>В.Н. Богомолова</b> / Особенности обучения школьников с клиповым мышлением . . . . .	<b>166</b>
<b>А.В. Филиппченкова</b> / Цифровая культура современного педагога	<b>172</b>

## КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЕ И ИСТОРИЧЕСКОЕ ЗНАНИЕ В СОВРЕМЕННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРАКТИКАХ

<b>Е.И. Артющенко</b> / Критериальное оценивание учащихся старших классов по обществознанию . . . . .	<b>178</b>
<b>Е.Р. Бочков, Ж.В. Васильева</b> / Анализ образовательного потенциала ольфакторных практик в России и за рубежом . . . . .	<b>184</b>
<b>Д.И. Боганкова</b> / Художественный образ в этнографической иллюстрации: по материалам экспедиции в Ермакеевский район Республики Башкортостан . . . . .	<b>190</b>
<b>Е.Э. Буздакова, К.А. Куренкова</b> / Разработка мастер-класса по обереговой кукле «Коза в национальном костюме» . . . . .	<b>199</b>
<b>Д.Р. Булатова</b> / Межкультурные коммуникации в орнаментальном искусстве народов, проживающих на территории Ермакеевского района Республики Башкортостан . . . . .	<b>209</b>
<b>И.М. Воронцов</b> / Как Первая мировая война повлияла на развитие военной мысли . . . . .	<b>216</b>
<b>Вэй Тяньци</b> / Музыкальное наследие Сергея Рахманинова как пример русской религиозной музыки XX века . . . . .	<b>224</b>
<b>К.И. Енаки</b> / Денди: рабы моды или настоящие джентльмены? . . . . .	<b>228</b>
<b>Т.М. Заболотина</b> / Дискуссия на уроке истории как средство развития коммуникативных навыков у учеников средней и старшей школы . . . . .	<b>234</b>
<b>А.А. Зимина</b> / Жанр пасхальных рассказов как средство воспитания личности школьника . . . . .	<b>241</b>
<b>О.А. Игнатова</b> / Интерактивные образовательные проекты для детей в театре как форма воспитания зрительской культуры . . . . .	<b>246</b>
<b>В.М. Карапетян, М.И. Секретарева</b> / Социокультурный потенциал визуальных и аудиальных технологий в современной школе (на примере комиксов и подкастов). . . . .	<b>252</b>
<b>Е.А. Клубникина</b> / Влияние сюжетно-ролевых игр на воспитание ценностного отношения к семье у обучающихся 4-х классов на уроках «Основ православной культуры» . . . . .	<b>258</b>
<b>М.К. Лазарева, М.Р. Дудка</b> / Активный туризм в Ермакеевском районе Республики Башкортостан как стимулирующий фактор развития аттрактивности района . . . . .	<b>264</b>
<b>А.М. Левина</b> / К вопросу о судебной контрреформе Александра III . . . . .	<b>273</b>
<b>К.В. Панулина</b> / Эдвардианская эпоха в женской моде начала XX века . . . . .	<b>279</b>

<b>Е.А. Панченко, Г.А. Ермоленко</b> / Социальные сети как эстетическая среда современного мифотворчества . . . . .	<b>279</b>
<b>А.О. Поздеев, А.В. Стрелец</b> / Роль физико-географической характеристики в формировании туристско-рекреационной привлекательности Ермекеевского района Республики Башкортостан . . . . .	<b>302</b>
<b>Е.М. Попова</b> / Мода как инструмент социокультурной коммуникации	<b>308</b>
<b>Е.В. Самойлова</b> / Тайны российской культуры и истории через призму мультипликации . . . . .	<b>312</b>
<b>В.О. Тарасова</b> / Функциональная грамотность студентов вузов: современные образовательные практики . . . . .	<b>318</b>
<b>В.О. Трокоз</b> / Профессиональная идентичность и образ профессий архитектора и дизайнера в представлениях молодых специалистов (по результатам эмпирического исследования) . . . . .	<b>329</b>
<b>А.А. Учуваткина</b> / Познавательный потенциал комикса на уроках истории в основной школе . . . . .	<b>335</b>
<b>А.А. Фурманова</b> / Перспективы развития непроеизводственной сферы экономики Ермекеевского района Республики Башкортостан	<b>342</b>
<b>С.А. Черкашина</b> / Особенности традиционного костюма удмуртов и мордвы . . . . .	<b>350</b>
<b>А.Д. Швелер</b> / Демографическая ситуация Ермекеевского района Республики Башкортостан: проблемы, тенденции и перспективы	<b>357</b>

**ПРАВОВОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В СОВРЕМЕННОЙ ШКОЛЕ:  
ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ**

---

<b>А.С. Кайсин, А.В. Орлова</b> / Экстремизм: подходы к определению термина и сущностных характеристик феномена . . . . .	<b>362</b>
<b>А.С. Петрова</b> / Отношение современной российской молодежи к семье и браку . . . . .	<b>370</b>

\* \* \*

VII межвузовская студенческая научно-практическая конференция «Социально-гуманитарное знание – школа и общество» (Студенческий совет Института социально-гуманитарного образования Московского педагогического государственного университета, 20 марта 2023 г.) была посвящена обсуждению путей распространения социально-гуманитарных знаний в обществе, в том числе в области гражданского воспитания и культурного развития, сохранения и развития духовных ценностей. Модераторами конференции выступили студенты бакалавриата и магистратуры ИСГО МПГУ. В рамках научно-практической конференции при поддержке факультета регионоведения и этнокультурного образования ИСГО МПГУ прошло специальное мероприятие – Московская этнографическая олимпиада «Москва – столица многонациональной России».

Молодые исследователи обсудили такие темы, как социально-гуманитарные знания как фундамент подготовки педагога к профессиональной деятельности» (организатор – кафедра управления образовательными системами им. Т.И. Шаповой); правовое образование в современной школе: проблемы теории и практики» (организатор – юридические кафедры ИСГО МПГУ); тренды и вызовы общества знаний (организатор – кафедра теоретической и специальной социологии им. М.А. Будановой); правовое просвещение в системе сохранения и укрепления традиционных российских духовно-нравственных ценностей (организатор – кафедра права); образование и практическая философия (организатор – кафедра философии); культурологическое знание в современных образовательных практиках (организатор – кафедра культурологии); социально-гуманитарное знание как фактор развития предпринимательства в молодежной среде» (организатор – кафедра экономической теории и менеджмента); роль социо-гуманитарного знания в подготовке государственных и муниципальных служащих» (организатор – Кафедра государственного и муниципального управления); студенческие молодежные движения (организатор – Студенческий совет); педагог и наставник: видение современной молодежи (факультет регионоведения и этнокультурного образования ИСГО МПГУ). Вниманию читателей предлагаются доклады участников конференции.

\* \* \*



## ТРЕНДЫ И ВЫЗОВЫ ОБЩЕСТВА ЗНАНИЙ

---

**Амирянц Д.В.,**  
кафедра теоретической и специальной  
социологии имени М.А. Будановой,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
maleks.0089@gmail.com

**Миняжев Т.Р.,**  
кандидат социологических наук,  
доцент кафедры теоретической  
и специальной социологии им. М.А. Будановой,  
заместитель директора ИСГО  
по работе с иностранными студентами  
и международному сотрудничеству,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
tr.minyazhev@mpgu.su

### **Социальные стереотипы представления о коммерциализации образовательных услуг в вузе**

*Аннотация:* социальные стереотипы представления о коммерциализации образовательных услуг в вузе рассмотрены в контексте изучения общей характеристики процесса коммерциализация образования как социального явления современности, анализа его причин и последствий в условиях современного российского общества. Проведен анализ источников и литературы, актуальных в рамках данной темы, а также результатов эмпирического исследования. Актуальность темы обусловлена ценностью образовательных услуг, оказываемых в учебных учреждениях, для развития личности, ее социализации и интеграции в социальную жизнь.

**Ключевые слова:** социальные стереотипы; образование; коммерциализация образования; образовательные услуги; высшее образование; вузы.

**Julia Amiryants,**  
Department of Theoretical and Specialised  
Sociology named after M.A. Budanova,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
maleks.0089@gmail.com

**Timur Minyazhev,**  
PhD in sociology, Associate Professor  
of the Department of Theoretical and  
Specialised Sociology named after M.A. Budanova,  
Deputy Director of the Institute of Social  
and Humanitarian Education  
for Work with Foreign Students and  
International Cooperation  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
tr.minyazhev@mpgu.edu

## **Social stereotypes about the commercialization of educational services in higher education**

**Abstract:** social stereotypes of educational services commercialization in higher education institutions are considered in the context of the study of general characteristics of the process of commercialization of education as a social phenomenon of our time, consideration of its causes and consequences in the conditions of the modern Russian society. The authors have analyzed the sources and literature actual in the context of this theme. In also, the problem of stereotypical perceptions about the commercialization of educational services in higher education institutions has been studied based on the results of empirical research. The actuality of the topic is conditioned by the value of educational services provided in educational institutions for individual development, and integration into social life.

**Keywords:** social stereotypes; education; commercialization of education; educational services; higher education; universities.

Проблема коммерциализации образования становится актуальной для образовательных учреждений различных ступеней образования, в том числе и высших учебных заведений. В современном обществе наблюдается тенденция стереотипного восприятия представлений о коммерциализации образования. В какой-то степени данные представления можно считать обоснованными, так как сегодня процессу коммерциализации подвергается не только сфера образования, но и другие сферы общественной жизни. Помимо этого, сегодня утрачивается ценность образования, современная молодежь предпочтет окончить краткосрочные курсы, чем несколько лет обучаться в вузе.

Данную тенденцию можно связать с процессом потребления. Отличием современного общества является стремление человека к постоянному потреблению товаров и услуг. Реклама в СМИ, массовая культура, мода создают тенденцию массового потребления, которая отражает трансформацию современного общества, в котором создаются новые ценности, жизненные ориентиры, идеалы.

Образование – залог развития человека, его становления как личности. По мнению некоторых исследователей, на сегодняшний день образование лишилось содержания и сущности, что способствует не развитию человека, а его разрушению [4, с. 189]. В связи с чем стоит отметить необходимость повышения нравственного начала и сохранения ценности образовательных услуг в учебных заведениях, в том числе и в вузах, так как, если школа дает первичные навыки и обеспечивает социализацию индивида, то высшие учебные заведения обеспечивают становление индивида как профессионала в какой-то определенной области, за счет чего обеспечивается его интеграция в общественную систему труда.

Актуальность темы объясняется ценностью образовательных услуг, оказываемых в учебных учреждениях, для развития личности, ее социализации и интеграции в социальную жизнь. Научная проблема заключается в следующем противоречии: с одной стороны, образование – это процесс становления и развития личности, который представляет собой особую ценность, но, с другой стороны, современный процесс коммерциализации образовательных услуг в вузах подрывает престиж и ценность системы высшего образования.

Объектом исследования является коммерциализация образования как социальное явление современности, предметом – стереотипные представления о коммерциализации образовательных услуг в вузах.

Можно ли сегодня вообще говорить о процессе коммерциализации образования в вузах? То, что этот процесс идет, подтверждают существование и востребованность услуг репетиторства, различных платных курсов и т. д. Относительно этой проблемы в обществе существуют стереотипное представление, являющееся одним из факторов, обесценивающих современную систему образования.

В современных условиях образование рассматривается через призму потребления услуг, возникающего в результате социального взаимодействия индивидов. В этом случае образование начинает оцениваться по стоимости: чем оно дороже, тем престижнее и качественнее. Однако это не всегда соответствует действительности, так как сам по себе факт рассмотрения образования с точки зрения материального содержания искажает его суть [4, с. 101].

Особенностью современной системы образования является отсутствие нравственного начала и воспитательного характера. Лишаясь нравственного, ценностного и духовного содержания, образование превращается в рынок, где знания являются товаром, который покупается и продается. Соответственно, в этих условиях не уделяется должного внимания качеству предоставляемых образовательных услуг, которые служат средством удовлетворения потребностей человека в современных реалиях общественной жизни [5, с. 302].

Таким образом, теряется уникальность образования, знание превращается в унифицируемый, широко тиражируемый, рекламируемый товар, для продвижения которого необходима разработка маркетинговых стратегий, а потребность в квалифицированных академических и профессорских с их уникальными педагогическими и исследовательскими знаниями уходит на второй план [6; с. 58].

Коммерциализация образовательных услуг в вузе – процесс, ориентирующийся в большей степени не на образовательную деятельность, а на получение коммерческой выгоды. Коммерциализацию образования можно рассматривать с введения платного образования и создания негосударственных (частных) вузов, которые, в первую очередь, позиционировали себя как некоммерческие организации, создаваемые не для получения прибыли, а для зарабатывания денег для покрытия затрат на свою деятельность (аренда зданий, оплата труда персонала и преподавательского состава и т. д.) [7, с. 51].

Изначально государственные программы в поддержку частных вузов не реализовывались, а государство лишь создавало лояльные условия,

при которых частные вузы могли осуществлять свою деятельность, поэтому, чтобы обеспечить существование вуза, необходимо реализовывать способы получения заработка, а именно: открывать пользующиеся спросом специальности, формировать очно-заочные и заочные отделения, создавать филиалы, использовать дистанционные технологии для полного освоения учебного плана без очного посещения учебного заведения и др. [7, с. 52].

Данные обстоятельства отрицательно сказывались на качестве образования, а также на уровне знаний и подготовки обучающихся. В результате к настоящему времени сложилась ситуация, когда диплом об окончании частного вуза, как правило, низко котируется у работодателей, обоснованно предполагающих отсутствие глубоких знаний, навыков и умений у выпускников таких вузов, и не имеет доверия в обществе в целом. Соответственно, можно говорить о том, что упал престиж образования, исказилась его суть, изменилось отношение к вузам [8, с. 107]. Данные стереотипные представления живы по сей день.

При этом коммерциализация коснулась и государственных вузов, за счет формирования платных групп, сокращения государственного финансирования и связанного с этим сокращения бюджетных мест и др.

В результате описанных процессов российская система высшего образования получила следующие отрицательные последствия: переизбыток выпускников по некоторым специальностям; снижение качества подготовки выпускников вузов; низкий уровень квалификации профессорско-преподавательского состава; недоверие работодателей к выпускникам частных вузов и коммерческих отделений государственных вузов; дискредитация статуса высшего образования в целом.

На протяжении 1990-х гг. в России сформировался так называемый рынок образовательных услуг, на котором продается и покупается специфический товар – образовательная услуга [8, с. 111].

Среди угроз, которые несет процесс коммерциализации образования, можно выделить наиболее значимые, такие как:

– развитие элитарной модели образования, которая предполагает деление образования на две подсистемы: высококачественное образование для правящей элиты и управленцев и осуществляемое по остаточному принципу образование для всех остальных;

– финансиализация образования – процесс, при котором часть дохода образовательные организации получают от финансовой, а не собственно образовательной деятельности [3, с. 59].

Таким образом, в России сегодня наблюдается кризис высшего образования, который может представлять собой угрозу национальной безопасности, так как состояние образования неизбежно отражается на состоянии всего общества, обуславливая его экономическую, политическую, технологическую составляющие. За период национально-государственного самоопределения стало очевидным, что образование является результатом совместной деятельности человека и государства [2, с. 96]. Однако на данный момент в обществе меняется отношение к системе образования в наши дни, предпринимаются попытки по повышению качества высшего образования, а также его престижа и ценности в глазах абитуриентов и студентов вузов.

По результатам опроса в форме интервью, проведенного в мае 2022 г. в рамках учебного исследования (выборка составила 12 респондентов мужского и женского пола в возрасте от 18 до 50 лет), можно сделать следующие выводы. На сегодняшний день в обществе существуют стереотипные представления о коммерциализации образовательных услуг в вузе, однако данные стереотипы большинство респондентов считают объективными и обоснованными. При этом большинство респондентов считают, что сегодняшний процесс коммерциализации образовательных услуг в вузе охватывает не только сферу образования, но и другие сферы общественной жизни. Среди основных последствий коммерциализации образовательных услуг в вузе респонденты отмечают негативное влияние на качество образования.

По вопросу о перспективах развития высшего образования мнения респондентов разделились, одни отмечают положительные перспективы развития, другие негативную перспективу.

Образование является важным этапом становления и развития личности. Сегодня образование лишается своего содержания и наполнения, процесс коммерциализации усугубляет данный процесс. В обществе формируются определенные стереотипы относительно данного вопроса, которые формируют образ высшего образования сегодня.

Проблема борьбы со стереотипным отношением к образованию сегодня становится первостепенной задачей государства. Для повышения доверия к системе высшего образования необходимо реализовывать государственные программы, направленные на повышение качества высшего образования и формирование отношения к образованию как особой ценности; увеличивать финансирование вузов со стороны государства и за счет средств инвесторов; увеличивать количество бюджетных мест.

### *Литература:*

1. *Бегалинова К.К., Ашилова М.С.* Влияние общества потребления на систему образования // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. 2018. № 2. С. 189–200.
2. *Еремин В.В., Борщева Н.Л.* Особенности процесса коммерциализации высшего образования в России // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2005. № 5. С. 92–97.
3. *Золотарев А.А.* Новое индустриальное общество: перезагрузка / А. А. Золотарев, Г. А. Маслов, Р. А. Субхангулов // Экономическое возрождение России. 2017. № 2. С. 55–61.
4. *Ильин А.Г.* Философия в информационном обществе и образовании // Университет в глобальном мире: новый статус и миссия. XI Международная научная конференция «Сорокинские чтения»: Сб. материалов. М.: Макс Пресс, 2017. С. 100–102.
5. *Ляшко И.А., Карякин Э.А.* О роли философии в нравственном образовании // Общество и образования в XXI веке: опыт, традиции, перспективы (VII Лозинские чтения). Псков: Изд-во Псковского гос. ун-та, 2017. С. 300–306.
6. *Музыченко А.В.* Общество потребления в эпоху глобализации: социально-политические аспекты / А.В. Музыченко, Н.С. Назарова, И.А. Стрижова. Одесса: Печатный дом, 2014. С. 58–60.
7. *Яковлева Н.Г.* Коммерциализация российского высшего образования: историко-логические контрапункты // Экономическое возрождение России. 2017. № 4 (54). С. 49–59.
8. *Яковлева Н.Г.* Образование как драйвер социально-экономического развития // Экономическое возрождение России. 2016. № 4. С. 105–118.

\* \* \*

**Иванова Н.С.,**  
кафедра теоретической и специальной  
социологии имени М.А. Будановой,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, России,  
hopethibert@gmail.com

**Луцкая Е.Е.,**  
кандидат философский наук,  
доцент кафедры теоретической  
и специальной социологии имени М.А. Будановой,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
ee.lutskaya@m.mpgu.edu

## **Возможности и ожидания выпускников российских и зарубежных вузов от работы в корпорациях (в большой четверке): мотивы, цели, ценности**

***Аннотация:*** сегодня у выпускников вузов не наблюдается единой тенденции при выборе будущего места работы. Нестабильность условий диктует достаточное разнообразие трудового поведения, поэтому актуальной задачей становится возможность сравнить разные возможности и мотивационные стратегии у выпускников вузов разных стран для прогнозирования и снижения риска как безработицы, так и выравнивания социальных шансов.

***Ключевые слова:*** рынок труда; профессиональные траектории; выпускники вузов; социальный капитал; Deloitte.

**Nadezhda Ivanova,**  
Department of Theoretical and Special  
Sociology named after M.A. Budanova,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia  
hopethibert@gmail.com



**Ekaterina Lutskaya,**  
Ph.D., Associate Professor of the Department  
of Theoretical and Special Sociology  
named after M.A. Budanova,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
ee.lutskaya@m.mpgu.edu

## **Opportunities and Expectations of Graduates of Russian and Foreign Universities from Working in Corporations (in the Big Four): Motives, Goals, Values**

*Abstract:* today there are not uniform trends for university graduates when choosing a future place of work. The instability of conditions dictates a sufficient variety of labor behavior, therefore, undoubtedly, the opportunity to compare different opportunities and motivational strategies for graduates of universities in different countries to predict and reduce the risk of both unemployment and equalization of social chances becomes an urgent task.

*Keywords:* labor market; professional trajectories; university graduates; social capital; Deloitte.

Рынок труда для современных выпускников вузов по всему миру формирует как новые тренды, так и новые проблемы. Сегодняшние вызовы по-разному отражаются на возможностях, целях и ценностях молодых специалистов, которые впервые выходят на поле трудовых испытаний. Нестабильность экономики многих стран приводит к сложности выбора оптимальных стратегий при создании личных трудовых и профессиональных траекторий. За последнее десятилетие инновационные, технологические и потребительские тренды существенно изменили восприятие молодежью собственных возможностей и реализацию ценностных потребностей в образовательных и трудовых перспективах. Ожидания от трудовой и карьерной мобильности складываются во многом из индивидуальных запросов на доступные потребительские и социальные ресурсы. Интересно отметить достаточно высокую зависимость между специальностью, вузом и вложениями в будущую карьеру, наращивание интеллектуального капитала у современных выпускников. Чем востребованнее и актуальнее выбранная специальность, чем престижнее

вуз, тем выше уровень интеллектуальных вложений, рационализация выбора и подбор будущих работодателей у выпускников. Объяснение такого феномена связано с доступностью карьерных опций у выпускников престижных вузов, соответственно с высокими ожиданиями и мотивами на оптимальную карьерную перспективу. Сниженный порог карьерных опций у выпускников менее престижных специальностей и вузов часто приводит к расширению запросов и выбора трудовых условий с перевесом в сторону фриланса, самозанятости и индивидуальных трудовых запросов. Снижение уровня защиты макро и микросреды повышает потребность в увеличении роста индивидуальных жизненных траекторий. В основе таких тенденций лежит стремление соответствовать собственным ресурсам и запросам.

Этому способствует достаточно лояльное отношение государств к возможностям самозанятости и снижению бюрократического и юридического порога по оформлению такого статуса. Если десять лет назад для того, чтобы открыть свой бизнес, требовалось собрать большое количество бумаг, решить проблемы с арендой, страхованием и налогами, то сегодня малый бизнес можно создать в течение дня без найма сотрудников и сделать это онлайн. Интернет и технологии предоставляют молодежи еще в подростковый период начать зарабатывать и иметь стабильный доход. Такое виртуальное предпринимательство не требует серьезной интеллектуальной подготовки, а прохождение курсов у блогера заменяет многим университетский диплом. Одним из возможных критериев выбора такого курса на саморазвитие становится пониженный уровень смысловых ценностей и сложность в понимании профессиональных компетенций при выборе направления подготовки в вузе.

В октябре 2022 г. студентами ИСГО МПГУ под руководством Д.В. Ивановой, кандидата социологических наук, доцента кафедры теоретической и специальной социологии им. М.А. Будановой, был проведен онлайн-опрос на тему «Миграционные стратегии российского студенчества». Респондентами выступили студенты 1–4 курсов московских и региональных университетов: МПГУ, РУДН, ВШЭ, МИРЭА, РГГУ, РЭУ им. Г.В. Плеханова, МГТУ им. Баумана, СПбГУ, РГУ нефти и газа им. Губкина, РГУ им. Косыгина, РХТУ им. Менделеева и др. Объем многоступенчатой квотной выборки составил 150 респондентов. В рамках поставленных задач исследования была выдвинута проблема вклада студентов разных вузов и направлений подготовки в свой человеческий ка-

питал. Как показали результаты опроса, вершину рейтинга самых востребованных факторов человеческого капитала у студентов разных вузов и направлений подготовки составили: учеба, ментальное здоровье и самообразование, которое включило в себя такие показатели как хобби, мастер-классы и курсы, творчество, музеи и театры, общение с умными людьми. Работа, ее поиск и совершенствование профессиональных компетенций получили 1% выборов респондентов. Ориентация на карьеру как фактор не был востребован у респондентов в отличие от личных интересов, хобби и предпочтения индивидуальной занятости.

Также можно отметить, что в последнее время студенты все больше отдают предпочтение даже не неформальному, но все же имеющему четко заданные цели, методы и результаты обучения, а информальному образованию, как индивидуальной познавательной деятельности, которая сопровождает нашу повседневную жизнь, не носит целенаправленный, институциональный и обязывающий характер. Такой формат обогащения человеческого капитала формирует более гибкую систему образовательных услуг и демонстрирует новый формат трудовой мотивации, связанной с ростом креативности и ориентированности на индивидуальную траекторию занятости.

Возможно, мы наблюдаем новую волну креативного класса, рожденного средой неопределенности, неустойчивости и кризиса, ценности реализации которого напрямую не связаны с формальными институтами образования и занятости, которые не отвечают их требованиям и запросам на быстрый заработок и удовлетворение актуальных потребностей. К сожалению, результаты опроса подтверждают мнение автора о том, что формирование такого класса не зависит ни от вуза, ни от специальности, которые не коррелируют с занятостью по профилю подготовки и часто не реализуют накопленные профессиональные компетенции выбранной при поступлении специальности. Если несколько десятилетий назад нишу креативного класса занимали рабочие специальности и сектор сферы услуг, то сегодня это практически вся интернет-индустрия: блогерство, SMM-специалисты, дизайн и веб-разработка, интернет-маркетологи, таргетологи, SEO-специалисты и т. д. Плюс роста этого класса состоит в снижении уровня безработицы среди молодежи. В свое время Ричард Флорида уже отмечал, что в тех городах, где процент креативного класса выше, в условиях кризиса уровень безработицы гораздо ниже или смягчаются последствия всеобщего спада экономики [2, с. 69].

Однако ценности этого класса отличаются от ценностей, которые им приписывает Р. Флорида. В первую очередь это ценности и установки, обусловленные материальным образом жизни и его качеством, временными симулякрами (когда время накопления знаний заменяется ускоренным временем реализации нескольких проектов), открытость инновациям при снижении ценности глубины и философии качества, и мобильность, а не свобода, по горизонтали. Карьерные устремления, свойственные организационной и системной парадигме, этим классом отвергаются. В то же время приоритет отдается ментальному и физическому здоровью и свободе выстраивания коммуникационных рамок.

В эту категорию выпускников все чаще попадают те, кого принято сейчас называть работниками в рамках (РвР), для которых работа карьера, и вообще трудоустройство – лишь очень небольшая часть жизни. Как отмечают Марк Пенн и Мередит Файнман, примерно 25% работающих неполный день живут в бедности, однако, совмещая несколько видов сдельной работы, они живут именно так, как им нравится и в том режиме, который их полностью удовлетворяет. Главная их – цель работать для себя, удовлетворения своих потребностей, а не ради компании. Причем исследователи отмечают, что численность трудоспособного населения сокращается, а группа РвР увеличивается. Плюс такой занятости и ее ценность – высокий уровень перемещения между должностями, профессиями, отраслями и регионами и высокая удовлетворенность самим трудом. Причем для современных работодателей такой рынок рабочей силы гораздо выгоднее экономически: чем нанимать целый штат сотрудников для реализации сложного проекта, гораздо проще нанять высококлассного специалиста на временную работу, например, руководителем маркетинговой службы на неполный рабочий день для решения интересной, креативной задачи. Ученые отмечают, что именно молодежь все чаще стала искать работу с неполным рабочим днем и эта тенденция все увеличивается [1, с. 342–347].

Однако карьерный порог виртуального предпринимательства хоть и имеет гибкую и высокоадаптационную структуру, заканчивается при выходе на поле серьезных корпораций. В сфере консалтинга и аналитики наиболее влиятельными работодателями, определяющими весь тренд современной аналитической экономики и маркетинга, являются «большая тройка» и «большая четверка». «Большая тройка» – это крупные стратегические консалтинговые компании. Это McKinsey&Co, BCG, Bain&Co.

«Большая четверка» – четыре крупнейшие в мире аудиторские консалтинговые компании Deloitt, Ernst&Young (EY), PricewaterhouseCoopers (PwC), KPMG. Специфика этих компаний для студентов и выпускников заключается в том, что для нижних позиций с перспективой дальнейшего карьерного роста характерна большая нагрузка при небольшой оплате труда. Плюсом может стать прозрачность карьерного трека, а выбор такой работы соответствует ожиданиям тех выпускников, которые надеются на перспективный рост в рамках одной сильной компании. Именно в сильнейших вузах по всему миру осуществляются рекрутинговые компании по набору лучших выпускников в такие корпорации. Это активные участники современного рынка труда, имеющие значительный вес и престижный имидж и среди маркетологов, и среди аналитиков. Практически все маркетинговые, консалтинговые агентства ориентируются именно на «большую тройку» и «большую четверку».

В нашем глубинном интервью с выпускниками Vrije Universiteit (Амстердам), работающих на разных позициях в Deloitt, постараемся раскрыть основные ожидания, мотивы, цели и ценности при трудоустройстве в корпорацию. Сравнительный анализ мы проведем, исследуя глубинное интервью с выпускником МПГУ.

*Источники информации о компании Deloitt.* В процессе глубинного интервью респондентов просили рассказать о том, как они узнали о компании и где искали о ней информацию (табл. 1).

*Табл. 1. Источники информации о компании Deloitt  
(разработано авторами в 2023 г.)*

Оценочные позиции	Всего, человек
Школьные друзья, знакомые	2
Исследовательская ассоциация AERUS	1
Самостоятельный поиск информации	1

При поиске информации о компании Deloitt участники интервью подтвердили мнение авторов о том, что наиболее актуальным источником становятся друзья и знакомые, которые уже имели опыт работы в таких корпорациях и/или имели о них взвешенную оценку. Однако, также большое значение имело и желание самих респондентов работать именно в больших корпорациях, что сформировало более целенаправленное поведение как по самостоятельному поиску информации, так и активность

участия в корпорации в исследовательских ассоциациях и вузовских проектах. Здесь следует отметить и географическое расположение компании. Главный офис Deloitt находится практически напротив здания свободного университета (Vrije Universiteit), студенты видят его из окон. Компания активно сотрудничает с вузом и имеет широкие возможности для привлечения молодых специалистов через большую сеть HR службы.

*Рабочие ожидания от Deloitt.* В ходе исследования респондентов просили указать факторы, привлекающие в работе в компании Deloitt (табл. 2).

Табл. 2. Ожидания от работы в компании Deloitt  
(разработано авторами в 2023 г.)

<b>Оценочные позиции</b>	<b>Всего, человек</b>
Невысокие ожидания от корпоративной жизни	1
Психологическое давление, конфликты	1
Большинство коллег из Евросоюза	2
Работа на голландском, английском	2
Карьерный рост	2
Гибкий график работы	2
Социальный пакет и социальные гарантии	1

Первыми в рейтинге факторов, связанных с ожиданиями от работы в Deloitt, выступили следующие позиции: график работы, карьерный рост, рабочий язык корпорации и коллеги из Евросоюза. Стереотипы о современных корпорациях в России и в Европе разительно отличаются. В нашем понимании корпоративная занятость – это жесткие сроки, работа больше 24 часов в сутки и никакой личной жизни. Однако такой график уже давно не привлекает ни европейских выпускников, ни отечественных. У первого респондента не было высоких ожиданий от корпоративной жизни и рабочего графика, поскольку знакомые из других корпораций «большой тройки» работают больше 70 часов в неделю, но, начав работать в Deloitt, он получил гибкий график, возможность работать удаленно, 26 дней отпуска, занятость 40–50 часов в неделю. Далее, офисные встречи всей команды проходят по вторникам и четвергам, в остальные дни гибкий график: респондент «приходит, как хочет, график выбирает сам». В компании объяснили, что они не хотят, чтобы сотрудники испытывали стресс в своих отделах; у них «нет строгих сроков». Чтобы не возникало психологического давления, в команде есть

«люди корпоративного доверия», к которым можно подойти и «обсудить все трудности». Но респондент «не пошел бы к ним, предпочитая обсудить все с коллегами».

Вторая респондентка также отметила, что боялась за рабочий график, поскольку знала, что в «большой тройке» нужно работать не меньше 80 часов в неделю. Но с началом работы ее страхи исчезли. График работы свободный, ей нравится то, что в компании разрешают работать удаленно даже за границей по несколько недель. Респондентке важен гибкий график, поскольку она «любит путешествовать, делать покупки». Также никакой работы в выходные.

Если говорить о карьерном росте, то оба респондента отмечают этот фактор как большой плюс работы в корпорации. Прочитируем первого респондента: «Важнее всего мы были построение карьеры, корпоративная структура и общественная деятельность» – и то, и другое отлично подходит для первых лет карьеры в корпорации. Плюсом также стало неформальное общение с коллегами на разных мероприятиях. Например, напитки по четвергам, идеальная организация рождественских мероприятий после COVID в Утрехте.

Мотивации респондентки также сильно связаны с карьерным ростом в большой корпорации, она хочет «стать менеджером до того, как родит ребенка», для нее «был важен социальный пакет». Также ей очень нравится команда: «они молоды и учатся намного большему, чем в университете. Измучены, но наслаждаются полученными знаниями». Офисная работа для нее оказалась очень полезной. Она много узнала, как «работает корпоративная система, Excel, как работает управление временем, командная работа, особенности работы в «большой четверке». Я много работаю, но меня это вполне устраивает».

Как рассказали оба респондента, в команде больше всего представителей Евросоюза: Великобритания, Германия, Италия. Также есть коллеги из Индии и Ирака. Большие собрания ведутся на английском, в самих командах чаще всего переходят на нидерландский.

*Собеседование для приема на работу в Deloitt.* В рамках исследования важно было определить факторы, влияющие на результативность собеседования. Ответы респондентов распределились следующим образом (табл. 3).

Табл. 3. Факторы, влияющие на результативность собеседования  
(разработано авторами в 2023 г.)

Оценочные позиции	Всего, человек
Должность, на которую претендовали	2
Опыт работы в маркетинге	2
Видит ли респондент себя в Deloitte в будущем	2
Мотивация к работе в корпорации	2
Базовое образование	2

Оба респондента достаточно активно готовились к собеседованию в корпорации на одну должность: бизнес-аналитика, только молодой человек получил вакансию старшего бизнес-аналитика, а девушка заняла позицию бизнес-аналитика. Предложение о работе в Deloitte оба получили во время учебы в университете в период написания магистерской диссертации. Первый респондент закончил факультет бизнеса и экономики и имел небольшой студенческий опыт стажировки по своему профилю. До Deloitte работал в организациях с неполной занятостью и в студенческих организациях, а опыта в корпорациях на полную занятость у него не было. Как сказал сам интервьюируемый, «Deloitte в основном нанимает людей из университета, предпочтительно с магистерским образованием и ориентированных на науку». Основные навыки работы в маркетинге и аналитике респондент получил уже в корпорации, «поскольку в течение года он должен был посещать множество обязательных семинаров и предоставлять проекты». Первый этап собеседования длился 25 минут с одним из партнеров факультета, не было никакого давления и нестандартных вопросов. По оценке ведущего собеседование, у респондента были хорошие оценки, рекомендации факультета и высокие коммуникационные навыки (soft skills). Один из главных вопросов на собеседовании, решивших его судьбу, был таким: «Видите ли вы себя в Deloitte в будущем?», поскольку «работающий студент – это буквально предварительная ступень для получения должности на полный рабочий день».

Вторая респондентка была не так уверена в своих шансах, боялась неудачи и «много готовилась к ответам для собеседования». Также, как и в случае с первым респондентом, одним из критериев найма стали работа в университете и soft skills. Одним из мотивов к работе в компании респондентка назвала хорошие оценки и умение выстраивать социальные связи (нетворкинг). Однако во время первого интервью ей были заданы



несколько неожиданных вопросов, что ее смутило. Для дальнейшей адаптации в корпорации также пришлось пройти несколько тестов (15–20 вопросов со множественным выбором), заданий и получить сертификаты об их успешном прохождении.

Оба респондента видят свое будущее именно в Deloitte. Однако первый респондент не боится быть уволенным, поскольку компания держится за сотрудников. В то же время свое будущее через пять лет он вряд ли видит именно в Deloitte и готов идти дальше, открыв свой бизнес и найдя личных клиентов. «Только 5–10% доходят до партнера в Deloitte и для достижения этой точки вам нужно пройти все этапы, и во время этого вам поступают предложения от других компаний». Идеальное будущее для него на ближайшие три года — это остаться в Deloitte, если он преуспеет, то получит повышение в конце лета.

Вторая респондентка мечтает стать партнером компании и быть «жизненно счастливой». Ее партнер также работает в компании, и она планирует в дальнейшем завести с ним семью и детей, поэтому социальный пакет и гибкий график были основными мотивами при выборе Deloitte.

В целом мы можем сделать вывод, что главными ценностями для молодых специалистов, работающих в такой сильнейшей аналитической корпорации как Deloitte, являются карьера, совмещенная со свободным временем, корпоративной культурой, направленной на индивидуальные запросы работника, забота о ментальном здоровье и саморазвитие в группе единомышленников. В этом отношении Deloitte на 100% по своим ценностям и запросам совпадает с ожиданиями респондентов.

Для сравнения проведем анализ интервью российского респондента, магистранта второго курса МПГУ, имеющего достаточный опыт во фрилансе. Во фриланс респондент пришел в 2018 г., при этом большую роль в желании в нем остаться сыграла пандемия COVID-19. В отличие от предыдущих респондентов, его ценности не совпадают с корпоративной культурой современных корпораций, поскольку ему «не нравится образ жизни с привязкой», однако если бы обстоятельства вынудили, то он «мог бы рассмотреть такой вариант, однако свой потенциал видит именно в развитии личного проекта как бизнеса в будущем и работа в «большой четверке» была бы для него нежелательной альтернативой». Ожидания от корпоративной жизни у российского респондента невысокие, поскольку «в офисе нужна усидчивость, жесткий график и отсутствие сво-

боды и комфорта, что несравнимо с фрилансом». По базовому образованию респондент социолог-маркетолог, имеет достаточный стаж работы во фрилансе, ведя несколько проектов, в том числе и успешную онлайн-школу английского языка совместно с партнером. Среди основных ценностей, которые он видит во фрилансе, – «прямое ощущение собственной причастности к проекту, а не косвенное». Возможно, мог бы представить свое будущее в корпорации, но мотивом станет финансовая выгода и работа с 8.00 утра до 15.00 дня. Оценка своих компетенций у респондента достаточно высока, однако университет «не может физически успевать давать самую актуальную информацию по современным маркетинговым стратегиям», поэтому считает себя «самоучкой, интуитивно развивался: два года работал для онлайн-сообществ, а потом настал рост в работе на бизнес-проектах». Процесс образования ищет не в корпорациях, а, наоборот, покупает курсы у лидеров мнения и считает этот опыт достаточным для самореализации.

Интересно отметить, что во взглядах на ценности и мотивации в работе у европейских респондентов и российского достаточно много общего. Это и ценность свободного времени, и желание самореализации, и карьерные перспективы, однако корпорации в области маркетинга и аналитики, являющиеся мировыми лидерами, несомненно, создают не только комфортные условия для своих сотрудников, но и высокую планку в конкурентной борьбе за интеллектуальные ресурсы и компетенции, что дает их сотрудникам гораздо больше шансов стать топ-менеджерами и специалистами экстра-класса, чем тем, кто выбирает фриланс и комфорт. В то же время обе траектории при едином старте достаточно активно реализуются у современных выпускников, а вот чей из векторов окажется в будущем более успешным и не произойдет ли смена карьерных ценностей и мотивов, покажет ближайшее будущее.

### *Литература:*

1. Пенн М., Файнман М. Микротренды, меняющие мир прямо сейчас. М.: Альпина Паблишер, 2019. 430 с.
2. Флорида Р. Креативный класс. Люди, которые создают будущее. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. 384 с.

\* \* \*

**Имаметдинова Е.М.,**  
кафедра теоретической и специальной  
социологии им. М.А. Будановой,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
ekershner@bk.ru

## **Востребованность выпускников педагогических вузов на рынке труда: результаты социологического исследования**

*Аннотация:* формирование мотивации самосовершенствования, развитие ценностного отношения к профессии, развитие адекватной самооценки и коммуникативной компетентности, обеспечение психологическим сопровождением процесса образования и адаптации молодых специалистов к условиям практической деятельности, применение активных методов обучения – все это является условием успешного профессионального становления студента, а также его готовностью к профессиональной деятельности.

*Ключевые слова:* педагогический вуз; выпускники; рынок труда; мотивация; конкурентоспособность; профориентация; сплоченность группы.

**Ekaterina Imametdinova,**  
Department of Theoretical  
and Special Sociology named after M.A. Budanova,  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
ekershner@bk.ru

## **The demand for graduates of pedagogical universities in the labor market: the results of a sociological study**

*Abstract:* formation of motivation for self-improvement, development of a value attitude to the profession, development of adequate self-esteem and communicative competence; providing psychological support for the process of education and adaptation of young specialists to the conditions of practical activity, the use of active teaching methods - all this is a condition for the successful professional development of a student, as well as his readiness for professional activity.

**Keywords:** pedagogical university; graduates; labor market; motivation; competitiveness; career guidance; group cohesion.

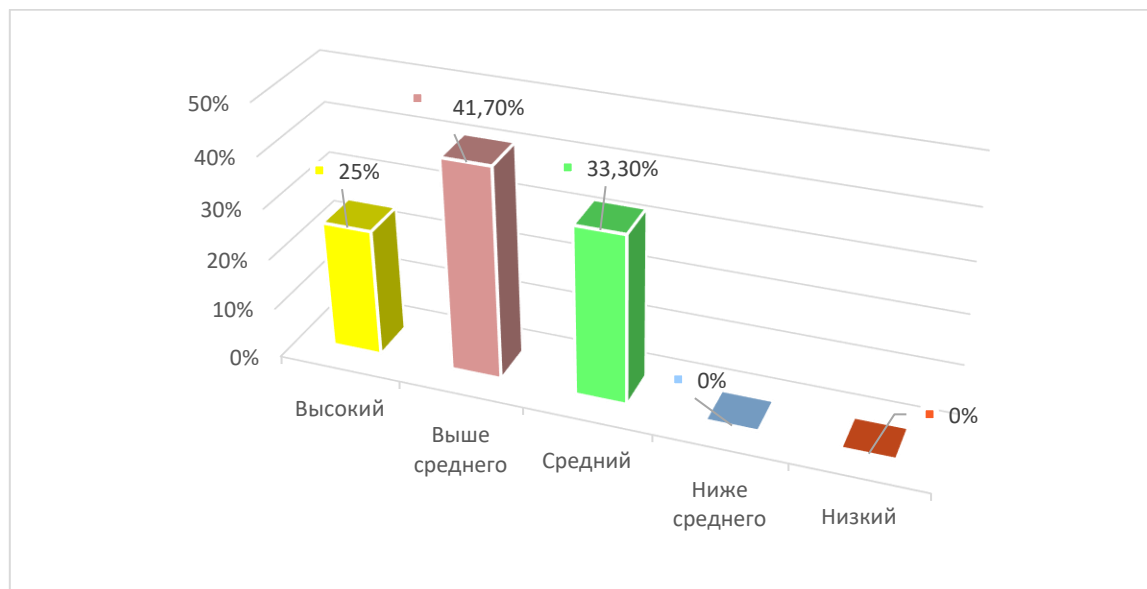
Приобретенные в ходе обучения психолого-педагогические знания и умения позволяют выпускнику педагогического вуза быть востребованным в профессиональной деятельности педагога, быть успешным в достижении жизненных планов, управлять собственным состоянием и эффективно взаимодействовать с другими людьми, осознать собственные особенности и возможности, осуществлять постоянное самообразование, быть успешным в отношениях с коллегами и близкими людьми, правильно воспитывать собственных детей. Выпускник сможет далее продолжить свое обучение в магистратуре по направлениям педагогики или психологии.

Успешная деятельность в учреждениях дошкольного образования позволит в будущем занять престижные должности в разных органах управления образованием, учреждениях среднего и высшего профессионального педагогического образования. Актуальность исследования данной темы определяется постоянно меняющейся политической и экономической обстановкой, обязывающей нас к подробному изучению возможных, возникающих в процессе анализа правового регулирования отношений в востребованности выпускников педагогических вузов на рынке дошкольного образования..

Анализ научной литературы выявил множество теоретических разработок данной проблемы, однако на уровне практики ее разрешение затруднено, недостаточно разработаны методы и конкретные подходы лично-ориентированной диагностики и коррекции выпускников.

Что думают выпускники и работодатели о подготовке выпускников педагогических специальностей и их конкурентоспособности на рынке труда? Каких именно профессиональных и личностных качеств не хватает на сегодняшний день педагогу для успешного осуществления профессиональной карьеры, покажут проведенные социологические исследования. Так, в экспериментальном исследовании в октябре 2022 г. приняли участие студенты 3 курса факультета педагогики и психологии Липецкого государственного педагогического университета. В опросе участвовали 35 человек в возрасте 20–21 года. Применялись следующие методики: «Индекс групповой сплоченности» [4]; «Определение психологического климатического фона в организации» [2]; «Наша группа» [1].

По нашему мнению, групповая сплоченность – один из важных факторов анализа, выявляющая уровень интеграции группы, ее единство. В ходе диагностики «Индекса групповой сплоченности», были получены следующие результаты, представленные на рис. 1.



*Рис. 1. Уровни групповой сплоченности выпускников педагогических вузов (разработано автором в 2023 г.)*

На основании полученных результатов можно сделать вывод о том, что большая часть студентов оценивает коллектив своей группы как достаточно сплоченный, что может говорить о достаточно благоприятной атмосфере в коллективе. В то же время некоторые члены группы сомневаются относительно сплоченности их коллектива. Треть опрошенных оценивают единство собственной группы на среднем уровне, то есть группа воспринимается как дружная, но не всегда способная действовать упорядоченно; 41,7% респондентов оценивают степени групповой сплоченности выше среднего, считая группу способной достигать определенных результатов коллективной деятельности. Каждый четвертый респондент оценивает групповую сплоченность как высокую, коллектив – достаточно организованным и целостным.

Исследование психологического климата в группах [2] представлено на рис. 2.

По методике [4], начальной характеристикой процесса формирования группы является ответственность. Она определяет характер осмотра над проявлением инициативы исходя из убеждений воплощения одобренных в коллективе норм и правил. По этому параметру у 58% опрошенных

фиксируются очень низкие и у 25% – низкие характеристики. Только 17% респондентов готовы в той либо другой ситуации взять на себя ответственность за успех или неудачу в групповой деятельности. 42% респондентов демонстрируют низкие показатели по параметрам «сплоченность» и «коллективизм». 17% испытуемых высоко оценивают «контактность» своей группы, столько же респондентов считают этот показатель низким, треть опрошенных – очень низким. Лишь каждый четвертый респондент готов к открытому взаимодействию в своей группе, 58% опрошенных оценивают «открытость» своей группы как крайне низкую. «Организованность» и «информированность» своей группы треть респондентов оценивают как несформированные, при этом 8% и 17% участников группы, соответственно, оценивают эти параметры высоко, что дает группе потенциал для развития.

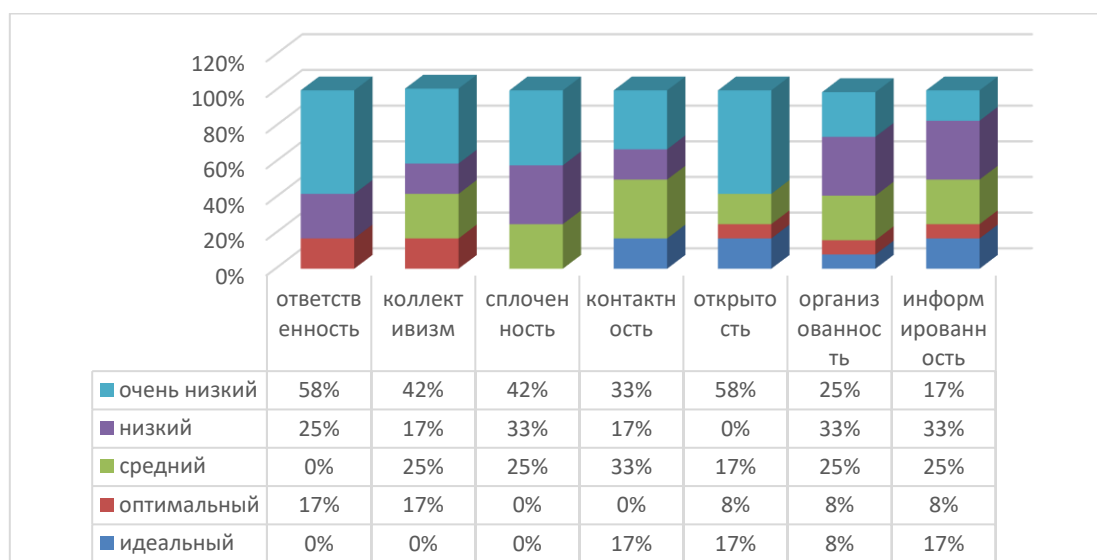


Рис. 2. Исследование психологического климата в студенческих группах (разработано автором в 2023 г.)

Результаты диагностики респондентов по методике «Наша группа» [1] даны в табл. 1. Исходя из табл. 1, 67% студентов имеют близких друзей в группе, что хорошо влияет на эмоциональный климат; 83% студентов думают, что в группе есть альтруисты, то есть люди, способные проявлять чуткость и понимание; 67% членов группы считают, что у них в коллективе есть прагматики, способные взаимодействовать для достижения ведущей цели; столько же опрошенных отмечают в коллективе присутствие людей, способных приободрить и поднять настроение. Каждый четвертый респондент отмечает, что в группе есть люди, с которыми у них недружественные отношения; 42% считают, что в их коллективе

есть те, кто думает только о себе; треть опрошенных отмечают в коллективе дезорганизаторов каких-либо совместных дел; 67% студентов считает, что в коллективе есть те, кто своим нытьем портит всем настроение.

Табл. 1. Показатели межличностных взаимоотношений в группе по методике «Наша группа» (разработано автором в 2023 г.)

<b>Показатели</b>	<b>Характерно для группы</b>	<b>Не характерно для группы</b>
Наличие друзей	67 %	33%
Присутствие альтруистического лидера	83 %	17%
Присутствие делового лидера	67%	33%
Присутствие эмоционального лидера	94%	33%
Присутствие неприятелей	25%	75%
Присутствие эгоистического лидера	42%	58%
Присутствие дезорганизатора дел	33%	67%
Присутствие «нытиков»	67 %	33%

Таким образом, групповое единство – это определенный механизм групповой динамики, который описывает высоту уровня склонности к доверию в группе ее участников. Процессу формирования групповой сплоченной скованности способствуют: удовлетворенность индивидуальных потребностей личностей в группе; согласованность целей группы с индивидуальными потребностями ее членов; различного рода симпатии между участниками группы; подходящие психологические условия в группе; престиж группы.

Исходя из результатов исследования, было принято решение о проведении в данном коллективе тренинга, направленного на повышение групповой сплоченности; на основе «Социально-психологического тренинга» [3] была разработана и в ноябре 2022 г. реализована программа тренинговой работы, в которой приняли участие те же третьекурсники факультета педагогики и психологии ЛГПУ. После ее реализации было проведено вторичное диагностическое исследование; в студенческом коллективе была зафиксирована положительная динамика групповой сплоченности. После проведения тренинга 41,7% опрошенных считают, что в их коллективе повысилась степень групповой сплоченности, тогда как до проведения тренинга положительный ответ дал только каждый четвертый респондент. При повторном исследовании не выявлено низких

показателей по таким характеристикам как «сплоченность», «информированность», «открытость», «контактность» и «организованность». 67% студентов до участия в тренинге подтвердили наличие друзей в группе; после тренинга положительно на этот вопрос ответило уже 83%, а тех, у кого в группе есть недруги, больше не оказалось. После тренинга 75% отмечали, что в группе есть лидеры, 92% – альтруисты, 83% – эмоциональные лидеры.

Важность отличий диагностических характеристик первичной и вторичной проверки проверялась посредством расчета *t*-критерия Стьюдента. Выявлены статистически значимые отличия в показателях подобных объективных оценок группы как «сплоченность», «информированность», «ответственность», «открытость».

Е.Н. Юдина, Ю.С. Коноплин, М.С. Корнийчук [6; 7] отмечают роль доверия в формировании солидарных групп. Тренинги позволяют студентам на межличностном уровне накапливать этот вид социального капитала, который будет востребован в дальнейшей деятельности.

Можно отметить эффективность внедренной тренинговой программы. Социально-психологический тренинг способствует формированию процессу групповой сплоченности в студенческой группе.

### ***Литература:***

1. *Мотков О.И.* Наша группа. URL: <https://nsportal.ru/shkola/vneklassnaya-rabota/library/2022/07/10/metodika-o-i-motkov> (дата обращения: 13.07.2023).
2. *Немов Р.С.* Определение психологического климатического фона в организации. URL: <https://psylist.net/praktikum/00051.htm> (дата обращения: 13.07.2023).
3. *Садовникова Н.О.* Социально-психологический тренинг: Практикум / Н.О. Садовникова, М.А. Реньш, Е.Г. Лопес. Екатеринбург: Рос. гос. проф.-пед. ун-т, 2007. С. 13–42.
4. *Сишор К.Э.* Индекс групповой сплоченности. URL: <http://testoteka.narod.ru/mlo/1/24.html> (дата обращения: 13.07.2023). 7
5. *Уотсон Д.* Поведение как предмет психологии // Хрестоматия по истории психологии / ред. П.Я. Гальперина, А.Н. Ждан. М.: Изд-во МГУ, 2019. С. 34–44.



6. Юдина Е.Н., Коноплин Ю.С. Фриланс как особый вид вторичной занятости студентов вузов // Поиск: Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура. 2020. № 6 (83). С. 52–60.

7. Юдина Е.Н., Корнийчук М.С. Социальные сети Интернета как инструмент формирования среды доверия в организации // Труд и социальные отношения. 2016. № 3. С. 115–129.

\* \* \*

**Исаев Е.Н.,**  
кафедра теоретической и специальной  
социологии им. М.А. Будановой,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
isaevzheka777@gmail.com

### **Удаленная занятость молодежи в интернете: согласование интересов фрилансера и работодателя**

*Аннотация:* методом контент-анализа рассматриваются резюме и вакансии, размещенные в группах социальной сети «ВКонтакте», посвященных удаленной занятости и фрилансу. Приводится количественная и процентная частота упоминания единиц счета, а также выводы, касающиеся позиции фрилансеров на рынке труда и требований по отношению к ним работодателей. Даны практические рекомендации по регулированию интересов работодателя и фрилансера.

*Ключевые слова:* удаленная занятость; прекариат; фрилансеры; фриланс; резюме; вакансии; трудовой договор; сдельная оплата труда.

**Evgenii Isaev,**  
Department of Theoretical  
and Special Sociology named after M.A. Budanova,  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
isaevzheka777@gmail.com

### **Remote employment of young people on the Internet: reconciliation of freelancer and employer interests**

*Abstract:* the method of content analysis considers resumes and vacancies posted in the groups of the social network VKontakte, dedicated to remote employment and freelancing. The quantitative and percentage frequency of mentioning units of account is given, as well as conclusions regarding the position of freelancers in the labor market and the requirements of employers for them. Practical recommendations for regulating the interests of the employer and freelancer are indicated.

**Keywords:** remote employment; precariat; freelancers; Freelance; resume; vacancies; employment contract; piecework wages.

С нашей точки зрения, фрилансерство является неустойчивой формой занятости, а сами фрилансеры могут быть отнесены к категории прекариата. Этот термин ввел в своей книге «Прекариат: новый опасный класс» родоначальник современного дискурса прекарной занятости, британский экономист Гай Стэндинг [1], полгавший, что для современной сферы занятости характерно развитие неустойчивости, а удаленно занятые работники, так называемые фрилансеры, могут иметь такие признаки неустойчивости, как отсутствие рабочего графика, отделяющего работу от отдыха; слабые гарантии в оплате труда; устные договоренности об условиях работы и оплате, отсутствие оплачиваемых больничных и отпуска и др.

Цель нашего эмпирического исследования – анализ процесса согласования интересов фрилансера и работодателя и изучение потенциальных проблемных мест. Исследование проводилось методом количественного контент-анализа в июне-июле 2022 г., анализируемая информация датируется периодом с июня 2021 по июнь 2022 гг. Местом ее размещения выступали два крупных фриланс-сообщества в социальной сети «ВКонтакте» под названиями «ФРИЛАНС» (100 тыс. пользователей) и «Удаленная работа ФРИЛАНС» (80 тыс. пользователей).

Объектом исследования выступили вакансии и резюме, выложенные в разделе обсуждений фриланс-сообществ в соцсети «ВКонтакте». Предмет исследования составили стратегии позиционирования прекариата в интернет-сфере. Цель определила следующие задачи исследования: 1) рассмотреть и проанализировать резюме фрилансеров; 2) проанализировать вакансии работодателей; 3) сравнить эти два массива данных и выявить сходства и различия характеристик.

Для анализа полученных данных нами были сформулированы следующие гипотезы:

1. Фрилансеры в большинстве своем указывают опыт работы менее пяти лет по своей сфере деятельности в резюме.

2. Наиболее популярный вид резюме – предложение о сдельной работе без пролонгации рабочих отношений с работодателем.

3. В большинстве вакансий предлагается гибкий график и плавающие выходные.

4. Существуют большие расхождения в интересах фрилансеров и работодателей.

Так как выкладываемая информация в данных сообществах «ВКонтакте» не модерруется, возникает необходимость определенного метода выборки совокупности сообщений: в ходе отбора мы отдавали предпочтение более крупным (более содержательным резюме и вакансиям, которые, как правило, состоят как минимум из двух-трех абзацев) и уникальным из них. Уникальность предполагалась только в том смысле, что повторяющиеся сообщения от одного или нескольких пользователей не учитывались. Кроме того, не рассматривались сообщения, авторы которых были заблокированы администрацией «ВКонтакте» (с помощью этих пользовательских страниц потенциально возможна мошенническая деятельность).

В качестве единиц анализа вакансий и резюме мы выбрали форму занятости, график работы, заработную плату, обязанности, условия, оформление, опыт работы в данной сфере, образование. Мы сравнивали между собой вакансии (предложения работодателя) и резюме (предложения услуг по совершению какой-либо деятельности). Всего было проанализировано 190 вакансий. По единицам анализа они распределились следующим образом.

*Форма занятости:* удаленная занятость – 180; на выбор удаленно или в офисе – 7; в перспективе офис (после удаленной части работы) – 1; в офисе – 2.

*График работы:* плавающий выходной – 19; без выходных – 2; гибкий график – 42; два через два – 10; три через три – 1; 5 дней в неделю – 35; 4–6 часов – 8; до 5 часов в день – 21; больше 5 часов в день – 33.

*Зарботная плата:* сдельная – 46; повременная/в час – 7; по договоренности – 21; постоплата – 3; предоплата – 3.

*Обязанности:* быть на связи в определенное время – 8; постоянно быть на связи – 10.

*Условия:* долгосрочно/постоянная работа – 18; официальная зарплата – 1; стабильная работа – 5; гарантированная оплата – 4; регулярная оплата – 6; стабильная заработная плата/стабильные выплаты – 3; тестовое задание – 11; своевременная выплата/вовремя/без задержек – 29; оплачиваемый отпуск – 4; больничный – 1.

*Оформление:* ГПХ (ГПД) / договор подряда – 8; официальное трудоустройство/оформление по договору – 10; договор оказания услуг – 2; оформление самозанятости или ИП – 3.

*Опыт работы в данной сфере:* опыт без указания времени – 46; начинающий / без опыта – 31; 6 месяцев – 3; опыт от 1 года – 1; более 2 лет – 3; опыт от 3-х лет – 3; 5 лет и больше – 1.

*Образование:* профильное образование – 5; высшее образование – 6; курсы – 2; не важно, где учились – 1; наличие сертификатов – 3; прошедших обучение, не указывая его уровень – 1.

*Упоминания внутри категорий:* 1) гибкий график упоминается 25% (42 раза), а плавающие выходные 11% (19 раз); 2) работодатели ищут исполнителей по сдельной методике оплаты 58% (46 раз), при этом возможность долгосрочных отношений 22% (18 раз); 3) кандидаты, рассматриваемые на должность, в большинстве своем должны иметь базовый опыт в своей сфере деятельности 52% (46 раз), без привязки ко времени или же быть новичками 35% (31 раз), а вместе это будет 88% (77 раз). Более опытные соискатели не пользуются популярностью; 4) из условий чаще всего упоминаются гарантии, связанные с зарплатой 52% (43 раза). *По всем вакансиям:* только 12% (23 вакансии) дается возможность заключения договоров или оформления самозанятости с ИП.

Всего было проанализировано 162 резюме. Распределение по единицам анализа представлено ниже.

*Форма занятости:* удаленная занятость – 160; офлайн – 1; сезонная – 1.

*График работы:* гибкий график – 2; два через два – 2; 5 дней в неделю – 2; без выходных – 2; от 3 до 6 часов – 1; до 5 часов – 1; больше 5 часов – 1.

*Заработная плата:* сдельная – 18; повременная / в час – 1; по договоренности – 5; без предоплаты – 4; 50% предоплата – 9; частичная или полная предоплата – 32; предоплата полностью – 6; небольшая предоплата – 1.

*Обязанности:* на связи в определенное время – 1; постоянно на связи – 8.

*Условия:* долгосрочно / постоянная работа – 15; бесплатная консультация – 26; первая работа бесплатно – 10; не пишу бесплатные тестовые задания – 1; тестовое задание выполняю – 1.

*Оформление:* самозанятость с заключением договора – 19; заключение договора с ИП – 1; работа по договору – 4.

*Опыт работы в данной сфере:* опыт без указания времени – 11; начинающий – 20; до 1 года – 1; больше года – 2; до 2 лет – 1; более 2 лет – 2; 3 года – 3; 5 лет и больше – 11; больше 10 лет – 4; больше 15 лет – 1.

*Образование:* высшее – 9; сертификаты / сертифицированный специалист – 18; получаю диплом – 3; обучение в онлайн-школе – 3; онлайн-курс – 7.

*Упоминания внутри категорий:* 1) по предоплате любых размеров работают 63% (48 раз), без предоплаты – 5% (4 раза); 2) сдельная оплата труда интересует 24% (18 раз), а долгосрочная работа 28% (15 раз); 3) работники, делающие пробное задание бесплатно или проводящие бесплатную консультацию, составляют 70% (37 раз); 3) без опыта работы в данной сфере или без конкретного указания – 55% (31 раз), опыт указывают 45% (25 раз), начиная от менее года и заканчивая больше 15 лет; 4) самое популярное образование, указанное в резюме, – онлайн-образование и подтверждающие знания сертификаты, вместе составляют 70% (28 раз). Высшее образование у всего 23% (9 раз). *По всем резюме:* по договору, в том числе самозанятости и ИП работают 15% (24 резюме).

Сравнение вакансий и резюме позволило нам прийти к следующим выводам:

1. По вакансиям можно сказать, что в большинстве своем работодатели ищут малоопытных работников, а в резюме показатели новичка в профессии и опытного специалиста встречаются почти одинаково. Таким образом, некий пласт опытных исполнителей остаются в слепой зоне у работодателей.

2. Желание долгосрочных отношений высказывается и со стороны работодателей, и со стороны работников с одинаковой частотой (9% и 10% из всего объема), при этом сдельную оплату труда стремятся использовать чаще работодатели, чем работники.

3. Можно заметить примерно одинаковое количество заключений официальных трудовых договоров из указанного (190 вакансий и 162 резюме) количества – 12% (23 вакансии) и 15% (24 резюме).

Полученные результаты позволяют сделать следующие выводы по сформулированным нами в начале исследования гипотезам:

Три из четырех поставленных гипотез подтвердились. Причем вторая подтвердилась частично, а первая и третья – полностью. Итак, первая и третья гипотеза имеют такие подтверждения: количество работников, указывающих опыт работы более 5 лет и опыт без указания времени меньше, чем указывающих менее 5 лет; частота упоминаний гибкого графика и плавающих выходных в тексте вакансий является высокой. Вторая гипотеза имеет такой подтверждение: преобладает указание единичных работ (к примеру, почасовая оплата почти не заявляется), но сказать

о том, что работник не желает продолжения рабочих отношений с работодателем после завершения работы (проекта), нельзя.

Четвертая гипотеза была опровергнута. Нельзя говорить о том, что вакансии и резюме имеют большие различия. Они во многом схожи, но все равно требуют проработки соответствия интересов с обеих сторон.

В качестве тенденций мы можем предположить следующее. Во-первых, развитие самосознания с течением времени у удаленных работников в части принадлежности к определенному классу, поможет сформироваться социальным институтам, профсоюзам, помогающим в обеспечении гарантий прав трудящихся, занятых в сфере удаленной работы. Во-вторых, объективно работник может себя оценить с помощью своей заработной платы, и при ее недостаточности прибегнуть к вторичной занятости или переработкам, что будет приводить к систематическим переработкам. Но в таком случае ненормированный график неизбежен, поэтому идея внедрения безусловного базового дохода, также продвигаемая Гаем Стэндингом, кажется спасением в этой и подобных ситуациях для удаленных работников и всего прекариата. Все это делает необходимой модернизацию правового регулирования удаленной занятости со стороны законодательных органов.

### *Литература:*

1. Стэндинг Г. Прекариат: новый опасный класс. М.: Ад Маргинем Пресс, 2014. 328 с.

\* \* \*

**Марочкина А.Е.,**  
кафедра теоретической и специальной  
социологии им. М.А. Будановой,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
marochkinanastya@yandex.ru

**Моисеева И.А.,**  
кафедра теоретической и специальной  
социологии им. М.А. Будановой,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
ira.moiseeva.99@bk.ru

**Вахрушева О.Д.,**  
кафедра теоретической и специальной  
социологии им. М.А. Будановой,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
vakhrusheva\_olga02@mail.ru

**Павлова Е.А.,**  
кафедра теоретической и специальной  
социологии им. М.А. Будановой,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
ea\_pavlova6@student.mpgu.edu

**Оценка иностранными студентами уровня преподавания  
русского языка в МПГУ и своих карьерных перспектив**



**Аннотация:** в данной статье студенты-социологи проанализировали оценку иностранными студентами уровня преподавания русского языка в МПГУ и своих карьерных перспектив. Кроме этого, были приведены статистические данные, полученные в результате опроса в формате анкетирования и теоретические данные, полученные при глубинном интервью. Авторов также интересовало, рассматривают ли иностранные студенты вариант остаться жить и работать в России.

**Ключевые слова:** иностранные студенты; подготовительные курсы; перспектива; образование в России; адаптация; русский язык; коммуникация.

**Anastasia Marochkina,**

Department of Theoretical and Special Sociology  
named after M.A. Budanova,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
marochkinanastya@yandex.ru

**Irina Moiseeva,**

Department of Theoretical and Special Sociology  
named after M.A. Budanova,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
ira.moiseeva.99@bk.ru

**Olga Vakhrusheva,**

Department of Theoretical and Special Sociology  
named after M.A. Budanova,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
vakhrusheva\_olga02@mail.ru

**Elizaveta Pavlova,**

Department of Theoretical and Special Sociology  
named after M.A. Budanova,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
ea\_pavlova6@student.mpgu.edu

## Assessment of the level of Russian language teaching at MPGU by foreign students and their career prospects

**Abstract:** in this article, sociology students analyzed international students' assessment of the level of Russian language teaching at MPSU and their career prospects. In addition, statistical data obtained through a questionnaire survey and theoretical data obtained through an in-depth interview were presented. The authors were also interested in whether foreign students were considering staying and working in Russia.

**Keywords:** foreign students; preparatory courses; perspective; education in Russia; adaptation; Russian language; communication.

Сегодня предоставление образовательных услуг является одной из самых перспективных сфер привлечения инвестиций. В «Концепции государственной политики Российской Федерации в области подготовки национальных кадров для зарубежных стран в российских образовательных учреждениях», одобренной Президентом РФ В.В. Путиным 18 октября 2002 г., отмечалось, что приоритетным направлением государственной политики в области подготовки национальных кадров для зарубежных стран в российских образовательных учреждениях является «подготовка интеллектуальной элиты зарубежных государств в целях обеспечения долговременных политических и экономических интересов России в регионах мира; использование кадрового потенциала зарубежных специалистов – выпускников российских вузов – для создания долговременных благоприятных условий развития политического, торгово-экономического и научно-технического сотрудничества России с зарубежными странами» [2, с. 2].

Следует отметить, что, начиная с 1950-х гг., доля иностранных студентов в СССР от общемировой численности всех студентов, обучавшихся за рубежом, увеличивалась год за годом. В 1980-х гг. Советский Союз занимал второе место в мире (после США) по количеству обучающихся иностранных студентов [3, с. 21–22]. Разумеется, ситуация изменилась радикальным образом в начале 1990-х годов. В 1995 г. Россия переместилась на 8–9 место, и за последние годы XX в. эта позиция существенно не менялась. Спад был преодолен лишь в начале XXI века. В настоящее время 3% всех студентов, обучающихся в российских вузах, – это иностранные граждане, что составляет более 150 тыс. человек

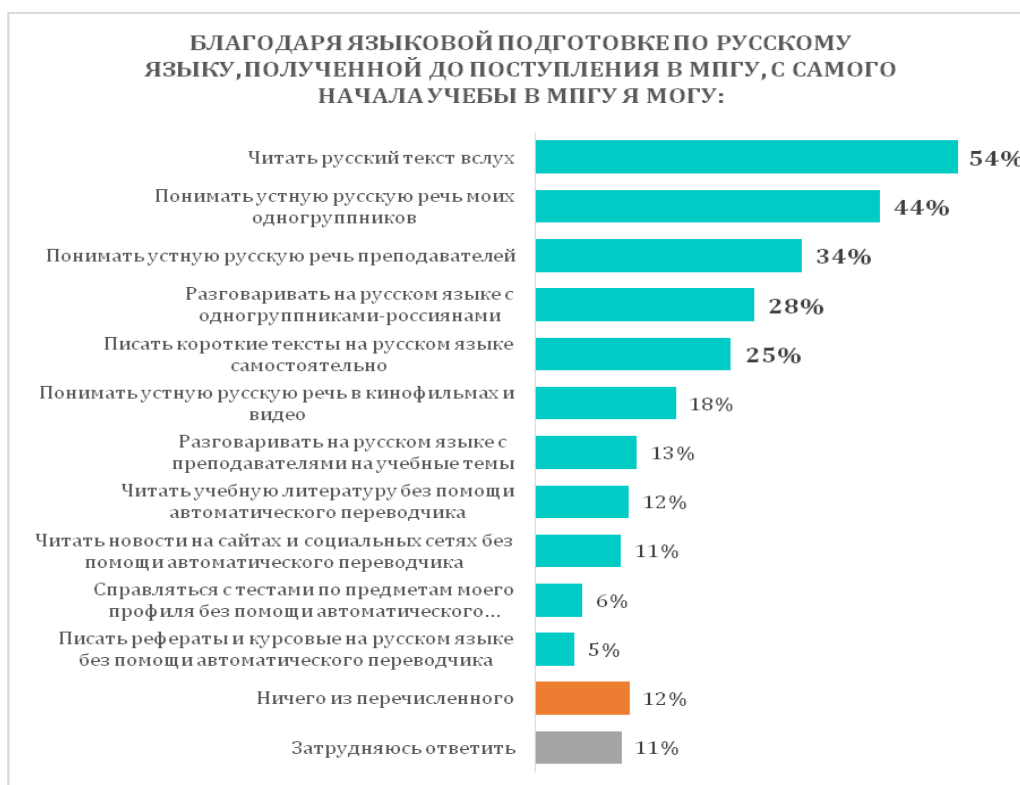
[1, с. 11–13]. Знание русского языка является основой для получения иностранным студентом знаний, умений и навыков по выбранной специальности. Между тем, по отзывам преподавателей и одногруппников-россиян, у значительной части иностранных студентов и аспирантов имеются пробелы в подготовке по русскому языку, которые препятствуют освоению учебной информации, результативной коммуникации студентов с преподавателями и одногруппниками и успешной социализации в университете.

С целью совершенствования существующих форм и методов преподавания русского языка иностранным учащимся лабораторией социальных технологий Института социально-гуманитарного образования (ИСГО) было предпринято провести данное исследование. Была разработана электронная анкета, содержащая вопросы, соответствующие поставленным задачам. Опросный этап исследования проходил в ноябре-декабре 2022 г. Выборка составила 115 респондентов, в возрасте от 18 до 45 лет. 63% опрошенных – обучающиеся в возрасте от 21 до 25 лет. Анализ данных производился с помощью методов описательной статистики (построение частотных распределений, выявление наличия связи между переменными).

Иностранный студент или аспирант должен поступать на обучение в МПГУ, обладая определенным уровнем владения русским языком. Как правило, иностранный студент имеет возможность пройти дополнительное обучение по русскому языку, и многие этой возможностью пользуются. Между тем, данные опроса показывают, что значительный процент наших респондентов (17%) не проходили до поступления в МПГУ подготовку по русскому языку. 42% опрошенных проходили подготовку в другом российском вузе; 22% – в Центре довузовской подготовки иностранных граждан по русскому языку. Нам было важно выяснить, какие умения и навыки дала языковая подготовка по русскому языку, полученная до поступления в МПГУ, будущему студенту (аспиранту).

Итоги опроса (рис. 1) не выглядят оптимистично – только одним навыком, да и то не самым сложным и важным, а именно – «Читать русский текст вслух», овладели на момент поступления в МПГУ более половины (54%) опрошенных. Менее 44% были способны понимать устную речь одногруппников, только треть опрошенных (34%) были способны понимать устную речь преподавателей и около трети (28%) – общаться на русском языке с одногруппниками-россиянами.

Значительный процент респондентов (12%) не овладел ни одним навыком/умением из перечисленных в анкете. Еще более удручающе выглядит картина навыков, напрямую относящихся к способности обучающегося справиться с образовательной программой своего направления подготовки: только 13% респондентам их уровень владения русским языком позволил разговаривать с преподавателем на учебные темы, что могло приводить к накоплению проблем и потере интереса к процессу обучения. Лишь некоторые респонденты могут справляться с тестами по профильным предметам без помощи автоматического переводчика (6%) и писать рефераты и курсовые на русском языке без помощи автоматического переводчика (5%).



*Рис. 1. «Благодаря языковой подготовке по русскому языку, полученной до поступления в МПГУ, с самого начала учебы в МПГУ я могу...» (закрытый вопрос, неограниченное число ответов) (разработано авторами в 2023 г.)*

От организации преподавания русского языка в образовательной организации во многом зависит качество знаний обучающихся. Поэтому в анкету были включены вопросы, направленные на оценку соответствия образовательной программы подготовки по русскому языку ожиданиям обучающихся и оценку отдельных составляющих образовательной среды

(материально-техническая база; система оценивания; качество домашних заданий и др.) (рис. 2).



Рис. 2. «Как Вы считаете, соответствует ли образовательная программа подготовки по русскому языку Вашим ожиданиям?» (закрытый вопрос, один вариант ответа) (разработано авторами в 2023 г.)

Осознают важность подготовки по русскому языку абсолютное большинство респондентов – 92%, причем для 81% респондентов подготовка по русскому языку очень важна (рис. 3).



Рис. 3. «Насколько важна для Вас подготовка по русскому языку?» (закрытый вопрос, один ответ) (разработано авторами в 2023 г.)

Для более чем половины респондентов занятия по русскому языку привлекательны прежде всего потому, что они помогают развитию коммуникативных навыков. 59% респондентов ценят в занятиях по русскому языку возможность получения навыка говорения по-русски, 57% респондентов – общение с одногруппниками, друзьями, 45% – возможность непосредственного общения с преподавателями, для 36% опрошенных эти занятия формируют навык восприятия русской речи.



*Рис. 4. «Что больше всего Вас привлекает в занятиях по русскому языку, проходящих в МПГУ?» (закрытый вопрос, неограниченное число ответов) (разработано авторами в 2023 г.)*

Почти половина опрошенных (47%) готова ходить на платные дополнительные занятия по русскому языку, треть опрошенных (30%) определенно готовы, 17% – скорее готовы, 39% – не готовы. Довольно большой процент респондентов (14%) не определились в своем отношении к необходимости платных занятий по русскому языку и, как следствие, затруднились с ответом (рис. 5).

Известно, что иностранный язык нуждается в постоянной поддержке уровня владения им, поэтому мы включили в анкету вопрос о том, практикуются ли в русском языке, и как именно, наши респонденты вне аудиторных занятий (рис. 6). Подавляющее большинство респондентов (93%) практикуется в русском языке вне аудиторий тем или иным способом. При этом большинство предпочитает практики слушания и чтения – 54% смотрит фильмы и сериалы на русском языке, 50% респондентов

слушает русские песни, 42% просматривают российские социальные сети, 39% читает литературу на русском языке. В то же время 43% опрошенных вне аудитории продолжает общаться с носителями русского языка.



Рис. 5. «Готовы ли Вы проходить платные дополнительные занятия по русскому языку, кроме тех, которые предусмотрены программой обучения в МПГУ?» (закрытый вопрос, один ответ) (разработано авторами в 2023 г.)



Рис. 6. «Как Вы практикуетесь в русском языке вне аудиторных занятий?» (закрытый вопрос, любое число ответов) (разработано авторами в 2023 г.)

Итак, можно утверждать, что иностранные студенты и аспиранты в целом считают подготовку по русскому языку важной составляющей обучения (92%), считают подготовку по русскому языку в МПГУ отвечающей их ожиданиям (76%), в основном на «хорошо» и «отлично» оценивают составляющие образовательной среды (материально-техническая база; качество домашних заданий; система оценивания; коммуникация

преподавателя с учениками и др.), в большинстве своем (93%) стараются заниматься русским языком и вне аудиторных занятий, а значительный процент (47%) готов дополнительно заниматься русским языком на платной основе.

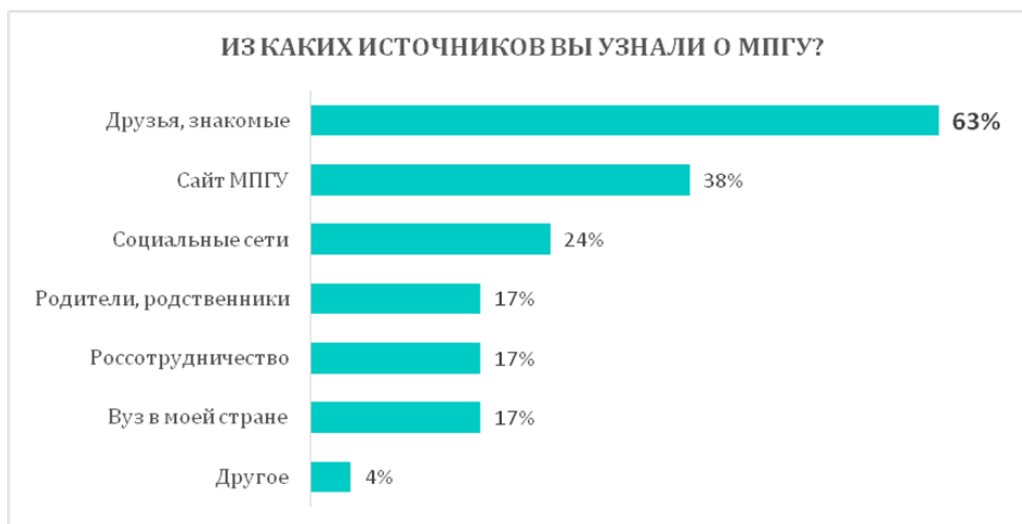
В качестве дополнения к основной части анкеты, касающейся подготовки иностранных обучающихся по русскому языку, был включен ряд вопросов о том, что повлияло на выбор респондентами МПГУ в качестве места обучения (рис. 7–8), и о карьерных устремлениях респондентов (рис. 9). Главными факторами выбора МПГУ для обучения являются взаимозависимые параметры – хорошая репутация (69%), качественное обучение (61%) и квалифицированные преподаватели (58%).



*Рис. 7. «Почему Вы выбрали для обучения именно МПГУ?»  
(закрытый вопрос, один ответ) (разработано авторами в 2023 г.)*

Как видно из результатов опроса (рис. 8), ближний круг респондентов играет самую важную роль в их информировании о возможностях, предоставляемых для обучения МПГУ, о чем говорит большой процент (63%) выбора респондентов друзей и знакомых как источников информации, и 17% тех, кого информировали родители и родственники. Далее с некоторым отставанием идут интернет-источники – сайт МПГУ (38%) и социальные сети (24%). Значительную роль в информировании об МПГУ играют Россотрудничество (17%) и связи с зарубежными вузами (17%).





*Рис. 8. «Из каких источников Вы узнали о МПГУ?» (закрытый вопрос, неограниченное число ответов) (разработано авторами в 2023 г.)*

На данный момент чуть больше половины (55%) опрошенных собираются работать по специальности, полученной в вузе, и только 5% не планируют этого делать. Между тем, среди иностранных студентов и аспирантов довольно много тех, кто не определился со своей дальнейшей профессиональной деятельностью, о чем говорит 20% тех, кто готов сменить сферу деятельности ради заработка и 17% затруднившихся с ответом на этот вопрос.



*Рис. 9. «Если Вы задумывались о своей карьере, то какой Вы видите свою дальнейшую профессиональную деятельность?» (закрытый вопрос, один ответ) (разработано авторами в 2023 г.)*

Что касается перспективы возвращения на родину и работы там, то в ней уверены только 40% респондентов. Треть респондентов (31%) хочет

остаться жить и работать в России. Более четверти респондентов (27%) затруднились ответить на этот вопрос.



*Рис. 10. «По окончании обучения Вы хотели бы...»  
(закрытый вопрос, один ответ) (разработано авторами в 2023 г.)*

Итак, главным фактором выбора иностранными студентами МПГУ для обучения является его хорошая репутация (69%), которую транслирует ближний круг наших респондентов (63% респондентов указали на друзей и знакомых как источников информации, к ним можно прибавить 17% тех, кого информировали родители и родственники) и интернет-источники (сайт МПГУ и социальные сети). Что касается карьерных перспектив, то больше половины (55%) иностранных студентов намерено работать по приобретаемой в стенах МПГУ специальности, но только 40% подтвердили свое желание вернуться в родную страну и трудоустроиться там. Подготовка обучающихся по русскому языку на момент поступления в МПГУ отстает от требований учебного процесса, о чем говорят данные опроса. Иностранные студенты осознают важность подготовки по русскому языку, в целом положительно относятся к тому, что предоставляет в этом плане МПГУ, и готовы предпринимать определенные действия по повышению своего уровня владения русским языком. Слабый стартовый уровень русского языка не дает иностранным студентам возможность успешно изучать дисциплины, направленные на совершенствование уровня владения русским языком («Речевые практики» и «Академическая риторика»).

На основании полученных данных были составлены рекомендации по улучшению системы работы с иностранными студентами, включающие следующие меры.

1. Совершенствование системы довузовской подготовки в направлении выработки навыков восприятия речи на слух и увеличения словарного запаса (необходимы переговоры с Центром довузовской подготовки).

2. Введение входного тестирования и собеседования на русском языке и отказ в зачислении на основные образовательные программы тем иностранным абитуриентам, не прошедшим подготовку по русскому языку и не показавшим достаточных результатов на входном тестировании.

3. Введение для иностранных студентов начального курса профессионального русского языка по выбранному ими направлению подготовки, в рамках которого будет подробно и методично объясняться основная терминология (минимальная длительность курса – один семестр).

4. Выделение отдельной группы для иностранных студентов со слабым уровнем владения русским языком для занятий «Речевыми практиками» / «Академической риторикой».

5. Возможность обучающимся посещать платные занятия по русскому языку, направленные на развитие навыков активного слушания / говорения и на развитие навыков письма со словарем, но без автоматического переводчика.

### ***Литература:***

1. *Арефьев А.Л.* Иностранные студенты в российских вузах: Доклад на 3-м всемирном форуме иностранных выпускников советских и российских вузов (Москва, ноябрь 2012 года). URL: <http://www.socioprognoz.ru/> (дата обращения: 20.11.2022).

2. Концепция государственной политики Российской Федерации в области подготовки национальных кадров для зарубежных стран в российских образовательных учреждениях // Гарант. URL: <http://iv.garant.ru/SESSION/PILOT/main.htm> (дата обращения: 19.11.2022).

3. Экспорт российских образовательных услуг: Статистический сб. Вып. 2. М.: ЦСПиМ, 2009. 356 с.

\* \* \*

**Никитина А.А.,**  
кафедра теоретической и специальной  
социологии им. М.А. Будановой,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
aa\_nikitina12@student.mpgu.edu

## **Современные аспекты международных рекламных стратегий: адаптация и стандартизация рекламы**

*Аннотация:* в статье рассмотрены основные концепции международной рекламной деятельности (многонациональная, глобальная и глокальная), возникшие в современных условиях глобализации и распространении массовой культуры. Анализируются основные аспекты стратегий адаптации и стандартизации рекламы, приводятся примеры их использования. Делаются выводы о необходимости изучения особенностей восприятия рекламного сообщения представителями различных культур.

*Ключевые слова:* глобализация; международный маркетинг; адаптация; стандартизация; кросс-культурные особенности.

**Anastasia Nikitina,**  
Department of Theoretical and Special Sociology  
named after M.A. Budanova,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
aa\_nikitina12@student.mpgu.edu

## **Modern aspects of international advertising strategies: adaptation and standardization of advertising**

*Abstract:* the article considers the main concepts of international advertising (multinational, global and glocal) arising in the present conditions of globalization and the spread of «mass culture». Adaptation and standardization strategies in advertising, as well as their main aspects are analyzed, also examples of their usage are given. Based on the analysis of the article materials, conclusions are drawn about the need to study

the peculiarities of the perception of an advertising message by representatives of different cultures.

**Keywords:** globalization; international marketing; adaptation; standardization; cross-cultural features.

В эпоху глобализации и экономической интеграции международная торговля добилась феноменального роста. Во все более глобальной экономической среде различные товары и услуги, выходящие за рамки национальных рынков, вызывают острую потребность в разработке наиболее эффективных инструментов кросс-культурных маркетинговых коммуникаций, одним из которых являются рекламные кампании – ведущий элемент продвижения продукции на рынке.

Из трудов современных ученых следует, что в международной рекламной деятельности выделяют следующие основные концепции: многонациональная, глобальная и глокальная [2]. Но какая же из них наиболее результативна? Как осуществить максимально успешную рекламную деятельность, удовлетворяющую как коммуникативную составляющую эффективности, так и экономическую? В контексте международных маркетинговых коммуникаций ответ на данный вопрос тесно связывают с одной из наиболее актуальных проблем сложившихся рыночных условий, а именно с выбором стратегии между стандартизацией и адаптацией рекламы.

Важно, что не существует формально согласованной универсальной дефиниции «международного маркетинга», определения термина зачастую варьируются в зависимости от сферы научной деятельности исследователя. С одной стороны, сторонники многонациональной концепции особенно подчеркивают взаимосвязь между рекламной деятельностью и социально-культурными особенностями стран, в рамках которых распространяется продукция. Мировой рынок рассматривается ими как комплекс национальных рынков, следовательно компаниям необходимо использовать адаптированную рекламу для каждого из них.

Такие авторы как В.А. Гайдаренко, П.В. Рудакова, Э. Холл, Г. Хофштеде и др. утверждают, что изучение специфики различных культур (то есть особенностей вербального и невербального языка, обычаев, норм, ценностей, религиозных убеждений и др.) и последующая адаптация продукта к данным условиям являются весьма важными аспектами

успеха рекламной кампании. В значительной степени именно они обуславливают рекламные предпочтения той или иной потребительской аудитории, определяют позиционирование бренда, а следовательно, должны тщательно учитываться с учетом внешней среды и динамики рынка. Благодаря адаптации к данным ключевым особенностям предприятия могут избежать многих рисков и конфликтов в условиях кросс-культурной коммуникации.

Примером подобного конфликта может служить компания Ford, которая запустила рекламную кампанию в Бельгии, пытаясь подчеркнуть вместительность автомобиля под слоганом «Every car has a high-quality body» («Каждый наш автомобиль имеет высококачественный кузов»). Однако, маркетологи не учли языковую специфику региона, что привело к переводу со значением «Каждый наш автомобиль оборудован высококачественным трупом» и провалу рекламной кампании.

Следовательно, благодаря стратегии адаптации рекламного сообщения к местным рынкам можно выявить оптимальные способы воздействия на потребителей в зависимости от их культурной принадлежности, что «означает меньшую вероятность допущения грубой ошибки, связанной с особенностями культуры» [1, с. 299].

Однако, с другой стороны, некоторые группы исследователей также отмечают, что влияние культурных различий на восприятие рекламы теряет свою значимость в силу высокого уровня глобализации и распространению глобальной массовой культуры, которые ведут к размыванию национальной идентичности. В трудах авторов, поддерживающих концепцию глобальной международной рекламной деятельности, особое внимание уделяется растущему влиянию массовых коммуникаций на группы потребителей, а именно на формирование у них однотипных вкусов, желаний и запросов. Подобные общие потребности побуждают рекламодателей использовать стандартизированную рекламу с единым рекламным сообщением, «в основе которой могут находиться как универсальные человеческие ценности («Gillette – лучше для мужчины нет»), так и идея глобализации как таковая (Carlsberg – «Probably the best beer in the world» («Пожалуй, лучшее в мире пиво»); De Beers – «Diamonds are forever» («Бриллианты – это навсегда»))» [1, с. 299].

Так, согласно экономисту и профессору Гарвардской Школы бизнеса Т. Левитту, одному из первых, кто популяризовал термин «глобализация», наибольшего успеха смогут добиться исключительно глобальные

компаний, использующие стандартизированную рекламу как маркетинговое средство. Левитт утверждал, что «продавать линейку товаров, индивидуально адаптированных для каждого народа неразумно... Стратегия стандартизации не только отвечает требованиям мировых рынков, но и расширяет их за счет агрессивно низких цен» [5]. Ряд специалистов-маркетологов поддерживает аргументы Левитта, ссылаясь на множество компаний, которые финансово пострадали в результате проведения специализированных кампаний и использования стратегии адаптации к национальным рынкам.

Кроме того, все больше компаний выбирают третий подход к рекламной деятельности, а именно глокальный, представляющий комбинацию двух вышеописанных концепций. Сторонники глокального подхода призывают не приравнивать понятия глобализации и стандартизации, несмотря на их общие черты. По их мнению, важны поиски оптимального компромисса между расчетливым подходом к управлению затратами компании за счет стандартизации товаров и очевидной необходимостью принимать во внимание культурные особенности и отличия в предпочтениях потребителей разных национальностей. При данном подходе, как правило, разрабатывается глобальная идея международной рекламной кампании без учета национальной составляющей, а реализации данной идеи уже адаптируют под местные особенности рынков [4].

Примечательно, что данная концепция тоже в значительной степени основана на адаптации, так как «чаще всего невозможность полной стандартизации кроется именно в различиях восприятия того или иного явления сквозь призму культуры отдельно взятой страны» [3].

Необходимо подчеркнуть, что даже одни из наиболее глобальных компаний, таких как Coca-Cola и McDonald's, приспособляются к местным стандартам и используют адаптацию.

Таким образом, выбор стратегии рекламной кампании зависит от многих индивидуальных факторов и должен определяться типом выпускаемой продукции и динамикой рынка. Во всех рассматриваемых концепциях международной рекламной деятельности отмечается исключительная роль кросс-культурной специфики стран в международном маркетинге. Исходя из этого, представляется необходимым дальнейшее рассмотрение и подробное изучение особенностей восприятия рекламного сообщения представителями различных культур в работах различных ученых и исследователей.

***Литература:***

1. *Абаев А.Л., Алексунин В.А.* Международный маркетинг: учебник и практикум для вузов. М.: Юрайт, 2023. 362 с.

2. *Мудров А.Н.* Основы рекламы: учебник / 3-е изд., перераб. и доп. М.: Магистр: Инфра-М, 2014. 416 с.

3. *Сургунд К.В.* Адаптация рекламы как маркетинговый инструмент международных компаний // Молодой ученый. 2016. № 20 (124). С. 433–436.

4. *Федотова О.В., Табекина О.А.* Международный маркетинг: учебное пособие. Н. Новгород: ННГАСУ, 2012. 194 с.

5. *Levitt T.* The globalization of markets. Harvard Business Review, May-June 1983. No. 3. Pp. 92–102.

\* \* \*



**Попова Д.Г.,**  
кафедра теоретической и специальной  
социологии им. М.А. Будановой;  
Институт социально-гуманитарного образования;  
Московский педагогический  
государственный университет  
г. Москва, Россия;  
d.g.popova@gmail.com

**Миняжев Т.Р.,**  
кандидат социологических наук,  
доцент кафедры теоретической  
и специальной социологии им. М.А. Будановой,  
заместитель директора ИСГО  
по работе с иностранными студентами  
и международному сотрудничеству,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
tr.minyazhev@mpgu.su

## **Обзор теорий потребления с социологической точки зрения**

**Аннотация:** в данной статье авторы стремятся определить теоретические рамки восприятия проблемы потребления и сделать обзор теорий потребления. Рассматривая различные подходы ученых к вопросу интерпретации потребления различных товаров и услуг, авторы проводят сравнительный анализ с целью выявления весомости роли социального фактора при изучении потребления как экономического процесса в контексте социологии. В исследовании рассматривается статусное или показательное потребление.

**Ключевые слова:** социология потребления; теория потребления; социальный статус; потребительская культура.

**Daria Popova,**  
Department of Theoretical  
and Special Sociology named after M.A. Budanova,  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
d.g.popova@gmail.com

**Timur Minyazhev,**  
PhD in sociology, Associate Professor  
of the Department of Theoretical and  
Specialised Sociology named after M.A. Budanova,  
Deputy Director of the Institute of Social  
and Humanitarian Education  
for Work with Foreign Students and  
International Cooperation  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
tr.minyazhev@mpgu.edu

## **A review of consumption theories from a sociological perspective**

**Abstract:** the authors aim to define theoretical framework of perception of consumption problem and review consumption theories. Having regard to different approaches of scholars to interpreting consumption of goods and services the authors aim to point out the importance of social factors in studying consumption as an economic process in the context of sociology. The study reveals the concept of consumption including demonstrative consumption.

**Keywords:** sociology of consumption; consumption theory; social status; consumer culture.

Потребление – это один из основных видов деятельности человека в обществе на протяжении всей человеческой истории. Это неотъемлемая часть социума, развивающаяся параллельно со становлением человека как существа биосоциального. Множество исследований, посвященных теме потребления, указывают на неугасающую актуальность изучения

данного явления, особенно сквозь призму социальных наук – именно поэтому направление исследования именуется социологией потребления.

Новый взгляд ученых на представление и анализ экономических процессов на рынке товаров стремится выделить и оценить роль потребления в обществе. Несмотря на тот факт, что цикл «производство – потребление» отдает приоритет производству, роль потребления не менее весома. В чем же состоит ценность изучения потребления? Как ученые представляют связь потребления с экономическим поведением человека? Насколько сильное и явное влияние общество оказывает на потребителя? Каким образом социум формирует личные предпочтения человека при выборе продукта?

Именно Карл Маркс выделил и закрепил разницу между производством и потреблением в категориях «потребительное производство» и «производительное потребление» [2, с. 175]. Ученый обращает внимание на то, что в процессе производства человек не только расходует, но и накапливает свои знания о самом процессе производства, равно как и потребление являет собой схожий процесс, где происходит поглощение конечного продукта и развитие идей о новых продуктах, улучшенных и доработанных.

Торстейн Веблен говорил о так называемом «праздном классе». Развитие теории о праздном классе берет свое начало от «антипода»: Homo economicus. Дж. С. Милль, А. Смит и Д. Юм считали такой «вид» человека устойчивым к перепаду эмоций, следствием чего является исключительно рациональное поведение в экономической среде. Отрешенный от влияния эмоциональной составляющей и импульсивных покупок, при выборе товара он руководствуется соотношением цены и качества, стремясь потратить как можно меньше, в то время как представители «праздного класса» стремились укрепить свой статус в обществе за счет так называемого демонстративного потребления, целью которого было излишние траты на предметы роскоши.

Веблен пришел к выводу, что многосторонний подход к изучению поведения потребителя на стыке нескольких смежных дисциплин, сочетающий социологию, философию и политическую экономию, существенно расширяет понятие рационального поведения человека, ведь в данном случае потребление представляет собой не столько стремление к экономической выгоде, сколько стремление к выгоде социальной, вызванной давлением общества и желанием либо повысить, либо укрепить свой собственный социальный статус [8, p. 256].

Кроме того, Веблен отмечал неравенство полов и распространенное на тот период отношение к женщине как на экономическое отражение мужчины. Женщина являлась еще одним неотъемлемым аспектом благосостояния партнера: начиная от внешнего вида и заканчивая досугом. Такой статус женщины доказывал тот факт, что в социуме она является зависимой от мужчины с экономической точки зрения.

Рассматривая мнение о потреблении в социологическом аспекте Пьера Бурдьё – социолога культуры и образования, необходимо упомянуть его работу «Различие. Социальная критика суждения вкуса» [5, р. 148]. Ученый рассматривает проблему выбора продукции через призму личных предпочтений, что впоследствии формирует и / или укрепляет социальный статус человека в обществе. Его выводы и умозаключения базируются на множестве данных социологических исследований, где связь между социальными факторами влияния (или же давления) и выбором товаров и услуг на основе личных предпочтений в предметах быта и досуговой деятельности однозначно и прочно взаимосвязаны. Кроме того, во многих случаях социальный фактор является решающим.

В научной литературе наиболее проработан и распространен социолого-аксиологический аспект изучения потребления. В данном контексте процесс потребления исследуется с точки зрения ценности потребляемого человеком товара, где потребитель оценивает его положительно или отрицательно. Потребление можно представить как процесс, благодаря которому предметный мир приобретает для человека ценностное значение, так как это явление тесно связано с социумом. Данное значение напрямую или косвенно зависит от социокультурной системы в конкретном обществе – от приобретенного социального статуса, общественных норм, течения моды или образа жизни, материального благосостояния.

По мнению Жана Бодрийяра, анализ социального смысла процесса потребления приведет нас к тому, что потребление – процесс, направленный не на поглощение или использование тех или иных товаров по каким-либо сугубо личным причинам или основанным на собственном выборе и вкусе, а выстраивание или укрепление социального статуса с использованием определенных социальных знаков. Разделяя процесс потребления на два аспекта – на процесс коммуникации, где потребление берет на себя роль языка и на процесс социальной дифференциации, где знаки используются как статусные ценности некоей негласной иерархии, Бодрийяр называет первый аспект бессознательным, а второй – этическим, где потребление приобретает безграничный характер [1, с. 126].

По Бурдьё, общество по сути является символической системой взаимоотношений, где минимальные расхождения вкуса у потребителей могут считаться поводом для осуждения со стороны социума. Ученый отмечает, что при выборе того или иного продукта человек сталкивается с широким спектром социальных значений в различных аспектах жизни, от выбора предметов одежды до хобби. Бурдьё приходит к заключению, что предпочтения в выборе товаров и услуг обусловлены стремлением человека присоединиться к той или иной социальной группе, или, наоборот, дистанцироваться от нее. Возможно даже создание человеком совершенно новой социальной группы, например субкультуры.

В теории, где мы опустим социальные предубеждения и будем руководствоваться исключительно здравым смыслом, выбор и покупка продукции базируется на собственных предпочтениях и вкусе, однако, по мнению Бурдьё, эта идея эфемерна и совершенно не соответствует реальности, так как социальный фактор невозможно игнорировать. Восприятие того или иного продукта неизменно рассматривается сквозь призму сформированных и укрепленных в обществе мнений, которые напрямую или косвенно, тем или иным способом влияют на предпочтения и вкус каждого потребителя. Кто же создал и видоизменяет эту призму, откликаясь на появление новых продуктов? Наиболее ощутимое влияние на выбор человеком продукции и формирование его вкуса оказывают в первую очередь семья, которая возвращает в ребенке те или иные предпочтения, а также школа, закрепляющая их.

Два основных направления по изучению потребления в контексте социологии современности появились в конце XX века. С. Меннелль в работе «Застольный этикет, питание и вкус в Англии и Франции со Средневековья до наших дней» провел исследование через призму истории, в котором описано развитие способов и новых моделей потребления еды во Франции и Англии [7, р. 92]. Культурные аспекты потребления пищи всегда рассматривались в социальной антропологии и этнологии как важнейшие элементы, с помощью которых исследователи могут анализировать культуру того или иного общества разных временных и исторических периодов. В течение длительного времени в рамках междисциплинарного исследования проводится анализ эмпирических данных культуры потребления и, в частности, культуры питания, однако интерес к исследованиям потребления еды социологами появился не так давно. Поводом для этого послужил процесс, ознаменовавший новую эру

потребления в современном обществе – укоренение американской модели потребления (американизация) в Европе и появление консюмеризма (потребительство), основными аспектами которого выступают демонстративное потребление и защита прав потребителей, в корне изменившие понимание потребительской культуры. Глубокая и всесторонняя переориентация западного общества 1980-х гг. характеризуются резким ростом товарного изобилия. Новый виток развития популярной культуры способствует этому процессу. Новые технологии, примененные в товарах, проникли в дома Европы.

Вторая работа по потреблению, представляющая огромный научный интерес как для социологии, так и для истории и политической экономики – «Романтическая этика и дух современного потребления», написанная Колином Кэмпбеллом в 1986 г. [6, р. 15]. В работе ученый заявляет, что для дальнейшего развития и непрерывного процесса воспроизводства современное общество нуждается не только в массовом стремлении к зарабатыванию капитала и накопительству денежных средств, для этого требуется еще и радикальная переориентация потоков в потреблении. Ввиду динамичного характера капитализма, по Кэмпбеллу, люди всегда желают не просто больше потреблять, но и потреблять что-то новое – новые технологии; предметы гардероба, соответствующие новой моде; новые продукты питания. Важно не только отказаться от многократного или повторного использования тех или иных предметов, например, бывших в употреблении, но и потреблять товары, до этого не существовавшие. Эта потребность совершенно не является генетически заложеной. Наоборот, такая особенность поведения человека развивается и закрепляется в потребителе только в современном социуме, равно как и склонность к накоплению и вложению капитала. По мнению ученого, современный потребитель никогда не сможет удовлетворить все свои потребности полностью, так как с течением времени производители будут изобретать все более разнообразные товары.

Тогда как Меннелль видит целью социологии исследование логики развития культуры и способов потребления (например, еды), Кэмпбелл же придерживается мнения, что для понимания общества и его потребностей необходимо изучить особый характер современного потребления. Если человек выбирает среди нескольких вариантов самостоятельно и в соответствии со своими личными предпочтениями, а не с установлен-

ными социумом правилами, то ему придется столкнуться с последствиями своего выбора, так как общество не относится к такому роду поведения положительно и не поощряет его.

Поэтому, как утверждает Ульрих Бек в работе «Общество риска», опубликованной в 1986 г., в таких условиях любой выбор включает в себя определенные риски [4, р. 60]. Например, социально признанные и политически обусловленные риски: то, что до сих пор считалось вне политики, становится ее частью. Неожиданно общественность и политика начинают вторгаться в сферу производственного администрирования – в планирование, техническое оснащение производства и т. д. Полемика ведется не только о последствиях массового производства с целью удешевления продукции и увеличения товарного ряда для здоровья человека и благополучия природы, но и о социальных, экономических и политических последствиях. Это приводит к вторжению в рыночную экономику, гигантским расходам и потере репутации некоторых компаний, ведущих агрессивную политику на рынке. Что касается конкретно российского общества, то в рамках современных трансформационных процессов это явление сопровождается кардинальными социально-структурными преобразованиями, формированием совершенно новых ценностных установок, социально-ролевых ожиданий и изменением традиционных ценностных ориентаций у представителей различных социальных групп, что не может остаться без внимания социологов [3, с. 140].

Таким образом, комплексное изучение теорий потребления в социологическом контексте дает возможность понимать современные социальные процессы, а также формировать прогнозы о том, каким образом потребление повлияет на социум в дальнейшем.

### *Литература:*

1. *Бодрийяр Ж.* Общество потребления. Его мифы и структуры. М.: Республика, 2006. 269 с.
2. *Маркс К.* Капитал. Критика политической экономии // *Маркс К., Энгельс Ф.* Избр. соч.: В 9 т. М.: Политиздат, 1987. Т. 7. 811 с.
3. МПГУ в фокусе социологических исследований: монография / Под общ. ред. М.А. Будановой и Е.Н. Юдиной. М.: Спутник +, 2017. 170 с.
4. *Beck U.* Risikogesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1986. 210 p.

5. *Bourdieu P.* La distinction: Critique sociale du jugement. Paris: Les Editions de Minuit, 1979, 672 p.

6. *Campbell C.* The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism. London: WritersPrintShop, 2005. 312 p.

7. *Mennell S.* All manners of food, eating and taste in England and France from the Middle Ages to the present. Urbana: University of Illinois Press, 1996. 397 p.

8. *Veblen T.* The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions. Macmillan, 1899. P. 267–312.

\* \* \*



**Савельев А.С.,**  
кафедра теоретической и специальной  
социологии им. М.А. Будановой,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
2000pauk@gmail.com

## **Технология PR в социальной сфере**

**Аннотация:** в статье рассматривается важность применения PR-технологий в социальной сфере для реализации важных проектов и комфорта населения. Отмечается значимость создания имиджа с помощью PR-технологий, способного создать положительное впечатление у людей. Дается определение PR-технологий в социальной сфере.

**Ключевые слова:** PR; социальная сфера; PR-технологии; обратная связь; имидж; ответственность.

**Alexander Saveliev,**  
Department of Theoretical and Special  
Sociology named after M.A. Budanova,  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
2000pauk@gmail.com

## **PR technology in the social sphere**

**Abstract:** the article discusses the importance of using PR technologies in the social sphere for the implementation of important projects and the comfort of the population. The importance of creating an image with the help of PR technologies that can create a positive impression on people is noted. The definition of PR technologies in the social sphere is given.

**Keywords:** PR; social sphere; PR-technologies; feedback; image; responsibility.

Социальная сфера наравне с другими сферами человеческого общества играет ключевое значение в жизни отдельно взятого человека и всего общества. Поскольку именно социальная сфера включает в себя такие

элементы, как системы образования, здравоохранения, культурно-досуговую и т. д. Хотя каждый из элементов социальной сферы имеет собственные задачи и отвечает за удовлетворение определенных потребностей, все они имеют общую тенденцию в виде социализации индивида, подготовке к требованиям данного общества.

Важность применения PR заключается в том, что посредством него удастся правильно выстроить взаимодействие с аудиторией, верно, донести информацию о возможности оказания определенных социальных услуг. Грамотно выстроенное взаимодействие с применением PR-технологий даст обратную связь в виде активного использования таких социальных услуг.

С другой стороны, PR-технологии в социальной сфере являются в определенной степени новшеством, поскольку основная направленность любого пиара находится в коммерческой зоне, в то время как социальную сферу в большей степени представляют государственные учреждения или некоммерческие организации. Но проблема здесь заключается не в том, что тогда PR нужно считать одним из способов увеличения прибыли. PR – это всегда разговор о построении необходимого имиджа. Если раньше имидж был «привилегией» бизнеса, а государственный сектор можно было воспринимать как данность, то сейчас и государственные, и некоммерческие организации стали больше уделять внимание своему имиджу. Ситуация изменилась, так как государственные учреждения и НКО осознали, что PR способен формировать положительное отношение к институтам и организациям, задействованным в социальной сфере, а значит и к государству.

PR-технологии в контексте социальной сферы имеют определенные ограничения. В частности, средства массовой информации могут не заинтересоваться информационными поводами, которые предлагают учреждения, работающие в данной сфере. Поэтому перед пресс-службами организаций социальной сферы всегда будет стоять задача в применении PR-технологий таким образом, чтобы они могли привлекать внимание СМИ, а значит, могли транслироваться на более широкую аудиторию [3].

Ряд исследователей понимают технологии PR в контексте социальной сферы как элемент социальной инженерии, поскольку через применение необходимых PR-технологий становится возможным изменять отношение общественности к определенным социальным и общественным явлениям, через нее происходит решение важных социальных задач. Также PR-технологии можно рассматривать как средство коммуникации

между отдельными элементами социальной сферы, где на PR-технологии возлагается функция координации деятельности этих элементов [2].

На данном этапе многие PR-специалисты в качестве основного механизма применения PR-технологий используют СМИ, посредством которых пытаются решить имиджевую задачу, но по-настоящему это узкий подход к решению указанной проблемы. Кроме имиджа, специалистам важно обращать внимание на такие составляющие, как создание доверительных отношений между отдельными организациями социальной сферы и широкой общественности; приобщение организации к ценностям данного общества.

Иначе говоря, происходит взаимовлияние, когда PR-специалисты используют PR-технологии как социальную инженерию, стараются изменить общественное восприятие имеющихся социальных проблем, а с другой стороны, пытаются найти себя в тех общественных реалиях, которые возникают в социуме.

Достижение первой цели происходит через разъяснительную работу, приобщение к ценностям деятельности данного социального учреждения, публичную демонстрацию и защиту позиции социального учреждения по актуальным общественным вопросам.

Вторая цель достигается посредством приобщения работников как отдельных общественных единиц к нормам, которые существуют в данном обществе.

Также важность применения технологий PR заключается в том, что закрытые организации, которые не ищут контакт с собственной целевой аудиторией, не смогут наладить эффективную работу, а значит их деятельность будет восприниматься как бессмысленная. Так может происходить по причине того, что организация не может изменить общую философию, пути решения социальных проблем. В свою очередь, общественность вряд ли захочет пользоваться услугами «лишней» организации, а значит какой-то социальный вопрос так и останется нерешенным.

Отдельно стоит сделать акцент на том, что не всегда удается сохранить «чистый имидж» даже при эффективной работе PR-специалистов, поэтому в данном контексте использование PR-технологий должно минимизировать имиджевые потери или хотя бы переключить общественную повестку на другую тему с целью отведения внимания [1].

Таким образом, применение PR-технологий является важным элементом для организаций, находящихся в социальной сфере. Посредством

их применения социальная организация может изменять отношение к актуальным социальным проблемам общества, формировать положительный имидж государства, а также приспосабливаться к изменяющимся реалиям самого общества.

***Литература:***

1. Крутицкая Е.В. PR-технологии как инструменты управления социальными проектами // Власть. 2016. № 3. С. 186–193.
2. Куроедова М.А. Использование PR-технологий социальными государственными учреждениями // Вестник Амурского государственного университета. 2021. Вып. 92. С. 56–59.
3. Савченко Е.А., Макарова Т.П. PR и PR-технологии: сущность, цели, задачи и функции // Образование. Наука. Научные кадры. 2019. № 3. С. 178–180.

\* \* \*

**Смирнова Е.А.,**  
кафедра теоретической и специальной  
социологии им. М.А. Будановой,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
lena2.2000@mail.ru<sup>1</sup>

## **Современные проблемы адаптации персонала в организации**

*Аннотация:* в нынешней ситуации на рынке труда выявлен высокий процент текучести кадров во многих компаниях. Основной причиной данной проблемы является несовершенство адаптационного процесса, с которым сталкивается новый сотрудник. В статье проанализированы основы адаптационного периода и с какими проблемами может столкнуться новый сотрудник, и даны предложения по устранению этих проблем.

*Ключевые слова:* адаптация; персонал; организация; процесс адаптации; управление персоналом.

**Elena Smirnova,**  
Department of Theoretical and Special  
Sociology named after M.A. Budanova,  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
lena2.2000@mail.ru

## **Modern problems of personnel adaptation in the organization**

*Abstract:* in the current situation on the labor market, a high percentage of staff turnover has been revealed in many companies. The main reason for this problem is the imperfection of the onboarding process faced by a new employee. In this article, we will look at the basics of the adaptation period and what problems a new employee may face. And, proposals will be made to eliminate these problems.

*Keywords:* adaptation; personnel; organization; adaptation process; personnel management.

---

<sup>1</sup> Научный руководитель – Е.Н. Юдина, доктор социологических наук, профессор кафедры теоретической и специальной социологии им. М.А. Будановой, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

В современных организациях нередко наблюдается активная «текучка» кадров, которая происходит по разным причинам: условия труда, функционал сотрудника, отношения в коллективе и так далее. В данной статье будет рассмотрена ситуация с отношениями в коллективе, а именно возможные проблемы адаптации новых сотрудников, непосредственно влияющие на высокий уровень текучести кадров. Если рассматривать организацию как живой организм, то новый сотрудник – это неизвестный элемент, который пытается влиться в уже сложившуюся экосистему. Как и в ситуации с живым организмом, новый сотрудник с малой долей вероятности сможет успешно «прижиться» в новом коллективе без посторонней помощи [1].

Социальная адаптация нового сотрудника – это процесс активного приспособления индивида к условиям социальной среды; вид взаимодействия личности с социальной средой. Для успешного функционирования организации и повышения производительности необходимо добиться дружелюбной атмосферы в коллективе, поэтому многие современные компании переходят на формат взаимоотношения «friendly». Я считаю это верным решением, потому что опасющийся коллектива, зажатый и неуверенный в себе сотрудник не может полностью раскрыться и продемонстрировать максимальные результаты.

Далее следует рассмотреть основные проблемы, с которыми сталкивается новый сотрудник в процессе социальной адаптации: неудовлетворенность практикой руководства; разногласия с коллегами; непонимание организационной работы и собственных обязанностей и задач; разрыв между реальной и номинальной заработной платой.

Устранение большинства из этих проблем положительно скажется на процессе адаптации новых сотрудников. Но нельзя забывать об отборе сотрудников, которым занимается HR-отдел. Потенциальный сотрудник во время поиска работы и трудоустройства изначально видит то, что ему показывает HR-отдел. Из-за некорректной работы данного отдела и возникают проблемы с неоправданными ожиданиями.

Организация должна быть заинтересована в успешном процессе адаптации. Следует подчеркнуть, что это именно процесс, который подразумевает прохождение ряда этапов; он начинается тогда, когда потенциальный сотрудник подбирает вакансию. Далее следует собеседование на работу, если же оно или несколько собеседований проходят успешно, начинается внедрение в организацию [2].

Исследователи из Оксфордского университета считают, что первое место работы не должно быть крупной организацией со сложной структурой, иерархией и большим штатом коллег. Объясняют они это тем, что сотрудник не имеет представления об организационной деятельности, поэтому возникают проблемы во взаимоотношениях с коллегами. В такой ситуации молодой специалист, скорее всего, будет «пережеван» подобной организацией.

По статистике исследователей из университета Джона Хопкинса (Мэриленд), большинство принятых на работу кандидатов уходят именно в адаптационный период. Основной причиной выступает разрыв между индивидуальными ожиданиями (например, карьерный рост, социальная защищенность, комфортные условия труда) с тем, что ждет организация от вновь принятого сотрудника (например, проявления личных и деловых качеств, точного исполнения указаний руководства, соблюдения трудовой дисциплины, принятия ответственности за свои поступки) [5]. Сегодня одними из самых распространенных форм адаптационных мероприятий являются наставничество, приветственные тренинги и коучинг.

Далее рассмотрим пошагово процесс адаптации с помощью наставника нового сотрудника после успешного прохождения собеседования.

Первый шаг – объяснить новому сотруднику важность его или ее профессиональной деятельности, вместе изучить обязанности работника, обучить его выполнению его рабочих обязанностей, осмотреть рабочую среду и обсудить любые конкретные условия труда.

Второй шаг – представить нового сотрудника коллективу, с которым ему предстоит взаимодействовать.

Третий шаг – назначить новому сотруднику куратора. У нового сотрудника всегда будет множество вопросов. В данной ситуации лучше всего, если будет человек, к которому он всегда сможет обратиться.

Четвертый шаг – после успешного прохождения всех этапов следует провести тимбилдинг. Данный процесс необходим для создания дружелюбной атмосферы в коллективе.

«Welcome-тренинг» (или «Добро пожаловать в компанию!») – это отличная возможность вызвать у «новичка» симпатию к организации и в будущем сформировать лояльное отношение к ней. Цель данного способа состоит именно в этом, а также в том, чтобы передать новому сотруднику знания о компании, ее порядках, нормах и ценностях. На «welcome-тренинге» презентуется компания, устанавливается первый «контакта» сотрудника с компанией – с ее историей, целью и миссией,

продуктами, услугами, структурой и культурой и т. д.; а также формируется и повышается лояльность сотрудников к организации.

На приветственном тренинге новый сотрудник должен не только узнать информацию о компании, но и погрузиться в ее мир, стать вовлеченным. Вовлеченность – это состояние, которое мотивирует сотрудников выполнять работу как можно лучше, выше ожидаемого. К числу наиболее распространенных вариантов проведения подобного тренинга относятся:

- *аудиторный тренинг*: игры, бизнес-симуляции, встречи со «старичками» компании в специальных оборудованных помещениях (аудиториях);
- *электронный курс (e-learning)*: проводится, если невозможна очная встреча; минус такого способа в том, что невозможна обратная связь, у новых сотрудников не формируется чувство сопричастности;
- *вебинар*: форма хороша для компаний с распределенной филиальной сетью, позволяет сохранить элементы живого контакта;
- *смешанная форма*, сбалансированно сочетающая все виды вышеперечисленных тренингов, часть курса новички изучают самостоятельно, часть – в общении с коллегами и руководителями.

HeadHunter (hh.ru) приводит следующие основные критерии, по которым можно судить об успехе процесса адаптации сотрудника: качество выполненной работы; выполнение инструкций руководителя; соблюдение рабочего графика (отсутствие опозданий); объем выполненной работы; желание работать; удовлетворенность заработной платой; заинтересованность в профессиональном развитии.

Также следует рассмотреть тенденции по развитию адаптационного процесса у молодых сотрудников. Большинство крупных организаций стараются снизить текучесть кадров (этот критерий в том числе доступен соискателям на крупнейшем российском портале по размещению вакансий для потенциальных сотрудников – HeadHunter). Добиться существенного снижения показателя текучести кадров возможно именно благодаря развитию и улучшению процесса адаптации. Тогда такой работодатель станет привлекательнее для молодого специалиста [3].

Современные проблемы адаптации молодых специалистов можно разделить на две основные категории: коммуникационные и профессиональные. Обе эти проблемы должен контролировать HR-отдел. К основным коммуникационным проблемам можно отнести взаимоотношения



новичка с сотрудниками организации, также непосредственно с руководителем организации и в целом к социально-психологическим условиям труда. К профессиональным проблемам адаптации относятся такие проблемы, как непонимание своих прямых обязанностей; отсутствие четкого представления о своей работе; нехватка опыта. Данные проблемы следует решать через наставника, который будет сопровождать нового сотрудника на пути адаптации.

Существует еще одно направление, успех которого все больше привлекает к нему внимания, – это коучинг. В некоторых аспектах он пересекается с наставничеством, но есть одно значительное отличие – коучинг направлен на раскрытие нового потенциала у сотрудника, а не на обучение «новичка», как в наставничестве [4]. Основные задачи коучинга в адаптационном процессе: выявить и развить положительные качества и сильные стороны у «новичка», а также повысить эффективность сотрудника за счет применения этих качеств; обнаружить и преодолеть имеющиеся у сотрудника страхи; поставить цели и скорректировать путь по их достижению.

В последние годы на рынке труда нет устойчивости в плане кадровой политики, что в свою очередь вызывает дефицит кадров, снижение лояльности сотрудников и т. д. Именно это заставляет обратить пристальное внимание на процессы адаптации. Для выявления конкретных проблем и их устранения руководителям компаний необходимо прикладывать огромные усилия. Но даже сейчас не все руководители согласны с тем, что процесс адаптации влияет на решение сотрудника по поводу выбора своего рабочего места.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что результат адаптационного процесса является важным аспектом кадрового менеджмента, а также влияет на лояльность сотрудников и их эффективность.

### *Литература:*

1. Адаптация нового сотрудника в компании // Деловой мир. 11.03.2013. URL: <http://delovoymir.biz/2013/03/11/adaptaciya-novyh-sotrudnikov-v-kompanii.html> (дата обращения: 06.03.2023).
2. Адаптация персонала: рейтинг типичных ошибок // Т-группа. Центр корпоративного обучения. URL: <http://www.t-gruppa.ru/ru/statyi/.view/id/14/> (дата обращения: 06.03.2023).

3. *Котлова А.С., Попова О.А.* Адаптация персонала на предприятии в современных условиях // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 6. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/06/5092> (дата обращения: 06.03.2023).

4. *Крылецкая К.А., Фурсов А.Л.* Совершенствование процедуры адаптации персонала в муниципальном // Парадигма. 2016. № 2. С. 340–344.

5. Социально-ориентированное управление в условиях риска и неопределенности: монография / М.А. Буданова, Ю.С. Коноплин, О.О. Савельева, Е.Н. Юдина, М.О. Аль Кхтани; рук. авт. колл. М.А. Буданова; отв. ред. О.П. Шушарина; под общ. ред. Е.Н. Юдиной. М.: Спутник+, 2012. 209 с.

\* \* \*

**Федорова В.В.,**  
кафедра теоретической и специальной  
социологии им. М.А. Будановой,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
viktoriya.fedorova@icloud.com<sup>2</sup>

## **Основные правила нетворкинга при выстраивании коммуникативных стратегий**

*Аннотация:* в статье раскрывается понятие нетворкинга как процесса создания и развития сети взаимовыгодных знакомств для решения деловых и личных задач, а также история его возникновения. Дается определение видов нетворкинга. Рассматриваются основные правила нетворкинга (личная презентация, навыки коммуникации, поиск людей «коннекторов», «конденсаторов» и «мостов»). Нетворкинг – это навык, который можно в себе развивать, а соблюдая основные его правила, можно существенно повысить качество жизни.

*Ключевые слова:* нетворкинг; социальные коммуникации; коммуникативные стратегии; самопрезентация.

**Viktoriya Fedorova,**  
master of Department of Theoretical and  
Special sociology after M.A. Budanova,  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
viktoriya.fedorova@icloud.com

## **Basic rules of networking in building communication strategies**

*Abstract:* the article depicts the concept of networking as a process of creating and developing a network of mutually beneficial acquaintances for solving business and personal problems. It also outlines the history of networking and defines different types of networking. The basic rules of networking (personal presentation, communication skills, search for actors serving as "connectors", "capacitors" and "bridges") are under consideration. The author comes to conclusion that networking is a useful soft skill to

---

<sup>2</sup> Научный руководитель – В.А. Чвякин, доктор философских наук, профессор кафедры теоретической и специальной социологии им. М.А. Будановой, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

develop. Anyone can significantly improve the quality of their life if they follow the basic rules of networking.

**Keywords:** networking; social communication; communication strategies; self-presentation.

Исследование роли нетворкинга при выстраивании коммуникативных стратегий видится перспективным ввиду того, что это весомая инвестиция в будущее. Нетворкинг (англ. «net» – «сеть», «work» – «работать») – термин, который буквально переводится как «создание сетей».

Идея, которая позже оформилась как теория «шести рукопожатий», стала достоянием общественности в 1929 г. благодаря книге Фридьеша Каринти «Звенья цепи». В ней говорилось о некой своеобразной игре, участник которой называл любого знаменитого или не очень человека начала XX века, и далее нужно было составить цепочку не более чем из пяти человек, соединяющих игрока с этой личностью. В 1967 г. социальный психолог Стэнли Милгрэм провел исследование, нацеленное на измерение цепочки, соединяющей жителей нашей планеты и получившее название «Мир тесен» [5]. Данные этого исследования легли в основу статьи С. Милгрэма и Дж. Трэверса (1969), в которой предполагалось, что любой человек на нашей планете знает другого через опосредованную цепь общих знакомых, усредненное число которых равняется шести. Именно принцип «шести рукопожатий» лег в основу такого понятия, как нетворкинг.

Выделяют несколько видов нетворкинга, классифицируя их по разным критериям. Например, Е.А. Вавилова и А.О. Безруков в своей книге «Нетворкинг для разведчиков: как извлечь пользу из любого знакомства» [1] делят нетворкинг на микронетворкинг, сосредоточенный на развитии связей с конкретным человеком, от первого контакта до тесной дружбы, и макронетворкинг, когда речь идет об управлении связями с целой организацией и укреплении своего положения в обществе.

По цели общения выделяют *личный (социальный, бытовой) нетворкинг*, при котором, кроме общения с семьей и родственниками, устанавливаются контакты для личных жизненных целей (поиск друзей, единомышленников, специалистов – «своих» косметологов, юристов, фотографов, стоматологов и т. д.), а также *деловой нетворкинг*, когда целью становится поиск деловых связей для обмена опытом и развития бизнеса. Здесь идет взаимодействие с профессиональным сообществом, которое

помогает находить коллег, партнеров и клиентов. Следует отметить, что эти форматы тесно связаны друг с другом. Личные связи могут стать основой бизнес-партнерства и наоборот: деловое общение перерастает в крепкую дружбу.

По способу общения выделяют офлайн-формат («живая» обратная связь с людьми: бизнес-конференции, выставки, круглые столы и другие мероприятия) и онлайн-формат (дистанционное общение через интернет: встречи по видеосвязи, переписка в соцсетях).

По модели поведения [4] нетворкинг можно разделить на:

- *позитивный*, по принципу «больше отдаю, чем беру». Человек искренне старается быть полезным для людей и помогает новым знакомым, что позволяет ему устанавливать хорошие крепкие отношения и заручиться поддержкой на будущее. Эта тактика часто используется начинающими предпринимателями, выстраивающими свою команду, они делятся своими навыками, знаниями, обучают специалистов и в результате получают лояльных подчиненных и профессиональный коллектив.

- *негативный*, когда человек заводит знакомства исключительно с целью собственной выгоды. В ответ он ничем не помогает или помогает символически. Такой корыстный формат общения очень редко приводит к крепким и долгосрочным связям.

- *смешанный* – золотая середина, отношения на взаимовыгодных условиях. Люди общаются, узнают проблемы друг друга и предлагают помощь. Здесь работает правило «ты – мне, я – тебе». Но, например, автор книги «Связи решают все» Дарси Резак [2] утверждает, что подход «ты – мне, я – тебе» скорее является негативным. Автор больше призывает к тому, чтобы человек думал о том, как можно стать полезным другим, а не наоборот. Когда кто-то безвозмездно помогает другим, люди это помнят и помогают в ответ. Автор книги «Никогда не ешьте в одиночку» Кейт Феррацци [3] уверена, что нетворкинг должен быть полезным и взаимовыгодным.

Следует отметить, что у каждого человека есть свой набор качеств, в силу которых и будет формироваться склонность к тому или иному типу ведения коммуникации и выстраивания отношений.

Рассмотрим основные правила нетворкинга в выстраивании коммуникативных стратегий. Начнем с того, что важно уметь презентовать самого себя. Первое впечатление очень важно. Нужно заранее подготовить «презентацию для лифта» – это короткая речь на 30 секунд, в которой

нужно рассказать о себе и своей работе. Стоит избегать сухих обобщенных формулировок, где будут озвучены только должность и сфера деятельности. Лучше сказать более конкретно, например: «я работаю арт-директором журнала, отвечаю за визуальный контент журнала, сайта, оптимизирую дизайн, верстки и осуществляю арт-поддержку маркетинговых инициатив». Чтобы закрепить информацию о себе у собеседника, можно оставить ему свою визитку. Это должны быть качественные карточки с лаконичным дизайном, в которых сразу понятно, где, кем работает человек и как с ним связаться. Чтобы сделать их удобнее, можно добавить QR-код, который при сканировании сразу покажет профили в социальных сетях.

Выделим навыки, которые помогут в выстраивании коммуникации:

1. Бывает, что времени на беседу не так много, поэтому для общения следует выбирать понятные и четкие формулировки. Вопрос или предложение должны быть правильно восприняты собеседником.

2. Важно умение найти общие темы для разговора. Это могут быть общие знакомые, похожие увлечения или хобби, новости и события в объединяющей обоим сфере. Общие темы всегда расслабляют ход разговора. После них можно переходить к более детальным обсуждениям бизнес-вопросов.

3. Продуктивный нетворкинг основан в том числе и на обмене ценностями. Перед установлением нового контакта нужно задать себе вопрос: «что ценного и полезного я могу предложить собеседнику?».

4. Чем естественнее вы себя ведете, тем лучше результат. Умение быть собой помогает сохранить свой стиль общения с разными людьми. Естественность говорит о внутренней свободе и уверенности.

5. Быть вежливыми и доброжелательными, обращаться к собеседнику по имени. Лучше сразу согласовать обращение на «ты» или «вы». Не нужно перебивать. Острых тем в начале беседы лучше избегать. Важно помнить про зрительный контакт, а также про то, что дурным тоном будет постоянное отвлечение на телефон в процессе разговора.

В своей книге Е.А. Вавилова и А.О. Безруков [1] относят к правилам нетворкинга поиск таких людей, как «коннекторы», «конденсаторы» и «мосты». Практически у каждого человека в его окружении есть чрезвычайно общительные люди, всегда находящиеся в центре внимания с большим кругом друзей, – это «коннекторы». По своей природе такие люди привлекают к себе внимание и другие к ним тянутся. Сближаясь

с «коннекторами», человек получает доступ к частям их собственных сетей, в том числе и к тем контактам, с которыми у него не было раньше никакого шанса познакомиться.

Также в нашем окружении есть люди, которые аккумулируют в себе много полезного, своего рода «конденсаторы». Обычно это весьма уважаемые люди. Многие обращаются к ним за советом. Если отыскать таких «конденсаторов» и грамотно построить с ними отношения, то рано или поздно они смогут поделиться своими «накоплениями». Для разведчика поиск таких «конденсаторов», которые могли бы стать источниками информации, составляет важнейшую часть работы.

И еще автор выделяет такую категорию людей, как «гейткиперы» (привратники) или, наоборот, «бриджи» (мосты), то есть люди, которые могут метафорически поставить преграды или, наоборот, открыть новые двери. Например, если человек в хороших отношениях с помощником руководителя, то вероятнее всего, помощник, как «мост» поможет ему в организации встречи с ним. Если же отношения с помощником напряженные, то вероятнее всего, такая встреча будет все время откладываться или вовсе не состоится. Люди, которые дают доступ к другим сетям, организациям или странам, также могут выступать в качестве «мостов».

Таким образом, выстраивание двусторонних, основанных на доверии деловых отношений – это мощная сила, помимо, конечно, фактического опыта, которая может повлиять на карьеру. Управленец XXI века – обладает гибкостью, умением рисковать, готовностью к переменам и кризису, отличными коммуникативными навыками и лидерскими способностями. Чтобы нетворкинг приносил результат, нужно быть готовым к новым полезным знакомствам, посещать различные мероприятия и деловые встречи. Как сказал кинорежиссер Вуди Аллен: «Девяносто процентов успеха – это быть на виду».

### *Литература:*

1. *Вавилова Е.С., Безруков А.О.* Нетворкинг для разведчиков: как извлечь пользу из любого знакомства. М.: Эксмо, 2021. 256 с.
2. *Резак Д.* Связи решают все! Правила позитивного нетворкинга / Д. Резак, Г. Холгрэн-Резак, Дж. Томсон. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. 208 с.
3. *Феррацци К., Рэз Т.* Никогда не ешьте в одиночку и другие правила нетворкинга. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2022. 432 с.

4. Что такое нетворкинг, зачем он нужен и как работает? // ИБДА РАНХиГС. URL: [https://ibda.ranepa.ru/mba\\_articles/chto-takoe-netvorking-zachem-on-nuzhen-i-kak-rabotaet/](https://ibda.ranepa.ru/mba_articles/chto-takoe-netvorking-zachem-on-nuzhen-i-kak-rabotaet/) (дата обращения: 02.04.2023).
5. SYL. URL: <https://www.syl.ru/about> (accessed: 02.04.2023).

\* \* \*



**Ху Синьци,**  
кафедра теоретической и специальной  
социологии им. М.А. Будановой,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
s\_khu7@student.mpgu.edu

**Миняжев Т.Р.,**  
кандидат социологических наук,  
доцент кафедры теоретической  
и специальной социологии им. М.А. Будановой,  
заместитель директора ИСГО  
по работе с иностранными студентами  
и международному сотрудничеству,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
tr.minyazhev@mpgu.su

## **Размышления о «Теневом образовании» (shadow education) с точки зрения социологии**

**Аннотация:** «теневое образование» (shadow education) — одна из обсуждаемых и противоречивых тем в мировом образовательном сообществе. «Теневое образование» создало много проблем для разработки образовательной политики, развития школ, равенства в образовании и обучения учащихся. Спрос общества на высококачественные образовательные ресурсы, стремление к отличным оценкам и желание учиться в престижных школах существовали всегда. Чтобы достичь равенства в образовании и эффективно решить проблему в долгосрочной перспективе, необходимо выяснить причины и проанализировать функционирование и законы системы «теневого образования». В статье анализируются меры управления «теневым образованием» в различных странах мира и анализируется долгосрочный механизм управления «теневым образованием».

**Ключевые слова:** «теневое образование»; социология образования; система образования; равенство в образовании.

**Hu Xinqi,**

Master student of the Department  
of Sociological Systems theoretical and  
special sociology named after M.A. Budanova,  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
s\_khu7@student.mpgu.edu

**Timur Minyazhev,**

PhD in sociology, Associate Professor  
of the Department of Theoretical and  
Specialised Sociology named after M.A. Budanova,  
Deputy Director of the Institute of Social  
and Humanitarian Education  
for Work with Foreign Students and  
International Cooperation  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
tr.minyazhev@mpgu.edu

## **Research and reflection on "shadow education" from a sociological perspective**

**Abstract:** "shadow education" is one of the discussed and controversial topics in the global educational community. "Shadow education" has created many problems for the development of educational policy, school development, equality in education and student learning. Society's demand for high-quality educational resources, the desire for excellent grades and the desire to study in prestigious schools have always existed. To better achieve equality in education and effectively solve the problem in the long term, it is necessary to find out the reasons and analyze the functioning and laws of the "shadow education" system. This article analyzes the management measures of "shadow education" in various countries of the world and analyzes the long-term management mechanism of "shadow education".

**Keywords:** shadow education; sociology of education; education system; equality in education.

Начиная с XXI века, теневое образование быстро развивается по всему миру. Формальный образовательный процесс проходит в определенное время дня, недели и года; для оценки качества формального образования используются различные формальные процедуры. Теневой образовательный процесс может проводиться в любое время дня, месяца или года, и обычно формальная оценка не проводится.

Теневые образовательные организации обычно не поддерживаются национальными государственными фондами и не управляются правительственными учреждениями. В некоторых странах в последние годы количество теневых образовательных учреждений постепенно увеличивается, что усложняет надзор, и негативные последствия этого процесса нельзя игнорировать.

Что же такое «теневое образование»? Как правило, частное дополнительное образование имитирует систему формального образования. Содержание репетиторства меняется вместе с изменениями в содержании учебной программы системы формального образования, и масштабы репетиторства также расширяются с увеличением числа учащихся в системе формального образования, поэтому его называют теневым образованием [5, p. 30].

В чем причина постепенного развития «теневого образования»? В данной статье, отталкиваясь от соответствующих теорий социологии образования, авторы попытались объяснить причины постепенного развития теневого образования в последние годы.

*1. Образовательный функционализм.* Эмиль Дюркгейм полагал, что, если дети не социализируются, они не будут способны работать в социальных институтах общества, не смогут поддерживать социальные взаимоотношения и не будут обеспечивать сохранность социального порядка [1, с. 28]. В настоящее время рост общественного признания различных школ и повышение образовательного уровня побудили людей стремиться к более высокому уровню образования и лучшим образовательным ресурсам. Поэтому социальная конкуренция усилилась. Функция отбора в образовании сделала стремление членов общества к академической квалификации и высококачественным образовательным ресурсам одной из важных причин постепенного развития «теневого образования».

*2. Социальная стратификация.* Это социальное явление, формируемое различиями в обладании социальными ресурсами членами обще-

ства. Социология определяет это как процесс разделения членов общества на разные уровни в соответствии с определенными стандартами [3, р. 173]. Однако, темпы увеличения количества высококачественных образовательных ресурсов незначительны, что вынуждает учащихся искать дополнительные внеклассные учебные занятия. Реализация мечты учащихся о престижной школе и выбор достойной работы в будущем будут стимулировать стремление учащихся к академическим достижениям, отличной успеваемости с помощью теневого образования.

3. *ММИ и ЕМИ*. Социальные группы делятся на две категории: доминирующие и уязвимые. А. Рафтери (A.E. Raftery) выдвинул теорию максимального сохранения неравенства (также известную как теория ММИ), согласно которой в случае непопулярности обязательного образования дети из разных слоев общества имеют разные возможности поступления [3, р. 56]. С. Лукас (S.R. Lucas) [2, р. 197], в свою очередь, выдвинул теорию эффективного поддержания неравенства (ЕМИ), поясняя, что по мере расширения образовательных возможностей из-за дисбаланса в развитии образования в настоящее время качество образовательных ресурсов в разных регионах различается, проявляется образовательная конкуренция в приобретении высококачественных образовательных ресурсов. Появлении «теневого образования» стало одним из специфических проявлений этой конкуренции. Согласно исследованиям ученых, семьи, получающие «теневого образования», как правило, имеют наилучшие экономические условия. Теневое образование позволяет детям из доминирующего класса получать больше образовательных ресурсов лучшего качества, которые помогут им преуспеть в дальнейшей учебе и трудоустройстве в будущем.

4. *Воспроизводство социальных иерархий*. Культурное воспроизводство (П. Бурдьё) относится к процессу передачи капитала, накопленного предшествующими поколениями, следующему поколению, что влияет на ценности и стратегии действий следующего поколения. Поскольку нынешняя система экзаменов фокусируется на академической успеваемости, теневое образование сосредоточено только на улучшении академической успеваемости, а академическая успеваемость студентов может быть эффективно улучшена с помощью практики. Это соответствие между двумя сторонами также усилило теневое образование.

Далее рассмотрим меры по управлению теньвым образованием. Представление об управлении теньвым образованием в странах по всему миру фокусируется на двух аспектах: первый заключается в контрольно-надзирающих функциях, второй – в устранении негативных последствий

теневое образование (например, неравного доступа к образованию). Меры, принимаемые министерствами образования в разных странах, обычно заключаются в общем политическом руководстве, информационной поддержке, сборе данных, поддержании самодисциплины в отрасли, облегчении доступа к источникам. Рассмотрим подробнее некоторые из этих мер.

*1. Сбор информации и анализ теневого образовательного рынка.* Южная Корея имеет хороший опыт в сборе и анализе данных о теновом образовании. Ежегодные опросы и публикация данных необходимы правительству, чтобы понять текущую ситуацию с теновым образованием и прогнозировать тенденции развития. Данные, собранные в рамках «Ежегодного обследования расходов на внешкольное обучение» в Южной Корее, очень обширны, и в них подробно анализируется взаимосвязь между доходом семьи, классом, городом, предметом, продолжительностью, типом и целями обучения, количеством детей в семье, качеством школьного преподавания, расходами на репетиторство и его пропорции. Эти взаимосвязанные данные предоставляют правительству различные аналитические перспективы, которые могут не только обеспечить информационную поддержку для изучения текущей ситуации и проблем теневого образования, но и предложить идеи по снижению нагрузки на обучение студентов за пределами кампуса.

*2. Совершенствование системных правил и стандартизация.* С 1947 г. японское правительство обнародовало ряд законов и постановлений, сформировав относительно законченную правовую систему для регулирования теневого образования. Япония не только разъясняет юридические обязанности учебных заведений, но и разъясняет управленческие обязанности соответствующих департаментов. Многочисленные департаменты совместно осуществляют надзор за теновым образованием и способствуют здоровому и упорядоченному развитию отрасли. Однако при применении законов в различных странах также возникали ситуации, когда национальная политика была расплывчатой, отсутствовали, либо слабо осуществлялись меры поддержки, в результате чего политика была формальной и неэффективной.

*3. Создание отраслевые ассоциации для содействия самодисциплине в отрасли.* Консультирующие отраслевые ассоциации могут эффективно использовать отраслевую самодисциплину для контроля и стандартизации развития теневого образования. Греция, Германия, Со-

единенное Королевство, Япония и другие страны создали соответствующие ассоциации. Как правило, подобные ассоциации характеризуются тремя аспектами: минимизировать вмешательство государства, максимизировать профессионализм и поощрять самодисциплину в отрасли. Сторонние профессиональные учреждения полагаются на профессионализм ассоциаций при разработке образовательных стандартов и обеспечении качества образования. Отраслевые ассоциации способствуют внедрению стандартов и норм, руководят самодисциплиной в отрасли и совместно способствуют здоровому и упорядоченному развитию индустрии обучения за пределами кампуса.

*4. Повышение качества школьного образования.* Акцент на инклюзивности и справедливости является характерной чертой систем образования Финляндии, Швеции, Дании и других стран. Школы принимают учащихся всех возрастов и способностей. Система образования предоставляет учащимся индивидуальные образовательные решения, а не слепую адаптацию учащихся к школьной системе. Когда концепции инклюзивности и справедливости пронизывают все аспекты образования и преподавательской деятельности, школьное образование может максимально удовлетворить дифференцированные образовательные потребности учащихся с различными способностями и сократить потребности учащихся во внеклассном обучении.

*5. Содействие развитию бесплатного внеклассного обучения.* В ряде стран (Швеция, Япония, Южная Корея) школы предоставляют услуги внешкольного репетиторства. Так, в Южной Корее, школа запустила проект бесплатного внеклассного образования. Это может не только обеспечить соответствие содержания репетиторства содержанию занятий в классе, но и консолидировать обучение учащихся в классе и способствовать всестороннему развитию способностей учащихся за счет содержания обучения для удовлетворения разнообразных потребностей обучающихся.

Далее рассмотрим управленческие меры по борьбе с теневым образованием. Опыт управления образованием различных стран показывает, что функционирование системы образования очень сложно, и необходимо понимать взаимосвязь между теневым образованием и управлением системой образования. Управление теневым образованием требует сотрудничества правительства, школ, отраслей промышленности и всех слоев общества, при этом различные меры реализуются одновременно.

С нашей точки зрения, необходим строгий контроль теневого образования со стороны государственных административных органов. Для этого следует создать стандартный механизм управления теньвым образованием, усилить надзор и инспекции со стороны правительственных ведомств, анализировать образовательные онлайн-платформы, облегчить потребителю образовательных услуг возможность контролировать теньвое образование, а лицам, занятым в теньвом образовании, – отчитываться о его содержании, объеме и качестве.

Кроме того, школьное образование также нуждается в реформировании. Во-первых, нужна научно обоснованная система оценки, ориентированная на развитие качественного образования. Содержание оценки студентов должно быть всеобъемлющим, а методы оценки – разнообразными, чтобы ослабить мотивацию студентов к участию в теньвом образовании. Реформа образования также должна реализовывать концепцию качественного образования, уделять внимание накоплению знаний учащихся, стимулированию интересов, повышению креативности и развитию разнообразных способностей, а также уделять внимание индивидуальным потребностям учащихся в обучении. Во-вторых, следует стремиться к сбалансированному развитию высококачественного образования, в том числе через сокращение межшкольного разрыва и постепенного устранения мотивации обращаться к теньвому образованию из-за нехватки высококачественных образовательных ресурсов.

### *Литература:*

1. *Ильин В.И.* Теория социального неравенства (структуралистско-конструктивистская парадигма). М.: Ин-т социологии РАН, 2000. 208 с.
2. *Lucas S.R., Byrne D.* Effectively Maintained Inequality in Education // *American Behavioral Scientist*. 2017. Vol. 61. No. 1, Jan. Pp. 3–7.
3. *Raftery A.E.* Statistics in Sociology, 1950–2000: A Selective Review // *Sociological Methodology*. 2001. Vol. 31. Pp. 1–45.
4. *Silova I.* Private tutoring in eastern Europe and central Asia: policy choices and implications // *Compare*. 2010. Vol. 40 (3). Pp. 327–344.
5. *Stevenson D., Baker D.* Shadow Education and Allocation in Formal Schooling: Transition to University in Japan // *American Journal of Sociology*. 1992. Vol. 6. Pp. 1639–1657.

\* \* \*

**Чжу Хайнин,**  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
Россия, Москва  
qazzhuhaining@163.com

## **Духовно-нравственная основа массовой коммуникации в молодежной среде**

*Аннотация:* СМИ сегодня можно рассматривать как один из факторов, влияющих на социальное воспитание молодежи и способствующих нравственному формированию ее личности. В данной статье рассматривается значение СМИ в формировании духовно-нравственной стороны молодежи. Основной задачей всех видов СМИ должно быть формирование у молодежи устойчивых знаний о духовно-нравственной стороне их развития.

*Ключевые слова:* молодежь; инклюзивное духовно-нравственное воспитание; СМИ; интернет и компьютерные технологии; жизненно важные сферы человека.

**Zhu Haining,**  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
qazzhuhaining@163.com

## **The spiritual and moral basis of mass communication among young people**

*Abstract:* media today can be considered as one of the factors that affect the social education of young people, as well as contribute to the moral formation of their personality. This article examines the importance of the media in the formation of the spiritual and moral side of the social group of young people. that the main task of all types of media should be the development of sustainable knowledge in the youth about the spiritual and moral side of their development.

*Keywords:* youth; inclusive spiritual and moral education; mass media; internet and computer technologies; vital human life spheres.



С развитием технологий в нашу жизнь все больше проникают массовые коммуникации. По состоянию на январь 2022 г. в России насчитывается 129,8 млн интернет-пользователей. Интернетом пользуются не менее, чем 89% от общей численности населения. Среднестатистический житель России проводит в интернете примерно 7 часов 50 минут в сутки и 46,7% этого времени – на мобильных устройствах [2]. Если понаблюдать за детьми, гуляющими в одиночестве в наушниках, с мобильными телефонами или планшетами в руках, мы можем только догадываться, о чем они думают в данный момент, что смотрят или читают, и как полученная ими информация повлияет на их настоящее и дальнейшее духовно-нравственное развитие. Об этом стоит задуматься [1].

В настоящее время влияние СМИ (печать, радио, кино, телевидение, компьютеры, интернет) охватывает около 80% населения планеты и является одним из самых мощных факторов социализации. В последнее десятилетие, с развитием технологий, молодое поколение все чаще появляется на улицах с мобильными телефонами в руках. Дети, молодые люди смотрят в экраны своих телефонов – играют, общаются, смотрят видео, фотографируют, делают селфи и переживают за количество лайков. В то же время они все больше отстраняются от реального общения со своими сверстниками. Таким образом, они стали «телефонными зависимыми», «интернет-зависимыми», «телевизионными зависимыми» [1].

Духовно-нравственное развитие человека – процесс последовательного накопления качественных и количественных показателей изменений в системе его духовных ценностей, обеспечивающих вхождение личности в социокультурную среду на основе ее нравственно-ориентированной, креативной, созидательной жизнедеятельности и успешной самореализации в государстве и обществе.

Молодые люди обладают высокой энергией, широким кругом интересов, позитивностью, динамизмом и амбициями, сильным любопытством, стремлением к изучению нового и способностью к подражанию. Однако у них меньше знаний и практического опыта, их способность различать добро и зло невелика, их ценности все еще находятся в процессе формирования, и они очень податливы. Из-за возраста, личности и особенностей молодых людей они более восприимчивы к влиянию СМИ, чем люди других возрастных групп. Влияние СМИ на идеологическое и нравственное воспитание молодежи в основном отражается в следующих аспектах [3].

1. Повышение открытости СМИ бросает серьезный вызов традиционному способу морально-этического воспитания молодежи.

2. Чрезмерная ориентация СМИ на коммерцию и развлечения серьезно ослабила эффект идеологического и морального воспитания, что привело к снижению нравственности и изменению отношения к ценностям среди молодежи.

3. Увеличение разнообразия и сложности источников информации, каналов и методов ее распространения в СМИ увеличило давление на работу по идеологическому и моральному воспитанию молодежи.

Размышляя об укреплении нравственного и этического воспитания молодежи в эпоху массовой коммуникации, мы пришли к следующим соображениям. Во-первых, необходимо усилить работу по формированию общественного мнения и повысить социальную ответственность СМИ. Важно различать коммерческие и образовательные функции СМИ, придавать большое значение образовательной ориентации СМИ на молодежную аудиторию. Следует усилить образование молодежи в области информированности о СМИ, воспитывать и развивать способность различать информацию, а также продвигать реформы и инновации в методах, содержании и средствах нравственного воспитания в школах и семьях в ответ на новые условия работы по нравственному воспитанию, созданные средствами массовой информации. Думается, необходимо усилить государственный законодательный надзор и технический контроль над средствами массовой информации.

Идеологическая и моральная работа с молодыми людьми должна быть адаптирована к среде массовой информации за счет соответствия времени и инновационного обучения. Для этого следует эффективно изменить простую идеологическую и моральную работу, основанную на внушениях, и уделять больше внимания групповому взаимодействию молодежи, изучению их ценностных ориентиров и потребностей. На этой основе следует также внедрять современные методы обучения в школах, чтобы превратить абстрактное в конкретное, эффективно изменить ситуацию, когда форма идеологического воспитания относительно однообразна, а содержание относительно скучно, и постоянно повышать эффективность идеологического и нравственного воспитания. Кроме того, школы должны сочетать идеологическое и нравственное воспитание молодежи с практической деятельностью и проводить разнообразные мероприятия по идеологическому и нравственному воспитанию, чтобы направ-

вить понимание молодыми людьми СМИ, улучшить возможность непосредственного понимания истории страны и текущей ситуации в обществе, и тем самым повысить их социальную ответственность.

***Литература:***

1. Кузива А.П. Влияние средств массовой информации на духовно-нравственное воспитание детей и молодежи // Исследования молодых ученых: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Казань, декабрь 2019 г.). Казань: Молодой ученый, 2019. С. 78–81.

2. Чуранов Е. Интернет в России в 2022 году: самые важные цифры и статистика. 22.02.2022. URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-v-rossii-v-2022-godu-samy-e-vazhnye-cifry-i-statistika/> (дата обращения: 02.03.2023).

3. Zhang Hanmei. On the influence of mass media on the moral and ethical education of youth // Education and Profession. 2007. Vol. 17. Pp. 93–94.

\* \* \*

**Шаронова Е.А.,**  
кафедра теоретической и специальной  
социологии им. М.А. Будановой,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
sharonova\_1999@list.ru<sup>3</sup>

## **Актуальные проблемы социального анализа рынка образовательных услуг**

*Аннотация:* в статье речь идет об анализе сферы услуг в области образования в пределах комплексного подхода. Этот подход подразумевает определения различных элементов, которые тесно связаны друг с другом. Установлены его основные составляющие и лица, участвующие в нем. Современная система образовательных программ и стандартов, сети образовательных учреждений и органов управления развиваются во всем мире достаточно динамично. Спектр предоставления посредством действия благ в этой сфере мировой экономики знаний становится все более широким.

*Ключевые слова:* рынок образовательных услуг; социологический анализ; образовательные услуги; образовательные программы; специфика рынка образовательных услуг; образовательные учреждения.

**Elena Sharonova,**  
Department of Theoretical and  
Special sociology after M.A. Budanova,  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
sharonova\_1999@list.ru

## **Current problems of social analysis of the educational services market**

*Abstract:* in this paper, we are talking about the analysis of the sphere of services in the field of education within an integrated approach. This approach implies the definition of various components that are closely related to each other. Its main components

---

<sup>3</sup> Научный руководитель – Д.В. Иванова, кандидат социологических наук, доцент кафедры теоретической и специальной социологии им. М.А. Будановой, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

and the persons participating in it are established. The modern system of educational programs and standards, the network of educational institutions and governments is developing quite dynamically all over the world. The spectrum of provision through action of benefits in this area of the global knowledge economy is becoming ever wider.

**Keywords:** market of educational services; sociological analysis; educational services; educational programs; specifics of the educational services market; educational institutions.

В анализе сферы образовательных услуг стоит использовать комплексный подход. Он, в соответствии с теорией И. В. Прангишвили, выступает в качестве «совокупности методов и средств, позволяющих исследовать свойства, структуру и функции объектов, явлений и процессов, представив их в качестве систем со всеми сложными межэлементными взаимосвязями, взаимовлиянием элементов на систему и окружающую среду, а также влиянием самой системы на ее структурные элементы» [5, с. 22]. Соответственно, услуги в сфере образования можно рассматривать в качестве социальной системы, составляющие которой отличаются сильной взаимной связью. На систему образовательных услуг влияют различные факторы внутренней и внешней среды, в рамках которых осуществляется их сотрудничество. В данном случае социальная, экономическая характеристика системы поддерживает взаимоотношения между субъектами и объектами образовательных услуг, отдавая приоритет наиболее востребованным для современного общества.

Рассмотрим отличительные черты системы образовательных услуг:

- множество организационных, законодательных форматов образовательных организаций и продукции их функционирования;
- наличие конкуренции;
- партнерские отношения, которые складываются между лицами, принимающими участие на рынке, в процессе реализации главной государственной задачи; взаимоотношения регулируются на государственном уровне;
- сотрудничество между спросом и предложением (образовательными услугами) с учетом потребностей трудовой сферы;
- включение бизнес-формул в процедуру образования;
- вложение ресурсов в образовательную сферу.

Обращая внимание на системный подход к анализу образовательных услуг, можно выделить следующие субъекты, участвующие в горизонтальных и вертикальных взаимоотношениях:

1) *лица, являющиеся собственниками и реализаторами образовательных услуг* – разные уровни образовательных организаций, имеющие дифференциацию по времени и срокам обучения;

2) *лица, которые используют услуги образования* – собственники трудовой силы и финансов, государство и различные предприятия со своими собственными интересами.

В современных условиях роль государства заключается в том, чтобы объединить потребности и интересы потребителей и производителей образовательных услуг, отрегулировав систему ценообразования и норму образовательной деятельности.

В системе взаимосвязей между потребителями и производителями образовательных услуг реализуются три уровня исследовательского анализа: микроуровень (в пределах конкретных составляющих), макроуровень (в пределах страны), мегауровень (международное сотрудничество). На микроуровне происходит именно сотрудничество между представителями рынка в пределах определенных составляющих, которые определяются, учитывая образовательный уровень и группу учреждения образования. Работа любой из составляющих нацелена на то, чтобы исполнить конкретные потребительские запросы, для чего необходимо подготовить индивидуально предложение образовательных услуг.

К примеру, программное обеспечение дошкольного образования нацелено на то, чтобы достичь изначальной социальной адаптации ребенка, учитывая его личные и возрастные черты, кроме того, заложить основу для того, чтобы ребенок перешел на новый образовательный уровень. Учитывая ФГОС дошкольного образования, в РФ указанные услуги образования исполняются по ряду направлений: развитие коммуникации в социуме, развитие познания, развитие речи, развитие художественного вкуса, физическое развитие. Производителями образовательных услуг в указанной ситуации выступают дошкольные детские учреждения разного типа, учреждения детского развития. Потребителями образовательных услуг выступают родители, поскольку именно они выбирают учреждение образования, учитывая собственные желания и оплачивают услуги (если их не в полной мере компенсирует государство).

Учреждения общего образования – следующая образовательная ступень, работающие в тесном сотрудничестве между организациями, педагогическим составом, который предоставляет услуги образования, родителями учеников. Взрослея и переходя на завершающий общеобразовательный уровень, наиболее полноправным потребителем становится ученик. К примеру, ФГОС среднего образования подразумевает наделение учеников образовательными материалами в соответствии с выбором, который исполняет их личные потребности. Сюда включаются и учреждения последующих образовательных ступеней в пределах выполнения профориентации, направленной на то, чтобы привлечь выпускников.

На уровне профессиональной образовательной программы производителями-реализаторами выступают учреждения среднего и высшего образования, их преподаватели. Услуги образования указанных организаций нацелены в основном на то, чтобы подготовить качественный кадровый состав для трудового рынка. Е.Е. Кузьмина определяет две группы лиц, которые потребляют рассматриваемые услуги: физические лица и различные учреждения [3].

Законодательная политика в образовательной области реализуется в следующих направлениях: разностороннее обновление образовательной системы, при котором выделяются требуемые для данного субъекта финансы, а также реализуются способы их качественного использования; улучшение государственной, общественной управленческой образовательной структуры; постановка государственной задачи в образовательной области; улучшение нормативного, законодательного обеспечения образования и контроля за его выполнением. Как и другие положения норм отраслей права, положения закона об образовании включаются в разные правовые источники. В соответствии с Федеральным Законом «Об образовании в Российской Федерации», законы в сфере образования в нашей стране представляет собой трехуровневую систему: Конституция Российской Федерации, Федеральные законы, Законы субъектов Российской Федерации.

Все социально-экономическое развитие государств строится на основе процесса приобщения к знаниям о мире, поскольку именно они играют решающую роль в процессе формирования наивысшей стадии развития постиндустриальной экономики.

Социолог Д. Белл отмечает: «Постиндустриальное общество представляет собой общество, в экономике которого приоритет перешел

от преимущественного производства товаров к производству услуг, проведению исследований, организации системы образования и повышению качества жизни; в котором класс технических специалистов стал основной профессиональной группой и, что самое важное, в котором внедрение нововведений во все большей степени стало зависеть от достижения теоретического знания...». [2, с. 14]. Именно в силу данных обстоятельств обеспечиваются в каждом государстве непрерывность совершенствования сферы обучения и воспитания личности, борьба стран за максимально эффективное использование результатов этой деятельности на мировом рынке взаимодействия спроса и предложения на предоставление посредством действия благ образовательного характера.

Рынок взаимодействия организаций, предоставляющих услуги образовательного характера, с физическими и юридическими лицами, которые эти услуги оплачивают, а также весь сектор воспитания и обучения личности развиваются в настоящее время очень динамично, их значимость в обществе стабильно возрастает. Их отличительными чертами специалисты называют стремление к получению прибыли всеми возможными способами, поэтапность обучения и воспитания, внедрение стандартов, основанное на консенсусе сторон, содействие личности в осознании себя в качестве отдельной социальной единицы, непрерывный характер развития, овладение с помощью средств информатики информацией как ресурсом управления [1, с. 38].

Учитывая концепцию долгосрочного социального, экономического государственного улучшения до 2020 года, страна поставила задачу развить российскую систему поддержания инновационных технологий. Требуется достигнуть повышенного уровня способности к конкуренции области исследовательской деятельности, что должно выступить в качестве значимого обстоятельства для того, чтобы экономика перешла на новую ступень собственного развития. Для исполнения рассматриваемых задач сконцентрировано внимание на оптимизации системы учреждений государства, которые занимаются наукой, для увеличения качества работы области научных открытий; концентрации вложения финансов в главные направления научного развития, техники; увеличение эффективности регулирования в рассматриваемой области. Для достижения поставленных целей необходимо развитие образования и науки, усовершенствование научной деятельности вузов, повышение числа научных, образовательных учреждений, развитие материальной, технической



составляющей, улучшение инфраструктуры научных учреждений, благодаря чему расширится область научных исследований, повысится потенциал научных кадров, престижность науки как профессии.

В рамках государственной политики в Российской Федерации была разработана и принята «Государственная программа глобального образования» от 20.06.2014 г. в соответствии с Постановлением Правительства РФ № 568. Программа направлена на то, чтобы создать условия для социальной гражданской поддержки со стороны государства лицам, которые получили гранты на бесплатное обучение в другие государства, в ведущие вузы мира.

Обращаю внимание на то, что наиболее распространенным социальным явлением выступает пользование образовательными услугами, что однозначно свидетельствует о необходимости совершенствования рынка отечественных образовательных услуг, повышения конкурентоспособности государства на рынке образовательных услуг.

Основная задача, которая стоит перед государством в сфере образования, – повышение качества образовательных услуг, что приводит к необходимости совершенствования регулирования управления образовательной сферой. Государственная политика в сфере образовательных услуг устанавливается в качестве одного из ведущих направлений социальной политики Российской Федерации.

### ***Литература:***

1. *Айтмухаметова И.Р.* Высшее образование как фактор экономического развития России // Экономика образования. 2008. № 4 (47). С. 39–48.
2. *Белл Д.* Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования / под ред. В.Л. Иноземцева; пер. с англ. М.: Academia, 2013. 944 с.
3. *Кузьмина Е.Е.* Маркетинг образовательных услуг. М.: Юрайт, 2016. 330 с.
4. МПГУ в фокусе социологических исследований: монография / под общ. ред. М.А. Будановой и Е.Н. Юдиной. М.: Спутник+, 2017. 170 с.
5. *Прангишвили И.В.* Системный подход и общесистемные закономерности. Сер. «Системы и проблемы управления». М.: Синтег, 2000. 528 с.

6. Социальный портрет учащейся молодежи города Москвы: монография / отв. ред. М.М. Мусарский. М.: МПГУ, 2021. 205 с.

7. Указ Президента Российской Федерации № 967 «О мерах по укреплению кадрового потенциала Российской Федерации» / Государственная программа «Глобальное образование» // Консультант Плюс. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_156645/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_156645/) (дата обращения: 18.07.2023).

\* \* \*

## СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНОЕ ЗНАНИЕ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ

---

**Адыгезалова Н.Р.,**  
кафедра права,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
narminadygezalova7452@gmail.com<sup>4</sup>

**Ершова А.А.,**  
кафедра права,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
nersova806@gmail.com

### **К вопросу о совершенствовании системы налогообложения для малого и среднего предпринимательства**

**Аннотация:** статья посвящена системе налогообложения, предоставляемой для малого бизнеса в России. Актуальность вопроса заключается в недоработке данной системы, в связи с чем многие малые и средние предприятия быстро ликвидируются. По мнению авторов, необходима разработка мер совершенствования налоговой системы для начинающих субъектов предпринимательства.

**Ключевые слова:** малый и средний бизнес; налогообложение; совершенствование; дотации; доходы; предпринимательство; товар; конкуренция; рынок; налоговый режим; государство.

---

<sup>4</sup> Научный руководитель – О.В. Шатаева, кандидат исторических наук, доцент кафедры экономической теории и менеджмента, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

**Narmin Adygezalova,**  
Department of Law,  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
narminadygezalova7452@gmail.com

**Anastasia Ershova,**  
Department of Law  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
nersova806@gmail.com

### **On the issue of improving the taxation system for small and medium sized businesses**

**Abstract:** this article is devoted to the taxation system provided for small businesses in Russia. The urgency of the issue lies in the shortcomings of this system, and therefore many small and medium-sized enterprises are quickly liquidated. According to the authors, it is necessary to develop measures to improve the tax system for start-up businesses.

**Keywords:** small and medium business; taxation; improvement; subsidies; revenue; entrepreneurship; goods; competition; marketplace; tax regime; government.

По мнению М.Г. Лапусты, малое предприятие – это «небольшое предприятие, которое не имеет сложной структуры управления и которым руководит один независимый собственник, имеющий ограниченный доступ к рыночному капиталу и незначительную долю своего товара на рынке» [3, с. 179]. Таким образом, малое предпринимательство представляет собой хозяйствующий субъект, занимающий небольшой процент на рынке, сведения о которой внесены в специальный реестр за счет наличия определенного количества работников в организации и уровня товарооборота. К малому бизнесу относят предприятия, соответствующие следующим критериям:

- величина уставного капитала – не менее 10 000 руб.;
- численность занятых на предприятии – до 100 чел.;

- объем производств и услуг, выполняемых предприятиями, выручка – до 800 млн руб. [2, с. 193].

Требования к таким организациям небольшие, поскольку здесь делается расчет на то, что в будущем они расширятся и станут крупными организациями с численностью сотрудников не более 250 чел. и среднегодовым доходом не выше 3 млн руб.

Благодаря развитию и расширению малого бизнеса, «появляются рабочие места для наших граждан» [1, с. 99], что является положительным следствием от формирования субъектов малого бизнеса, поскольку населению на сегодняшний момент непросто найти работу, а благодаря им расширяется спектр вакансий. Кроме того, малый бизнес является «...одним из источников налоговых поступлений» [5, с. 19]. Каждый субъект права, а именно физическое или юридическое лицо, должно платить налоги, поскольку именно из этих средств складывается бюджет Российской Федерации, за счет которого происходит развитие науки, культуры, образования и так далее. В связи с этим, можно сделать вывод, что чем больше налогоплательщиков, тем больше открывается возможностей для улучшения условий жизни граждан и для формирования качественной инфраструктуры.

Именно малое предприятие помогает «расширять новые виды продукции» [1, с. 99], а также хорошо реагирует на определенные систематические изменения. Связано это в первую очередь с небольшим количеством участников и уставным капиталом, в отличие от крупных предприятий. Причем, в случае ликвидации одно малого предприятия, на его месте открываются другие, новые организации малого бизнеса, растет число вакансий на рынке труда, развиваются и расширяются новые виды продукции, а также прогрессирует конкуренция, что приводит к улучшению качества и разнообразия товаров и услуг на рынке, что впоследствии повышает спрос. Следовательно, увеличивается значимость малого предприятия для экономики страны. С крупными же организациями в этом плане дела обстоят сложнее, поскольку в связи с необходимостью огромного количества участников и уставного капитала работу крупной организации труднее восстановить.

На современном этапе развития российской экономики исследователи отмечают постепенное снижение процента малого бизнеса в стране. В 2021 г. доля малого и среднего предпринимательства составляла 3,55%, в 2022 г. эта цифра стала еще меньше.

В настоящее время предоставляются налоговые льготы малому и среднему предприятию. Так, во-первых, им положена упрощенная налоговая система, которая подразумевает освобождение от налога на прибыль, НДС и налога на имущество. Причем таким субъектам не только дается освобождение от определенных видов налогов, но и предоставляется возможность временной неуплаты налогов. Согласно закону, на упрощенную систему налогообложения может перейти лишь организация, в которой «годовой доход не составляет более 219,2 млн. руб.; работают не более 130 человек; нет филиалов; в уставном капитале организации нет 25 % вклада от другого предприятия» [6, ст. 3]. Существуют две схемы упрощенного налогообложения – это доходы и доходы минус расходы. Упрощенная система налогообложения «доходы» имеет налоговую ставку от 1 до 6 %. Такая схема выгодна, когда расходы занимают меньшую долю, чем доходы. Упрощенная система налогообложения «доходы минус расходы» имеет налоговую ставку от 5 до 15 %. В этом случае расходы должны составлять примерно 60 % от доходов.

Во-вторых, существует единый сельскохозяйственный налог, который походит для предприятий, специализирующихся на сельскохозяйственной продукции, и уровень дохода от данного вида деятельности не превышает 70% от объема общего дохода. Налоговая ставка – 6%.

В-третьих, стоит отметить и автоматическую систему налогообложения, которая введена недавно. Ставки: «доходы» – 8%, а «доходы и расходы» – 20%. Выбрать ее могут организации, имеющие в команде не более 5 чел.; зарплата сотрудников не должна превышать 5 млн руб.; доля участия в других организациях составляет не более 25%; годовой доход не должен превышать 60 млн рублей.

В-четвертых, стоит упомянуть общую систему налогообложения, которая невыгодна для малого предприятия, поскольку платить необходимо несколько видов налогов.

Если подробнее разбирать вопрос о налоговом режиме, то можно отметить и такие режимы как: «ПСН (патентная система налогообложения) – по конкретным формам предпринимательства» [4, с. 162] и НПД (налог на профессиональный доход), но это специальные налоговые льготные режимы для индивидуальных предпринимателей.

Однако в таких условиях малый и средний бизнес сталкивается с нехваткой денежных средств для своего эффективного развития. Это происходит в связи с тем, что данные субъекты встречаются с огромными расходами, поэтому «налоговые каникулы» не помогают пополнять свой

уставной капитал. Кроме того, необходимо собрать для налоговой отчетности много документов, а их правильное оформление требует достаточно много времени и значительных средств. Постоянно вводятся изменения, за которыми трудно следовать малому и среднему бизнесу. Таким образом, для улучшения эффективности системы налогообложения необходимо предпринять следующие меры:

- менять налоговое законодательство постепенно, чтобы малые предприятия успевали за нововведениями;
- предоставить возможность малому бизнесу не сдавать налоговую отчетность в период первых четырех лет работы, чтобы организация смогла продвинуться на рынок и освоиться;
- выделять деньги организациям на опытных, компетентных юристов, чтобы они могли оформить необходимую налоговую документацию в соответствии с законодательством РФ.

Итак, малый и средний бизнес играет немаловажную роль в развитии и функционировании экономики всего государства, поскольку активизирует конкуренцию; улучшает качество жизни населения; предоставляет рабочие места; разрабатывает новые виды продукции.

Вопрос о путях и методах совершенствования системы налогообложения является наиболее актуальным на данный момент. Исходя из вышперечисленных данных о налоговой системе и ее политике, то весомым и эффективным решением проблемы в данной области будет применение разнонаправленной модели системы налогообложения, которая подразумевает сокращение бесполезных налогов. В связи с этим перед государством стоит важная задача создать и обеспечить малое и среднее предпринимательство такой системой налогообложения, которая могла бы развивать такой бизнес, повышая его значимость и продуктивность и расширяя его возможности на рынке товаров и услуг.

### ***Литература:***

1. Гудкова О.В. Роль и значение малого бизнеса, положение в современной экономике // *Хроноэкономика*. 2020. № 3. С. 98–103.
2. Касимова Ф.Т. Особенности и отличительные свойства малого бизнеса и частного предпринимательства // *Молодой ученый*. 2017. № 1. С. 193–195.
3. Майданевич Ю.П., Бедрик К.А. Малый бизнес: понятие и преимущества // *Экономика и бизнес*. 2017. № 2. С. 177–180.

4. Мельникова Д.Д., Черноусова К.С. Проблемы и пути совершенствования налогообложения в РФ // Международный журнал естественных и гуманитарных наук. 2020. № 12–4 (51). С. 162–164.

5. Троцкая А.В., Краузе Е.В. Значение малого бизнеса в России // Молодой ученый. 2017. № 6. С. 18–22.

6. Федеральный закон «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Автоматизированная упрощенная система налогообложения» от 25.02.2022 № 17-ФЗ // Гарант. URL: <https://base.garant.ru/403574288/> (дата обращения: 02.07.2023).

\* \* \*



**Асланова А.А.,**  
кафедра права,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
ryadoms@bk.ru<sup>5</sup>

**Хашиева Х.А.,**  
кафедра права,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
agustkhd@mail.ru

## **Государственная поддержка при открытии молодежного предпринимательства и трудности ведения бизнеса**

**Аннотация:** в статье рассматриваются проблемы, с которыми сталкивается молодежь при открытии бизнеса: недостаток капитала, ограниченность кредитования и финансирования, недостаток знаний, отсутствие опыта, сложность формирования команды и набора персонала, высокие налоги. Поскольку именно молодежь обладает потенциалом в предпринимательской сфере, государству необходимо поддерживать инициативные проекты молодежи для развития экономики России – создавать законодательную базу, увеличивать количество материальной поддержки данной социально-демографической группы населения.

**Ключевые слова:** проблемы молодежного предпринимательства; помощь государства; малый и средний бизнес; законодательная база; сложности при открытии бизнеса; собственное дело; поддержка молодежного предпринимательства; стартап.

**Anastasia Aslanova,**  
Department of Law,  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
ryadoms@bk.ru

---

<sup>5</sup> Научный руководитель – О.В. Шатаева, кандидат исторических наук, доцент кафедры экономической теории и менеджмента, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

**Khadi Khashieva,**  
Department of Law,  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
agustkhd@mail.ru

## **State support for the opening of youth entrepreneurship and the difficulties of doing business**

**Abstract:** the article discusses the problems faced by young people when starting a business: lack of capital, limited lending and financing, lack of knowledge, lack of experience, difficulty in forming a team and recruiting staff, high taxes. Since it is young people who are the potential in the entrepreneurial sphere, the state needs to support youth initiative projects for the development of the Russian economy – to create a legislative framework, increase the amount of material support for this socio-demographic group of the population.

**Keywords:** problems of youth entrepreneurship; state assistance; small and medium-sized businesses; legislative framework; difficulties in starting a business; own business; support for youth entrepreneurship; start-up.

В современной России вопрос открытия бизнеса молодежью становится все актуальнее, а в связи с проблемами открытия и ведения бизнеса роль государства в данном вопросе возрастает. Государство уделяет особое внимание предпринимательству в молодежной среде важное место, а молодежь проявляет огромную заинтересованность в данной сфере. В данном случае мы говорим о молодежи, как о части экономически активного населения от 14 до 30 лет с особым социально-демографическим положением. Именно молодежь проявляет значительный потенциал в предпринимательской сфере как особая социально-демографическая группа, именно она способствует созданию инновационных форм бизнеса, но параллельно с этим, молодежь характеризуют определенные ограничения, в частности недостаток материальных ресурсов. Данный аспект – проблемная зона потенциального молодого предпринимателя.

Предпринимательство – это самостоятельная, осуществляемая на свой страх и риск деятельность, направленная на систематическое по-

лучение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законном порядке. Предпринимательство выполняет определенные функции, которые способствуют общественному развитию, формированию и повышению валового внутреннего продукта, удовлетворению потребностей граждан, реализации творческого потенциала, повышению личностного роста.

Как отмечают исследователи, «на сегодняшний день, уровень развития малого бизнеса для обеспечения интересов и задач государственной социально-экономической политики в России недостаточный, поскольку по доли в общем ВВП и рынке труда, наша страна уступает позициям государств с развитой экономикой» [4, с. 122].

Пандемия COVID-19 показала, что именно молодые люди быстрее вернулись к предпринимательской деятельности, снова стали инвестировать, развивать и вести бизнес.

В сфере предпринимательства государство проводит как экономическую, так и молодежную политику.

Молодежное предпринимательство является одним из эффективных инструментов борьбы с безработицей, поскольку именно в возрасте до 25 лет граждане при приеме на работу сталкиваются с рядом таких проблем, как требование опыта при приеме на работу после окончания университета, низкая оплата труда, низкий спрос на те или иные профессии (юристы, экономисты, психологи и др.). В России, например, молодежь до 25 лет среди безработных составляет 23%, в том числе в возрасте 15–19 лет – 3,3%, 20–24 лет – 19,7%. Высокий уровень безработицы отмечается в возрастной группе 15–19 лет (28,2%) и 20–24 лет (14,0%) [2, с. 50]. Развитие молодежного предпринимательства способствует снижению показателей безработицы, поскольку создаются новые рабочие места, а также увеличиваются налоговые поступления в государственный бюджет. Молодежное предпринимательство создает условия для реализации своих возможностей, самостоятельности.

Предпринимательство, осуществляемое молодыми людьми, характеризуется амбициозностью, идейностью, высоким уровнем мотивации, стремлением к самостоятельности, высокими творческими возможностями, стремлением к высокому заработку и владению собственностью.

Но, как мы отмечали ранее, молодежь сталкивается с рядом проблем при открытии бизнеса. Во-первых, это отсутствие навыков, опыта, управленческих качеств, необходимых для успешного ведения бизнеса,

приводят к тому, что молодым людям становится сложно и страшно открыть свое первое дело. Во-вторых, это недостаточный капитал, а выдача кредитов и инвестиций ограничена, особенно крупных. Привлечение внешних финансовых ресурсов обусловлено тем, что у молодых предпринимателей отсутствует кредитная история, или же недостаточный доход, поэтому доступ к данному инструменту затруднен.

Третья проблема – ограниченные знания, поскольку не каждый гражданин имеет определенные социально-гуманитарные умения и навыки для открытия своего собственного дела. В целом, российская молодежь обладает слабовыраженной предпринимательской культурой. Система образования не предусматривает передачу знаний в области предпринимательства. Четвертая проблема – сложность формирования команды, поскольку трудно найти компаньонов и сотрудников, которым можно доверять. Молодым предпринимателям непросто проводить подбор персонала, так как у них нет доступа к высококвалифицированным трудовым ресурсам. Многие потенциальные партнеры и работники могут относиться к молодому предпринимателю с недоверием в силу возраста и отсутствия опыта. В-пятых, многие предприимчивые молодые люди не пытаются открыть свой бизнес в силу неуверенности в себе, им приходится перебарывать свой страх, обоснованным риском.

Существуют и другие проблемы: несформированность полноценной законодательной базы, из-за чего создаются институциональные барьеры к развитию молодежного предпринимательства; недостаток налоговых льгот; бюрократизация и коррупция. Впрочем, состоявшиеся предприниматели отмечают, что не капитал играет первостепенную роль в открытии собственного дела, а именно личные качества и знакомства.

В одном из социологических исследований среди молодежи интервьюер задал вопросы: «Как вы считаете, стоит ли молодым людям заниматься собственным бизнесом?», «Каким Вы видите свое будущее?», «Какие главные препятствия Вы видите для того, чтобы открыть собственный бизнес?». Результаты исследования свидетельствуют о том, что «большинство молодежи интересуется перспективами открытия собственного бизнеса, однако процент реально открывающих свое дело незначителен. Основные проблемы, мешающие развитию бизнеса молодыми людьми, – отсутствие стартового капитала и низкий уровень информированности о существующих возможностях» [8, с. 5].

Российское правительство активно пытается расширить государственную поддержку инициатив молодежного предпринимательства. Как

заявил директор департамента развития малого и среднего предпринимательства и конкуренции Минэкономразвития России Максим Паршин, реализация мероприятий, направленных на содействие развитию молодежного предпринимательства, является одним из приоритетных направлений в рамках программы поддержки малого и среднего предпринимательства Минэкономразвития России. За время ее реализации более 23 тыс. молодых предпринимателей открыли свой бизнес [7].

Тем не менее в настоящее время помощь, оказываемая молодежному предпринимательству, является недостаточной. Конечно, государство оказывает поддержку малому и среднему бизнесу, но содействие направлено в пользу предпринимателей всех возрастов, а не адресно молодежному бизнесу. Но государство принимает все больше нормативно-правовых актов для регулирования и поддержки этой сфере, так как актуальность и общественная польза молодежного бизнеса очевидна. Так, из принятых в последние годы законов следует отметить Федеральный закон «О молодежной политике в Российской Федерации» от 30.12.2020 № 489-ФЗ, согласно которому, одним из основных направлений реализации молодежной политики является «поддержка и содействие предпринимательской деятельности молодежи» [5].

Также поддержка молодежного предпринимательства упомянута в Постановлении Правительства РФ от 15.04.2014 № 316 (ред. от 28.12.2022) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Экономическое развитие и инновационная экономика"». Предусматривается предоставление субсидии в целях финансирования расходных обязательств субъекта Российской Федерации, возникающих при предоставлении грантов социальным предприятиям, включенным в реестр социальных предпринимателей, и (или) субъектам малого и среднего предпринимательства, созданным физическими лицами в возрасте до 25 лет включительно [3].

Из более ранних источников защиты и поддержки молодежного предпринимательства стоит упомянуть Закон г. Москвы от 30 сентября 2009 г. № 39 «О молодежи». В данном нормативном акте гарантируется «содействие развитию у молодежи положительной трудовой мотивации, высокой деловой активности, навыков эффективного поведения на рынке труда; финансирование проектов, направленных на развитие трудовых объединений молодежи; повышение конкурентоспособности трудовых объединений молодежи на рынке труда...» [1]. В ст. 35 перечислены

меры поддержки и способы вовлечения молодежи в предпринимательскую деятельность.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что молодежь, как самостоятельная социальная группа, и молодежное предпринимательство как экономическое явление – это те сферы, поддержка и помощь которым может принести неоценимую помощь государству в целом и государственной экономике в частности. Об этом свидетельствует опыт ряда регионов Российской Федерации, в которых помощь и поддержка молодежного предпринимательства является важным направлением экономической политики. Так, например, в Ханты-Мансийском автономном округе увеличение количества молодых предпринимателей в сфере малого и среднего бизнеса привело к усоввершенствованию конкуренции. Их деятельность стала определять значительный процент ВВП, а также в какой-то степени структуру и качество экономического роста [6, с. 3].

#### *Литература:*

1. Закон г. Москвы от 30 сентября 2009 г. № 39 «О молодежи» // Гарант. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/292905/> (дата обращения: 01.06.2023).
2. *Кочесокова Э.Ю.* Исследование основных проблем и перспектив развития молодежного предпринимательства в РФ // *Juvenis scientia*. 2016. № 1. С. 50–51.
3. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 316 (ред. от 28.12.2022) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Экономическое развитие и инновационная экономика"» // Гарант. URL: <https://base.garant.ru/70644224/> (дата обращения: 01.06.2023).
4. *Рибокене Е.В.* Молодежная политика как фактор развития малого бизнеса / Е.В. Рибокене, М.Ю. Маковецкий, М. Таниева // *Транспортное дело России*. 2022. № 2. С. 122–123.
5. Федеральный закон «О молодежной политике в Российской Федерации» от 30.12.2020 № 489-ФЗ // Президент России. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/46328> (дата обращения: 05.07.2023).
6. *Целищева З.А., Богатырь В.С.* Роль молодежного предпринимательства в экономическом развитии региона (на примере Ханты-Мансийского автономного округа – Югры) // *Российские регионы в фокусе*

перемен: Сб. докладов XIII Междунар. конф. (Екатеринбург, 15–17 ноября 2018 г.). Т. 1. Екатеринбург: УМЦ УПИ, 2019. С. 195–197.

7. *Шульженко А.М.* Эффективность государственной поддержки развития молодежного предпринимательства // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. 2020. № 2 (34). С. 147–152.

8. *Якушева Е.А.* Источники финансирования предпринимательских идей молодежи // XIII Всероссийская научно-практическая конференция молодых ученых «Россия молодая» (Кемерово, 20–23 апреля 2021 г.). Кемерово: КемГУ, 2021. С. 2–9.

\* \* \*

**Иваничкина А.В.,**  
кафедра экономической  
теории и менеджмента,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
iva\_nastia\_2003@inbox.ru<sup>6</sup>

## **Особенности организационной культуры предприятий ма- лого бизнеса: российская специфика**

*Аннотация:* в статье рассмотрена роль малого бизнеса в экономике России и изучены причины снижения численности работников в малом бизнесе за несколько лет. Проведен анализ особенностей организационной культуры предприятий, как одной из важнейшей составляющей малого бизнеса. Актуальность статьи заключается в анализе специфики организационной культуры предприятий малого бизнеса в России и ее отличие от культур других стран.

*Ключевые слова:* организационная культура; малый бизнес; специфика; жизненный цикл; национальная деловая культура.

**Anastasia Ivanichkina,**  
Department of Economic  
Theory and Management,  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
iva\_nastia\_2003@inbox.ru

## **Features of the organization culture of small businesses: Russian specifics**

*Abstract:* the article examines the role of small business in the Russian economy and examines the reasons for the decline in the number of employees in small business over several years. The analysis of the peculiarities of the organizational culture of enterprises as one of the most important components of small business is carried out. The relevance of the article lies in the analysis of the specifics of the organizational

---

<sup>6</sup> Научный руководитель – О.А. Игумнов, кандидат педагогических наук, доцент кафедры экономической теории и менеджмента, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.



culture of small businesses in Russia and its difference from the cultures of other countries.

**Keywords:** organizational culture; small business; specifics; life cycle; national business culture.

Организационная культура предприятия – это совокупность ценностей, норм, традиций, обычаев, образа жизни, отношений и общих установок, которые характеризуют работу и поведение людей внутри организации. Она определяет, какие ценности и принципы важны для компании и как они влияют на ее деятельность, отношения между сотрудниками, клиентами и партнерами.

А.М. Жемчугов и М.К. Жемчугов полагают, что организационная культура представляет культуру членов организации, направленную на достижение целей организации [2, с. 7]. Организационная культура может быть сильной или слабой, адаптивной или жесткой, инновационной или консервативной. Она может формироваться как спонтанно, так и планоно, под воздействием различных факторов, таких как история компании, лидерство, стратегия развития, структура организации, корпоративные ценности и так далее.

Сильная организационная культура может привести к более эффективной работе, повышению мотивации сотрудников, улучшению клиентского сервиса и увеличению прибыли. Однако если культура недостаточно гибкая и не адаптирована к изменяющимся условиям, она может создать проблемы в развитии, например, в коммуникации между сотрудниками и управленческим персоналом. Если каждый сотрудник не понимает, как его работа влияет на общую цель компании, то действия таких сотрудников могут привести к конфликтам и неэффективной работе.

Организационная культура – один из ключевых факторов, влияющих на эффективность работы организации и ее конкурентоспособность.

Предназначение организационной культуры – регулировать, нормировать поведение. Необходимость организационной культуры для предприятия обусловлена потребностями улучшения производительности и качества работы, то есть может помочь сотрудникам более эффективно работать в команде, повысить уровень клиентского сервиса. Качество работы будет выше за счет улучшения коммуникаций между сотрудниками и руководством, повышения уровня мотивации и вовлеченности сотрудников. Необходимость организационной культуры обусловлена

и потребностью привлечения и удержания талантливых сотрудников. Культура организации может стать ключевым фактором, который привлекает талантливых сотрудников и поможет удержать их в компании, потенциальные сотрудники захотят работать в организации, где их усилия будут ценить, а руководство будет создавать необходимые условия для комфортной работы.

В работах А.М. Жемчугова и М.К. Жемчугова отмечается, что «основой организационной культуры является коллективная цель и вера – вера в достижение поставленной коллективной цели» [2, с. 8]. Вера в достижение поставленной цели является важным мотивационным фактором, который помогает людям сохранять энтузиазм и настойчивость в достижении коллективных целей. Она позволяет сосредоточиться на положительных аспектах и перспективах, а не на возможных неудачах или препятствиях.

О качестве целей в организации А.И. Пригожин писал, что «ценности первичны, а цели вторичны» [5]. Отчуждение целей от ценностей является патологией процесса целеполагания. Цели произрастают из ценностей не автоматически, не линейно, а исходя из условий среды, других ценностей и целей [5]. Если ценности бизнеса не будут сформированы на основе анализа рыночной среды, желаний потребителей, то цели могут стать нерациональными, потеряют смысл и могут привести к неэффективной работе, снижению уровня мотивации сотрудников. Для поддержания организационной культуры бизнеса необходимо регулярное обновление и адаптация культуры бизнеса к изменениям внешней среды.

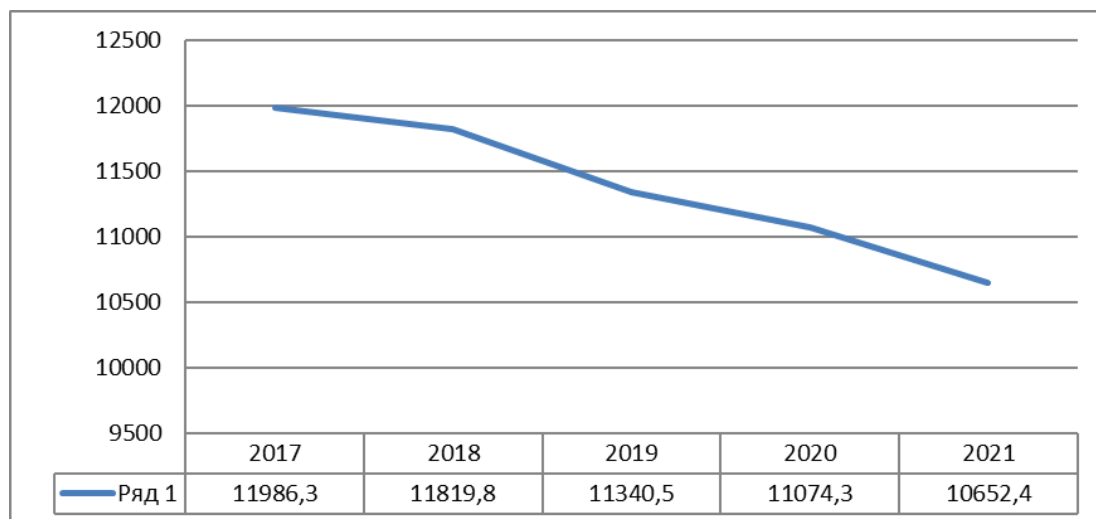
В рамках заявленной темы рассмотрим специфику организационной культуры предприятий малого бизнеса. Предприятия малого бизнеса отличаются от других предприятий тесным межличностным взаимодействием, как внутри организации, так и с потребителями [8, с. 3]. Для формирования единой команды из работников малого бизнеса, необходимо, чтобы все сотрудники были ознакомлены и действовали в соответствии с едиными нормами, ценностями и корпоративным поведением. Поведение руководства в организациях малого бизнеса должно быть изменено и ориентировано на повышение значимости и ценности своих сотрудников для предприятия. Кроме того, со стороны руководства необходимо внимание к вопросам собственной организационной культуры, ее диагностике, определению соответствия стратегии развития и корректировке. Компания должна стремиться к тому, чтобы весь ее персонал был вовлечен в организационную жизнь.

Малый бизнес играет важную роль в обеспечении занятости и формировании среднего класса в экономике. Во-первых, организации малого бизнеса создают новые рабочие места, что способствует снижению безработицы и повышению уровня занятости в стране. Во-вторых, малый бизнес содействует формированию среднего класса в социальной структуре общества. Наконец, малый бизнес является важным источником инноваций и новых идей в экономике. Малые бизнесы часто гибче и адаптивнее крупных корпораций, что позволяет им быстро реагировать на изменения в рыночной среде и предлагать новые продукты и услуги. Указанные обстоятельства способствуют развитию экономики в целом и повышению качества жизни.

На рис. 1. представлена средняя численность работников в малом предпринимательстве в 2017–2021 гг. в России. В соответствии с показателями с 2017 г. численность работников в малом бизнесе значительно сократилась. В 2021 г. численность работников малого бизнеса составила 10 652,4 тыс. человек, что на 11% меньше, чем в 2017 году. Самые большие спады были отмечены в 2019 и 2021 гг.

Во-первых, это связано с экономическими последствиями пандемии COVID-19. Многие малые бизнесы столкнулись с проблемами в 2020–2021 гг., в том числе снижением спроса и вынужденным закрытием на время карантина. Это привело к сокращению доходов и убыткам, что заставило многих предпринимателей сократить численность работников или вынужденно закрыть свой бизнес. Во-вторых, некоторые малые бизнесы были вынуждены адаптироваться к новым условиям работы и изменить свои модели бизнеса. Например, многие компании перешли на удаленный формат работы, что позволило им сократить расходы на аренду офисов и другие затраты, но это также привело к тому, что некоторые работники стали ненужными или их функции могут быть выполнены удаленно. В-третьих, многие компании стали использовать новые технологии и автоматизировать свои процессы, что позволило им сократить число работников, выполняющих рутинные задачи.

Уменьшение численности работников в малом бизнесе может иметь серьезные последствия не только для самого бизнеса, но и для экономики в целом: ухудшение экономического роста, увеличение безработицы, увеличение неравенства доходов, уменьшение конкуренции, ухудшение условий труда).



*Рис. 1. Средняя численность работников предприятий малого бизнеса в РФ в 2017–2021 гг., тыс. чел. (рассчитано автором в 2023 г. по данным Росстата [4])*

По мнению Т.В. Светник, преимущества малого бизнеса – «гибкость и способность быстро реагировать на изменения рынка» [7, с. 142]. Автор также относит к свойствам малых компаний региональный охват рынка, простую структуру, поиск собственной рыночной ниши, уязвимость перед стихией рынка. В больших компаниях данные свойства полностью противоположны свойствам малых организаций: глобальный охват рынков, сложная структура, стабильный рынок, устойчивость в конкурентной борьбе. Многие предприниматели пришли к выводу о том, что малый бизнес обладает очень важным преимуществом, а именно, гибкостью.

Малое предприятие, как и большое, и среднее, сталкивается с проблемами на каждой стадии жизненного цикла. По А. Адизесу, жизненный цикл описывает различные этапы, характеризующиеся определенными вызовами и возможностями, которые могут повлиять на успех бизнеса: зарождение, младенчество, высокая активность, юность, расцвет, стабильность, аристократия, ранняя бюрократия, бюрократизация, смерть.

Сознательное управление организационной культурой направлено на гармонизацию социальных и экономических факторов, повышение устойчивости и конкурентоспособности организаций [3, с. 2]. Малый бизнес имеет особенности, которые отличают его от больших компаний и обуславливают специфику организационной культуры предприятий малого бизнеса. В малом бизнесе связи между сотрудниками более тесные, чем в больших компаниях. Это может создавать более сильную

и дружественную атмосферу в организации. Аффiliation более характерна именно для малого бизнеса, так как в малом кругу сотрудников человек сильнее чувствует свою значимость, способен доверять и приходить на помощь.

Специфической чертой малого бизнеса является тот факт, что в организационной культуре играет большую роль личность владельца или руководителя. Он определяет ценности и нормы поведения в организации, а также влияет на отношения между сотрудниками.

Для поддержания связей между сотрудниками и формирования культуры организации необходимо обеспечить эффективную коммуникацию, чтобы каждый сотрудник чувствовал ответственность и возможность влиять на успех компании, мог внести свой вклад в успех компании, предлагая новые идеи, улучшая процессы, находя новых клиентов и т. д.

Национальная деловая культура влияет на организационную культуру предприятий малого бизнеса посредством интеграции уникальных ценностей, норм и традиций.

Например, в культуре Японии большое значение уделяется коллективизму, уважению к старшим и традиционным ценностям. В организациях малого бизнеса, созданных японцами, часто можно наблюдать высокий уровень дисциплины, ориентацию на долгосрочную трудовую деятельность и сильную командную работу.

В организационной культуре малого бизнеса в России большое значение уделяется личным отношениям, взаимопомощи и дружбе, что обусловлено спецификой национального менталитета.

В русском менталитете и даже в русском языке различаются и разграничиваются такие понятия, как интеллигентность и интеллект, которые, например, в английском передаются одним словом: *intelligence* [6, с. 12]. Для русских же слово «разум» обязательно включает морально-этическую оценку, а вот слово «интеллект» совпадает по значению с европейскими аналогами, то есть включает элемент рационализма. Людям с российским менталитетом трудно принять западноевропейскую модель общества, важным отличительным моментом является индивидуальность каждого отдельного человека, которая считается безусловной ценностью. Но и главенствующей роли коллектива над индивидуумом, как это свойственно, например японской нации, у россиян нет.

В работе Б. Венгвари «Особенности организационной культуры малых и средних предпринимательств (на основе результатов анкетирова-

ния работников венгерских и российских фирм)» представлены результаты исследования о схожести и различии организационной культуры венгерских и российских предприятий малого бизнеса. Исследования показали, что в российских организациях свой сотрудник имеет больше шансов на замещение вакантной должности и назначение постороннего человека встречается не часто [1, с. 49]. В венгерских фирмах на вакантную должность может претендовать свой сотрудник и посторонний человек на равных условиях.

Как следует из анализа ответов респондентов из Венгрии, приспособление нового коллеги к условиям фирмы требует больше времени по сравнению с ответами у российских коллег [1, с. 51]. Российские респонденты чаще считают своих коллег друзьями, чем венгерские. По мнению Б. Венгвари, венгерские респонденты больше информированы о своей фирме, чем их российские коллеги [1, с. 48].

Таким образом, организационная культура предприятий малого бизнеса является важным фактором их успеха. Российский малый бизнес имеет свои особенности в организационной культуре, которые определяются социально-экономическими условиями и культурными традициями страны. Одной из особенностей организационной культуры малого бизнеса в России является тот факт, что в организациях малого бизнеса часто работают близкие друзья, родственники сотрудников этой же фирмы, что создает особую атмосферу доверия и взаимопомощи, в отличие от венгерских фирм, где посторонний человек ценится также, как свой сотрудник. Еще одной особенностью организационной культуры малого бизнеса в России является гибкость взаимоотношений между работодателем и работниками.

Для того чтобы экономика страны нормально функционировала и развивалась, необходимо задействовать малое предпринимательство. Результатом станет улучшение уровня благосостояния граждан и всей экономики страны.

### *Литература:*

1. *Венгвари Б.* Особенности организационной культуры малых и средних предпринимательств (на основе результатов анкетирования работников венгерских и российских фирм) // *Статистика и экономика.* 2014. № 2. С. 46–52.

2. *Жемчугов А.М., Жемчугов М.К.* Организационная культура // Проблемы экономики и менеджмента. 2012. № 10 (14). С. 4–26.
3. *Колобова Е.А.* Механизм управления организационной культурой на примере малых кластеризованных предприятий // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2014. № 12 (72). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mehanizm-upravleniya-organizatsionnoy-kulturoy-na-primere-malyh-klasterizovannyh-predpriyatiy> (дата обращения: 17.03.2023).
4. Малое и среднее предпринимательство в России // Федеральная служба государственной статистики (Росстат). URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13223> (дата обращения: 10.03.2023).
5. *Пригожин А.И.* Качество целей // Общественные науки и современность. 2010. № 1. С. 114–125.
6. *Сергеева А.В.* Русские. Стереотипы поведения, традиции, ментальность. 2-е изд., испр. М.: Флинта, 2004. 328 с.
7. *Светник Т.В.* Особенности менеджмента на предприятиях малого бизнеса // Baikal Research Journal. 2010. № 5. С. 140–145.
8. *Чернова К.О., Ерастова А.В.* Особенности организационной культуры малого предпринимательства // Контентус. 2019. № 5 (82). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-organizatsionnoy-kultury-malogo-predprinimatelstva> (дата обращения: 20.03.2023).

\* \* \*

**Иваничкина А.А.,**  
кафедра права,  
Институт социально-гуманитарного образования  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
iva\_nastia\_2003@inbox.ru<sup>7</sup>

**Амосова А.А.,**  
кафедра права,  
Институт социально-гуманитарного образования  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
amosovanastusha1@gmail.com

## **Малое инновационное предпринимательство в России: состояние и перспективы роста**

**Аннотация:** в статье проанализированы мнения исследователей в области малого инновационного предпринимательства, рассмотрено текущее состояние малого предпринимательства в России, проанализированы основные показатели, дана оценка инновационной области малого предпринимательства, отмечена роль государственной поддержки, приведены причины отставания от других стран и способы развития малого инновационного предпринимательства.

**Ключевые слова:** малое предпринимательство; инновации; экономика России; перспективы развития; государственная поддержка.

**Anastasia Ivanichkina,**  
Department of Law,  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
iva\_nastia\_2003@inbox.ru

---

<sup>7</sup> Научный руководитель – О.В. Шатаева, кандидат исторических наук, доцент кафедры экономической теории и менеджмента, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.



**Anastasia Amosova,**  
Bachelor's degree, Department of Law,  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
amosovanastusha1@gmail.com

## **Small innovative entrepreneurship in Russia: the state and prospects of growth**

**Abstract:** the article analyzes the opinions of researchers in the field of small innovative entrepreneurship, examines the current state of small entrepreneurship in Russia, analyzes the main indicators, evaluates the innovative field of small entrepreneurship, notes the role of state support, provides reasons for lagging other countries and ways to develop small innovative entrepreneurship.

**Keywords:** small business; innovation; Russian economy; development prospects; state support.

Динамическая особенность предпринимательства XXI столетия выводит его на новый, более модернизированный уровень существования. Это обусловлено необходимостью адаптации предприятий к новым, быстроизменяющимся условиям хозяйствования, в рамках которых мы будем говорить о малом инновационном предпринимательстве.

Т.А. Корсун и С.Ю. Бадмаева в своей работе «Инновационное предпринимательство: сущность и особенности» описали различные взгляды исследователей на тему инновационного предпринимательства. Исходя из таких предположений, в экономике инновационное предпринимательство можно понимать как особый новаторский процесс создания чего-то нового, или это может быть процесс хозяйствования, в основу которого положен постоянный поиск чего-то нового. В контексте заявленной темы далее в статье инновационное предпринимательство рассматривается как «общественный технический и экономический процесс, приводящий к созданию лучших по своим свойствам товаров, услуг и технологий путем практического использования нововведений» [2, с. 89].

Х.Р. Ирбагиев отмечает, что «основными условиями для долгосрочного успеха компании на мировом рынке является инновационный потенциал и сильная независимая производственная база» [1, с. 73]. Автор де-

лает упор на такое явление, как «скрытые» чемпионы, которых Х.С. Саймон определяет как «малоизвестные успешные предприятия, которые создают или владеют своей узкоспециализированной рыночной нишей и имеют высокий потенциал развития в результате глобализации» [1, с. 72]. Цели, которые ставят перед собой такие компании, схожи с целями инновационного предпринимательства, а именно: «Быть или стремиться стать номером 1 в глобальном и европейском рынке» [1, с. 72].

Инновационное предпринимательство, по мнению Т.А. Корсун и С.Ю. Бадмаевой, является «локомотивом преодоления кризисных явлений» [2, с. 85]. Благодаря такому виду предпринимательства эффективно развивается общественное производство.

Как показывает статистика, лидерами «Глобального инновационного индекса» в 2022 г. стали Швейцария, США и Швеция. В первую десятку также вошли Великобритания, Нидерланды, Южная Корея, Сингапур, Германия, Финляндия и Дания [4]. Россия в ГИИ-22 заняла 47 строку. В чем же состоит причина отставания нашей страны? Т.А. Корсун и С.Ю. Бадмаева описали такие причины, как наличие устаревшей материально-технической базы научных учреждений, неэффективность государственной поддержки предпринимателей, несовершенство налоговой системы, отсутствие или только формирование крупных наукоемких предприятий [2, с. 86].

Количественные показатели субъектов малого предпринимательства в России, полученные на основе сведений Федеральной налоговой службы России из Единого реестра малого и среднего предпринимательства (ЕРМСП), могут продемонстрировать текущую ситуацию развития малого предпринимательства в стране (рис. 1–2).

Так, сравнивая количество субъектов, мы можем заметить снижение предпринимательской активности к марту 2023 г. (в отличие от марта 2022 г.). При этом количество работников, задействованных на предприятиях, наоборот, возросло в текущем году. Таким образом, можно предположить, что произошла естественная очистка рынка: на арене действуют конкурентноспособные предприятия, обеспечивающие большое количество рабочих мест, а нерентабельным малым предпринимателям пришлось покинуть рынок [5].

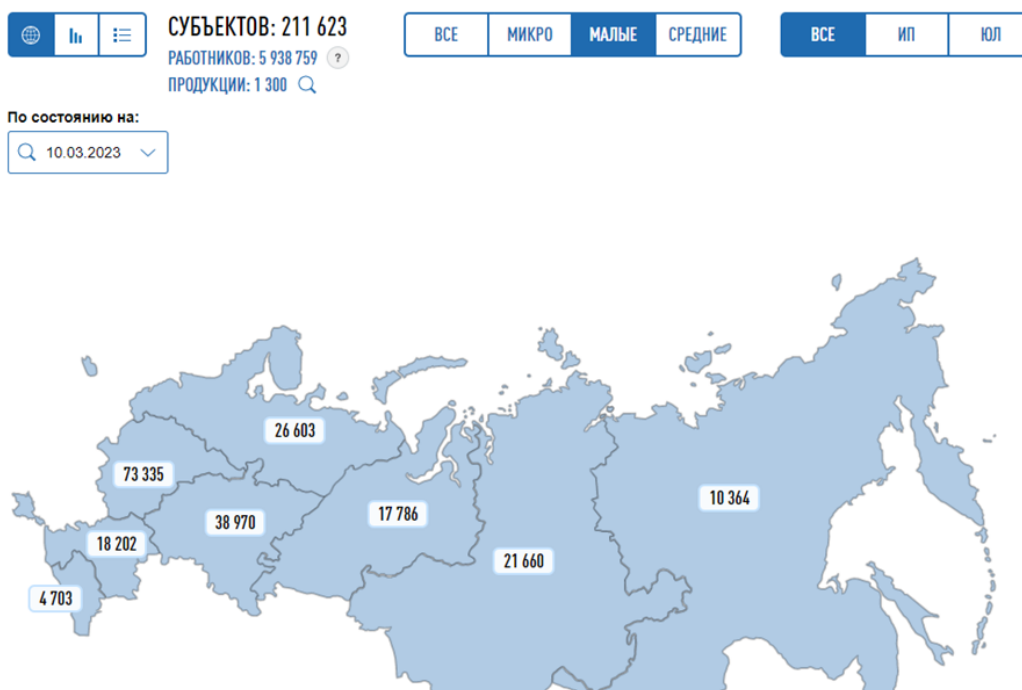


Рис. 1. Количественные показатели субъектов малого предпринимательства РФ на 10.03.23 г [5]

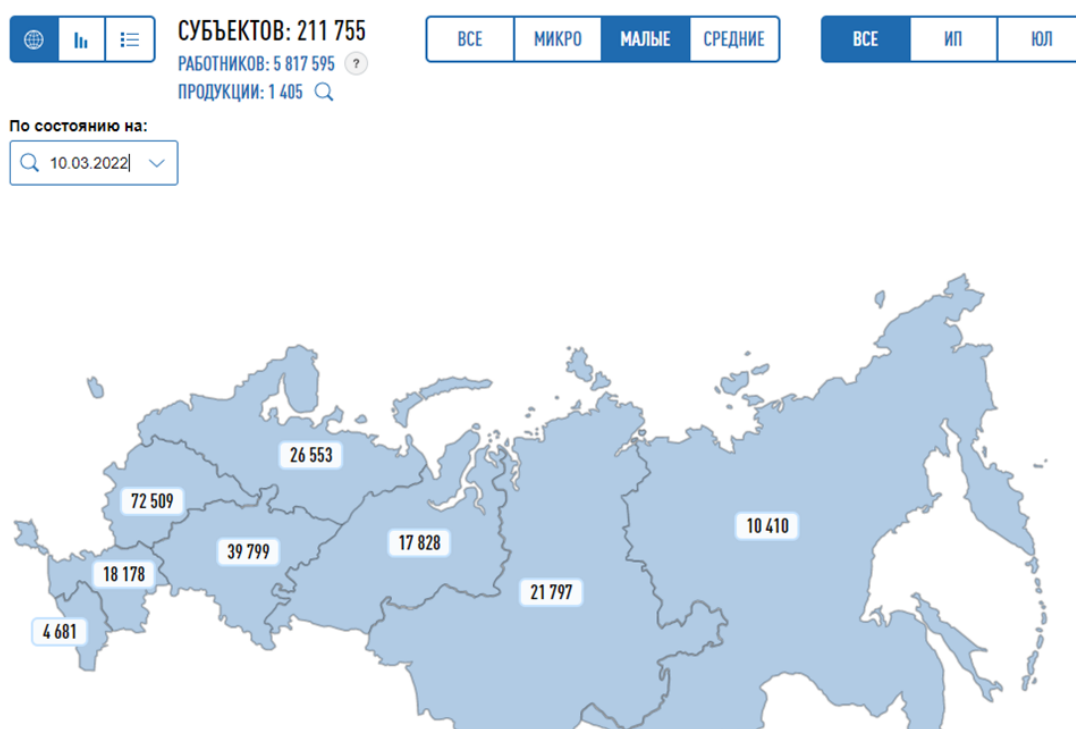
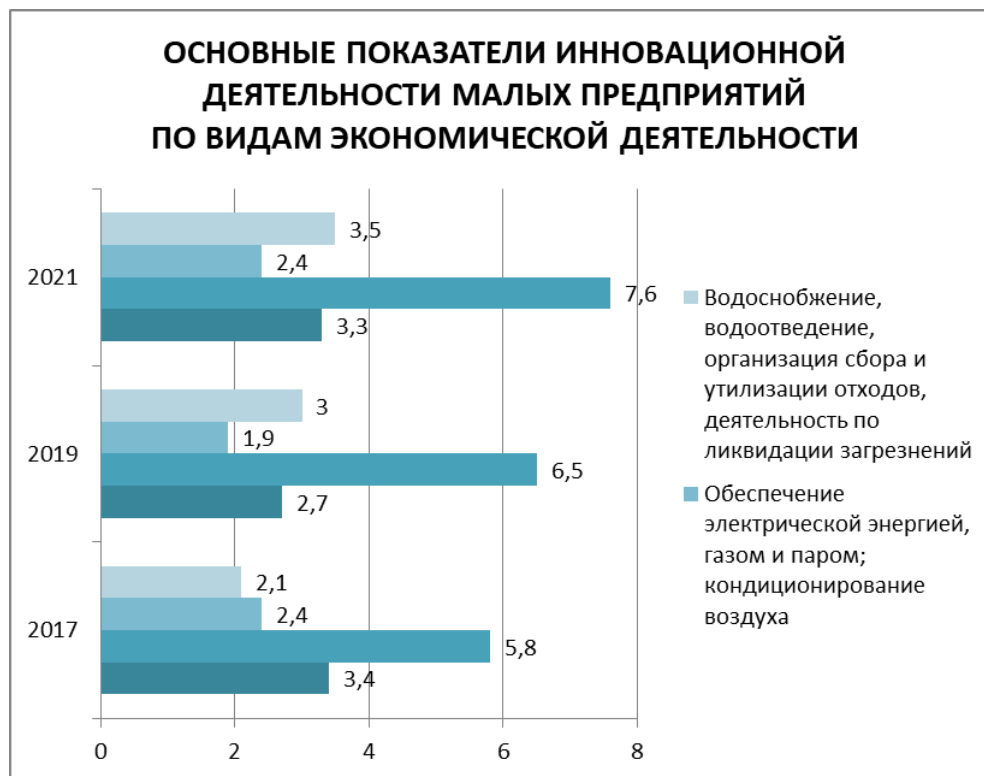


Рис. 2. Количественные показатели субъектов малого предпринимательства РФ на 10.03.22г [5]

Для объективной оценки мы рассмотрели не только количественные, но и качественные показатели, а именно – основные показатели инновационной деятельности малых предприятий по видам экономической

деятельности. По данным Росстата, обрабатывающие производства на протяжении нескольких лет занимают лидирующую позиции, в то время как деятельность по ликвидации отходов активно набирает обороты, пока электрическая энергия и газ отходят на второй план (рис. 3).



*Рис. 3. Основные показатели инновационной деятельности малых предприятий по видам экономической деятельности (разработано автором в 2023 г. по данным Росстата [4])*

Такие тенденции позволяют сделать вывод о видоизменении потребностей населения в виду формирования осознанности, а также дать прогноз о направлении развития инноваций в сторону экологичного производства и потребления. При этом законодательная база области инновационного предпринимательства довольно мала по сравнению с другими. Одним из основных нормативных актов выступает Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 29.12.2022) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», 22 глава которого закрепляет формы поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в области инноваций и промышленного производства. Среди которых: создание организаций, образующих инфраструктуру, со-

действие патентованию и государственной регистрации, создание инвестиционных фондов, а также обеспечение условий для привлечения предпринимателей к заключению договоров субподряда [6].

На сегодняшний день государственная поддержка предпринимателей-новаторов в России намного ниже, чем в других странах. В смысловой цепочке «наука – производство – государство» главную роль играет предприниматель-новатор, по мнению авторов, государство должно принять такую же лидерскую позицию наравне с самим предпринимателем, так как государство, как организующее звено, которое создает правовые и финансовые условия разработки и внедрения инноваций.

Несмотря на все изменения в налоговом законодательстве, необходимо дальнейшее развитие законов в сфере интеллектуальной собственности и защиты прав российских изобретателей. При этом в РФ наметились определенные позитивные сдвиги в развитии инновационного предпринимательства. Появились фонды содействия развитию малых предприятий, которые занимаются исследованиями и созданием новых товаров и услуг, а также технопарки, где группы студентов могут заниматься разработкой новых проектов совместно с преподавателями. Затем такие проекты могут принять участие в отборе на уровне города, а лучшие – получить грантовую поддержку от государства на их реализацию. Однако Т.А. Корсун и С.Ю. Бадмаева полагают, что инновационные предпринимательские структуры могут реализовываться без поддержки государства, так как самостоятельно на сегодняшний день достигают колоссальных успехов. Несмотря на это, ошибочно утверждение, что инновационное предпринимательство в России достигло своей высшей точки, скорее оно находится на стадии становления.

Инновационное предпринимательство является лидирующим сектором предпринимательства на сегодняшний день и может обеспечить переход от одного технологического уклада к другому, более совершенному. Инновационное предпринимательство необходимо позиционировать как объект первоочередного развития в государственной политике, чтобы оно находилось наравне с развитием предпринимательства в целом.

### ***Литература:***

1. *Ирбагиев Х.Р.* Роль инновационного предпринимательства // *Economics*. 2018. С. 71–73.

2. *Корсун Т.А., Бадмаева С.Ю.* Инновационное предпринимательство: сущность и особенности // Вестник Забайкальского государственного университета. 2022. № 2. С. 84–91.
3. Малое и среднее предпринимательство в России // Федеральная служба государственной статистики (Росстат). URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13223> (дата обращения: 10.03.2023).
4. *Морошкина А.* Итоги «Глобального инновационного индекса»: Россия на 47 месте // РБК Тренды. 05.10.2022. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/633d4d369a7947fc5a8af5cb> (дата обращения: 11.03.2023).
5. Федеральная налоговая служба России // Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства URL: <https://rmsp.nalog.ru/index.html> (дата обращения: 02.06.2023).
6. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 29.12.2022) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // КонсультантПлюс. URL: <https://clck.ru/34xMrR> (дата обращения: 02.06.2023).
7. *Шевченко Е.В., Колодяжная О.В.* Анализ состояния и перспектив развития малого предпринимательства в России // Век качества. 2021. № 3. С. 108–121.

\* \* \*

**Идирзаев З.В.,**  
кафедра права,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
idirzaew@gmail.com<sup>8</sup>

## **Влияние индекса человеческого развития на предпринимательство в молодежной среде**

***Аннотация:*** в настоящее время повышается актуальность анализа способов увеличения инновационного потенциала национальной экономики, тесно связанного с ростом общего человеческого потенциала граждан страны, в условиях накала борьбы между странами и необходимостью роста конкурентоспособности страны на мировой арене. В качестве одного из механизмов обеспечения инновационного развития РФ рассматривается фактор предпринимательской активности, в т.ч. среди молодого поколения. В данной работе предпринимается попытка увязать показатели индекса развития человеческого потенциала с предпринимательской активностью молодого поколения россиян.

***Ключевые слова:*** человеческий потенциал; инновационное развитие; предпринимательство; молодежное предпринимательство.

**Zubair Idirzaev,**  
Department of Law,  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
idirzaew@gmail.com

## **The impact of human development index on the entrepreneurship among youth**

***Abstract:*** at present, the relevance of the analysis of ways to increase the innovative potential of the national economy, which is closely related to the growth of the overall human potential of the country's citizens, is increasing in the face of intense struggle between countries and the need to increase the country's competitiveness in the world. As one of the mechanisms to ensure the innovative development of the Russian

---

<sup>8</sup> Научный руководитель – О.В. Шатаева, кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры экономической теории и менеджмента, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

Federation, the factor of entrepreneurial activity is considered, incl. among the younger generation. In this work, one makes an attempt to interlink the indicators of the human development index with the entrepreneurial activity of the young generation of Russians

**Keywords:** human capital; innovative development; entrepreneurship; early entrepreneurship.

Индекс развития человеческого потенциала – это комбинированный показатель, характеризующий развитие человека в странах и регионах мира, который выпускается Программой развития Организации Объединенных Наций (ПРООН) и используется в рамках специальной серии докладов о развитии человека. Основным стратегическим инструментом концепции человеческого развития является Индекс человеческого развития (ранее – Индекс развития человеческого потенциала), который был разработан в 1990 г. пакистанским экономистом Махбубом уль-Хаком.

Исходная идея исследования, которая в то время считалась радикальной, была довольно простой: общественное развитие следует оценивать не только по национальному доходу, как это долго практиковалось, но также по достижениям в области здоровья и образования, которые поддаются измерению в большинстве стран.

В настоящее время Россия находится на таком этапе своего развития, когда уверенное положение в неустойчивом и малопредсказуемом международном контексте должно быть подкреплено инновационным развитием, затрагивающим все сферы функционирования общества, что может обеспечить высокий уровень конкурентоспособности страны. Осуществление подобного скачка невозможно без повышения и полноценного использования качества человеческого капитала.

Стратегическая важность данного направления подтверждается его внесением в такие программные документы, как Стратегия национальной безопасности Российской Федерации [1]. В частности, указывается, что целями государственной политики в области развития человеческого потенциала являются устойчивый естественный рост численности и повышение качества жизни населения, укрепление здоровья граждан, сокращение бедности, снижение уровня социального и имущественного неравенства, повышение уровня образования населения, воспитание гармонично развитого и социально ответственного гражданина. Для достижения целей по развитию человеческого потенциала предлагается решить следующие задачи: 1) увеличение реальных доходов населения и



снижение уровня неравенства граждан; 2) повышение качества социальных услуг и их доступности; 3) повышение рождаемости; 4) увеличение ожидаемой продолжительности жизни; 5) повышение качества и доступности медицинской помощи; 6) обеспечение устойчивости системы здравоохранения; 7) повышение мотивации граждан к ведению здорового образа жизни, занятию физической культурой и спортом; 8) развитие системы мониторинга биологических рисков для предупреждения биологических угроз и реагирования на них; 9) обеспечение санитарно-эпидемиологического благополучия населения, развитие системы социально-гигиенического мониторинга; 10) повышение физической и экономической доступности безопасной и качественной пищевой продукции; 11) выявление и развитие способностей и талантов у детей и молодежи; 12) повышение качества общего образования; 13) предоставление гражданам возможностей для получения образования, профессиональной подготовки и переподготовки; 14) обучение и воспитание детей и молодежи на основе традиционных российских духовно-нравственных и культурно-исторических ценностей; 15) развитие сферы культуры; 16) улучшение жилищных условий граждан; 17) создание комфортной среды для проживания во всех населенных пунктах, развитие их транспортной и энергетической инфраструктуры.

В условиях рыночной экономики и свободы ведения предпринимательской деятельности последнее становится чуть ли не самым эффективным способом достижения цели по увеличению реальных доходов населения и снижению уровня неравенства граждан.

Одной из причин высокого уровня неравенства в РФ называется использование экономических ресурсов в областях меньшей продуктивности. Яркой чертой российской экономической действительности является парадоксальная картина, когда регионы, являющиеся источниками огромного потока природных ресурсов, являются наименее экономически благополучными. Еще в начале XIX в. французский экономист-классик Жан Батист Сэй характеризовал предпринимателя как того, кто «перемещает экономические ресурсы из области меньшей продуктивности в область большей продуктивности и дохода». С учетом вышесказанного трудно переоценить роль фактора развития предпринимательской активности в повышении доходов населения и снижении уровня неравенства.

Вместе с тем приходится констатировать, что во многом нынешняя кризисная ситуация с доходами и неравенством в РФ является призраком

советской эпохи государственного патернализма. Нынешняя модель доходов взрослого рабочего населения во многом отражает вышеупомянутый феномен. Согласно данным Росстата, доля доходов от ведения предпринимательской деятельности в РФ за 2021–2022 гг. не превышает 6,5%, разительно отличаясь от доходов от отплаты труда (около 60%), социальных выплат (более 20%) и находясь на уровне доходов от собственности (более 5%). На фоне данных по аналогичному показателю таких развитых стран, как США (8% от непосредственно предпринимательской деятельности и 15% от инвестиционной активности).

Несмотря на то, что в Стратегии национальной безопасности РФ от 2021 года не говорится о необходимости развития предпринимательства среди молодежи, в условиях необходимости преодоления изживших себя и доказавших свою крайнюю неконкурентоспособность на стыке эпох модели патерналистского государства, именно привлечение молодого и подрастающего поколения к ведению законной и конструктивной предпринимательской деятельности способно обеспечить крепкий фундамент устойчивого инновационного развития российской экономики в XXI веке.

В трудах отдельных ученых, в структуре человеческого капитала в качестве основного содержания выделяются личностные качества индивидуума: коммуникативные навыки, стрессоустойчивость, творческие способности, навыки тайм-менеджмента, адаптивные качества. С учетом этого, наибольшим потенциалом в плане повышения человеческого капитала и его дальнейшего применения в целях инновационного развития обладает именно молодое поколение россиян. В современных условиях одним из наиболее релевантных способов практической реализации человеческого капитала молодого поколения россиян является развитие предпринимательской деятельности.

Таким образом, для анализа текущего положения инновационного потенциала развития российской экономики может применен сравнительный подход с анализом показателей ИРЧП РФ и уровнем предпринимательства среди молодежи страны.

Имеющиеся данные о динамике двух вышеуказанных показателей в РФ за последние годы свидетельствуют о следующей тенденции (рис. 1). Динамика показателя ИРЧП показывает стремительное падение в первые пять лет после распада СССР и устойчивый тренд на его рост в течение последующих 25 лет. Начиная с 2019 г. показатель вновь стал уменьшаться.

### Trends in Russian Federation's HDI 1990 – 2021

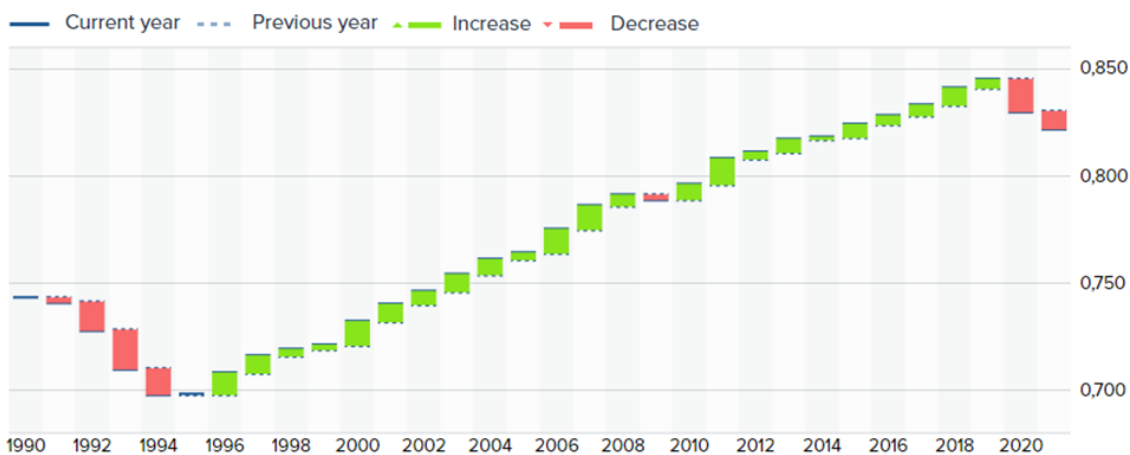


Рис. 1. Динамика показателя ИРЧП в РФ с 1990 по 2020 гг. Источник: [3]

В современном российском обществе профессия предпринимателя по-прежнему входит в рейтинг наиболее популярных среди россиян, привлекая значительное внимание российской молодежи (57 %).

Согласно данным Глобального мониторинга предпринимательства (GEM) [2], уровень ранней предпринимательской активности в России очень невысокий, так как замеряемый по данному показателю индекс равен только 4,7 % (по данным 2014 г.), притом, что в Бразилии он был равен 17,2 %, в Китае – 15,5, в ЮАР – 7, в Индии – 6,6 %. Однако для сравнения, в ЕС за 2014–2018 гг. доля молодежи, стремящейся начать предпринимательскую активность, составила всего 4,7%. Более высокая доля молодежи, занятой в предпринимательской деятельности в развивающихся странах, может быть объяснена тем, что в условиях менее справедливых условий доступа к образованию, предпринимательство остается для молодежи этих стран одним из немногих способов самореализоваться и обеспечить себя доходами. При этом это может означать то, что раннее предпринимательство необязательно становится фактором обеспечения инновационного развития. На представленном ниже графике (рис. 2) продемонстрирована тенденция в азиатских странах, свидетельствующая в большинстве случаев о том, что доля предпринимательства среди молодежи выше или равна доле среди взрослых. Это может говорить и о временном характере занятия предпринимательской деятельностью, и о том, что занятие предпринимательством в раннем возрасте продиктовано

недостаточным уровнем доступа к образованию и иным благам, способствующих активной социализации.



*Рис. 2. Глобальный мониторинг предпринимательства. Общая ранняя предпринимательская активность в Азиатско-Тихоокеанском регионе (% , по возрастным группам). Источник: [2]*

Таким образом, современная российская экономика объективно находится в кризисной ситуации, характеризующимся стагнацией уровня доходов населения и падением таких комплексных показателей как ИРЧП. Среди научного сообщества достигнут консенсус насчет необходимости повышения инновационного потенциала российской экономики. Одним из наиболее релевантных способов обеспечения роста российской экономики является повышение роли предпринимательства в экономической жизни страны. Большие надежды возлагаются именно на молодое поколение россиян, обладающих необходимыми личностными и психологическими характеристиками, позволяющими активно развивать предпринимательские навыки в условиях рыночной экономики. Вместе с тем динамика ИРЧП в РФ за последние годы демонстрирует наиболее заметное за всю историю снижение, тогда как доля предпринимательской активности среди молодежи остается сравнительно низким. При этом связь ИРЧП с молодежным предпринимательством не является универсальным установленным положительным фактором для экономики. На примере аналогичных показателей в странах АТР показано, что развитие предпринимательской активности среди молодежи может свидетельствовать

об имеющихся проблемах в обеспечении базового доступа к таким социальным благам, как образование.

***Литература:***

1. Указ Президента РФ от 02.07.2021 № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» // КонсультантПлюс. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_389271/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_389271/) (дата обращения: 12.03.2023).

2. Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2015/2016. URL: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2015-2016-global-report> (accessed: 02.06.2023).

3. Human development index score of Russia from 1990 to 2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/877144/human-development-index-of-russia/> (accessed: 02.06.2023).

\* \* \*

**Козловская А.С.,**  
кафедра экономической теории и менеджмента,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
kozlovskaya02@mail.ru<sup>9</sup>

## **Государственная поддержка молодежного предпринимательства в России**

**Аннотация:** в статье анализируется работа системы государственной поддержки молодежного предпринимательства в России. Институт предпринимательства выполняет важную функцию по обеспечению занятости для населения, создает комфортную среду для проживания и саморазвития. Особо актуальна проблема сферы молодежного бизнеса, где остро необходимо развитие направлений государственной поддержки на разных этапах этой деятельности. Молодежное предпринимательство – это одно из наиболее перспективных направлений развития экономики страны, потенциал ее роста. Ценность предпринимательства и его важность оживленно обсуждается как в правительстве страны, так и в бизнес-комьюнити и научных кругах. Анализ текущего состояния выстроенной системы мероприятий по поддержке государственной предпринимательства среди молодежи позволит нам сделать вывод о целесообразности и необходимости последующего этапа развития форм взаимодействия молодежного бизнеса и государства.

**Ключевые слова:** молодежное предпринимательство; поддержка молодежи; государственная политика; студенты-предприниматели; взаимодействие; предпринимательство.

**Anastasia Kozlovskaya,**  
Department of Economic Theory and Management,  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
kozlovskaya02@mail.ru

---

<sup>9</sup> Научный руководитель – Е.В. Тинькова, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории и менеджмента, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

## State support of youth entrepreneurship in Russia

**Abstract:** this article analyzes the work of the system of state support for youth entrepreneurship in Russia. The Institute of Entrepreneurship performs an important function of providing employment for the population, creates a comfortable environment for living and self-development. The problem of the sphere of youth business becomes particularly relevant, where it is urgently necessary to develop areas of state support at different stages of this activity. Youth entrepreneurship is one of the most promising areas of development of the country's economy, which is its growth potential. The value of entrepreneurship and its importance are being actively discussed both in the government of the country and in the business community and academia. A comprehensive analysis of the current state of the built system of measures to support state entrepreneurship among young people will allow us to conclude about the expediency and necessity of the next stage of the development of forms of interaction between youth business and the state.

**Keywords:** youth entrepreneurship; youth support; public policy; student entrepreneurs; interaction; entrepreneurship.

Предпринимательство – это самостоятельная деятельность, которая осуществляется на свой риск и направлена на систематическое получение прибыли от владения некоторым имуществом, реализации товара, исполнения работ или оказания услуг разнообразного диапазона [3]. Учитывая, что молодежное предпринимательство – это не совсем новое явление для экономики России, в последнее время вопросы его развития и стимулирования привлечения и вхождения представителей молодежи в бизнес-среду приобрели особую актуальность.

Пандемия коронавируса в 2020 г. показала, что наиболее решительно настроенные и амбициозные молодые люди после локдауна и снятия ограничительных мер быстрее, чем остальные, возвращались к ведению предпринимательской деятельности и инвестированию в свой бизнес [1]. Если говорить о заинтересованности в молодежном бизнесе со стороны властей, то с их стороны не раз подчеркивалась мысль о важности и необходимости интегрирования молодежи в развитие малого и среднего бизнеса, достаточно обратиться к докладам Президента Российской Федерации В.В. Путина, заместителя председателя Совета Безопасности Российской Федерации Д.А. Медведева. Также об этом

не раз говорили руководители политических партий, депутаты Государственной Думы РФ. Все они подчеркивают тот факт, что предпринимательство среди молодежи – это важнейший приоритет социально-экономической политики нашей страны в перспективе. Проводя все необходимые мероприятия по организации поддержки для молодых предпринимателей, власть способна сформировать все необходимые условия для того, чтобы ускорить развитие процесса достижения социально-экономических задач государства, обеспечить непрерывное развитие новейших технологий, быстрее прийти к технологическому суверенитету, а также постоянно внедрять новые решения и продукты.

В нашей стране реализуется Концепция Стратегии развития молодежного предпринимательства в РФ на период до 2025 года [4], направленная на увеличение возможностей для непрерывного роста человеческого капитала молодежи по мере облегчения им доступа к государственным и общественным услугам с увеличением их возраста. Представители молодежи рассматриваются как активные субъекты преобразования общества, драйвер его развития и лидерства страны, так и объект процесса социализации, наиболее ценный человеческий ресурс, помогающий экономическому росту и обеспечению благосостояния страны [4, с. 2].

В современных реалиях сложно определить с родом и видом деятельности: вариантов настолько много, что выбрать приходится еще на школьной скамье. Сегодня все чаще многие молодые люди задумываются о том, чтобы заняться предпринимательством, но не все решаются на это: кто-то боится рисковать, а кто-то просто не знает, как работает эта система и сфера бизнеса в целом.

При этом, в XXI веке молодежи открыты все пути: именно молодые люди умеют излагать свои идеи и мысли креативно, полны амбиций и хотят менять мир вокруг себя, а не только получать прибыль или заработную плату, работая по найму в какой-либо организации. Молодежь России – это одни из самых мотивированных на повышение уровня жизни людей, способных молниеносно реагировать на различные изменения и «повороты сюжета» в жизни общества и страны и, при этом, находить в них больше позитивных аспектов. Что может стать на пути к своему бизнесу у таких инициативных и открытых новому людей? Основные проблемы при попытке реализовать свою бизнес-идею – это отсутствие необходимого количества финансов, недостаток опыта и образования, неодобрение со стороны родственников и общества [1].



Правительство России уделяет все большее внимание поддержке молодежного предпринимательства, начиная с 10–11 классов школ. Если учитывать особенности сложившейся отечественной финансовой системы, в которых хорошо просматривается отсутствие ориентира на финансовую поддержку стартапов, становится очевидным, что возрастает роль именно госсектора при осуществлении различных мер по поддержке молодежи в старте в бизнесе. Эта тенденция характерна для всех сегментов российского бизнеса, не только при участии в нем молодежи [5].

Если рассматривать «препятствия» молодежного предпринимательства в большем масштабе, то можно отметить среди факторов, сдерживающих развитие, недостаточность информированности молодежи в части предпочтений и их возможностей. Расширение доступности информационной поддержки позволило бы повысить мотивацию и вовлечь молодежь в бизнес-среду [2]. Наравне с этим отмечается также недостаточная кооперация и диалог между образовательными учреждениями и действующим сектором экономики, что тоже обуславливает необходимость формирования общей стратегии развития молодежного предпринимательства на федеральном уровне.

Как именно сейчас реализуется государственная поддержка молодежного предпринимательства в России? Сначала была выстроена законодательная база, которая способна регулировать все происходящие в рамках подобного взаимодействия процессы. Поддержка предпринимательских инициатив как основное направление молодежной политики закреплено в Федеральном законе от 30 декабря 2020 г. «О молодежной политике в Российской Федерации». Также речь о поддержке молодежи идет и в Конституции РФ: общие вопросы молодежной политики теперь находятся в совместном ведении Российской Федерации и субъектов РФ (ч. 1 ст. 72 Конституции РФ), что указывает на попытку выстраивания общей региональной и федеральной экосистемы. На уровне, регулируемом непосредственно государством, поддержка студентам и юным предпринимателям осуществляется Федеральным агентством по делам молодежи (Росмолодежь), Российским центром содействия молодежному предпринимательству, Ассоциацией молодых предпринимателей России, Международной и Российской молодежными палатами [3].

Росмолодежь и Минэкономразвития на данный момент реализуют совместную федеральную программу «Я – предприниматель». За все время ее существования и проведения участники (молодые люди от 14 до 35 лет) смогли по праву называть себя предпринимателями и открыть

около 16 тысяч новых предприятий в 53 регионах нашей страны. Следует также обратить внимание на конкурс «Твое дело» и относительно новый проект «Бизнес. Поколение», направленные на поддержку молодежного предпринимательства в РФ. Эти конкурсные мероприятия также помогают молодым гражданам страны разобраться в правилах бизнес-среды и войти в нее в качестве участников и бизнесменов.

В России также реализуются программы поддержки предпринимательства среди молодежи через направления деятельности ведомства в рамках развития малого и среднего предпринимательства, а также поддержки технологического развития и инноваций: всевозможные грантовые конкурсы, которые могут дать начальный капитал юным предпринимателям, готовым рисковать и добиваться своего.

Министерство науки и высшего образования РФ осуществляет программы поддержки молодежного предпринимательства через развитие сотрудничества между образовательными учреждениями, реальным сектором экономики и органами государственной власти. При поддержке Минобрнауки РФ реализуется проект федерального значения – «Платформа университетского технологического предпринимательства». Ее цель – содействие формированию доступной предпринимательской среды в области технологического развития и инноватики. «Платформа университетского технологического предпринимательства» передает знания о бизнесе студентам и работникам образовательных организаций высшей школы, параллельно поддерживая запуск университетских технологических стартап-проектов. Так Минобрнауки РФ формирует механизмы привлечения инвестиций в университетские проекты.

Ключевой показатель проекта по данным министерства – к 2030 г. вывести в предпринимательский сектор из университетов и НИИ около 30 тыс. тщательно подготовленных предпринимателей. При поддержке Министерства просвещения Российской Федерации была запущена просветительская программа «Я в деле», которая уже два сезона успешно реализуется в 64 регионах России. Миссия данной программы, как подчеркивают организаторы, заключается в том, чтобы развивать молодежное предпринимательство и нести информацию о нем в массы. В рамках программы молодежь может с нуля обучиться тому, как создать свое дело, прослушать образовательные курсы, пообщаться экспертами-практиками и стать частью огромного комьюнити предпринимателей по всей России.

«Гигантом» и главным координатором в сфере молодежной политики России является Федеральное агентство по делам молодежи (Росмолодежь). Цель агентства – создание комфортных условий для самореализации талантов молодых бизнесменов [3]. Росмолодежь предоставляет возможность выиграть гранты и прочую финансовую поддержку на реализацию проектов. Это становится возможным при проведении различных конкурсов, а также активном участии студентов в образовательных треках. Среди них можно отметить «Всероссийский конкурс молодежных проектов среди физических лиц» – открытый конкурс проектов, предоставляющий грант на реализацию проекта-победителя. Конкурс проводится как в заочном формате, так и в рамках форумных площадок. Помимо этого, существует отдельный трек «Росмолодежь. Бизнес», ресурсы и спонсорская поддержка которого направлены на получение молодежью новых знаний и компетенций, чтобы в дальнейшем реализовывать свой потенциал в предпринимательстве. К проектам трека можно отнести «Бизнес. Поколение» – цикл обучающих мероприятий по всей России и конкурс действующих предпринимателей «Твое дело».

Таким образом, государственная политика России в области реализации мер по поддержке предпринимательства среди молодежи оказывает содействие развитию и поддержке молодежного бизнеса и способствует вовлечению молодежи в социально-экономические процессы страны как на уровне страны, так и в регионах.

Молодые люди – это самая активная часть общества, они открыты инновациям и способны с высокой отдачей принимать участие в экономической жизни страны. Вопрос о создании благоприятной «почвы» в бизнес-среде для молодых предпринимателей в Российской Федерации носит приоритетный характер. Поддержка со стороны правительства РФ в области молодежного предпринимательства – это довольно трудоемкая, долгосрочная и комплексная задача, постепенное выполнение которой в полной мере способно обеспечить развитие уровня конкурентоспособности страны при применении комплексного подхода и координации деятельности государственных органов, которые взяли на себя ответственность за популяризацию молодежного предпринимательства. Их первоочередная задача – формирование предпринимательского мышления, обнаружение и развитие способностей к бизнес-деятельности среди студентов и недавних школьников.

### *Литература:*

1. Головина Т.А. Государственная поддержка молодежного предпринимательства в России / Т.А. Головина, П.А. Меркулов, А.В. Полянин // Экономическая политика. 2017. № 5. С. 42–61.

2. Клеменссон М., Кристенсен Й.Д. Создание благоприятных условий для молодежного предпринимательства и устойчивости предприятий. Программа развития малых предприятий: Доклад для семинара по обмену знаниями в области Комплексных стратегий молодежной занятости, Москва, 17–19 февраля 2010 г. Женева: Международное бюро труда, 2010. URL: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@europe/@ro-geneva/@sro-moscow/documents/publication/wcms\\_345436.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@europe/@ro-geneva/@sro-moscow/documents/publication/wcms_345436.pdf) (дата обращения: 06.07.2023).

3. Меры поддержки молодежного предпринимательства в России. Январь 2023 / Центр стратегических разработок. М.: Фонд «Центр стратегических разработок» (ЦСР), 2022. URL: <https://www.csr.ru/upload/iblock/78a/foysdic14l8qdw9pa4bv7c4maxrwwq8kt.pdf> (дата обращения: 06.07.2023).

4. Стратегия развития молодежи Российской Федерации на период до 2025 г. // Федеральное агентство по делам молодежи (Росмолодежь). URL: <https://fadm.gov.ru/mediafiles/documents/document/b20c9ba38da7689efea305b2e3b5426f.pdf> (дата обращения: 06.07.2023).

5. Шумик Е.Г. Молодежное предпринимательство: проблемы и пути решения / Е.Г. Шумик, Е.В. Белик, М.П. Блинов // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2017. № 40. С. 184–194.

\* \* \*

**Кондратова М.А.,**  
кафедра права,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
m\_kondratova@internet.ru<sup>10</sup>

**Егиньязова А.Р.,**  
кафедра права,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
ayeginyazova@mail.ru

## **Вопросы налогообложения молодых предпринимателей в России**

***Аннотация:*** в статье рассматриваются актуальные вопросы налогообложения молодых предпринимателей Российской Федерации, включая особенности уплаты налогов, налоговые льготы и скидки. Также были рассмотрены ресурсы и организации, которые могут помочь молодым предпринимателям в России при решении вопросов налогообложения.

***Ключевые слова:*** налогообложение; предпринимательство; фриланс; налоговые льготы; молодые предприниматели.

**Margarita Kondratova,**  
Department of Law,  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
m\_kondratova@internet.ru

---

<sup>10</sup> Научный руководитель – М.В. Николаев, кандидат экономических наук, кафедра экономической теории и менеджмента, заместитель директора ИСГО по профориентационной работе, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

**Albina Eginyazova,**  
Department of Law,  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
ayeginyazova@mail.ru

## **Taxation issues for young entrepreneurs in Russia**

**Abstract:** the article deals with topical issues of taxation of young entrepreneurs in the Russian Federation, including the features of paying taxes, tax benefits and discounts. Also considered were resources and organizations that can help young entrepreneurs in Russia with tax issues.

**Keywords:** taxation; entrepreneurship; freelancing; tax benefits; young entrepreneurs.

Результаты опросов свидетельствуют о том, что более 56% молодых людей в РФ видят перспективы и будущее именно в предпринимательстве, сопряженном с режимом работы во фрилансе, генерацией каких-либо продуктов, идей. Эта активность выражается и в динамике, и в цифрах. По статистике, на сегодняшний день среди предпринимательского сообщества 30% – это молодые люди [2]. Однако молодые предприниматели сталкиваются с множеством вопросов и проблем, включая налогообложение. Налогообложение может быть сложным и запутанным, особенно для тех, кто только начинает свой предпринимательский путь. Именно поэтому важно понимать основные вопросы налогообложения, чтобы избежать ошибок и не попасть в неприятности.

В этой статье мы рассмотрим основные вопросы налогообложения молодых предпринимателей в России, включая особенности уплаты налогов, налоговые льготы и скидки, а также ресурсы и организации, которые могут помочь молодым предпринимателям при решении вопросов налогообложения.

Вопросы налогообложения молодых предпринимателей в России актуальны по нескольким причинам. Во-первых, молодые предприниматели часто не имеют достаточного опыта в области налогообложения и могут столкнуться с трудностями в понимании налоговых законов и правил. Во-вторых, молодые предприниматели часто создают новые

и инновационные бизнесы, которые могут попадать под различные налоговые режимы и требования, о которых предприниматели могут не знать. Кроме того, молодые предприниматели могут столкнуться с дополнительными финансовыми трудностями, например, высокими налоговыми ставками, которые могут существенно снизить прибыль их бизнеса. В целом, налогообложение молодых предпринимателей является важной темой, которая требует дополнительного внимания и поддержки для развития малого и среднего бизнеса в России.

Перейдем к вопросам налогообложения, с которыми сталкиваются молодые предпринимателей. В системе экономических и социальных отношений большинства государств малый бизнес выполняет сегодня важнейшие функции. Развитие сферы малого бизнеса выгодно для государственной экономики, так как с его помощью производится основная часть валового внутреннего продукта, обеспечивается занятость большинства работающего населения, легко меняется сфера деятельности и возможность обеспечить различными потребностями граждан страны. Налоги и сборы, которые выплачивают малые предприятия, увеличивают возможности бюджета государства: чем выше доход предприятий – тем выше поступления в местный и федеральный бюджет.

На сегодняшний день Федеральный закон № 209-ФЗ является основным документом, который регулирует деятельность малого бизнеса и определяет различные аспекты его функционирования в России. В соответствии с законом, малыми предприятиями являются юридические лица, численность работников которых колеблется в пределах 16–100 чел., а выручка от реализации находится в пределах 60–400 млн руб. [4].

Малое предпринимательство для российской экономики – важное направление преодоления экономических проблем. Малый бизнес, являясь особым сектором рыночной экономики, сейчас формируется в нашей стране, и на данном этапе его потенциал не используется в полную силу. Малые предприятия способствуют формированию конкурентной среды и обладают возможностью эффективно следить за спросом.

Малый бизнес необходим экономике страны, так как позволяет решать проблемы занятости; способствует быстрой адаптации производства к меняющимся условиям и оперативному реагированию на рынок; содействует созданию наукоемкой продукции инновационного характера на небольших предприятиях [1].

В настоящее время в соответствии с Налоговым кодексом РФ [3], для малых предприятий существует как общая система налогообложения,

предусматривающая уплату всех налогов, перечисленных в гл. 2 НК РФ, так и специальные режимы (ст. 18 НК РФ), доступные и выгодные в том числе молодым предпринимателям. Вот некоторые из наиболее распространенных налоговых режимов в России, которые могут быть интересны для молодых предпринимателей:

1. *Упрощенная система налогообложения (УСН)*. Это налоговый режим, который позволяет предпринимателям упростить процедуру уплаты налогов и снизить налоговую нагрузку. В рамках УСН предприниматели могут выбрать один из двух подрежимов: «доходы минус расходы» или «доходы». В зависимости от вида деятельности и объема доходов, предприниматели могут выбрать между двумя ставками: 6% или 15,5%.

2. *Единый налог на вмененный доход (ЕНВД)*. Это налоговый режим, который позволяет предпринимателям уплатить фиксированный налог, который рассчитывается на основе вмененного дохода. Этот налоговый режим доступен для многих видов деятельности, включая розничную торговлю, общественное питание, услуги по ремонту и т. д. Ставки ЕНВД зависят от вида деятельности и региона, в котором осуществляется деятельность.

3. *Единый налог на вмененный доход для отдельных видов деятельности (ЕНВД-ОВД)*. Этот налоговый режим доступен для некоторых видов деятельности, таких как услуги по перевозке пассажиров и грузов, медицинские, юридические услуги, услуги связи и т. д. Ставки ЕНВД-ОВД также зависят от вида деятельности и региона, в котором осуществляется деятельность.

Эти налоговые режимы позволяют упростить процедуру уплаты налогов и снизить налоговую нагрузку, что особенно важно для начинающих бизнесменов с ограниченным бюджетом. Однако, перед тем как выбрать конкретный налоговый режим, рекомендуется обратиться за консультацией к специалистам в области налогообложения, чтобы выбрать оптимальный налоговый режим для вашего бизнеса.

Каждый из специальных налоговых режимов регулируется нормами соответствующей главы части 2 НК РФ [3], где подробно описан порядок применения данного режима, определение лиц, которые могут его применять, налоговой базы, ставок налогов.

В России существует несколько льготных налоговых режимов для молодых предпринимателей. Например, налог на профессиональный до-



ход (НПД) молодые предприниматели могут использовать, если они работают в качестве индивидуальных предпринимателей. НПД позволяет уменьшить налоговые платежи, если доход не превышает определенной суммы. Кроме того, молодые предприниматели – студенты вузов – могут получить налоговые льготы на обучение. Налоговый вычет на обучение позволяет уменьшить налоговые платежи на сумму, потраченную на обучение. Однако, налоговые льготы и скидки могут зависеть от конкретной деятельности и региональных правил.

Перечислим некоторые организации и ресурсы, которые могут помочь молодым предпринимателям с вопросами налогообложения.

1. Федеральная налоговая служба (ФНС) – главный орган по налоговому регулированию в России. Официальный сайт ФНС содержит информацию о налоговой системе России, налоговых льготах и скидках.

2. Некоммерческие организации, такие как Российская ассоциация молодых предпринимателей (РАМП) и Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП), предоставляют консультации и поддержку молодым предпринимателям в России.

3. Юридические фирмы и консультанты по налоговому праву могут предоставить консультации по налоговым вопросам, помочь с заполнением налоговых деклараций и документов, а также защитить права и интересы предпринимателей в случае возникновения конфликтов с налоговыми органами.

4. Онлайн-ресурсы (например, портал «Мои налоги») дают возможность получить информацию о налоговой системе России и задать вопросы экспертам по налоговому праву.

*Предлагаем несколько рекомендаций для молодых предпринимателей в России по вопросам налогообложения.* Старайтесь изучать налоговую систему России, чтобы понимать, какие налоги вам нужно платить, и какие льготы и скидки вы можете получить. Обращайтесь к эксперту по налоговому праву или юридической фирме, чтобы получить консультацию и помощь в вопросах налогообложения. Используйте возможности скидок и льготных налоговых режимов, которые доступны российским молодым предпринимателям. Внимательно отслеживайте сроки подачи налоговых деклараций и уплаты налогов, чтобы избежать штрафов и проблем с налоговыми органами. Не забывайте о необходимости вести бухгалтерский учет и хранить документы, связанные с налогами, чтобы иметь возможность доказать свою платежеспособность и избежать проблем при проверках налоговыми органами.

### *Литература:*

1. *Власенкова В.А.* Роль налогообложения в развитии субъектов малого и среднего предпринимательства: проблемы и перспективы // *Налоговый вестник.* 2013. № 2. С. 3–8.
2. Массовое вовлечение молодежи в предпринимательство: современные реалии и перспективы развития // *Восточный экономический форум.* 03.09.2021. URL: <https://forumvostok.ru/news/massovoe-vovlechenie-molodezhi-v-predprinimatelstvo-sovremennye-realii-i-perspektivy-razvitiya/> (дата обращения: 13.03.2023).
3. Налоговый кодекс Российской Федерации: ч. 2 от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ (в ред. от 29.07.2017) // *Собрание законодательства РФ.* 2000. № 32. URL: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102067058> (дата обращения: 13.03.2023).
4. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ (последняя редакция). // *КонсультантПлюс.* URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_52144/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/) (дата обращения: 13.03.2023).

\* \* \*

**Чеснокова А.А.,**  
кафедра права,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
alina.chesn@yandex.ru<sup>11</sup>

## **Вопросы несформированности культуры молодежного предпринимательства**

**Аннотация:** в статье рассматриваются проблема, касающаяся молодежного предпринимательства, вопросы несформированности культуры данного сегмента. Какие причины стоят во главе этого вопроса? Какими способами можно решить проблему? Эти вопросы мы постарались осветить в данной статье.

**Ключевые слова:** молодежное предпринимательство; культура; несформированность; препятствующие, способствующие факторы.

**Alina Chesnokova,**  
Department of Law,  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
alina.chesn@yandex.ru

## **Issues of the lack of formation of the culture of youth entrepreneurship**

**Abstract:** this article discusses the topic of youth entrepreneurship, the issues of unformed culture of this segment. What are the reasons at the head of this question? What are the ways to solve the problem? We have tried to cover all this in this article.

**Keywords:** youth entrepreneurship; culture; lack of formation; hindering and contributing factors.

---

<sup>11</sup> Научный руководитель – О.В. Шатаева, кандидат исторических наук, доцент кафедры экономической теории и менеджмента, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

Предпринимательская деятельность, как значимый сектор любой экономики страны, является движущей силой преобразования и переустройства общества. В настоящее время одним из неотъемлемых элементов экономики России является малый и средний бизнес. Проследив за изменениями последних лет в сфере малого и среднего предпринимательства, можно отметить, что государство в полной мере заинтересовано в поддержке данного сегмента.

В большинстве случаев создание малого и среднего бизнеса приходится на долю молодых предпринимателей. К понятию «молодой предприниматель» относят лиц в возрасте от 14 до 35 лет. С каждым годом количество молодых предпринимателей растет. По данным Министерства экономического развития Российской Федерации, в 2022 г. число молодых предпринимателей превысило 4,4 млн человек. По словам главы Минэкономразвития России Максима Решетникова, «Интерес молодых людей к собственному делу вырос – с учетом освобождения новых ниш на рынке и возможностей для импортозамещения. В 2022 году количество предпринимателей и самозанятых в возрасте до 35 лет увеличилось почти на 50% по сравнению с 2021 годом, превысив 4,4 млн человек. Безусловно, это позитивный тренд для экономики – молодежь верит в свои силы, хочет попробовать что-то новое» [1].

Показатели, безусловно, внушают оптимизм, но есть и определенные вопросы, которые нуждаются в решении. Одним из них – несформированность культуры молодежного предпринимательства.

Под культурой предпринимательства в целом понимается система формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов, особенностей поведения работников данной организационной структуры, стиля руководства, показателей удовлетворенности работников условиями труда.

Важно понять, как именно формируется эта культура. Анализ научных работ, социологических исследований, направленных на изучение формирования и развития предпринимательской культуры современной молодежи, позволил выявить основные факторы, оказывающие влияние на культуру предпринимательской деятельности молодежи, в том числе экзогенные и эндогенные факторы, характеризующие эту социально-демографическую группу. К экзогенным факторам относят культурную политику государства; общественный и государственный менталитет; этические правила и нравственные нормы поведения; правовые нормы; имидж предпринимателя и др. К эндогенным факторам можно отнести

мотивацию, семейный или личный предпринимательский опыт, компетентность в данном вопросе, коммуникативные навыки и так далее [2]. Эти факторы и определяют молодежную культуру, их можно в свою очередь разделить на способствующие и препятствующие предпринимательской активности.

*Способствующие факторы:* мобильность, активность, креативность; стремление к получению образования, повышению квалификации; построение карьеры; положительное отношение к предпринимательству; профессионально-трудовая свобода и др.

*Препятствующие факторы:* индивидуалистический настрой; снижение моральных норм, что может негативно сказываться на качестве предпринимательской культуры, социальной ответственности предпринимательства.

На несформированность единой молодежной предпринимательской культуры также влияют различия во взглядах среди молодежи.

В связи с ростом молодежной предпринимательской деятельности государство активно занимается поддержкой молодых предпринимателей. Примерами такой поддержки являются программа «Ты предприниматель», «Молодежный бизнес России» и др. На законодательном уровне данная поддержка подкреплена Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ (последняя редакция) [3], и налоговыми льготами для молодых предпринимателей.

Возвращаясь к вопросу о несформированности культуры молодежного предпринимательства, нужна разработка путей преодоления данной проблемы. На наш взгляд, можно предложить следующие шаги:

- разработка концепции модели о культуре предпринимательства, где указывался бы идеал, к которому нужно стремиться;
- организация бизнес-форумов, где опытные спикеры транслировали бы свое видение культуры предпринимательской деятельности;
- проведение вебинаров о культуре молодежного предпринимательства в образовательных учреждениях (старшая школа, колледжи, университеты).

Данные предложения, на наш взгляд, могут способствовать формированию и развитию культуры молодежного предпринимательства. Так как молодежь является самой мобильной и развивающейся частью общества, необходимо создание условий для формирования у них культуры

предпринимательства в целях развития качественной и продуктивной предпринимательской деятельности.

***Литература:***

1. В России число молодых предпринимателей в 2022 году превысило 4,4 млн человек // Мой бизнес.РФ. 23.12.2022. URL: <https://мой-бизнес.рф/novosti/news/chislo-molodykh-predprinimateley-v-rossii-v-2022-godu-prevysilo-4-4-mln-chelovek> (дата обращения: 13.03.2023).

2. Глухих П.Л. Предпринимательская культура молодежи и факторы ее развития: социокультурный подход / П.Л. Глухих, Л.В. Воронина, А.В. Иванова // Управленец. 2016. № 3 (61). С. 52–61.

3. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ (посл. ред.) // КонсультантПлюс. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_52144/?ysclid=lf6xqханса511684802](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/?ysclid=lf6xqханса511684802) (дата обращения: 06.07.2023).

\* \* \*

**Ян Чэнь,**  
кафедра экономической теории и менеджмента;  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
yangchen.rus@mail.ru<sup>12</sup>

**Ван Чжэгуа,**  
кафедра экономической теории и менеджмента;  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
zhehua.wang@mail.ru

## **Особенности электронной торговли в международном бизнесе**

**Аннотация:** в статье рассматриваются перспективы развития международной рынка электронной торговли. Выявлено, что электронная торговля является одним из сегментов сектора услуг, развивающихся на основе современных информационно-телекоммуникационных технологий, которые выступают важнейшим и определяющим элементом экономики знаний. Именно знания, информация и инновации в современном обществе являются основным объектом труда. Научная новизна исследования состоит в выявлении особенностей сбытовой стратегии экономической деятельности предприятия на международных рынках.

**Ключевые слова:** электронная торговля; иностранный рынок; экономическое сотрудничество; международный бизнес; информационные технологии.

**Yang Chen,**  
Department of Economic  
Theory and Management,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
yangchen.rus@mail.ru

---

<sup>12</sup> Научный руководитель – И.А. Филькевич, доктор экономических наук, профессор кафедры экономической теории и менеджмента, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

**Wang Zhehua,**  
Department of Economic  
Theory and Management,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
zhehua.wang@mail.ru

## **Features of electronic trading in international business**

**Abstract:** the article discusses the prospects for the development of the international electronic trading market. It is revealed that e-commerce is one of the segments of the service sector developing based on modern information and telecommunication technologies, which are the most important and defining element of the knowledge economy. It is knowledge, information and innovations that are the main object of labor in modern society. The scientific novelty of the study is to identify the features of the marketing strategy of the economic activity of the enterprise in international markets.

**Keywords:** electronic commerce; foreign market; economic cooperation; international business; information technology.

В современном мире электронная торговля рассматривается как одно из наиболее эффективных направлений развития, обеспечивающее оптимизацию текущих издержек, упрощение коммуникаций и укрепление конкурентоспособности на целевых рынках. Применение электронных инструментов в хозяйственной деятельности позволяет организациям в значительной степени повышать эффективность своего функционирования, опережать конкурентов, привлекать и удерживать новых клиентов.

Целью исследования является разработка и обоснование перспективных направлений работы на основе электронной торговли в международном бизнесе ООО «БиоТрейдинг».

Электронная торговля является одним из сегментов сектора услуг, развивающихся на основе современных информационно-телекоммуникационных технологий (ИКТ), которые выступают важнейшим и определяющим элементом экономики знаний [5]. Именно знания, информация и инновации в современном обществе являются основным объектом



труда. Информационные технологии и международная электронная торговля выступают мощным катализатором всего процесса развития не только экономики, но и в целом всего общества.

Страны и компании, не учитывающие потенциал международной электронной торговли, очевидно, имеют более слабые позиции как на внутреннем, так и на внешнем рынках и проигрывают в международном бизнесе из-за усиления конкуренции со стороны более адаптированных к современным условиям функционирования рынков конкурентов, использующих преимущества электронной коммерции в бизнесе.

Развитие международного разделения труда в современных условиях свидетельствует об образовании единого геоэкономического пространства, где «отдельные части национальных экономик становятся звеньями разных мировых производственных циклов. Границы таких глобальных циклов (цепочек) перекрывают и пересекают национальные границы, существуя в геоэкономическом пространстве» [3].

С развитием интернета принципиально трансформировались методы работы множества компаний во всем мире, прежде всего тех, кто работает в сфере высоких и информационных технологий. Использование интернет-ресурсов позволило транснациональным компаниям существенно снизить расходы. Они стали выстраивать производственно-сбытовые сети, оптимально связывающие поставщиков и потребителей, проникать на отдаленные географические рынки, принципиально менять технику своей международной коммерческой деятельности.

Международная электронная торговля приобрела существенное распространение в важнейших отраслях экономики стран Европы, Америки, Азии, Австралии, Новой Зеландии. Она используется как для коммерческих, так и административных целей. «Увеличивающиеся масштабы применения международной электронной торговли в значительной мере трансформируют международную торговую практику, заменяя традиционную внешнюю торговлю альтернативными электронными системами» [1].

Л.П. Гаврилов отмечает, что электронная торговля в современной практике является ежедневной хозяйственной деятельностью крупнейших корпораций, доминирующих в мировой экономике; именно международная электронная торговля выступает катализатором роста, ее росту способствует «стремительное увеличение объемов мировой торговли, мобильности капитала и его концентрации» [2].

В 2022 г. объем мирового рынка достиг 5,5 трлн долл. США, при этом доля онлайн-покупок в общем объеме продаж составила 21%. Лидером мировой электронной торговли остается Китай [7], его доля в общем объеме продаж превышает 52%, общий объем онлайн-продаж в Китае – более 2 трлн долл. США. Доля США на мировом рынке составляет 19%, третьим по величине участником является Великобритания, формирующая 4,8% соответственно. По существующим прогнозам, доминирование крупнейших участников сохранится.

Динамичное развитие мировой электронной торговли создает новые возможности для компаний из любых стран мира, создающих конкурентоспособный продукт.

В Республике Беларусь происходит распространение электронных технологий во всех сферах: бизнес-бизнес (B2B), бизнес-государство (B2G), бизнес-потребитель (B2C) [6]. Электронная торговля является одним из приоритетных направлений Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития. Стратегия предусматривает создание условий функционирования интернет-магазинов и применение мобильных платежей, развитие электронного документооборота, применение интернет-технологий в маркетинге, распространение практики электронных закупок и логистических систем, расширение практики использования системы электронного декларирования. Национальная стратегия развития предусматривает увеличение доли интернет-торговли в розничном товарообороте торговых организаций с 2% в 2015 г. до 10% в 2030 г. [4].

ООО «БиоТрейдинг» стремится увеличить ассортимент товаров, обеспечить улучшение узнаваемости фирмы клиентами, а также развивать спектр дополнительных услуг.

К недостаткам международного бизнеса компании можно отнести тот факт, что в ООО «БиоТрейдинг» не выделены бизнес-процессы, в связи с чем сложилась единая схема движения материальных ресурсов от зарубежного поставщика (August Rüggeberg GmbH & Co.KG) к конечным потребителям. Электронные инструменты в настоящее время применяются только на отдельных стадиях движения материальных потоков в ООО «БиоТрейдинг», что негативно влияет на конкурентоспособность компании.

Мы предлагаем ООО «БиоТрейдинг» разработать самостоятельную стратегию экспорта товаров, что существенно выгоднее для компании, так как сокращает затраты и позволяет предложить покупателям более

привлекательные цены. С учетом высокой конкуренции в целевом сегменте рынка ценовой фактор становится все более значимым.

***Литература:***

1. *Беляцкая Т.Н.* Электронная экономика: теория, модели, технологии. Минск: БГУИР, 2019. 252 с.
2. *Гаврилов Л.П.* Информационные технологии в коммерции: монография. М.: Юрайт, 2022. 369 с.
3. *Галуллина А.Ш.* Применение стратегии концентрированного роста // Стратегии бизнеса. 2020. Т. 8. № 1 (69). С. 17–21.
4. *Гурская С.П.* Развитие электронной торговли в Республике Беларусь // Стратегія розвитку України: економічний та гуманітарний аспекти: матеріали V міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті першого ректора Національної академії статистики, обліку та аудиту, доктора економічних наук, професора, заслуженого економіста України Івана Ісаковича Пилипенка. Київ, 17 жовтня 2018 р. Київ: Державна служба статистики України, 2018. С. 322–326.
5. *Димитрова О.П.* К вопросу о понятии и сущности электронной торговли // Шаг в науку. 2020. № 1. С. 81–83.
6. *Климченя Л.С., Запольский А.В.* Электронные торговые площадки как инструмент вовлечения в электронную торговлю // Вести Института предпринимательской деятельности. 2020. № 1. С. 59–65.
7. *Coronavirus and Supply Chain Disruption: What Firms Can Learn* // Wharton University. URL: <https://knowledge.wharton.upenn.edu/article/veeraraghavan-supply-chain/> (accessed: 13.01.2023).

\* \* \*

## СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЕ ЗНАНИЯ КАК ФУНДАМЕНТ ПОДГОТОВКИ ПЕДАГОГА К ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

---

**Ильина В.А.,**  
кафедра культурологии,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
vika\_vas2001@mail.ru<sup>13</sup>

### **Профориентационная работа как условие профессионального выбора старшеклассников в современной школе**

**Аннотация:** в статье рассматривается профориентационная работа как один из важных факторов, определяющих выбор профессии старшеклассниками. Выделены наиболее эффективные формы профориентационной работы в современной школе и агенты влияния при выборе профессии. Приведены данные социологических опросов, проведенных среди обучающихся 10–11 классов и первокурсников, подтверждающие гипотезу, что профориентация существенно влияет на выбор старшеклассников.

**Ключевые слова:** профориентационная работа; старшеклассники; формы профориентации; агенты влияния; выбор профессии.

**Victoria Iina,**  
Department of Culturology,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
vika\_vas2001@mail.ru

---

<sup>13</sup> Научный руководитель – Е.М. Шемякина, кандидат философских наук, доцент кафедры культурологии, заместитель заведующего кафедрой культурологии, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

## **Career guidance work as a condition for the professional choice of high school students in a modern school**

**Abstract:** this article considers professional work as one of the important factors determining the choice of profession of schoolchildren. The most effective forms of career guidance work in a modern school and agents of influence in choosing a profession were considered. The data of sociological surveys conducted among students of grades 10-11 and first-year students are presented, the result of which is confirmation of the hypothesis that career guidance affects the choice of high school students.

**Keywords:** career guidance work; high school students; forms of career guidance; agents of influence; choice of profession.

Профориентационная работа в школе проводится на всех возрастных этапах, начиная с первого класса до окончания школы. Умелое использование педагогом современных методов во внеурочной деятельности способствует формированию личности будущих выпускников, их всестороннему развитию и осознанному выбору профессии.

В статье будут рассмотрены возможности профориентационной работы с обучающимися, которая выступает одним из главных факторов профессионального выбора старшеклассников. Необходимо выявить наиболее действенные методы профориентационной работы со школьниками старших классов, а также исследовать, какие агенты влияния определяют их выбор.

По А.Д. Саронову, Н.И. Калугину, А.П. Меньшикову, профориентационная работа – это целенаправленная деятельность по подготовке молодежи к обоснованному выбору профессии в соответствии с личными склонностями, интересами, способностями и одновременно с общественными потребностями в кадрах определенных профессий и разного уровня квалификации [3]. Проблемой профориентационной работы занимались такие ученые, как Г.С. Глиссерман, А.Н. Леонтьев, Э.Ф. Зеер, В.С. Мухина и др. Они едины в том, что правильно выбрав профессию, человек не только становится профессионалом, достигает высоких результатов в данной сфере, но и обретает любимое дело всей своей жизни.

Как ведется сегодня профориентационная работа в школе? Почему старшеклассники стремятся получить высшее образование? Что влияет на их выбор?

Как показывает анализ сайтов различных школ, ежегодно в образовательных организациях проводится множество различных мероприятий, посвященных профессиональной ориентации. Наиболее эффективными формами профориентационной работы в 10–11-х классах исследователи считают консультации психолога, групповые беседы, встречи с представителями вузов, экскурсии на предприятия, тестирование, деловые игры [1].

Для обоснования гипотезы, что профориентационная работа выступает одним из определяющих факторов в выборе профессии старшеклассниками, мы провели социологический опрос в форме двух анкетирования на тему: «Мой профессиональный выбор» среди обучающихся 10–11 классов и среди первокурсников.

В первом анкетировании принимало участие 60 человек из различных регионов России в возрасте от 15 до 18 лет.

Респондентам был задан вопрос, как часто проводятся профориентационные занятия в школе. Один раз в месяц – ответили 41,7% опрошенных, реже, чем один раз в неделю – 31,7%, один раз в неделю – 18,3% и чаще, чем один раз в месяц – 8,3%.

На вопрос «Кто задействован в проведении профориентационных занятий», мы получили следующие ответы: большинство указали классного руководителя, психолога, социального педагога, учителей-предметников, завуча по воспитательной работе, советника по воспитанию. Также респонденты отметили студентов различных вузов, одноклассников, представителей различных профессий.

Мы попросили назвать мероприятия по профориентации, которые проводились в текущем учебном году. Ими стали уроки педагогики и классные часы, поход в суд, инженерные каникулы, профориентационные игры, вводный урок по профессиям, индивидуальные проекты, участие в круглом столе, уроки психологии, тестирования, деловая игра, лабиринт профессий, посещение вуза, предприятий, встреча с представителями полиции и встреча с представителями экономического университета, посещения прокурора, поход в театр. Более 70% опрошенных назвали классный час на тему профориентации.

73,3% опрошенных считают, что профориентационные занятия полезны, 8,3% не согласились с этим, и 18,3% затруднились ответить.

Помогает ли профориентация в выборе профессии? 31,7% респондентов полностью согласны с этим мнением; 3,3% считают, что нет;

58,3% ответили, что скорее помогает, чем нет; 5% ответили, что скорее не помогает; 1,7% затруднились ответить.

Наиболее удачными формами в проведении профориентационных занятий старшеклассники назвали встречи со специалистом, беседы, диспуты, дискуссии; экскурсии на предприятия и в организации, индивидуальные консультации. Менее эффективными учащиеся считают тестирование (анкетирование), решение профориентационных кейсов, профориентационные лекции и классные часы.

Зачем старшеклассники поступают в вуз? Затем, чтобы 86,7% «получить высшее образование»; 1,7% «заставляют родители»; 3,4% опрошенных затруднились ответить. 8,3% юношей указали в качестве главной причины поступления в вуз возможность «получить отсрочку от армии».

На старшеклассников при выборе профессии влияют родители, школа, друзья, классный руководитель, при этом 83,3% опрошенных указали, что делают выбор самостоятельно.

Что более значимо при выборе профессии? Опрошенные выделили следующие факторы: получаемое образование, заработную плату, карьерный рост, ранний выход на пенсию, престиж работы, получаемое удовольствие от работы. На вопрос «Была ли у Вас мечта о профессии в детстве?» 83,3% ответили положительно, но следовать за мечтой детства решился лишь каждый четвертый респондент.

Второй социологический опрос проводился среди первокурсников. В нем приняло участие 43 человека, российские студенты-очники. У большинства опрошенных в школе проводилась профориентационная работа. 69% согласились с тем, что профориентация помогла им определиться с выбором профессии, при этом максимальное влияние на первокурсников оказали родители и школа, но большинство студентов, как и старшеклассников уверены в том, что их выбор самостоятелен.

Мы попросили согласиться или не согласиться с утверждением: «Профориентация в школе определила мой выбор». 58% первокурсников частично согласились с этим высказыванием, 10% полностью согласны.

Подводя итог, отметим, что российским старшеклассникам нужна качественно организованная и системная профориентационная работа, в которой будут задействованы не только классные руководители, но и родители обучающихся, администрация школы, психологи, социальные педагоги, специалисты, которым могут познакомить с различ-

ными профессиями. Как показал социологический опрос, одна из удачных форм профориентации – посещение организаций, предприятий и встречи со специалистами.

Как видим, в течение всего периода самоопределения подрастающий человек находится в поле зрения образовательной организации, и отчасти заслугой классного руководителя будет, если выпускник никогда не задаст себе вопрос «Правильно ли я поступил?», «Ту ли профессию выбрал?» [2].

### ***Литература:***

1. *Бородуля Л.М.* Организация профориентационной работы в школе // *Профессиональная ориентация.* 2017. № 1. С. 23–32.
2. *Пилюгина Е.И., Иванова М.Д.* Актуальность профориентационной работы в образовательных учреждениях // *Молодой ученый.* 2017. № 15 (149). С. 619–623.
3. *Саронов А.Д.* Профессиональная ориентация молодежи / А.Д. Саронов, Н.И. Калугин, А.П. Меньшиков. М.: Высшая школа, 2000. 272 с.

\* \* \*



**Морозова О.А.,**  
кафедра ЮНЕСКО  
«Международное (поликультурное)  
образование и интеграция мигрантов»,  
факультет регионоведения  
и этнокультурного образования,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
morozoles0204@gmail.com<sup>14</sup>

## **Преимущества и недостатки дистанционного обучения в средней школе**

**Аннотация:** в данной статье обсуждается проблема, с которой массово пришлось столкнуться всем учителям и ученикам в марте 2020 года, когда школы вынужденно перевели на дистанционное обучение в связи с распространением COVID-19. В работе рассматриваются преимущества и недостатки новой формы обучения, а также ее влияние на здоровье учащихся. Дается оценка дистанционному обучению в средней школе.

**Ключевые слова:** дистанционное обучение; интернет; самоизоляция; школа; информационно-коммуникативные технологии; школьники; COVID-19.

**Olesya Morozova,**  
UNESCO Chair of International (Multicultural)  
Education and Migrant Integration,  
Department of regional studies  
and ethnocultural education,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
morozoles0204@gmail.com

---

<sup>14</sup> Научный руководитель – А.А. Шевцова, доктор исторических наук, профессор кафедры культурологии, заместитель декана факультета регионоведения и этнокультурного образования по научной работе, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

## **Advantages and disadvantages of distance learning in secondary schools**

**Abstract:** this paper discusses the problem that all teachers and students had to face en masse in March 2020 when schools were forced to switch to distance learning due to the spread of coronavirus infection (COVID-19). The paper examines the advantages and disadvantages of the new form of learning and its impact on students' health. It concludes with an assessment of distance learning in secondary schools.

**Keywords:** distance learning; internet; self-isolation; school; information and communication technology; students; COVID-19.

В последние годы мы стали свидетелями активных общественных дискуссий о том, можно ли заменить традиционное очное образование дистанционным, а также о том, удачна ли эта новая форма обучения в средней школе. Массовое обсуждение данной темы связано с опытом вынужденного перевода школьников на дистанционное обучение в марте 2020 г. в связи с пандемией коронавирусной инфекции (COVID-19). Именно тогда школьники, их родители и учителя впервые столкнулись с новым форматом работы в школах, познакомились с его особенностями и выявили достоинства и недостатки. Цель нашей статьи заключается в том, чтобы дать оценку дистанционному обучению в средней школе. Для этого необходимо решить следующие задачи: определить, что такое дистанционное обучение; выявить его достоинства и недостатки в средней школе; определить, как дистанционное обучение влияет на здоровье школьников.

Дистанционное обучение (ДО) – это взаимодействие учителя и учащихся между собой на расстоянии, отражающее все присущие учебному процессу компоненты (цели, содержание, методы, организационные формы, средства обучения) и реализуемое специфичными средствами интернет-технологий или другими средствами, предусматривающими интерактивность [4]. Таким образом, ДО предполагает коммуникацию субъектов учебного процесса на расстоянии посредством взаимодействия через интернет-ресурсы при сохранении стандартных образовательных компонентов.

Дистанционное обучение – относительно новая форма обучения, которая отличается от привычного для нас очного обучения способом

взаимодействия учителя и ученика и формой подачи материала. ДО предполагает применение информационных технологий, основанных на использовании персональных компьютеров, видео- и аудиотехники, комической и оптоволоконной техники. В России дистанционное образование существует с 1997 г. как разновидность неформального образования и реализуется в виде заочного обучения с использованием дистанционных образовательных технологий (ДОТ) [1; 3]; но лишь недавно дистанционный формат обучения доказал свою значимость и востребованность.

Рассмотрим *основные характеристики дистанционного обучения.*

1. Детальное планирование деятельности обучаемого (постановка задач, целей, разработка учебных материалов).

2. Интерактивность (между обучаемым и преподавателем, между обучаемым и учебным материалом, групповое обучение).

3. Мотивация (организация самостоятельной познавательной деятельности).

4. Модульная структура дистанционного образования (обучаемый должен иметь возможность четко осознавать свое продвижение от модуля к модулю).

Данная форма обучения имеет ряд *преимуществ:*

- В случае непредвиденных ситуаций (например, эпидемии) у учеников / педагога учебный процесс не прерывается, а лишь меняет свой формат.

- В случае плохого самочувствия школьник не прекращает учебный процесс, а продолжает его в домашних условиях.

- ДО характеризует возможность обучения в наиболее комфортной и благоприятной домашней обстановке. В особенности это ценно для «закрытых», слабо социализированных детей, для которых нахождение в общественных местах дискомфортно и вызывает стресс.

- ДО способствует развитию школьников, их родителей и учителей в IT-сфере, требует от них получения новых навыков и умений, освоения новых интернет-платформ и интернет-сервисов.

- ДО – это возможность проводить уроки в необычном формате, используя огромное количество IT-инструментов, создавать креативные видеоуроки, игры, онлайн-квесты и т. д. Такой формат обучения предполагает визуализированный процесс получения новой информации, что является необходимым для школьников.

- Отсутствие прямого контакта учителя и ученика снижает возможность открытой конфронтации субъектов учебного процесса.

- ДО уменьшает вероятность возникновения конфликтных ситуаций с применением физической силы среди учащихся.

Но дистанционный формат обучения имеет и ряд *недостатков*:

- Не все педагоги в полной мере освоили ИКТ. Если молодые учителя, как правило, обладают необходимыми навыками работы с интернет-платформами или же могут быстро их освоить, то сказать подобное о старшем поколении педагогов трудно.

- Не у всех есть технические возможности обучаться в данном формате. Дети из неблагополучных семей не всегда имеют доступ в интернет, не говоря уже о наличии у них компьютера или ноутбука.

- Учителю сложнее объективно оценивать знания, умения и навыки, так как при выполнении каких-либо работ практически невозможно проконтролировать, насколько самостоятельно школьник выполнил задание. Педагог вынужден ставить оценку, которая может не соответствовать реальным знаниям обучающихся.

- Учителю сложнее контролировать работу учащихся. Детская психика устроена так, что, если есть возможность сделать что-то, не затратив при этом много энергии, ребенок обязательно ею воспользуется. Таким образом, школьники ищут пути достижения хорошего результата, не заключающегося в получении и усвоении новых знаний. Если в школе учитель способен на это повлиять, то в условиях ДО это крайне сложно.

- Не у всех детей есть навыки самостоятельной организации собственного времени, им бывает сложно заставить себя что-то делать. В условиях ДО некоторые дети могут «выпасть» из учебного процесса. У неорганизованных, рассеянных школьников снижается успеваемость.

- Существует риск, что школьник не разберется в сложной теме или не освоит программу самостоятельно. Если в школе учителя способны быстро обнаружить не успевающих детей и помочь им, то в дистанционных условиях это труднее.

- Большинству школьников необходим прямой контакт с учителем для наилучшего усвоения материала, чего нет в условиях ДО.

- Интернет-ресурсы, являющиеся основой дистанционного обучения, не всегда работают корректно, из-за чего могут быть сложности с организацией качественного обучения.

- При дистанционном обучении у школьников появляется недостаток общения со сверстниками, что снижает или замедляет процесс социализации.

- Домашняя обстановка отвлекает от учебного процесса и не дает сконцентрироваться. (Нужно погладить кота, погулять с собакой, бабушка зовет пить чай и т. д.).

Рассмотрев преимущества и недостатки дистанционного обучения в средней школе, необходимо изучить и влияние такой формы образования на здоровье школьников. Д.И. Богданова отмечает, что «дистанционное обучение негативно влияет на здоровье и психическое состояние детей подросткового возраста» [3]. При большом количестве достоинств ДО, сложно говорить о его пользе для здоровья, так как:

- Увеличивается объем эмоциональной нагрузки, а физическая нагрузка резко снижается. Отсутствует постоянная физическая активность. Путь от дома до школы уже можно считать активностью на свежем воздухе; в учебном расписании предусмотрены перемены, основной целью которых является отдых не только мозга, но и мышечной системы. Все это отсутствует в ДО, поэтому мы можем наблюдать усталость школьников, потерю их вовлеченности в учебный процесс, ухудшение настроения и т. д.

- Постоянное нахождение перед монитором пагубно влияет на зрение. Если в школе ученик переходит из кабинета в кабинет, сидит на разных партах, работает то с доской, то с тетрадью, тем самым поддерживая зрительную систему в тонусе и позволяя ей вовремя расслабляться, то в условиях ДО это сложнее.

- Постоянное нахождение перед монитором пагубно влияет на опорно-двигательный аппарат. Чаще всего в домашних условиях дети вообще не обращают внимания на свою позу, не следят за осанкой, что приводит к проблемам со спиной и частым мышечным болям.

- Отсутствие общения со сверстниками и постоянная смена обстановки негативно влияют на психическое состояние школьников. Дети становятся более агрессивными и нервными.

- Изменения режима дня и уменьшение времени сна непосредственно сказывается на физическом и эмоциональном здоровье.

Подводя итоги, отметим, что дистанционный формат обучения – это новый и неоднозначный этап в развитии нашего образования. Новые

образовательные форматы приобретают все большее значение. Информационные технологии активно внедряются во все сферы нашей жизни. Не исключено, что совсем скоро ДО поднимется на новый уровень, кардинально отличающийся от существующего. Так или иначе, мы считаем, что дистанционный формат обучения может использоваться в средней школе как вынужденная мера, но ни в коем случае ни как постоянная.

***Литература:***

1. *Аникин К.Е.* Дистанционное обучение в школе: плюсы и минусы // Информационные технологии в современном мире – 2021. 2021. С. 9–10.
2. *Богданова Д.И.* Влияние дистанционного обучения на успеваемость школьников // Молодой ученый. 2021. № 3 (345). С. 38–40.
3. *Орлова Е.Р., Кошкина Е.Н.* Дистанционное обучение: реалии и перспективы // Вестник Международного института экономики и права. 2011. № 1 (2). С. 5–13.
4. Теория и практика дистанционного обучения: учебное пособие для студентов высших пед. учебных заведений / Е.С. Полат, М.Ю. Бухаркина, М.В. Моисеева; под ред. Е.С. Полат. М.: Академия, 2004. 416 с.

\* \* \*

**Богомолова В.Н.,**  
кафедра ЮНЕСКО  
«Международное (поликультурное)  
образование и интеграция мигрантов»,  
факультет регионоведения  
и этнокультурного образования,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
veronika-bvn@mail.ru<sup>15</sup>

## **Особенности обучения школьников с клиповым мышлением**

*Аннотация:* традиционные методики обучения недостаточно эффективны в работе с современными школьниками, поскольку они в отличие от предыдущих поколений имеют новый тип мышления, характеризующийся фрагментарностью, рассеянностью внимания, поверхностностью мыслительных процессов. Цель статьи – выявление особенностей обучения детей с клиповым мышлением. Также дано определение феномена «клиповое мышление», проведен анализ его позитивных и негативных проявлений, определены наиболее эффективные способы обучения детей с характеристиками клипового мышления.

*Ключевые слова:* клиповое мышление; образование; методика преподавания; когнитивные изменения; клиповая культура; фрагментарность; школьники.

**Veronica Bogomolova,**  
UNESCO Chair of International (Multicultural)  
Education and Migrant Integration,  
Department of regional studies  
and ethnocultural education,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
veronika-bvn@mail.ru

---

<sup>15</sup> Научный руководитель – А.А. Шевцова, доктор исторических наук, профессор кафедры культурологии, заместитель декана факультета регионоведения и этнокультурного образования по научной работе, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

## Peculiarities of teaching schoolchildren with clip thinking

**Abstract:** traditional methods of teaching are not effective enough in the work with modern schoolchildren because they, unlike previous generations, have a new type of thinking, characterized by fragmentation, scattered attention, superficiality of thought processes. The purpose of this article is to identify the peculiarities of teaching children with clip thinking. The paper also defines the phenomenon of "clip thinking", analyzes its positive and negative manifestations, identifies the most effective ways to teach children with the characteristics of clip thinking.

**Keywords:** clip thinking; education; teaching methodology; cognitive change; clip culture; fragmentation; schoolchildren.

В древности люди использовали мозг в качестве «сейфа» для хранения и обработки информации. Они получали ее путем чувственного познания, передавали при помощи различных звуковых и визуальных сигналов, например костров, барабанов, наскальных рисунков. Знания передавались устно, ими владел очень узкий круг. Появление письменности, а затем изобретение книгопечатания привели к значительному количественному и качественному скачку информации: у человека пропала необходимость держать все знания у себя в голове. Появление микропроцессорной техники и интернета обрушило на людей настолько мощный информационный поток, что в нем стало сложно ориентироваться. Если в начале XIX века объем информации удваивался каждые 50 лет, то сейчас он удваивается каждые два месяца. Механизмом адаптации к таким условиям стало клиповое мышление.

Клиповое мышление как феномен возникло в рамках клиповой культуры (термин введен Элвином Тофлером в книге «Третья волна» [4]). По Тофлеру, клиповая культура характерна для информационного общества, ее отличает бесконечное мелькание разрозненных отрывков информации. Английское слово clip означает фрагмент, вырезку, отрывок, нарезку кадров. В массовом сознании под клипом понимают динамичную склейку разрозненных кадров под музыку. Это восприятие является основополагающим для феномена клипового мышления, при котором человек видит мир не целостным, а состоящим из хаотичных образов и событий. Ф. Гиренок отмечает, что «клиповое мышление креативно, а креативное мышление не может быть системным. Это, скорее, лоскутное мышление, фрагментарное» [1]. С его точки зрения, клиповое мышление



сменило понятийное, характеризующееся способностью к анализу, умением выстраивать причинно-следственные связи, навыком систематизировать полученную информацию.

В силу того, что клиповое мышление появилось относительно недавно и изучается множеством наук: психологией, педагогикой, философией, логикой, нейропсихологией и т. д., еще не выработано единого определения для обозначения данного феномена. Обобщая изученный материал, можно сделать вывод, что клиповое мышление – это психический процесс, свойственный современному человеку, который характеризуется быстротой осознания образов, фрагментарностью восприятия окружающего мира, неспособностью к длительной концентрации внимания на одном предмете.

Исходя из приведенного выше определения, появляется предположение, о том, что клиповое мышление – исключительно негативное явление. Однако это неверно, поскольку данный феномен, как и любой другой, имеет как отрицательные, так и положительные стороны.

Большинство современных детей растет под влиянием цифровой информационной среды, которая с самого рождения непосредственно воздействует на развитие психических процессов ребенка. Весь процесс обучения и воспитания неразрывно связан с постоянным использованием современных компьютерных технологий. Современные школьники значительно отличаются от тех, чьи школьные годы пришлись на то время, когда интернет и компьютеры еще не стали обыденностью. Отличает современных детей и клиповое мышление. В связи с этим рассмотрим преимущества и недостатки данного феномена и попробуем понять, как учитывать их в образовательном процессе.

К плюсам клипового мышления можно отнести:

- *многозадачность*, позволяющая выполнять сразу несколько дел одновременно, что необходимо из-за ускоренного ритма жизни. Этот навык важен для некоторых видов профессиональной деятельности, в которых требуется постоянно концентрироваться на нескольких объектах;
- *защита от информационных перегрузок*. Каждый день человеку приходится сталкиваться с огромным потоком информации, клиповое мышление за счет поверхностного восприятия позволяет быстро понять, актуальна ли увиденная информация, и в случае отрицательного ответа стереть увиденное из памяти и искать необходимые данные дальше;

- *умение быстро обрабатывать значительное количество информации* за счет динамичного восприятия ярких образов, символов, схем, таблиц;
- *высокая адаптивность*, позволяющая быстро переносить фокус внимания с одного предмета на другой, а также в короткие сроки приспособляться к любым изменениям.

Но у перечисленных пунктов есть и обратная сторона. Можно выделить следующие минусы клипового мышления:

- *многозадачность*, которую можно отнести как к положительному проявлению клипового мышления, так и к отрицательному. При одновременном выполнении нескольких задач нередко значительно страдает качество сделанных заданий, появляются многочисленные ошибки;
- *низкая концентрация внимания*. Клиповое мышление предполагает постоянную смену видов деятельности, из-за этого способность сосредоточиться на каком-то занятии длительное время отсутствует. Страдает память, снижается общий уровень знаний, так как они формируются лишь поверхностно, нет возможности создать целостную картину;
- *сложности с критическим анализом*. Поверхностное изучение информации и фрагментарное восприятие понятий не позволяют составить полноценную картину, вникнуть в суть понятий, что затрудняет критическое осмысление и иногда делает его невозможным;
- *подверженность манипуляциям* из-за слабых аналитических способностей;
- *скудный лексикон*. Поскольку информация часто дается кусками, в сжатом виде, это ведет к обеднению словарного запаса;
- *снижение эмоционального интеллекта*. Чрезмерное количество ярких образов и событий притупляет эмоции, поскольку у психики существует свой предел, как следствие человеку становится сложнее распознавать как свои собственные, так и чужие эмоции.

Главной проблема клипового мышления – сложности в обучении. Их появление связано с тем, что школьная система крайне консервативна, а значит, не способна быстро меняться и подстраиваться под нужды учащихся. К.Г. Фрумкин отмечал: «Едва ли не с эпохи средневековья в школе господствует текстоцентрическая культура. При этом во все времена были люди «нетекстового» склада личности, которые в эту систему не укладывались. Они дискриминировались как неуспевающие, их обрекали на физический труд, и лишь некоторые пробивались в невербальные

сферы, имея по дороге все соответствующие неприятности из-за плохих отметок по математике и язык» [5].

Сегодня же людей с «нетекстовым» складом личности или, иначе – с клиповым мышлением, – большинство, и традиционные методики обучения в работе с ними неэффективны [3]. Поэтому перед современной школой и педагогическим сообществом стоит задача найти инновационные технологии и средства, которые наряду с укоренившимися педагогическими приемами будут действенными при обучении школьников с клиповым мышлением. Рассмотрим некоторые из них.

- *Замена тестов при проверке знаний на задания с развернутым ответом.* При выполнении тестирования школьникам не требуется анализировать и строить причинно-следственные связи. Задания на аргументацию, обоснование собственного мнения, объяснение, позволяют развивать логику, лучше усваивать материал, что делает их использование при обучении предпочтительнее.

- *Визуализация изучаемого материала.* При подаче информации педагогу требуется как можно нагляднее представить тему при помощи презентации, сопроводительного видеоролика, схемы, таблицы, рисунка. Метод работает и в обратную сторону: в качестве домашнего задания можно поручить школьнику выполнить инфографику, разработать интеллект-карту, для чего потребуются выделить тему и взаимосвязи между ключевыми понятиями, структурировать все данные.

- *Включение в учебный процесс элемента игры.* Это может быть квест, разбор кейсов, викторина, квиз. Все они стимулируют интерес к предмету, формируют желание узнать что-то новое, позволяют лучше усвоить материал, поскольку любая информация, подкрепленная эмоциями, лучше запоминается [6].

- *Чередование каналов восприятия:* во время занятия должны сменяться фрагменты, когда школьники слушают, говорят, пишут, смотрят, если есть возможность, трогают предметы.

- *Использование на уроках стратегий чтения.* При работе с текстами или понятиями можно использовать различные техники, которые позволяют глубже проникнуть в текст, лучше его понять. Так, стратегия «мышление под прямым углом» (интерпретация понятий своими словами) учит школьников не просто заучивать определения, но и понимать их. Знакомые многим синквейны развивают у детей умение выделять

ключевые понятия и идеи в прочитанном тексте, синтезировать полученные знания, проявлять творческие способности.

- *Применение активных методов обучения* (дискуссия, круглый стол, дебаты, мозговой штурм, эксперимент, презентация) пробуждают у школьников поисковую мыслительную активность, учат выражать свои мысли и взаимодействовать с людьми, раскрывают творческий потенциал, мотивируют к поиску нестандартных решений [2].

Все приведенные инструменты работы с детьми направлены на сглаживание негативных проявлений клипового мышления, их цель заключается в том, чтобы научить школьников думать, критически мыслить, творчески подходить к решению задач.

В заключение хочется сказать, что клиповое мышление – это закономерная реакция человеческой психики на значительно ускорившийся темп жизни и скорость обмена информацией в связи с распространением интернета. Педагогам не стоит бороться с новым типом мышления детей, наоборот, необходимо адаптировать образовательный процесс к новым реалиям. Использование в обучении инновационных методик наряду с традиционными позволит повысить эффективность образования и общий уровень знаний школьников.

### *Литература:*

1. *Гиренок Ф.И.* Клиповое сознание. М.: Проспект, 2016. 256 с.
2. *Горшкова О.В.* Активные методы обучения: формы и цели применения // Концепт: научно-методический электронный журнал. 2017. № S3. URL: <http://e-koncept.ru/2017/470039.htm> (дата обращения: 04.05.2023).
3. *Ломбина Т.Н., Юрченко О.В.* Особенности обучения детей с клиповым мышлением // Общество: социология, психология, педагогика. 2018. № 1. С. 45–50.
4. *Тоффлер Э.* Третья волна. М.: АСТ, 2004. 781 с.
5. *Фрумкин К.Г.* Клиповое мышление и судьба линейного текста // Топос. 2010. № 9. URL: <https://www.topos.ru/article/7371> (дата обращения: 04.05.2023).
6. *Царевская О.А., Юдалевич Н.В.* Изменение подходов к обучению в условиях развития клипового мышления // Бизнес-образование в экономике знаний. 2020. № 2 (16). С. 100–102.

\* \* \*

**Филиппченкова А.В.,**  
кафедра культурологии,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
sakura-2508@mail.ru<sup>16</sup>

## **Цифровая культура современного педагога**

**Аннотация:** в статье исследуется формирование цифровой культуры педагога, связанные с ней компетенции, умения и навыки. Приводятся социологические мониторинги, исследующие уровень цифровой культуры и грамотности учителей, рассматриваются общий уровень цифровой подготовки и отношения школьников к цифровизации. Рассматриваются способы формирования цифровой культуры.

**Ключевые слова:** цифровая культура; цифровизация образования; современный педагог; компетенции.

**Anastasia Filippchenkova,**  
Department of Culturology,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
sakura-2508@mail.ru

## **Digital culture of a modern teacher**

**Abstract:** the article examines the formation of the digital culture of a teacher, related competencies, skills, and abilities. Sociological monitoring studies of the level of digital culture and literacy of teachers are given, the general level of digital training and the attitude of schoolchildren to digitalization are considered. The ways of formation of digital culture are given.

**Keywords:** digital culture; digitalization of education; modern teacher; competencies.

---

<sup>16</sup> Научный руководитель – Е.М. Шемякина, кандидат философских наук, доцент кафедры культурологии, заместитель заведующего кафедрой культурологии, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

Цифровые технологии стали новой реальностью. Они все больше проникают в различные сферы жизни современного российского общества: медицину, экономику, политику, досуг. Процесс цифровизации образования резко ускорился в 2020 г. с началом пандемии, но о необходимости применения цифровых технологий в школах и в образовании в целом начали говорить еще в прошлом десятилетии. В 2002 г. приказом Министерства образования Российской Федерации была принята «Концепция модернизации российского образования на период до 2010 года». И хотя политика государства в области образования в начале XXI в. является полем дискуссии, стоит отметить, что важным достижением принятия «Концепции» стало значительное увеличение расходов на техническое и цифровое обеспечение образования [1]. В 2009–2010 гг. Министерством образования и Правительством РФ был издан ряд приказов, послуживших началом внедрения электронных журналов и цифровых средств оценивания, а в 2016 г. состоялся пробный запуск проекта «Московская электронная школа» (МЭШ), позже введенный во все школы Москвы.

Итак, пандемия значительно ускорила цифровизацию образования. В октябре 2020 г. 150 российских высших учебных заведений находились на дистанционном обучении. Некоторые вузы до сих пор в том или ином виде сохраняют элементы дистанционного образования. Например, в Московском государственном педагогическом университете действует виртуальная образовательная среда «ИнфоДа Moodle», некоторые программы реализуются с применением дистанционных технологий. Цифровые технологии в образовании становятся не только неотъемлемой частью российского образования в целом, но и активно развиваются.

В данном контексте можно говорить о новом проблемном поле, связанном с положением педагога в новой цифровой образовательной среде. Актуализируется вопрос формирования компетенций цифровой культуры педагога. Цель данной статьи – анализ цифровой культуры современного педагога и моделей формирования цифровой культуры в системе современного образования. В качестве методов исследования были использованы анализ источников, обобщение и систематизация статистики.

Одним из первых цифровую культуру изучал британский исследователь Чарли Гир, рассматривавший ее как «набор символических структур и артефактов, основанных на цифровом кодировании и его универсальной технической реализации» [2], подчеркивая тем самым техничность явления. В России феномен цифровой культуры исследовали

О.А. Кузенков, И.В. Захарова, Е.Г. Михайлова, Е.В. Гнатышина, И.В. Беленкова и др. Так, Е.Г. Михайлова понимает цифровую культуру как совокупность компетенций, характеризующих способность использования информационно-коммуникационных технологий для комфортной жизни в цифровой среде, взаимодействия с обществом и решения цифровых задач в профессиональной деятельности [3].

Какими именно компетенциями необходимо овладеть педагогу в процессе формирования цифровой культуры? Е.Г. Михайлова в своей работе рассматривает следующие типы компетенций: универсальные, общепрофессиональные, профессиональные [6]. Если первые два типа важны для любого члена общества, вне зависимости от профессии и профессиональной подготовки, то последний тип в современной педагогике требует дополнительного внимания и изучения.

Как мы выяснили, цифровая культура – совокупность компетенций, необходимых для грамотного решения цифровых задач, взаимодействия с обществом, в рамках педагогики: учениками, родителями и педагогическим составом. Компетенцию мы понимаем как совокупность знаний и умений, которые необходимы педагогу для грамотного, экологичного и эффективного взаимодействия с цифровой техникой, достижения педагогических задач.

Исследователи выделяют несколько блоков профессиональных педагогических компетенций в рамках цифровой культуры. По мнению В.И. Токтаровой, это цифровая грамотность, информационная безопасность, цифровая этика, реализация общих педагогических компетенций в рамках цифровой среды [5].

С нашей точки зрения, среди навыков и умений, которыми должен владеть современный педагог в рамках цифровой культуры, – быстрый и эффективный поиск информации, управление потоком информации, организация обучения в цифровой среде, коммуникация в цифровой среде, саморазвитие цифровых навыков.

Цифровая культура неразрывно связана с применением современных гаджетов (компьютер, ноутбук, интерактивная доска, проектор, смартфон), широко используемых в современной школе. В отчете Digital 2022 [8] представлены данные о пользователях гаджетов и социальных сетей. Только за 2022 г. в мире появилось 95 млн новых владельцев смартфонов. Практически каждый российский школьник и педагог владеет как компьютером, так и телефоном [8].

Несомненно, важными умениями и навыками в рамках цифровой культуры для педагога является коммуникация и работа в цифровой среде. За последние несколько лет были проведены несколько мониторингов, связанных с исследованием цифровых технологий, цифровых компетенций и цифровой культуры в школах. Так, в 2021 г. Высшая школа экономики провела мониторинг цифровой трансформации общеобразовательных организаций, в котором приняло участие 29 тыс. школьников. 91,8% школьников приносят с собой в школу телефоны и планшеты, которые используются ими в том числе и для учебы. При этом меньше 30% участников опроса 2021 г. в среднем по России выразили определенное согласие с утверждением «Учителя одобряют, чтобы я использовал цифровые технологии в учебной работе», более 40% с этим высказыванием не согласны [7].

Также в 2022 г. Высшая школа экономики провела «Мониторинг экономики образования» (в опросе приняли участие 729 школ из 85 регионов РФ), где представила следующие данные: 27,7% учителей отметили, что испытывают трудности, когда на работе приходится осваивать новые цифровые сервисы, программы. Больше половины учеников старших классов не считают, что учителя лучше них владеют цифровыми технологиями (59,6%). При этом больше всего учителям не хватает навыков работы с компьютерными и информационными технологиями в дистанционном режиме и электронной среде [6].

Эти данные позволяют говорить о совершенно новой компетенции, которую в последние несколько лет приходится осваивать современным педагогам. Это компетенция, связанная с организацией учебного процесса в дистанционном формате. Пандемия 2020 г. поставила как систему образования в целом, так и каждого педагога в условия дистанционного образования. И хотя большинство учебных заведений вернулись в режим очного обучения, дистанционное образование стало одним из возможных вариантов обучения. Соответственно, методика работы в дистанционном формате и компетенция организации процесса дистанционного образования стали необходимыми составляющими цифровой культуры современного педагога.

Преподавание в дистанционном формате требует от педагога ряда специфических навыков и умений. Это владение технологиями разработки дистанционного урока, знания и умения работать в различных видеосервисах (Zoom, Teams и их аналоги) и виртуальных образовательных пространствах (Moodle, МЭШ, РЭШ).



Отдельный, но важный аспект формирования цифровой культуры педагога – умение работать с личными гаджетами учеников – ноутбуками, планшетами и смартфонами. И хотя вопрос об использовании смартфонов на уроке сейчас стоит достаточно остро, не стоит полностью отвергать потенциал применения гаджетов в образовательном процессе. Какими умениями и навыками должен обладать современный педагог для использования гаджетов в образовательном процессе? Умение находить, применять и делиться образовательными ресурсами в сети (онлайн-библиотеки, видео, учебники, аудиоматериалы), удовлетворять конкретные образовательные запросы учеников, развивать с помощью гаджетов их профессиональные навыки, поддерживать связь с помощью гаджетов.

Помимо этого, к компетенциям цифровой культуры относятся умения и навыки применения интерактивных технологий. Мобильные и компьютерные приложения для учебы (Kahoot, Plickers, Quizlet и др.) дают возможность решения конкретных образовательных задач, смены деятельности, проверки и отработки образовательного материала.

Формирование цифровой культуры педагога начинается еще во время обучения в школе, когда закладываются универсальные цифровые компетенции: умение пользоваться смартфоном, компьютером, создавать презентации, искать и анализировать информацию. В вузе студент должен начинать осваивать профессиональные цифровые компетенции. Их освоение должно быть заложено как в учебный план в профильные учебные дисциплины, так и вестись в рамках спецкурсов, например, «Цифровая безопасность», «Цифровые технологии в образовании», «Методика разработки онлайн-курсов», «Разработка образовательных ресурсов». Л.С. Носова представляет проект внедрения в образовательный процесс студентов-педагогов специализированной практики по изучению и созданию цифровых ресурсов, нацеленной на формирование цифровой культуры и грамотности, в частности [4].

Таким образом, цифровая культура современного педагога – неотъемлемая составляющая успешной профессиональной деятельности педагогического работника. Цифровая культура формируются из компетенций, навыков и умений. Компетенции включают цифровую грамотность, информационную безопасность, реализацию общих педагогических компетенций в цифровой среде, методику работы в рамках дистанционного образования, реализацию образовательных программ в дистанционном формате. Также современному педагогу важно уметь быстро и эффек-

тивно искать информацию, управлять информационными потоками, грамотно применять в процессе образования смартфоны и компьютеры. Формирование цифровой грамотности педагога начинается еще в школе и продолжается в высших учебных заведениях. На сегодняшний день цифровая грамотность педагога – важный аспект успешной профессиональной деятельности и широкое поле для исследования.

### *Литература:*

1. *Борисенков В.А.* Стратегия образовательных реформ в России (1985–2005 гг.) // Вестник Московского университета. Сер. 20. Педагогическое образование. 2008. № 1. С. 20–38.
2. *Гир Ч.* Цифровая контркультура / пер. с англ. Д.В. Галкина // Гуманитарная информатика. 2004. Вып. 1. С. 50–71.
3. *Михайлова Е.Г.* Формирование цифровой культуры в университете ИТМО // Теория и практика проектного образования. 2019. № 3 (11). С. 33–35.
4. *Носова Л.С.* Модель цифровой культуры будущих педагогов в условиях цифровизации образования / Л.С. Носова, Е.А. Леонова, А.А. Рузаков // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2019. № 4. С. 134–154.
5. *Токтарова В.И., Ребко О.В.* Структурно-функциональная модель развития компетенций цифровой культуры будущих педагогов // Научно-педагогическое обозрение. 2022. № 6 (46). С. 18–27.
6. Цифровое обновление российской школы: информационный бюллетень / А.Р. Горяйнова, И.В. Дворецкая и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2022. 48 с.
7. Школьные педагоги и цифровые технологии: результаты мониторинга // Отдельные материалы Сборника по результатам мониторинга цифровой трансформации общеобразовательных организаций на региональном и федеральном уровне в 2021 году. М., 2021. С. 9–15. URL: <https://clck.ru/34yP57> (дата обращения: 02.07.2023).
8. Digital 2022: Another year of bumper growth // DataReportal. URL: <https://www.sostav.ru/publication/we-are-social-i-hootsuite-52472.html> (accessed: 23.02.2023).

\* \* \*

## КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЕ И ИСТОРИЧЕСКОЕ ЗНАНИЕ В СОВРЕМЕННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРАКТИКАХ

---

**Артющенко Е.И.,**  
кафедра культурологии,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
ekaterinaartyushenko@yandex.ru<sup>17</sup>

### **Критериальное оценивание учащихся старших классов по обществознанию**

***Аннотация:*** в данной статье автор рассматривает применение критериального оценивания в рамках дисциплины «Обществознание». Раскрывается принцип открытого оценивания с привлечением междисциплинарных критериев, анализируются этапы разработки критериев в соответствии с системой оценивания 4К. Сделан вывод о том, что применение критериев позволит сделать оценивание объективным и понятным для всех участников образовательного процесса, снижает уровень стресса, раскрывает знания и навыки обучающегося по критериям, способствует продуктивной рефлексии.

***Ключевые слова:*** критериальное оценивание; критерии; рубрикатор; оценивание по обществознанию; навыки 4К.

**Ekaterina Artyushchenko,**  
Department of Culturology,  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
ekaterinaartyushenko@yandex.ru

---

<sup>17</sup> Научный руководитель – Е.М. Шемякина, кандидат философских наук, доцент кафедры культурологии, заместитель заведующего кафедрой культурологии, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

## Criterion-referenced assessment of high school students in social studies

**Abstract:** in this article, the author considers the use of criteria-based assessment within the framework of the discipline "Social Studies". Within the framework of this work, the principle of open assessment with the involvement of interdisciplinary criteria is considered. The author considers the steps for developing criteria in accordance with the 4K assessment system. It is concluded that the application of the criteria will make the assessment objective and understandable for all participants in the educational process, reduce the level of stress, reveal the knowledge and skills of the teacher according to the criteria, which contributes to productive reflection.

**Keywords:** criteria-based assessment; criteria; rubricator; social studies assessment; 4K skills.

В настоящее время в школьное образование внедряется все больше новых форм работы, которые объясняются как психологическими особенностями современных школьников, так общественными запросами относительно навыков обучающихся. Однако система оценивания является наиболее устойчивым элементом института образования и в меньшей степени отвечает изменениям.

Уильям Джеймс, часто называемый отцом современной психологии, заметил, что глубочайшим свойством человеческой природы является страстное стремление людей быть оцененными по достоинству. В данной статье будут рассмотрены основные проблемы оценивания в современной школе и представлены некоторые идеи о внедрении критериального оценивания старшеклассников по обществознанию.

Оценивание – это важный педагогический инструмент, который может пониматься как контроль качества образования; инструмент, позволяющий определять развитие, прогресс в преподавательской деятельности; способ коррекции деятельности обучающихся, с помощью которого учитель определяет уровень подготовленности ученика [2].

В зависимости от поставленных задач выделяют следующие виды оценивания: диагностическое, формирующее (промежуточное) и констатирующее (итоговое по теме). В российской системе образования основная задача оценивания – определить и представить итоговые показатели достижений обучающихся. Вместе с тем у системы оценивания есть важный потенциал формирующего оценивания. При таком подходе к оцени-

ванию учителя используют оценки для коррекции и улучшения образовательного процесса, когда оценка воспринимается не как финальный показатель результата, а как промежуточный показатель прогресса.

По показателям, с которыми соотносятся результаты обучающихся, выделяют нормативное и критериальное оценивание. Принципиальная разница в том, что при нормативном оценивании достижения учащихся сравниваются со среднестатистической нормой (в большинстве случаев – по классу, но также могут сравниваться по образовательному учреждению, по региону, по стране), а при критериальном оценивании – с эталоном, то есть с планируемым результатом обучения, представленным критериями оценивания.

Долгое время ведущим был именно нормативный подход, когда результаты конкретного ученика сравнивались с результатами большинства. На практике это часто делало систему оценивания непонятной для ученика, лишало его возможности принимать активную позицию в оценивании, снижало авторитет оценки. Общемировая тенденция системы оценивания предполагает открытое критериальное оценивание, при котором критерии оценки прозрачны, понятны и заранее известны всем участникам образовательного процесса. Критерии оценки выступают своего рода «общественным договором», когда ученики понимают, какие знания и навыки проверяются в работе и как будут оцениваться. Учитель договаривается с учениками о сроках и количестве проверочных работ, формате, их влиянии на итоговые оценки. Например, на уроке обществознания по теме «Групповая сплоченность и конформное поведение» может быть проведена деловая игра, где в качестве критериев оценивания могут выступать критерии «Коммуникация» и «Сотрудничество». Таким образом, обучающиеся будут понимать, что на этом уроке им необходимо не просто следовать сценарию урока, но и проявлять свои коммуникативные навыки и навыки сотрудничества.

Критерии оценивания могут быть как утверждены образовательным учреждением, так и устанавливаться конкретным преподавателем. Общепринятые критерии обеспечивают автономность промежуточной аттестации учебных и развитие согласованных междисциплинарных знаний в рамках единой образовательной политики школы. Критериальное оценивание, как и нормативное, применимо к системе с любым количеством баллов, в том числе и к традиционной пятибалльной системе. Результаты, полученные по критериям, переводятся в текущие или итоговые

вые пятибалльные отметки на основании школьного регламента. Например, в АНО школа «Летово» приказом закреплено, что при проведении оценивания учитель руководствуется Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» № 273-ФЗ от 29.12.2012 и критериями оценивания соответствующей предметной области ИВ МҮР (Международного бакалавриата). Для общественных наук закреплены критерии «Знание и понимание», «Исследование», «Коммуникация», «Критическое мышление» [5].

Важная особенность критериального оценивания – возможность самостоятельного оценивания, что особенно актуально для школьников старших классов. В ходе достижения определенных уровней рубрикатора они могут лучше понять свои сильные и слабые стороны, извлечь опыт из своей деятельности, поставить цели для личностного развития. Критериальное оценивание снижает уровень стресса при подготовке в работе, так как ученики понимают, чего стоит ожидать. Если ученик не согласен с оценкой, то может уточнить у преподавателя и апеллировать к объективной оценке, аргументируя правильность выполнения заданий. Критериальное оценивание предполагает, что, составляя работу для промежуточного или итогового оценивания, учитель четко описывает перечень и объем навыков, проверяемых в конкретной работе, а ученик, выполняя задание, должен понимать, какие новые знания он приобрел в процессе работы над темой.

Использование системы критериального оценивания существенно облегчает подготовку школьников к ЕГЭ и олимпиадам различного уровня, ориентированным в последнее время на проверку по принципу согласованного подхода к выявлению уровня знаний и умений.

При критериальном оценивании применяются рубрикаторы (оценочные листы, содержащие описание различных уровней достижения результата). Они описывают механизм распределения оценочных баллов, позволяя понять, насколько знания и умения ученика приближены к ожидаемым. Рубрикаторы могут использоваться для самооценивания и взаимного оценивания учеников в классе.

Возникает логичный вопрос составления критериев в учебной деятельности. М.А. Пинская и А.В. Иванов предлагают следующие шаги: 1) определить учебные цели; 2) выбрать проверочные задачи, которые могут обеспечить данные, соответствующие учебным целям; 3) сформи-

ровать стандарт достижений для каждой учебной цели; 4) дифференцировать уровни достижений (категории), основываясь на хорошо прописанных критериях; 5) определить вес или ценность каждого критерия [4].

Можно согласиться с авторами в обосновании таких этапов, но вместе с тем, на наш взгляд, следует добавить, что критерии оценивания могут выходить за рамки учебных целей и отвечать междисциплинарными интересам. В системе оценивания ключевых компетенций XXI века предполагается четыре положения: критическое мышление, креативность, коммуникация и кооперация. Необходимость особого внимания к навыкам XXI века признается международным сообществом. Эксперты ЮНЕСКО отмечают критическое мышление и навык решения проблем, кооперация и лидерство, эффективная коммуникация, любопытство и воображение, инициативность [3].

Необходимость формирования навыков XXI в. признается и в России: уже сейчас в ФГОС НОО и ОО включены метапредметные и личностные результаты школьников, которые, по сути, отражают некоторые компетенции XXI века. Таким образом, оценки, выставляемые по принципу критериального оценивания, могут включать как учебные достижения по конкретному предмету, так и междисциплинарные навыки.

Важным фактором в защиту применения критериального оценивания в обществознании является интегративность: включение ряда дисциплин, таких как социология, философия, социальная психология, экономика, культурология, политика и право. Для обучающихся старших классов с социально-гуманитарным уклоном обществознание играет проориентационную роль, так как они больше погружаются в будущие профессиональные дисциплины. При обозначении конкретных навыков, которые должны сопровождать учебные задания, ученикам будет более понятно, какая деятельность им дается проще. Например, если в ходе выполнения группового проекта старшеклассник понимает, что ему интересно руководить проектом, курировать задачи, объединять участников и модерировать процессы, то он может увидеть, что его действия отвечают критерию кооперация (сотрудничество). При анализе своих междисциплинарных успехов ученик при помощи педагога или психолога может обозначить векторы своего карьерного развития.

По мнению педагогов АНО «Школа Премьер» С.А. Бычковой, Л.В. Радевич, Л.А. Суриной, критериальный подход оценивания на уроках обществознания стоит использовать не только при проведении проверочных работ, но и при объяснении нового материала: это облегчит

планирование учителю и поможет обучающимся освоить работу с критериями в соответствии с требованиями ЕГЭ и в рамках ФГОС [1].

Таким образом, критериальное оценивание – универсальный образовательный инструмент, который отражает в оценке степень приближения ученика к ожидаемым результатам. Критериальное оценивание может применяться при системе с любым количеством баллов. Для учеников критериальное оценивание делает оценки более объективными и понятными, раскрывает компоненты (критерии) и ступени (рубрикатор) достижения результата, дает возможность самооценивания и повышает мотивацию к обучению. Учителю этот инструмент помогает начать диалог с учениками, совместно построить вовлекающий образовательный процесс; расширяет возможности педагогических приемов; дает информацию об уровне знаний класса как в целом, так и отдельного ученика. Для образовательной организации критериальное оценивание помогает грамотно распределить ресурсы; синхронизировать работу учителей; отслеживать успешность работы учителей. Для родителей критериальное оценивание позволяет отследить прогресс обучения; контролировать развитие необходимых навыков; получать объективную информацию об уровне знаний своего ребенка.

### *Литература:*

1. *Бычкова С.А.* Критериальное оценивание на уроках гуманитарного цикла / С.А. Бычкова, Л.В. Радевич, Е.А. Сурина // Школьные технологии. 2015. № 3. С. 143–151.
2. *Загоруйко Т.В.* Понятие оценивания в образовании / Т.В. Загоруйко, С.Ю. Диденко, Е.И. Черепанская // Молодой ученый. 2018. № 45 (231). С. 240–242.
3. *Никитина Г.В.* Формирование профессиональных и социальных навыков XXI века в трансформирующемся образовании: потенциал социальной практики // Современная высшая школа: инновационный аспект. 2019. № 2 (44). С. 87–92.
4. *Пинская М.А., Иванов А.В.* Критериальное оценивание в школе // Школьные технологии. 2010. № 3. С. 177–184.
5. Программа международного бакалавриата (МYP) // Школа «Летово». URL: <https://letovo.ru/obrazovanie/myr> (дата обращения: 04.03.2023).

\* \* \*



**Бочков Е.Р.,**  
кафедра культурологии,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
romanovitch.egor2014@yandex.ru

**Васильева Ж.В.,**  
кандидат культурологии, доцент;  
доцент кафедры культурологии,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
zhv.vasileva@mpgu.su

## **Анализ образовательного потенциала ольфакторных практик в России и за рубежом**

***Аннотация:*** статья посвящена анализу образовательного потенциала ольфакторных практик в современной России и за рубежом. В России в настоящее время существуют разнообразные парфюмерные мастер-классы, на которых участники имеют возможность составить свои оригинальные ароматы из предлагаемых компонентов. Особое внимание уделено рассмотрению использования подобных мастер-классов в образовательных целях.

***Ключевые слова:*** образование; обучение; парфюмерия; аромат; духи; педагогика; эксперимент.

**Egor Bochkov,**  
Department of Culturology  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
romanovitch.egor2014@yandex.ru

**Zhanna Vasileva,**  
Ph.D. of Culturology,  
Associate Professor of the Department of Culturology,  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
zhv.vasileva@mpgu.su

## **Analysis of the educational potential of olfactory practices in Russia and abroad**

**Abstract:** this article analyses the educational potential of olfactory practices in modern Russia and abroad. In Russia, there are currently a variety of perfumery master classes where participants can compose their own original fragrances from the suggested components. Particular attention is paid to considering the use of such workshops for educational purposes.

**Keywords:** education; learning; perfume; fragrance; perfume; pedagogy; experiment.

*Именно запахи интимно связаны с человеческим телом, с работой интуиции, памяти и воображения.*

*О.Б. Вайнштейн. Грамматика ароматов*

Современная парфюмерия – это не только маркетинг, хотя отрицать его значимость в области продаж не приходится. Проходят годы от создания брифа и технического задания до появления на полках магазинов нового флакона и аромата. Эта ситуация обусловлена креативными исканиями дизайнеров и парфюмеров, отбором высококачественного сырья и запуском производства. Как правило, подобные нюансы появления ароматических новинок остаются в тени и практически неизвестны потребителю. Вместе с тем желание создать свою оригинальную парфюмерную композицию стимулирует интересующихся этой сферой участвовать в работе различных мастер-классов и воркшопов, связанных с созданием и брендингом аромата.

Зачастую свободное время современного человека наполнено просмотром видео в интернете, изредка встречами с друзьями и куда реже – проведением времени с пользой для саморазвития. Но такая потребность

существует, что показывает возрастающее количество мастерских по креативным направлениям развития личности. Люди с большим интересом посещают подобные мероприятия для самовыражения, расширения кругозора и неформального общения. В последнее время среди различных мастер-классов, набирают популярность образовательные ольфакторные программы.

В России существует разнообразие парфюмерных мастер-классов, на которых участники составляют свои ароматы из различных компонентов (стоимость участия варьируется от 2 500 до 8 000 руб.). Существуют и индивидуальные занятия. Российский независимый парфюмерный бренд Odetu во главе с парфюмером Андреем Чибисовым регулярно организует тематические мастерские длительностью 2–2,5 часа для группы численностью 8–12 человек. Такие мастер-классы посвящаются различным парфюмерным направлениям, например, какой-либо одной ноте в парфюмерии – розе, мускусу, цитрусам или же в целом конкретному направлению, такому как шипры [1]. Структура мастер-класса включает несколько этапов: теоретическая часть и историческая справка, создание формулы аромата с помощью парфюмера, совместная работа над парфюмерной композицией и оформление аромата во флакон. Каждый участник получает таблицу, в которую записывает компоненты, которые он использовал в своей композиции, мерный стакан и весы.

Востребованность подобных мастер-классов показывает их регулярность и популярность среди участников.

В 2013 г. в Санкт-Петербурге была создана коммерческая организация под названием «Гильдия парфюмеров России», которую возглавляет Оксана Чернышова. Гильдия привлекает к сотрудничеству независимых российских парфюмеров [3], проводит мастер-классы, предполагающие неформальное общение в группе, располагающую обстановку и профессиональную помощь парфюмера. Для погружения участника в контекст ольфакторных практик в структуру мастер-класса входят следующие виды деятельности: ознакомление с широкой палитрой душистых веществ; тренировка ольфакторной памяти, которая предполагает умение различать компоненты и запоминать их звучание; неформальное общение парфюмера с участниками.

Все мастер-классы проводятся в трех форматах: первый предполагает группу более 15 человек. Гостям предлагаются составленные заранее парфюмерные базы. Выбрав любую, участник может дополнить ее нотами по собственному желанию. Время создания варьируется от 7 до 10

минут. Получившийся аромат объемом 10 мл участник забирает его с собой. При желании за дополнительную плату флакон можно оформить индивидуальной этикеткой. Второй формат подразумевает индивидуальный мастер-класс с парфюмером, который уделит максимум внимания работе с участником. Длительность такого мероприятия – 2 часа. Третий формат проведения – это выездное мероприятие для группы более 10 человек длительностью 2 часа.

В России можно обучиться навыкам составления ароматов. Школа кандидата биологических наук, парфюмера Анны Зворыкиной дает такую возможность. Ее сайт содержит информацию как для новичков, так и для практикующих парфюмеров, можно ознакомиться с авторскими текстами по теме тренировки обоняния и чек-листом парфюмера [2]. Анна Зворыкина предлагает ряд вебинаров, формирующих ольфакторную грамотность: «Благовония: коротко и со вкусом» – теория и практика 1,5-часовое видео; «13 парфюмерных формул» – отправные точки для движения начинающих парфюмеров; «Калькулятор парфюмера» – расчет концентрации, оцифровка формул; курс «Архитектура аромата» (29 уроков); гастрономо-ароматическая лаборатория «Ароматы и вкусы: как сложить любовь» (4 урока); курс «Душа и тело аромата» (10 уроков, презентации, Google таблицы, чек-лист для планирования, файл со стратегией составления простых основ композиции); «Нейрофизиология обоняния» – курс о природе обоняния (14 уроков) с ответами на вопросы участников; «Тренинг обоняния» и пр.

Помимо мастерских в России существуют парфюмерные практикумы. Их география более обширна, так как они проводятся в форме выездных мероприятий. Журналист, PR-специалист и коллекционер Светлана Комиссарова регулярно проводит парфюмерные практикумы, на которых участники приобщаются к истории парфюмерии [4] и погружаются в историко-культурный контекст эпохи. Каждый практикум уникален и посвящен различным культурологическим аспектам. Основу практикумов составляет рабочая коллекция лектора, которая собиралась долгие годы. Практикум включает в себя историческую и ольфакторную часть.

Один из старейших парфюмерных брендов Франции Molinard разработал несколько уникальных мастер-классов, полностью созданных для детей [7]. В данном случае мы можем говорить в большей степени о развлекательном, нежели прикладном характере их проведения. Детям

информация предоставляется в неформальной манере, но серьезность мероприятия поддерживается профессиональным парфюмерами, которые помогают детям составить их собственный аромат.

Во Флоренции существует парфюмерный бренд с богатой и долгой историей Antica Spezieria Erboristeria San Simone, который также предлагает поучаствовать в мастер-классе. Структура его включает знакомство с историей парфюмерии во Флоренции, изучение лаборатории бренда и составление своего аромата из 50 различных эссенций [8].

Помимо классических мастер-классов, зарубежные бренды, следуя актуальным социальным потребностям, понимая опасения людей заразиться COVID-19, предоставляют уникальную возможность – дистанционные мероприятия в этой области. В Великобритании существует экспериментальный парфюмерный клуб. Его участникам не нужно никуда приходить, они могут остаться дома, открыть ноутбук и зайти на сайт клуба. Все рекомендации, технические характеристики компонентов, правила их комбинирования предлагаются в онлайн-формате. По отзывам участников, это потрясающая возможность, не выходя из дома, создать собственный аромат [6]. Выбрав на сайте интересные компоненты и определив их дозировку, участник составляет заказ и в течение нескольких недель получает свой уникальный аромат по почте.

Австралийские парфюмерные сообщества пошли дальше – не выходя из дома и не контактируя ни с кем, кроме курьера, можно не только принять участие в мастер-классе, но и пообщаться с представителями известных брендов, таких как La Perla, Xerjoff, Santa Maria Novella. Участникам предлагается заказать эксклюзивный набор продукции бренда, который доставят на дом вместе с 200 мл игристого вина. После этого необходимо присоединиться к онлайн-конференции, где представитель бренда ответит на интересные вопросы, поделится маркетинговыми секретами и расскажет об истории бренда [6].

Таким образом, существующие образовательные мастер-классы предлагают широкий спектр развития способностей и самореализации разным возрастным группам. Стоит отметить, что данная область не имеет ограничений для творчества, за исключением индивидуальной непереносимости ароматических компонентов. Более того, приведенные выше примеры подтверждают востребованность мероприятий, направленных на развитие ольфакторных навыков. Проведенный анализ показывает, что ольфакторная практика имеет широкий образовательный потенциал (как в сфере знакомства с исторической ароматикой, так

и в сфере самостоятельного составления ароматов) и направлена на развитие креативной составляющей личности.

***Литература:***

1. Мастер-класс «Фруктовый шипр» // Нишевая парфюмерия Odetu. URL: <https://odetu.ru/master-klass-odetu> (дата обращения: 10.03.2023).
2. Обучение: курсы и практикумы // Anna Zworykina Perfumes. URL: <https://azperfumes.ru/learning> (дата обращения: 10.03.2023).
3. Парфюмерный мастер-класс // Гильдия парфюмеров. URL: <https://perfumers-guild.com/master-klassy/> (дата обращения: 10.03.2023).
4. Парфюмир Светланы Комиссаровой // Телеграм. URL: [@t.me/parfumir](https://t.me/parfumir) (дата обращения 10.03.2023).
5. Experimental perfume club. URL: <https://experimentalperfumeclub.com/product/expert-masterclass/> (accessed: 10.03.2023).
6. Libertine parfumerie. URL: <https://www.libertineparfumerie.com.au/> (accessed: 10.03.2023).
7. Molinard. URL: <https://www.molinard.com/perfume-workshops> (accessed: 10.03.2023).
8. Perfumery Workshop // Antica Spezieria Erboristeria San Simone. URL: <https://www.anticaerboristeriasansimone.it/en/perfumery-workshop/> (accessed: 10.03.2023).

\* \* \*

**Боганкова Д.И.,**  
кафедра живописи,  
художественно-графический факультет,  
Институт изящных искусств,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
dashabogan@mail.ru<sup>18</sup>

**Художественный образ в этнографической иллюстрации:  
по материалам экспедиции в Ермекеевский район  
Республики Башкортостан**

*Аннотация:* в статье рассматриваются понятие художественного образа в контексте этнографических иллюстраций на примере иллюстраций, созданных в рамках Всероссийского слета «Россия – единство в многообразии» в Республике Башкортостан.

*Ключевые слова:* этнографическая иллюстрация; художественный образ; Ермекеевский район; мордва; удмурты; чуваш.

**Darya Bogankova,**  
Department of Painting,  
Art and Graphic Faculty,  
Institute of Fine Arts,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
dashabogan@mail.ru

**Artistic image in ethnographic illustration:  
based on the materials of the expedition to Yermekeyevsky  
district Republic of Bashkortostan**

*Abstract:* the article discusses the concept of an artistic image in the context of ethnographic illustrations on the example of illustrations in the framework of the All-Russian rally «Russia – unity in diversity» in the Republic of Bashkortostan.

*Keywords:* ethnographic illustration; artistic image; Ermekeyevsky district; Moravia; Udmurts; Chuvash.

---

<sup>18</sup> Научный руководитель – Н.Б. Самойлова, Директор Центра развития открытого образования МПГУ, старший преподаватель кафедры культурологии, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

Художественный образ – это неотъемлемая часть работы художника над творческим произведением. С реалистической точки зрения художественный образ в искусстве рассматривается как отражение действительности и воплощает в себе единство общего и индивидуального, объективного и субъективного. В изобразительном искусстве под понятием индивидуальность понимается не только уникальный взгляд художника на изображаемый образ, но и уникальные черты и особенности изображаемого. Наряду с изображением индивидуальных качеств модели или постановки, художник стремится изобразить и характерные черты, и отличительные признаки [5, с. 299].

Особенно важен художественный образ в этнографических иллюстрациях, изображении костюмов народов, портретов, групповых композиционных сюжетов, отражающих национальные черты, самобытность культуры и обычаи, традиции народов. Художественный образ помогает выделить уникальные черты, присущие конкретному человеку, а также обобщает людей определенные в группы, указывает на внешние особенности, быт, традиционный костюм и обычаи. Главная задача художественного образа в этнографической иллюстрации – передать образы общественной жизни народа и этноса через изображение конкретной единичной личности.

Любое художественное произведение, помимо видимых смыслов мотива изображаемого, несет в себе систему знаков и символов. Основное понимание зрителем художественного произведения происходит через осмысление и интерпретацию заложенных в произведении знаков. Этнографический мотив произведения искусства складывается из корреляции замысла и семиотики художественного образа, заложенного автором, отсылающих к истории, предметам культуры и быта определенного народа [2, с. 107]. Множество символов содержится в орнаментах народного костюма, находящее отражение в цвете одежды, в вышивке и украшениях головных уборов и нарядов различных народов [1]. Костюмы отражают и традиции народов (праздничные костюмы), и исторически сложившийся контекст (место расселения, образ жизни, обычаи). Каждая деталь этнографической иллюстрации рассказывает зрителю свою историю, благодаря которой достигается нужное автору восприятие картины, создается художественный образ произведения.

С момента возникновения этнографической науки, художественная этнографическая иллюстрация помогает передавать культурно-бытовые



особенности народов. С середины XIX века с помощью Русского географического общества собирался материал об особенностях народов, населяющих Российскую империю. Множество художников в составе РГО внесли вклад в изучение народов России, а также в просветительскую образовательную сферу [3, с. 33]. В настоящее время при обилии информации, изучение декора традиционного костюма, этнических особенностей и быта через художественный иллюстративный образ, выполняет в большей степени учебно-познавательную функцию, позволяет привить интерес к изучению национальной культуры и этноса граждан через участие в костюмированных мероприятиях: танцах, выступлениях, пленэрах.

Во время участия во Всероссийском слете «Россия – единство в многообразии» в Республике Башкортостан было проведено несколько мероприятий, позволяющих познакомить активистов молодежного клуба РГО с традициями народов Ермекеевского района. В Республике Башкортостан сохранено уникальное межэтническое взаимодействие, которое позволяет сохранять культуру и обычаи народов в мире и взаимном уважении. На территории республики проживает около 160 различных этносов и этнических групп: русские, башкиры, татары, чувашы, марийцы, украинцы, мордва, удмурты, белорусы, немцы, латыши и евреи. Ермекеевский район Республики Башкортостан граничит с Оренбургской областью и Республикой Татарстан, и на одной территории размещает представителей нескольких этносов: башкиры, татары, русские, мордва, удмурты, чувашы, украинцы [4, с. 179].

Во время проведения слета участники посетили чувашскую, мордовскую, удмуртскую деревни. Нас радушно встречали и угощали жители в традиционных народных костюмах. И участники слета, и жители деревень с большим удовольствием познакомили гостей с самобытной культурой и традициями, проводили обряды, показывали танцы и песни. Благодаря костюмированным мероприятиям представители этносов могли прикоснуться к своей истории, вдохновить местных жителей различных возрастов, участвующих в культурно-исторический мероприятиях, на изучение родных языков и обычаев. В слете принимали участие художники, у которых была задача отразить национальный колорит и этнические особенности жителей Ермекеевского района (рис. 1).



*Рис. 1. Художники в процессе написания этнографических иллюстраций в мордовской деревне в Ермакеевском районе. Фото автора, 2022*

В этнографических иллюстрациях художника-преподавателя и архитектора-дизайнера Дарьи Боганковой, участницы слета и автора этих строк, изображены жители деревень в национальных костюмах. Иллюстрации передают как исторический, этнографический мотив, отраженный в костюмах и орнаментах, так и отражают индивидуальные черты каждого героя. Например, в портрете служительницы мечети (рис. 2), которая вела обзорную экскурсию по новой мечети Ермакеевского района для участников слета, художественный образ ярко выражен без использования традиционной одежды. Во взгляде героини портрета отражается не только доброта, но и одухотворенность, портрет освещается теплыми лучами солнца и передает образ человека глазами художника. Платок на голове женщины ассоциативно отсылает зрителя к образу верующего человека, скромного, чистого помыслами. Голубые оттенки также символизируют гармонию души и мира.

А в портрете мордовской красавицы, жительницы деревни Новые Ссули, художественный образ складывается из мордовского костюма героини, характерной кокетливой позы, которая отражает характер женщины, и заднего плана. Зрители видят березовую рощу, в которой жители мордовской деревни празднуют Троицу, украшая березы и устраивая богатые застолье на природе. Сохранившаяся традиция надевать на себя традиционные наряды, отмечать праздники, уходящие корнями в язычество, отражена художником на заднем плане портрета в легкой дымке, дающей отсылку историческому прошлому народа. Женщина, немного щурясь от солнца, как будто присела рассказать зрителям историю своего

народа, привлекая внимание к себе ярким нарядом с богатой вышивкой и высоким головным убором с помпонами (рис. 3).

В серии графических иллюстраций изображены представители чувашей (с. Нижнеулу-Елга) мордвы (с. Новые Сулли), удмуртов (с. Купченеево), а также Сабантуй – общий праздник народов, проживающих на территории Ермакеевского района. Стилистика иллюстраций объединяет изображения в серию, при этом в каждой из иллюстраций художественный образ уникален. Это и чувашский танец в традиционных нарядах (рис. 4), чаепитие удмурток (рис. 5), танцующие на Сабантуе женщины в ярко-красных платках (рис. 6), а также женщина в удмуртском костюме в клетку, богато украшенном монетами и бахромой (рис. 7). В этих иллюстрациях автор отразила не только этнические черты, но и характер изображаемых, атмосферу праздника и веселья, с которым встречали гостей жители полиэтнического Ермакеевского района.



*Рис. 2. «Служительница мечети», с. Ермакеево, Ермакеевский район.  
Рис. автора, 2022*



*Рис. 3. «Мордовская красавица», с. Новые Сулли, Ермакеевский район.  
Рис. автора, 2022*



*Рис. 4. «Чувашский танец», с. Нижнеулу-Елга, Ермакеевский район.  
Рис. автора, 2022*



*Рис. 5. «Удмуртское чаепитие», с. Купченево, Ермакеевский район.  
Рис. автора, 2022*



*Рис. 6. «Праздник Сабантуй», с. Ермекеево, Республика Башкортостан.  
Рис. автора, 2022*



*Рис. 7. «Удмуртский танец с платком», с. Новые Суллы, Ермекеевский район. Рис. автора, 2022*

По окончании слета в Московском государственном педагогическом университете была проведена выставка этнографических иллюстраций и фотографий, посвященных Всероссийскому слету «Россия - единство в многообразии» в Республике Башкортостан, на которой студентам были представлены художественные произведения художников-педагогов художественно-графического факультета МПГУ. На выставке были подведены итоги слета и продемонстрированы работы для ознакомления студентов и преподавателей, представителей администрации (рис. 8).

Подводя итоги, необходимо сказать, что этнографическая иллюстрация – неотъемлемая часть географических и этнографических экспедиций. Несмотря на то, что сейчас большие возможности у фото и видеотехники, графические иллюстрации всегда актуальны из-за того, что художник в первую очередь изображает художественный образ, с его характерными особенностями, которые позволяют познакомить зрителя с культурой и обычаями этносов с помощью графических средств (тон, линия и пятно, композиция, цвет) и авторской идеей.



*Рис. 8. Выставка этнографических иллюстраций и фотографий, посвященных Всероссийскому слету «Россия – единство в многообразии» в Республике Башкортостан. Москва. Фото автора, 2022*

### ***Литература:***

1. *Буткевич Л.М.* История орнамента: учебное пособие для вузов. М.: Владос, 2008. 267 с.
2. *Грищенко А.П.* Этнографический мотив и художественный образ произведений изобразительного искусства // *ARTE: электронный научно-исследовательский журнал Сибирского государственного института искусств им. Д. Хворостовского.* 2021. № 2. С. 106–113.
3. *Зиньковская И.В.* История отечественной этнографии (1845–1945): учебное пособие. Воронеж: Воронеж. гос. ун-т, 2003. 152 с.
4. *Нехвядович Л.И.* Этноискусствознание как метод изучения этнокультурных традиций в изобразительном искусстве // *Мир науки, культуры, образования.* 2013. № 6 (43). С. 417–419.
5. *Эзиева С.Т.* Художественный образ в живописи портрета как единство индивидуального и типического, объективного и субъективного // *Вестник университета* 2013. № 3. С. 298–302.

\* \* \*

**Буздакова Е.Э.,**  
кафедра технологии  
и профессионального обучения,  
Институт физики, технологии  
и информационных систем,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
ee\_buzdakova@student.mpgu.edu<sup>19</sup>

**Куренкова К.А.,**  
кафедра технологии  
и профессионального обучения,  
Институт физики, технологии  
и информационных систем,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
ka\_kurenkova@student.mpgu.edu

## **Разработка мастер-класса по обереговой кукле «Коза в национальном костюме»**

**Аннотация:** в статье представлен мастер-класс, разработанный в рамках Всероссийского слета молодежных клубов РГО в Республике Башкортостан, Ермакеевском районе «Россия – единство в многообразии». Цель работы – изучение и популяризацию культуры, традиций и обычаев местных этносов. Также в статье рассматривается история традиционной славянской куклы-мотанки «Коза».

**Ключевые слова:** Ермакеевский район; мастер-классы; народы России; оберег; Республика Башкортостан; творческие проекты; традиции; этническое разнообразие; народная кукла.

**Eugenia Buzdakova,**  
Department of Technology and Vocational Training,  
Institute of Physics, Technology and Information Systems,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
ee\_buzdakova@student.mpgu.edu

---

<sup>19</sup> Научный руководитель – Н.Б. Самойлова, Директор Центра развития открытого образования МПГУ, старший преподаватель кафедры культурологии, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.



**Ksenia Kurenkova,**  
Department of Technology and Vocational Training,  
Institute of Physics, Technology and Information Systems,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
ka\_kurenkova@student.mpgu.edu

## **Development of a master class on an amulet doll "Goat in national costume"**

***Abstract:*** the article presents a master class developed within the framework of the All-Russian meeting of youth clubs of the RGS in the Republic of Bashkortostan, Ermekeyevsky district "Russia – unity in diversity". The aim of the work is to study and popularize the culture, traditions, and customs of local ethnic groups. The article also discusses the history of the traditional Slavic folk dolls "Goat".

***Keywords:*** Ermekeyevsky district; master classes; peoples of Russia; charms; Republic of Bashkortostan; creative projects; traditions; ethnic diversity; folk doll.

В июне 2022 г. в Ермекеевском районе был проведен Всероссийский слет молодежных клубов РГО «Россия – единство в многообразии». В Ермекеевском районе Республики Башкортостан проживает несколько десятков этносов и этнических групп, наиболее многочисленными из которых являются башкиры, татары, чуваша, русские, мордва и удмурты. Неслучайно именно этот район был выбран для проведения слета. Он дает возможность участникам слета изучить культуру, традиций и истории многих народов.

Участники слета разрабатывали проекты, направленные на сохранение, изучение и популяризацию культуры, традиций и обычаев местных этносов. Очень часто проекты были творческими, в каждом населенном пункте района был свой промысел, особые песни и обереги. Мы выбрали формат мастер-класса, во время которого дети узнают много нового об истории, этническом разнообразии, традициях и обычаях, изучают особенности костюмов разных народов, а главное, сами попробуют сделать обереговую куклу, самостоятельно изготовят миниатюрные народные костюмы. В качестве основы выбрали козочку – традиционную славянскую куклу-мотанку, которую можно разнообразить национальными костюмами. Славянская кукла олицетворяет единство народов, при этом каждый через костюм сохраняет свою уникальность.

В древности праздникам придавали ритуальное значение. Помимо веселья, развлечений и изобилия яств, использовались кукольные обереги. В качестве талисмана изображалась коза двух видов – уличная и домашняя. В первом случае брали образ крупного домашнего животного, в него наряжались. В ритуале принимали участие мужчины – они набрасывали поверх одежды шкуры изображаемых животных и ходили по домам вместе с односельчанами, отмечая рождественские праздники. Во время торжества пели песни, а слушатели взамен давали сладости. Вторым вариантом талисмана – домашняя кукла-оберег – коза. В длину игрушка не превышает 30 см и весит совсем немного, поэтому подходит для домашнего декора. В древние времена оберег изготавливали из ткани, крестовины или лыка. После изготовления основы добавляли украшения из нитей, лент и бус. Чтобы придать игрушке изысканность, можно прикрепить колокольчик, миниатюрные подковы, мешочки с крупой, зерном.

Талисман имеет несколько символических значений: деньги – возможно повышение зарплаты или получение новых финансовых возможностей; оберег – защита владельца от порчи, сглаза, проклятий и неудач; сытость – жильцы дома, где находится оберег, никогда не будут голодать; счастье – жизнь будет казаться приятнее, возможно появление радостных событий; тепло – все будут одеты и обуты по сезону; плодовитость – в семье, где нет детей, вскоре появится пополнение.

*Правила создания куклы.* Традиционно талисман делали женщины, считалось, что женская энергетика больше подходит для наведения уюта в доме, а мужская – для охраны. Во время работы над игрушкой нужно думать о хороших вещах. В противном случае талисман не принесет удачи будущему владельцу. Нельзя делать куклы, если у Вас недомогание, простуда, головная боль. Во-первых, в болезненном состоянии мало сил и снижена концентрация, поэтому можно ошибиться в изготовлении предмета. Во-вторых, энергетика болезни передается от владельца к предмету ремесла. Оберег изготавливают после наступления новолуния.

Когда начинается работа над обрядовой вещью, нельзя отвлекаться на разговоры, прерываться на другие действия или откладывать работу на следующий день. В противном случае ритуал создания талисмана будет считаться прерванным.

В своем выборе материала для куклы мы остановились на ткани. Чтобы сделать тряпичную куколку-козу, нужно использовать только натуральные материалы. Из льна изготавливаются рожки, из хлопка – одежда и туловище. Также такую куклу можно изготовить из лыка.

Лыко – это волокнистое, неокрепшее подкорье, внутренний слой коры дерева; используемый в качестве поделочного материала. Применяется в плетении лаптей. Этот материал позволяет изготовить аутентичную куклу-козу. Образ станет хорошим этническим украшением для музея, дома. Очень часто именно из лыка делали рождественских обрядовых кукол. Главное отличие – наличие красочных лент и разноцветных ниток.

Помимо истории обереговой куклы, мы изучили особенности костюмов народов, проживающих в этом районе, систематизированы их составные части, цветовую палитру, орнаменты, традиционные украшения и материалы, разработали выкройки, техники нанесения орнаментов, имитации этнических украшений. Все это, а также подробная инструкция и необходимые материалы представлены далее (табл. 1–2, рис. 1). Благодаря этому конспекту мастер-класса любой желающий сможет провести его или пройти самостоятельно и погрузиться в удивительную атмосферу традиций нашей многонациональной страны.

*Мастер-класс «Обереговая кукла «Коза в национальном костюме» (изготовление куклы-козы в национальном костюме из ткани и бечевки)*

Цель: познакомить участников мастер-класса с историей и предназначением обереговых кукол через создание домашней куклы-козы, одетую в национальные костюмы народов России.

Задачи: развивать мелкую моторику, коммуникативные навыки; развивать творческую фантазию, воображение; содействовать развитию памяти, речи и мышления; формировать интерес участников мастер-класса к истории национальных костюмов народов России, народных талисманов и оберегов; к технике изготовления кукол-мотанок.

Аудитория: 6–18 лет.

Методическое обеспечение: презентация, инструкционно-технологическая карта (табл. 2).

1. Кукла: ткань (хлопок, лен) – 12\*30 см, 9\*9 см, 8\*12 см; бечевка – 180 см; ножницы.

2. Русский народный костюм: ткань – 6\*21 см; лента с национальным узором – 12 см.

3. Чувашский народный костюм: ткань – 4\*16 см, 6\*21 см; лента красного цвета – 15 см; ткань с пайетками – 3\*2 см; клей.

4. Башкирский народный костюм: ткань – 6\*21 см, 20\*15 см; трафарет (рис. 1); лента блестящая – 50 см; нить – 40 см; игла; клей.

Время: 1 час










**Табл. 1. План мастер-класса (разработано авторами в 2022 г.)**






Этап	Время	Описание
Вводный этап. Информационный блок	5 мин	Знакомство с участниками мастер-класса. Подготовка к работе. Объяснение выбора темы мастер-класса, связанной с посещением многонационального Ермекеевского района Республики Башкортостан в рамках Молодежного слета Русского географического общества.
Основной этап. Теоретический блок. Практический блок	50 мин	Теоретический блок: Вовлечение участников мастер-класса через вопросы «Что вы знаете о обереговой кукле?», «Вы знаете о ее предназначение?», «Знаете, что символизирует оберег «Коза»?». Знакомство участников с историей, предназначением и правилами создания обереговой куклы-козы, особенностях выбора материалов на основе мультимедийной презентации. Практический блок: Ознакомление с планом практического блока мастер-класса. Проверка наличия материалов у участников. Создание обереговой куклы в индивидуально выбранном национальном костюме (русском, чувашском, башкирском) на основе мультимедийной презентации и подробных объяснений преподавателя. Обсуждение элементов и особенностей представленных народных костюмов. Презентация кукол-мотанок, которые смастерили участники мастер-класса.
Заключительный этап Рефлексия. Подведение итогов	5 мин	Описание полученных на мастер-классе знаний, навыков, а также эмоциональное состояние участниками через ответы на вопросы: «Что нового узнали?», «Что получилось/не получилось?», «Было легко/сложно?», «Какой этап в создании куклы-оберега понравился больше/ меньше?». Подведение итогов на основе анализа ответов участников и результатов их работы.






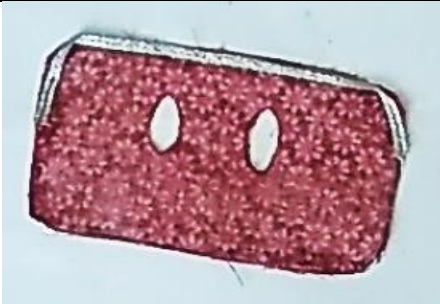

Представленные в статье материалы помогут провести интересный и познавательный мастер-класс для детей и взрослых вне зависимости от их возраста и уровня знаний в данной области.

**Табл. 2. Инструкционно-технологическая карта  
(разработано авторами в 2022 г.)**

Этап 1. Рога			
Материалы	Бечевка, ножницы		
Шаг	1	2	3
Техника выполнения	Нарежьте 6 отрезков бечевки по 10-12 см и 1 отрезок 50-60 см	Длинной веревкой свяжите один конец сложенных вместе 6 отрезков бечевки. Длинной веревкой обмотайте сложенные отрезки по спирали до противоположного конца.	Зафиксируйте конец веревки узлом. Обрежьте лишнее.
			
Этап 2. Голова			
Материалы	Ткань, ножницы, рога		
Шаг	1	2	3
Техника выполнения	Подготовьте ткань: Тело – 12*30 см Голова – 9*9 см Руки – 8*12 см	Расположите отрезок 12*30 см вертикально. Правый и левый края сложите внутрь	Сложите отрезок по вертикали так, чтобы сложенные ранее края были внутри

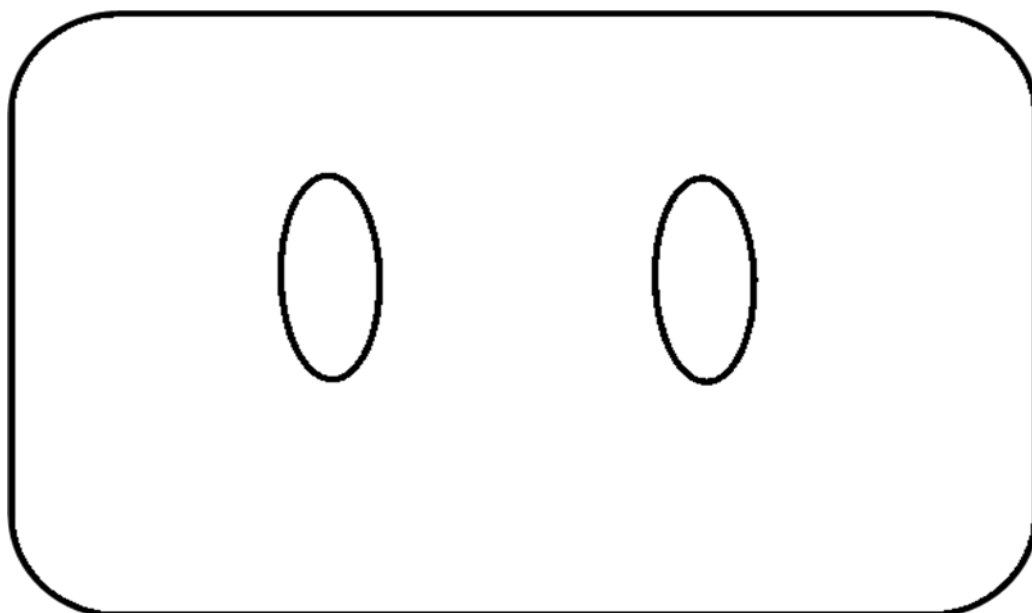
			
Шаг	4	5	6
Техника выполнения	Сложите ткань пополам по горизонтали	Вставьте внутрь ткани готовые рога (этап 1)	Отрезок 9*9 см сложите по горизонтали
			
Шаг	7	8	9
Техника выполнения	Сложите получившийся треугольник гармошкой	Расположите получившееся под рогами	Обмотайте ткань бечевкой так, чтобы получилась голова
			
<b>Этап 3. Руки</b>			
Материалы	Бечевка, ткань, ножницы		
Шаг	1	2	3
	Отрезок 8*12 см скрутите по ширине	Расположите руки внутри под головой	Зафиксируйте руки бечевкой, обмотав

Техника выполнения	и закрепите по краям бечевкой		куклу на поясе с перекрещиванием
			
	Этап 4. Башкирский народный костюм		
Материалы	Ткань, ножницы, бечевка, кукла		
Шаг	1	2	
Техника выполнения	<p>Подготовьте и расположите отрезок 20*15 см вертикально. Сделайте два разреза:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вдоль ткани до середины</li> <li>2. Горизонтальный разрез (как на фото)</li> </ol>	<p>Прикладываем куклу к отрезку так, чтобы горизонтальный разрез был на уровне рук</p>	
			
Шаг	3	4	
	Накладываем края ткани крестнакрест	Фиксируем ткань бечевкой, обмотав куклу на поясе	

Техника выполнения				
Материалы	Ткань, трафарет (рис. 1), лента, карандаш, ножницы, клей			
Шаг	5	6	7	
Техника выполнения	<p>Расположите отрезок ткани 6*21 см горизонтально. Приложите трафарет с внутренней стороны, обведите</p>	<p>Вырежьте жилетку по обведенному трафарету. Переверните на лицевую сторону</p>	<p>Пришейте декоративную ленту к нижнему краю жилетки</p>	
Техника выполнения				
Шаг	8		9	
Техника выполнения	<p>Пришейте декоративную ленту к верхнему краю внутренней стороны жилетки</p>		<p>Заверните и приклейте ворот жилетки так, чтобы были видны обе декоративные ленты. Наденьте жилетку на куклу</p>	
Техника выполнения				



Ваша Козочка в национальном  
башкирском костюме готова!



*Рис. 1. Трафарет жилетки для национального башкирского костюма  
(разработано авторами в 2022 г.)*

\* \* \*

**Булатова Д.Р.,**  
кафедра педагогики и психологии  
профессионального образования  
им. академика РАО В.А. Сластенина,  
Институт педагогики и психологии,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
bulatova.dr@mail.ru<sup>20</sup>

## **Межкультурные коммуникации в орнаментальном искусстве народов, проживающих на территории Ермекеевского района Республики Башкортостан**

*Аннотация:* в статье автор рассматривает проблему межкультурной коммуникации на территории Ермекеевского района Республики Башкортостан в орнаментальном искусстве народов через символы и знаки, выражающие общечеловеческие ценности гармонии, красоты и добра. По мнению автора, орнамент (башкирский, русский, татарский, чувашский, марийский и удмуртский) воплощает общие символические образы (например, Солнце, природа, красота), но в то же время каждый этнический орнамент отражает свой уникальный образный строй, в котором сохранен и ярко выражен национальный характер.

*Ключевые слова:* орнаментальное искусство; символ; цветовая гармония; народы Башкортостана.

**Daria Bulatova,**  
Department of Pedagogy and Psychology  
of Vocational Education named after Academician  
of the Russian Academy of Education V.A. Slastenina,  
Institute of Pedagogy and Psychology,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
bulatova.dr@mail.ru

## **Intercultural communications in the ornamental art of the peoples living on the territory of Ermekeyevsky district of the Republic of Bashkortostan**

---

<sup>20</sup> Научный руководитель – Н.Б. Самойлова, Директор Центра развития открытого образования МПГУ, старший преподаватель кафедры культурологии, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

**Abstract:** in the article the author considers the problem of intercultural communication in the territory of Ermekeyevsky district of the Republic of Bashkortostan in the ornamental art of peoples through symbols and signs expressing universal values of harmony, beauty and goodness. In the author's opinion, ornament (Bashkir, Russian, Tatar, Chuvash, Mari and Udmurt) embodies common symbolic images (for example, the Sun, nature, beauty), but at the same time each ethnic ornament reflects its unique image structure, in which the national character is preserved and clearly expressed.

**Keywords:** ornamental art; symbol; color harmony; peoples of Bashkortostan.

В Республике Башкортостан издавна создан уникальный межнациональный микроклимат, который заключается во взаимном уважении и культурно-духовном обмене разных народов. Для создания благоприятных условий для сохранения и развития культуры и языков всех жителей республики был принят и успешно реализуется Закон «О государственных языках Республики Башкортостан» [2].

В школах республики организовано обучение на шести языках: башкирском, русском, татарском, чувашском, марийском и удмуртском. Девять родных языков – мордовский (эрзянский), немецкий, украинский, белорусский, латышский, польский, иврит и армянский – изучаются как специальный предмет. Русский язык изучается во всех школах республики. Действуют русские школы с углубленным изучением русского языка и культуры. Армянский, греческий и иврит изучаются в воскресных школах. При государственной поддержке издаются газеты и журналы на шести языках. Государственная телерадиокомпания «Башкортостан» ведет вещание на русском и башкирском языках, выходят передачи на татарском, чувашском, марийском и удмуртском языках.

Сегодня в отечественной науке возрастает интерес к этнической культуре, которая способна сохранить традиционные элементы и по сей день. Орнамент – один из важнейших видов декоративно-прикладного искусства в национальной традиционной культуре, через особые стилистические формы отражающий в символике мировоззрение народа, образ жизни и культурные традиции. Все это можно отождествить с этническими особенностями в различных предметах быта, которые благодаря орнаменту становятся уникальными, особенными, узнаваемыми.

В работах видных ученых и искусствоведов – Л.М. Буткевич, С.В. Иванова, А.В. Бакушинского, В.М. Василенко, М.А. Некрасовой, Т.М. Соколовой и др. рассматривается природа орнамента, история его

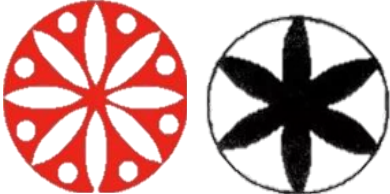


развития, особенности декоративно-прикладного искусства. Л.М. Буткевич, исследователь истории орнамента, раскрывает в своих работах природу универсального узора орнамента и смысловую связь мира, религиозных верований народов разных времен и их мировоззрения [1].

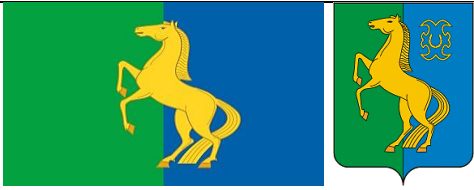

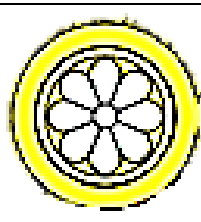
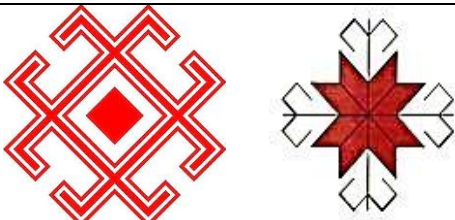

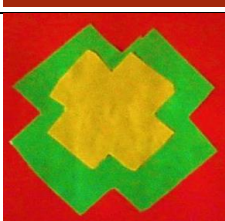

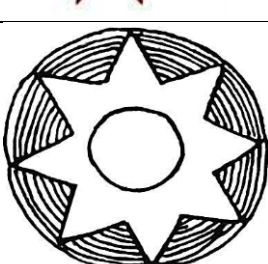
Орнаментальное искусство башкир всесторонне исследовано в работах Н.Х. Хисматуллиной и А.Г. Янбухтиной. Благодаря их многолетней работе собран и сохранен, систематизирован и опубликован огромный материал по орнаментике. Башкирским орнаментам посвящены также работы Р.Г. Кузеева, Н.В. Бикбулатова, С.Н. Шитовой.

Издавна известно, что орнаментальные мотивы имеют закономерную систему чередования и повтора, цветовой гармонии, которая отражает систему взглядов на мир, системы культурных ценностей. Предназначение орнамента не только украшать, защищать, но и передавать национальные особенности, обычаи и традиции.

«Узор» в славянских языках имеет тот же корень, что и слова «зоря», «заря», «зарница». Это понятие связано с солнцем. В культуре земледельческих народов солнце почиталось особо и отражалось в орнаментике. Солнцестояние в русской культуре обозначались солярными элементами. В русской культуре символ солнца изображали в виде круга с цветком с шестью или восемью лепестками (Табл. 1).

**Таблица 1. Этнические орнаментальные мотивы  
(разработано автором в 2022 г.)**

1. Изображение солнца в русской культуре	
2. Изображение петуха в русской культуре	
3. Изображение коня в русской культуре	

<p>4. Изображение коня в башкирской культуре. Флаг и герб Ермакеевского района Республики Башкортостан</p>	
<p>5. Символ солнца в башкирской культуре. Флаг Стерлитамакского района. Курай – элемент герба Республики Башкортостан</p>	
<p>6. Изображение солнца в татарской культуре</p>	
<p>7. Изображение солнца в марийской культуре</p>	
<p>8. Изображение солнца в чувашской культуре. Флаг Чувашской Республики</p>	
<p>9. Изображение солнца в чувашской культуре</p>	
<p>10. Изображение луны в удмуртской культуре</p>	
<p>11. Изображение солнца в удмуртской культуре</p>	

Помимо геометрических фигур использовали также зооморфные. Например, петух – священная птица, предвестник зари и света, символ пробуждения, связанный с представлениями о солнце. Конь также соотносился в славянской, а позднее и в русской культуре с символом Солнца. Кони символизируют движение Солнца по небосводу. Кони, бегущие влево, обозначают растущее светило, направо – убывающее. Две лошади напротив друг друга символизируют равноденствие или солнцестояние. Таким образом, многие русские орнаментальные мотивы связаны с солнцестоянием. Ведь без солнца немыслима жизнь на Земле.

Конь, изображенный на флаге и гербе Ермекеевского района, символически связан с высшей мудростью, которая ведет человека по жизни и олицетворяет связь времен, многовековую народную память, трудолюбие, занятие земледелием. Конь – символ неустрашимой отваги, щедрости, верности, готовности к службе в любое время. Ермекеевский район известен разведением чистокровных лошадей, занимающих призовые места на международных, российских и республиканских соревнованиях.

В геральдике Стерлитамакского района семь хлебных колосьев желтого цвета, расположенных веером, напоминают лучи солнца. Как известно, семь золотых колосьев, как семь лепестков курая, означают семь родов, положивших начало единению народов, проживающих на территории республики. Сакральное значение цифры семь известно многим народам. На гербе Республики Башкортостан изображен цветок курая – символ дружбы. Многие считают, что именно цветок курая является также символом солнца.

Отличительной особенностью башкирского и татарского орнамента является то, что в основном использовался растительный или цветочный орнамент. Для татарской орнаментальной культуры характерны растительные мотивы – цветы. Солнце у татар символизирует тепло, весну, также начало жизни.

Далее рассмотрим символ солнца в марийской культуре. Для марийцев солнце – знак добра, дающий жизнь всему живому на Земле, символ плодородия, оберег. Символом солнца – источника жизни, был круг и восьмигранный многоугольник. Существует множество вариаций изображения марийского солнца. Каждый угол и изгиб несет определенную информацию. В марийской вышивке символ солнца является ведущим орнаментом. Мотив круга, восьмигранника или восьмиконечной звезды с наличием дополнительного узора из завитков, мелких усиков – все это солнечные символы, часто встречаемые в орнаменте обрядового платка

«солык», на лопатках женских рубах и грудного разреза (луговых мари) [3]. Н.В. Никольский писал, что марийцы *«питают особенное благоговение к солнцу. Сие последние так же, как огонь и воду, признают чем-то выше всего остального видимого мира»* [3].

На национальном флаге чувашей мы можем увидеть три звезды, обозначающие три солнца, которые символизируют, что мы были, есть и будем. Солнечный свет дарит жизнь и оберегает благополучие. Солнце вышивалось в форме круга, крестика, квадрата, восьмиугольника. До наших дней сохранился принцип изображения солнца в виде двух крестиков, положенных друг на друга.

Существует также легенда о трех солнцах: *«...Когда-то было не одно, а три солнца. Все светила находились так близко от земли и горели столь ярко, что люди не знали, что такое холод, зима, снег и лед. Не было нужды заботиться о теплой одежде. Кругом росли удивительные деревья, которые кормили людей своими плодами. Но нашлись недовольные люди и стали говорить: «Жарко. Хотим, чтобы было не три, а одно солнце». Чуваша пригласили лучшего охотника, и тот из лука убил одно, а потом и второе солнце. Третье солнце испугалось и убежало далеко-далеко на небо, где его не могла достать стрела. И тогда стало холодно, замерзли деревья и травы. От холода и голода стали умирать дети. Чувашские мудрецы-шурсукалы сказали: «Убитые светила не оживить, а, чтобы оставшееся поверило нам и вернулось, надо на домах, на одежде рисовать три солнца, песнями и плясками завлекать светило»* [4]. Так чувашские узоры солнца стали гордостью и богатством чувашского народа.

Рассмотрим некоторые элементы удмуртского орнамента. В археологическом наследии средневековых удмуртов выявлено множество орнаментальных мотивов, связанных с небесной сферой. Это округлые штампы, разнообразные розетки, спиралевидные украшения, кресты, заключенные в круг и пр. Чаще всего такие узоры рассматриваются в качестве солярных знаков, однако, вполне возможно, что часть из них могла быть связана с символикой луны. Одним из главных удмуртских символов является знак восьмиконечной звезды толэзе «лунный узор». В удмуртской мифологии луна ассоциируется с женским образом, существуют представления о матери Месяца/Луны Толэзь Анай. В многочисленных фольклорных произведениях сохранились уподобления солнца отцу/мужчине, а луны – матери/женщине. Украшения в виде круга символизируют живительное солнце, дающее жизнь и процветание.

Несомненно, что каждый народ Ермекеевского района обладает своей неповторимой культурой, языком, знаниями, умениями и навыками во многих ремесленных областях. На развитие национальной культуры значительное влияние оказало то, что народы, ранее проживавшие на разных территориях Республики Башкортостан, оказались очень близко друг к другу. Поэтому в самых активных культурных, бытовых и семейных взаимодействиях люди не могут не влиять друг на друга. Следовательно, орнаменты (башкирский, русский, татарский, марийский, чувашский и удмуртский) имеют общие символические образы (например, Солнце, природа, красота). В то же время каждый этнический орнамент сохраняет свой уникальный образный строй, в котором ярко выражен национальный характер.

### *Литература:*

1. *Буткевич Л.М.* История орнамента: учебное пособие для вузов. М.: Владос, 2008. 267 с.
2. Закон Республики Башкортостан от 15 февраля 1999 г. № 216-з «О языках народов Республики Башкортостан» (с изм. на 23 декабря 2020 г.) // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. URL: <https://docs.cntd.ru/document/935103425> (дата обращения: 12.10.2022).
3. *Соловьева Г.И.* Орнамент марийской вышивки. Йошкар Ола: Марийское книжное изд-во, 1982. 88 с.
4. Три солнца чувашского национального костюма // Информационный портал Свердловской области. 05.03.2018. URL: <https://све.рф/news/1353> (дата обращения: 12.10.2022).

\* \* \*



**Воронцов И.М.,**  
кафедра ЮНЕСКО  
«Международное (поликультурное)  
образование и интеграция мигрантов»,  
факультет регионоведения  
и этнокультурного образования,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
ilya\_peverel2000@mail.ru<sup>21</sup>

## **Как Первая мировая война повлияла на развитие военной мысли**

*Аннотация:* в наше время часто вспоминают о Второй мировой войне и ее роли в мировой истории и развитии военного дела, однако все реже вспоминают о событиях 1914–1918 годов. В фокусе внимания автора – некоторые страницы истории развития военного дела во времена Великой войны.

*Ключевые слова:* война; авиация; танки; артиллерия; медицина; инновации; изобретения; окопы; история военной мысли.

**Ilya Vorontsov,**  
UNESCO Chair of International (Multicultural)  
Education and Migrant Integration,  
Department of regional studies  
and ethnocultural education,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
ilya\_peverel2000@mail.ru

## **How did the First World War affect the development of military thought**

---

<sup>21</sup> Научный руководитель – А.А. Шевцова, доктор исторических наук, профессор кафедры культурологии, заместитель декана факультета регионоведения и этнокультурного образования по научной работе, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

**Abstract:** Nowadays people often remember the Second World War and its role in world history and the development of military science, but the events of 1914–1918 are less and less often recalled. The author focuses on some pages of the history of military development during the Great War.

**Keywords:** war; aviation; tanks; artillery; medicine; innovation; inventions; trenches; history of military thought.

Первая мировая война нанесла миру невиданный ущерб. С лица земли исчезали деревни, разрушались города. Война обрела новые масштабы, чему способствовало развитие вооружения, внедрение новых методик войны и многое другое. Общее число погибших превысило десять миллионов человек, раненых – 22 миллионов. Миллионами исчисляются пропавшие без вести.

При этом нельзя отрицать, что технический прогресс во многом обязан войнам. Атомные станции, автомобили, GPS, скотч и сотни других изобретений стали доступны благодаря войне. Первая мировая война не стала исключением: она принесла не только чудовищные разрушения и миллионы жертв, но и прогресс. Начавшись по старым законам и традициям ведения боевых действий, Великая война закончилась уже с активным использованием танков, бомбардировщиков и пулеметов.

Поначалу авиация считалась малоэффективной и слишком дорогой, однако под конец Первой мировой войны без авиации было трудно представить себе поле боя [14]. В «Советской военной энциклопедии» указано, что с момента начала войны и до ее завершения количество самолетов в некоторых странах увеличилось более чем на порядок. Так, Германия увеличила свой авиационный флот с 232 самолетов до 2730, Франция, имеющая в начале войны 156 самолетов, смогла увеличить свой флот до 3321 самолета. Абсолютным рекордсменом стала Великобритания, которая в начале войны имела лишь 30 самолетов, однако за время войны достигла отметки в 1758 самолетов.

В первые месяцы войны пилотов использовали в качестве разведчиков, а военные столкновения в небе могли ограничиться лишь стрельбой из револьверов. Довольно быстро летчики поняли, что в разведывательные полеты можно брать не только фотоаппараты, но и бомбы. С этого момента летчики не только фотографировали военные объекты противника, но и могли попытаться разрушить его. Одним из первых бомбардировщиков в мире стал российский самолет «С-22 Илья Муромец»,

созданный под руководством Игоря Сикорского [8]. Настоящий переворот в авиации произошел в 1915 г. благодаря Роланду Гаро, который смог на практике закрепить на самолете пулемет с синхронизатором, что позволило ему вести огонь через винт пропеллера [1]. Это нововведение тут же взяли на вооружение все страны, позже произойдет разделение самолетов на истребители и бомбардировщики.

За время войны изменились не только баталии в воздухе, наземные сражения изменились едва ли не сильнее. Именно в Великой войне в битвах впервые сталкивались миллионные армии. Однако еще одним нововведением стали танки. Идеи создания боевой машины, которая сможет преодолевать трудности окопной войны, появились практически сразу после начала войны, по разные стороны окопов. Так, Уинстон Черчилль, занимавший должность министра военно-морского флота, предложил идею создания подобных машин на базе трактора, который предполагалось обклеить стальными листами и перевести на гусеничный ход. Первоначально идея не смогла осуществиться из-за отставки Черчилля и его отправки на фронт. Там будущий премьер-министр Великобритании убедился в необходимости создания подобных машин и после возвращения с фронта смог реализовать свою идею. Первый танк получил наименование WC [6]. В итоге результаты превзошли все ожидания: те танки, что сумели добраться до позиций, произвели сильное впечатление на неприятеля [5]. Некоторые из немецких солдат описывали танки как таинственные чудовища, для которых не было никаких препятствий. Солдатам казалось, что неведомые машины двигала какая-то сверхъестественная сила, а пулеметный огонь и гранаты отскакивали от брони танка. С тех пор, без танков не обходится практически ни одна война, что означает, что танки смогли отлично показать себя.

Еще одним нововведением стало химическое оружие. Хотя первые исследования в этой области проводились уже во второй половине XIX в., однако максимальное распространение химическое оружие получило именно во время Первой мировой войны. Первые снаряды с отравляющими веществами сняли с производства из-за неэффективности; позже Франция и Германия предприняли несколько попыток по использованию химического оружия, также не слишком удачных. Ситуация изменилась в 1915 г., после того как немецкий химик Фриц Гарбер предложил использовать химическое оружие по-новому. Вместо того чтобы создавать снаряды с несколькими отсеками, в один из которых закладывалось отравляющее вещество, он предложил запускать хлор

непосредственно из газовых баллонов [7]. Так началась подготовка к операции под кодовым названием «Дезинфекция». 22 апреля 1915 г. немцы выпустили на позиции противника вблизи города Ипр 180 тонн хлора. В результате этой атаки пострадало около 15 тыс. человек, 5 тыс. человек умерло. Подобные действия со стороны Германии стали началом химической войны. Самыми «популярными» отравляющими веществами стали хлор, фосген, дифосген, хлорпикрин, арсины и иприт. Позднее стали создавать мины, наполненные этими веществами, чаще всего использовали фосген и дифосген из-за их тяжести [7].

Вместе с развитием химического оружия развивались и методы защиты от него. Уже через две недели после атаки на Ипре, среди населения стали распространять памятки о том, как действовать при химической атаке. В этом же году появились первые противогазы. В России противогаз создал химик Н.Д. Зелинский, предложивший использовать активированный древесный уголь для очистки воздуха. Первый прототип был создан на заводе «Треугольник» технологом М.И. Куммантом. Позже, этот противогаз получил название противогаз Зелинского-Кумманта. Ни один из них позднее не стал патентовать это изобретение, посчитав, что нельзя наживаться на человеческих несчастьях.

Большую часть войны солдаты проводили в окопах. Порой Первую мировую войну называют окопной или позиционной: по разным оценкам в период с 1914 по 1918 года было выкопано около 25 000 км окопов, что в несколько раз превышает длину сухопутных границ самых крупных стран Европы, не считая России. Войска встраивались в систему окопов, которые были укреплены земляными валами, колючей проволокой и другими препятствиями.

Позиционная война велась по нескольким причинам. Во-первых, развитие артиллерии. Замена гладких стволов на нарезные дала увеличение дальности более чем вдвое, точность попадания увеличилась в пять раз, замена деревянных лафетов на металлические увеличила прочность и маневренность артиллерии. После того, как новые образцы артиллерии прошли боевые испытания, выяснилось, что для разрушения полевых укреплений противника необходимо легкое, но мощное орудие навесного огня [2]. Таким оружием стала гаубица. После изобретения этого оружия артиллерийский огонь мог не стихать днями [5]. Во-вторых, развитие автоматического оружия. Детище американского изобретателя Хайрема Максима с 1884 г. получило огромную популярность, к началу войны пулеметы были на вооружении самых сильных держав Европы. К примеру,

в 1914 г. у Германии на вооружении было 12 тыс. единиц этого смертоносного оружия [12]. Чаще всего пулеметы устанавливали в траншеях или на других укрепленных позициях.

Эти факторы изменили тактику боя. Окопы были созданы для того, чтобы сберечь солдат от осколков артиллерийских снарядов, пуль автоматов и пулеметов, самолетных бомб. Войска могли вести огонь по врагу через пулеметные позиции в окопах, но чаще всего бои представляли собой штурмы окопов противника. Противник мог потерять огромное количество солдат при попытке прорвать укрепления и окопы, а атакующие часто находились на открытом пространстве, что делало их уязвимыми для огня противника. В такой войне очень трудно было достичь значимых результатов, поскольку чаще всего противник отходил на позиции.

Одним из главных минусов окопной войны были сами окопы, ужасные как с военной точки зрения, так и с точки зрения санитарных норм. Санитарные условия были такими, что после недели или двух в окопах войска приходилось отводить за линию фронта, чтобы солдаты могли тщательно вымыться и получить свежую одежду и снаряжение. Болезни были обычным явлением, а заражение ран – повсеместным [12]. Впервые в госпиталях начали использовать рентген именно во время Первой мировой. В 1917 г. майор Лоуренс Робертсон провел серию операций по переливанию крови без предварительной проверки на совместимость [3]. Несмотря на то, что эта процедура могла быть смертельной, эти действия, наоборот, сократили смертность от проникающих ранений в три раза.

В ходе Первой мировой войны была разработана система эвакуации раненных [9]. Причиной этого стали слишком большие людские потери. Создание системы медико-санитарного обеспечения оказалось возможным благодаря достижениям в области естественных и медицинских наук, возросшим способностям материального снабжения и большим финансовым вложениям, а также развитой транспортной инфраструктуре. Эвакуационная доктрина в русской армии строилась на опыте русско-японской войны. В ходе этой войны появился принцип «эвакуация прежде всего». Изначально большинство врачей высказывалось за консервативную эвакуацию, невзирая на то, что процент летальных случаев и осложнений был крайне высок. Эта концепция долгое время была жива из-за отсутствия у медиков возможности провести операцию в прифронтовой зоне, должного опыта и инструментов. Раненные могли рассчитывать на получение хорошей медицинской помощи лишь после прибытия в тыл, однако многие солдаты не доживали до этого момента, а те, что

доживали, нередко приезжали в тыл в ужасном состоянии. Полагали, что война будет скоротечной, поэтому не было создано достаточных запасов медикаментов и инвентаря. Уже в первые месяцы войны стало ясно, что транспортная система не способна справиться с наплывом раненных. Нередко в системе случались сбои из-за нехватки транспорта. На 1914 г. у России было лишь 52 санитарных поезда, а к 1915 г. их количество увеличилось более чем в 4 раза [9]. Это показывает уровень нехватки транспорта в первые месяцы войны. Тем не менее, воюющие страны смогли организовать систему эвакуации и помощи раненым даже на поле боя. Эта система дала сильный толчок для развития как полевой медицины, так и для гражданской.

Поговорим о личной защите солдата. В начале войны солдат отправлялся на фронт, из защиты имея лишь каску, причем это касается Германии, в Великобритании, России и Франции солдаты носили обычные фуражки. Винтовки того времени были слишком мощными, стальная нагрудная пластина или каска не могла от них защитить. Однако в новой войне широко использовалась артиллерия, смертоносные осколки легко пробивали униформу. В 1915 г. французский генерал Огюст-Луи Адриан разработал шлем, который был быстро введен в эксплуатацию, что сократило количество смертей от осколков артиллерии [13]. Позднее Адриан разработал один из вариантов бронежилетов, который должен был защищать нижнюю часть живота [13]. Однако, несмотря на создание хорошего шлема, французы так и не смогли создать достаточно хороший бронежилет и здесь пальму первенства получила Британия. В Германии эксперименты с броней велись с самого начала войны. Немцам удалось создать шлем, который использовался не только в Первой, но и во Второй мировой войне, причем без изменений.

Итак, некоторые аспекты развития военной мысли, которые мы рассмотрели в кратком обзоре, дают представление, что современное военное дело во многом получило свое развитие именно на полях сражений Великой войны 1914–1918 годов.

### ***Литература:***

1. *Аллахвердянц В.Г.* Русская авиация в Первой мировой войне // Промышленность: экономика, управление, технологии. 2008. № 1. С. 93–97.

2. Артиллерия Первой мировой войны // Sitekid.ru. URL: [https://sitekid.ru/izobreteniya\\_i\\_tehnika/tanki/artilleriya\\_pervoj\\_mirovoj\\_vojny.html](https://sitekid.ru/izobreteniya_i_tehnika/tanki/artilleriya_pervoj_mirovoj_vojny.html) (дата обращения: 04.05.2023).
3. *Вилижинская К.А., Исакова Э.* Достижения медицины в годы Первой мировой войны // Бюллетень медицинских интернет-конференций. 2016. Вып. 6. № 5. С. 548–549.
4. *Горбунов П.А.* Авиация в Первой Мировой войне (сравнительная характеристика) // IX Международный конкурс научно-исследовательских и творческих работ учащихся «Старт в науке». 2022. URL: <https://school-science.ru/9/5/43978> (дата обращения: 02.05.2023).
5. *Павлов А.Ю., Малыгина А.А.* Развитие военных технологий в период Первой мировой войны и усилия Антанты по разоружению Германии // Вестник Санкт-Петербургского университета. Международные отношения. 2009. № 3. С. 150–161.
6. *Семен Л.Ф.* Танки Первой Мировой. URL: <https://cool-lib.com/b/354245/read> (дата обращения: 04.05.2023).
7. *Супотницкий М.В.* Забытая химическая война 1915–1918 гг. I. Отравляющие вещества и химическое оружие Первой мировой войны // Сайт Михаила Супотницкого. 2011. URL: <https://www.supotnitskiy.ru/stat/stat72.htm> (дата обращения: 04.05.2023).
8. *Фролов А.В.* Русское оружие и армия. Очерк дореволюционного развития // Обозреватель – Observer. 2014. № 11 (298). С. 100–116.
9. *Шапошников Г.Н., Запарий В.В.* Армейская медицина в годы Первой мировой войны // Здравоохранение РФ. 2021. № 2. С. 172–178.
10. How The Machine Gun Changed Combat // Norwich University Online. 15.10.2020. URL: <https://online.norwich.edu/academic-programs/resources/how-machine-gun-changed-combat-during-world-war-i> (accessed: 04.05.2023).
11. How The Machine Gun Changed Combat During World War I. URL: <https://online.norwich.edu/academic-programs/resources/how-machine-gun-changed-combat-during-world-war-i> (accessed: 04.05.2023).
12. Practice of Medicine in WWI. Military Medicine in World War I // United States Foundation for the Commemoration of the World Wars. URL: <https://www.worldwar1centennial.org/index.php/practice-of-medicine-in-ww1.html> (accessed: 04.05.2023).
13. The Development of Helmets and Body Armour in the First World War – A History of “What-Ifs” // Ed Nash’s Military Matters. 20.06.2019.

URL: <https://militarymatters.online/military-history/the-development-of-helmets-and-body-armour-in-the-first-world-war-a-history-of-what-ifs/> (accessed: 04.05.2023).

14. *Williams R.* How Did The First World War Impact Military Aviation // 2022. URL: <https://short-history.com/how-did-first-world-war-experiences-impact-military-aviation-fed771a987c1> (accessed: 04.05.2023).

\* \* \*



**Вэй Тяньцзи,**  
аспирант, кафедры культурологии,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
wei.tianqi@rambler.ru<sup>22</sup>

## **Музыкальное наследие Сергея Рахманинова как пример русской религиозной музыки XX века**

*Аннотация:* русская религиозная музыка – уникальное явление, привлекающее внимание как музыковедов, так и культурологов. Она является частью многовекового духовного наследия России. Яркий пример русской религиозной музыки XX столетия – творчество Сергея Рахманинова.

*Ключевые слова:* Рахманинов; музыкальная культура России; духовная музыка; духовное наследие; религиозная музыка; российские композиторы.

**Wei Tianqi,**  
graduate student of Department of Culturology,  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
wei.tianqi@rambler.ru

## **The Musical Heritage of Sergei Rachmaninoff as an example of Russian religious music of the 20th century**

*Abstract:* Russian religious music is a unique phenomenon that attracts attention of both musicologists and culturologists. It is a part of centuries-old spiritual heritage of Russia. A striking example of Russian religious music of the XX century is the work of Sergei Rachmaninoff.

*Keywords:* Rachmaninov; Russian musical culture; spiritual music; spiritual heritage; religious music; Russian composers.

---

<sup>22</sup> Научный руководитель – А.А. Шевцова, доктор исторических наук, профессор кафедры культурологии, заместитель декана факультета регионоведения и этнокультурного образования по научной работе, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

Русская религиозная музыка – уникальное явление, привлекающее внимание как музыковедов, так и культурологов. Она является частью многовекового духовного наследия России. Яркий пример русской религиозной музыки XIX столетия – творчество Сергея Рахманинова.

Религиозная музыка в России была неотъемлемой частью религиозной практики и имела большое значение для формирования духовной культуры народа. Эта музыка отличалась своей простотой и строгостью, но в то же время была насыщена глубоким религиозным смыслом. Ранняя церковная музыка России оказала значительное влияние на развитие музыкальной культуры страны в целом, и до сих пор она является важным элементом национального музыкального наследия.

В XIX столетии в России произошел заметный расцвет религиозной музыки, который связан с развитием хорового пения и усилением религиозной жизни в стране. Одним из ключевых факторов, способствовавших расцвету, была деятельность композиторов (М.И. Глинка, А.Т. Гречанинов, П.И. Чайковский и др.), создававших музыкальные произведения на основе церковных мелодий и текстов. Их творчество было ориентировано на богослужебную практику и было призвано усилить религиозные чувства верующих. Значительный вклад в развитие религиозной музыки внесли духовенство и церковные реформы. Например, в 1836 г., в соответствии с реформой церковного пения, участие прихожан в богослужебном пении стало обязательным, что стимулировало развитие хорового пения.

Важной чертой русской религиозной музыки XIX века стал синтез различных музыкальных традиций. Так, например, в музыке Гречанинова можно найти элементы народных песен и русской народной музыки, а Чайковский использовал в своих произведениях как элементы русской народной музыки, так и западноевропейской классической музыки.

Русская религиозная музыка XIX века выделялась своей эмоциональностью и выразительностью. Многие произведения наполнены глубокими чувствами, такими как смирение, благодарность, скорбь, радость и надежда, что делало их доступными и понятными широкой аудитории.

В XIX веке произошло расширение музыкальных форм и жанров, используемых в религиозной музыке. К числу наиболее распространенных жанров относятся стихиры, каноны, молитвы, песнопения, а также многоголосное хоровое пение. Благодаря этому разнообразию форм и жанров религиозная музыка получила возможность выразить богатство духовной жизни верующих. Особую роль в развитии религиозной музыки

играла активность приходских хоров и музыкальных коллективов, исполнявших народные и церковные песнопения, проводили музыкальные выступления в церкви, на городских праздниках и других мероприятиях, что стимулировало развитие хорового пения и повышало музыкальную культуру в целом. Расцвет русской религиозной музыки в XIX веке имел значительный культурный и социальный эффект, поскольку музыка стала неотъемлемой частью религиозной жизни и способствовала укреплению духовных связей верующих между собой и с церковью.

Особая страница развития русской религиозной музыки связана с творчеством Сергея Васильевича Рахманинова (1873–1943), известного русского композитора, пианиста и дирижера, чье музыкальное наследие оказало значительное влияние на развитие русской религиозной музыки в XX веке. В своих произведениях Рахманинов объединил традиции русской церковной музыки с современными музыкальными технологиями и гармониями.

Одним из наиболее известных произведений Рахманинова является «Всенощное бдение» (1915), написанное на основе церковных текстов. Это многоголосное произведение, состоящее из различных частей, каждая из которых посвящена определенному моменту богослужения. «Всенощное бдение» знаменито своей глубокой религиозной символикой и красочной музыкальной текстурой, которая передает настроение и духовность богослужения.

Кроме того, Рахманинов написал множество других произведений, основанных на церковных текстах, таких как «Литургия Святого Иоанна Златоуста» (1910) и «Богородичная песнь» (1915). В этих произведениях Рахманинов использовал традиционные музыкальные формы, такие как гимн и хорал, и объединил их с современными гармониями и техниками.

Кроме своей работы в области религиозной музыки, С.В. Рахманинов был также известен своими симфониями, операми и пьесами для фортепиано. Его музыкальный стиль оказал большое влияние на русскую музыкальную культуру в целом и стал символом русской духовности и национальной идентичности.

Музыкальное наследие Сергея Рахманинова является примером русской религиозной музыки XX века по нескольким причинам. Во-первых, Рахманинов был выдающимся композитором и музыкантом своего времени, который активно работал в сфере церковной музыки и создал несколько известных религиозных произведений.

Во-вторых, музыка Рахманинова была написана в традициях русской церковной музыки, уходящих корнями в древнерусскую музыкальную культуру, развивающуюся на протяжении многих веков. Сергей Рахманинов использовал элементы этой древней традиции в своих произведениях, сочетая их с западноевропейской хоровой традицией.

В-третьих, С.В. Рахманинов был глубоко верующим человеком, что отразилось в его религиозных произведениях. Он писал музыку к текстам из Библии, псалмов, гимнов и молитв, которые использовались в православной церкви. Музыка Рахманинова была написана в духе православной традиции и отражала его веру и духовные убеждения.

Наконец, музыка Рахманинова оказала значительное влияние на русскую религиозную музыку XX века и была примером для многих других композиторов. Его произведения стали часто исполняться в церквях и кафедральных соборах в России и за ее пределами. Рахманинов считается одним из наиболее значимых композиторов русской религиозной музыки XX века, его музыка остается популярной и сегодня.

\* \* \*

**Енаки К.И.,**  
кафедра ЮНЕСКО  
«Международное (поликультурное)  
образование и интеграция мигрантов»,  
факультет регионоведения  
и этнокультурного образования,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
enaki.ksenia@yandex.ru<sup>23</sup>

## **Денди: рабы моды или настоящие джентльмены?**

***Аннотация:*** автор рассматривает историю происхождения понятий «дендизм» и «денди». Проанализирован образ денди XIX века, особенности поведения, манеры, элегантный внешний вид. Проведенный теоретический анализ позволяет сопоставить характеристику английского денди XIX века с социально-культурным контекстом Англии описываемой эпохи и дать ответ на вопрос, вынесенный в заголовок статьи.

***Ключевые слова:*** дендизм; денди; культурное явление; образ жизни; мода XIX века; вестиментарные практики; история костюма; история повседневности.

**Ksenia Enaki,**  
UNESCO Chair of International (Multicultural)  
Department of regional studies  
and ethnocultural education,  
Education and Migrant Integration,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
enaki.ksenia@yandex.ru

---

<sup>23</sup> Научный руководитель – А.А. Шевцова, доктор исторических наук, профессор кафедры культурологии, заместитель декана факультета регионоведения и этнокультурного образования по научной работе, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

## Dandies: slaves to fashion or true gentlemen?

**Abstract:** the author considers the history of the origin of the concepts "dandyism" and "dandy". The image of dandy of the XIX century, peculiarities of behavior, manners, elegant appearance is analyzed. The conducted theoretical analysis allows us to compare the characterization of the English dandy of the XIX century with the socio-cultural context of England of the described epoch and to give an answer to the question put in the title of the article.

**Keywords:** dandyism; dandy; cultural phenomenon; lifestyle; 19th century fashion; vestimentary practices; history of costume; history of everyday life.

Многие, услышав о денди, представляют себе элегантных мужчин, смокинги, обувь, начищенную до состояния зеркала, но забывают про внутреннюю составляющую, манеры, искрометный юмор. Кто-то говорит о пагубном влиянии моды, которая поработила аристократов XIX века, а кто-то восхищается утонченностью сильного пола и мечтает о возвращении той эпохи сейчас. «Слово «денди» до сих пор сохраняет неизъяснимый оттенок таинственного шарма, а сами денди видятся нам эксцентричными эстетам, творцами гениальных причуд», – писала исследователь дендизма О.Б. Вайнштейн [3, с. 3]. Так кто же на самом деле денди: раб моды или настоящий джентльмен?

Представляется, что современной социокультурной среде остро не хватает классической эстетики и элегантности дендизма, а не самовыражения молодежи путем ярких причесок, откровенных нарядов или девиантного поведения. Попытаемся охарактеризовать содержание терминов «денди» и «дендизм» через анализ внешних и внутренних составляющих поведения носителей данной культуры и сопоставление с социально-культурным контекстом Англии XIX века.

Историю и философию дендизма, в том числе ее влияние на отечественную культуру, исследовали такие авторы, как А.А. Абрамова, С.П. Королева [1; 2], уже упоминавшаяся О.Б. Вайнштейн [3]; К.И. Зарюта [4]; О.М. Крижовецкая [5]; А.С. Семенова [6]; Т.А. Фетисова [7–9]; А.В. Царегородцев, С.О. Завьялов, Л.Д. Дмитриев [10]; D. Todd [11] и многие другие. Большинство исследователей сходятся во мнении, что «денди» и «нарцисс» – это взаимозаменяемые понятия. Они подробно описывают ежедневную рутину английских модников, их манеры, поведение, особый язык. Все эти аспекты требуют погружения в социокультурный и политический контекст Великобритании XIX века.

В XIX столетии Лондон выходит на первый план в качестве столицы мировой моды, именно здесь разрабатываются новые модные силуэты, новинки прогресса, которые впоследствии распространяются по всему миру, который не хочет отставать. Кругом красавцы, щеголи, самовлюбленные нарциссы. Невозможно было представить уважающего себя джентльмена без идеально выглаженного сюртука, обуви, в которой отражался Биг-Бен, а завязывание шелкового платка на шее и вовсе было искусством. Однако таких молодых людей не сразу называли денди. В активный словарь «дендизм» вошел лишь в начале XIX века с легкой руки лорда Байрона, который в 1813 г. написал письмо Томасу Муру, где описал бал денди и причислил себя к их числу. Основателем «школы джентльменов» является Джордж Брайан Брамелл. Несмотря на то, что он был сыном мелкопоместного дворянина, он буквально диктовал моду, предписывая английской аристократии одеваться и вести себя в обществе по его подобию и образцу.

Но можно ли рассматривать дендизм исключительно как моду? Да, внешний вид денди был невероятно изящным, но в философии дендизма безупречная оболочка без строгого соблюдения кодекса поведения превращалась в мыльный пузырь, который легко лопался, когда «джентльмен» начинал говорить. Дендизм – это не только эlegantность и контроль над эмоциями, но и изящное мировоззрение, особый подход к жизни, моде и литературе. Это популярное направление получило солидную теоретическую базу – своего рода трактат о моде, регламентировавший все: каким должен быть пиджак, сюртук, брюки, обувь, шляпа, курительная трубка, под каким углом держать мизинец, чтобы тебя не приняли по ошибке за псевдоаристократа. В Англии повсеместно появлялось все больше денди.

Но почему эта модная философия обрела популярность? Дендизм можно сравнить с бурлящим котлом, который быстро разогревается, а затем выплескивается наружу, заполняя своим содержимым все вокруг. Внешний вид английских аристократов напрямую зависел от политической обстановки в стране. Великобритании посчастливилось избежать серьезных военных потрясений на рубеже XVIII XIX веков. Французская роскошь отходит на второй план, вычурность дорогих нарядов из парчи, расшитых золотыми вензелями, меркнет на фоне удобных сюртуков и пиджаков из натуральных тканей. Пробыл час модного расцвета Лондона. Стабильная политическая обстановка сосуществует с происходящей де-

мократизацией общества и установлением ценности личной индивидуальной свободы. Более подходящего времени для совершения «модной революции» было не придумать.

Брамелл создал кодекс денди, который произвел настоящий фурор в английском обществе. К портным выстраивается очередь из молодых людей, не желающих отстать от моды, а книга по новой модной философии становится настольной для каждого второго англичанина. Брусчатка на Сэвил Роу, где располагалось и по сей день располагается множество ателье и модных швейных мастерских, ежедневно стиралась начищенными туфлями денди.

Главным постулатом дендизма была «заметная незаметность». Представители этого направления были в диковинку приевшемуся глазу англичанина, который привык к дорогим сияющим тканям. К середине XIX века в Англии появляется множество универсальных магазинов, где каждый желающий и уважающий себя англичанин со средним достатком мог позволить себе купить готовый костюм и раствориться в толпе ходячих пиджаков. Так он становился «заметно незаметным». Моднику XIX столетия следовало избегать вульгарной пестроты и стараться выбирать однотонные натуральные ткани спокойных оттенков, чтобы «смягчить ими все прочее». Самой главной составляющей манеры одеваться была изящная скромность. Никаких кричащих цветов или аксессуаров, все должно быть сдержано и лаконично. Если рассматривать денди исключительно с точки зрения одежды, то можно сказать, что это был молодой человек, который стремился довести свой изысканный костюм до совершенства, которому никогда не было предела.

Стабилизируется внешний вид, рабов моды уже внешне не отличишь от настоящих джентльменов. Но чем больше становится штампованных красавцев и щеголей, тем выше ценится не видимая оболочка, а духовный мир и внутреннее спокойствие. Для истинного денди были важны самообладание и самоуверенность, которые граничили с напыщенным нарциссизмом. Настоящий джентльмен отличался от раба моды тем, что он тонко чувствовал эту границу и никогда не переходил ее, ведь тогда его образ вмиг разрушался. Было важно не потерять свою индивидуальность на фоне таких же стройных и хорошо одетых красавцев, поэтому изысканная речь разбавлялась искрометными шутками. Денди должен был быть острым на язык, но лишь в нужные моменты, причем шутить лаконично и уместно. Учитывая эти обязательные внутренние составляющие, можно сказать, что дендизм это не просто еще одно новое



модное направление, это особое мировоззрение, которое под силу не каждому жаждущему познать его уму. Стоит представлять себе не только одетого с иголки высокого и стройного красавца, но и его уклад жизни, манеры поведения, которые столь же строго регламентировались кодексом Брамелла, как и цвет костюма.

Как мы видим, внешнее и внутреннее сочетались в денди не только с легкой руки Брамелла, но и благодаря эстетике романтизма, царившей на рубеже XVIII–XIX веков. Именно романтизм возвел на пьедестал неповторимую творческую составляющую, которая нашла свое отражение в искусстве шейных платков и выбора табакерки. Культ индивидуальности диктовал свои правила моды, поведения, речи, особые манеры. Осознание себя личностью порождает исключительность, ты начинаешь выделяться в толпе не благодаря костюму капучинового цвета, а своими острыми шутками, сарказмом, манерами. Зародившийся в социуме культ индивида стал началом дендизму.

В сознании современников денди – это высокий стройный юноша с хорошим вкусом, который носил необычный костюм и говорил так же хорошо, как и одевался. Для английского денди XIX века характерны изысканный в своей лаконичности внешний облик и утонченный внутренний мир, для него портной был ближе матери, а Брамелл стоял наравне с Богом, денди буквально рождался, жил и умирал перед зеркалом. Денди были трендсеттерами своего времени, их выход в свет был похож на театральное представление, где главными декорациями были эгоцентризм, изысканность, утонченные манеры и минимализм, и все это сосуществовало с обыденностью. В дендизме важны детали, за которыми скрывались высокомерие и цинизм, рабы моды тщательно следили за своей изысканностью, а настоящие джентльмены следовали причудам и капризам светского общества XIX века.

Т.А. Фетисова отмечает: «С XX века и по сей день дендизм утрачивает целостность как единый культурный феномен, который объединял в себе моду, поведение, литературу» [7, с. 102]. Но отдельные черты эстетики дендизма продолжают жить. Эпоха дендизма живет сейчас в метросексуалах. Мода XIX века нашла свое отражение и в XX, и в XXI столетиях. Метросексуалы как две капли воды похожи на английских денди: тщеславные нарциссы, одеты всегда «с иголки», любят только себя. И денди, и метросексуалы, несмотря на разницу в два столетия, живут напротив зеркала, в этом смысл их существования. Хочется верить, что

эти зачатки модной лихорадки былых времен вновь распустятся в двадцать первом столетии в элегантной и менее нарциссичной оболочке.

### *Литература:*

1. *Абрамова А.А.* Возникновение дендизма как культурного явления // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2018. № 4. С. 11–13.
2. *Абрамова А.А., Королева С.П.* Английский денди XIX века: кто он? // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. № 4–1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/angliyskiy-dendi-xix-veka-kto-on> (дата обращения: 19.04.2023).
3. *Вайнштейн О.Б.* Денди: мода, литература, стиль жизни. М.: Новое литературное обозрение, 2021. 640 с.
4. *Зарюта К.И.* Дендизм: правила стиля // Вестник Оренбургского государственного университета. 2007. № 11–2. С. 261–265.
5. *Крижовецкая О.М.* Дендизм как транскультурный феномен // Вестник Тверского государственного технического университета. 2020. № 3. С. 28–33.
6. *Семенова А.С.* Несвоевременный дендизм А.В. Дружинина // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2009. № 111. С. 206–209.
7. *Фетисова Т.А.* Дендизм – исчезающий вид // Вестник культурологии. 2009. № 2. С. 101–103.
8. *Фетисова Т.А.* Дендизм: исторический смысл // Вестник культурологии. 2008. № 3. С. 177–184.
9. *Фетисова Т.А.* Дендизм: образ жизни // Вестник культурологии. 2008. № 4. С. 139–146.
10. *Царегородцев А.В.* Английский и русский дендизм (на примере П.Я. Чаадаева) как социокультурный феномен / А.В. Царегородцев, С.О. Завьялов, Л.Д. Дмитриев // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2022. № 3–2. С. 60–64.
11. *Todd D.* Dandyism and Masculinity in Art Deco Hollywood // Journal of Popular Film and Television. 2005. Vol. 4. Pp. 168–181.

\* \* \*

**Заболотина Т.М.,**  
кафедра ЮНЕСКО  
«Международное (поликультурное)  
образование и интеграция мигрантов»,  
факультет регионоведения  
и этнокультурного образования,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
taisiazabolotina@yandex.ru<sup>24</sup>

## **Дискуссия на уроке истории как средство развития коммуникативных навыков у учеников средней и старшей школы**

***Аннотация:*** в наше время на школьных учителей все чаще возлагается роль воспитателей. Особенно это касается учителей гуманитарных предметов – литературы, истории, обществознания. Учителям приходится искать интересные форматы проведения урока, развивающие у учеников полезные навыки. Один из них – дискуссия. Как проведение дискуссии на уроке истории в 5–11 классах может способствовать формированию личных качеств, установок и навыков общения у учеников? Попробуем дать ответ на этот вопрос, обратившись к опыту учителей истории и их учеников.

***Ключевые слова:*** воспитание; урок истории; дискуссия; методы преподавания истории; коммуникативные навыки; навык критического мышления.

**Taisia Zabolotina,**  
UNESCO Chair of International (Multicultural)  
Department of regional studies  
and ethnocultural education,  
Education and Migrant Integration,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
taisiazabolotina@yandex.ru

---

<sup>24</sup> Научный руководитель – А.А. Шевцова, доктор исторических наук, профессор кафедры культурологии, заместитель декана факультета регионоведения и этнокультурного образования по научной работе, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

## **A classroom discussion in history – a means of upgrading communication skills of middle and high school students**

**Abstract:** nowadays school a teacher more often becomes an educator. Especially it is about teachers of humanitarian subjects – literature, history, social science, etc. Teachers are looking for interesting methods of conducting lessons to give more knowledges and develop useful skills. Let's talk about a discussion as one of these methods. How can discussion form communicative skills, personal features, and principles? I will try to give an answer to this question.

**Keywords:** education; lesson of history; classroom discussion; methods of teaching history; communication skills; skill of critical thinking.

Средняя и старшая школа – интереснейшие вехи в жизни человека. За эти семь лет (с 5 по 11 класс) он невероятно преуспевает в познании себя и окружающего мира. Это время первых настоящих друзей, первой любви, первых побед и поражений. Важно научиться адекватно воспринимать окружающую среду, трезво оценивать обстоятельства и свои возможности. Мы, учителя и будущие учителя, будем помогать в этом непростом деле – обучении способности общаться, приобретении коммуникативных навыков.

Одна из возможных форм работы на уроке, развивающая такие навыки – это дискуссия – публичное обсуждение спорной проблемы, используемое для целенаправленного влияния на сознание и формирование социально ценных убеждений, согласно определению И.З. Гликмана [5, с. 160]. Важно уточнить, что дискуссия призвана формировать не «правильную» точку зрения по дискуссионному вопросу (скорее напротив, дискуссия учит тому, что ее нет или может не быть), а грамотное поведение в условиях столкновения разных мнений. Для выяснения того, какие же коммуникативные навыки развивает дискуссия мы обратимся к опыту научного сообщества, учителей истории и их учеников.

В научной литературе о дискуссии и ее потенциале в формировании коммуникативных навыков на уроке пишут следующее. А.Г. Антипов считает, что изучение истории в школе должно представлять собой погружение ученика «в контексты мемориальной практики», а вовсе заучивание «совокупности «знаний» о прошлом» [2]. В связи с этим дискуссия становится просто необходимой для формирования осознанного пред-

ставления исторических событий формой работы на уроке. Л.В. Аниськина подчеркивает такую черту дискуссии, как создание условий для формирования стремления к получению новых знаний [1], А.Б. Дамбуева и Л.В. Скокова говорят о необходимости подготовки учителя к проведению такого разговора – подбор материала, составление вопросов, уточнение понятий [1; 6]. Американские исследователи Уолтер Паркер и Диана Хесс пишут о запросе учителей на улучшение навыков ведения дискуссии на уроке, о необходимости повышения квалификации [9]. Брюс Ларсон рассматривает дискуссию с двух сторон: дискуссия – формат работы на уроке, поощряющий высказывание мыслей, диалог, и дискуссия – предмет обсуждения, то есть разговор о том, как грамотно вести беседу, как услышать разные позиции по обсуждаемому вопросу [8].

В.И. Варющенко и О.В. Гайкова предлагают учителям и школьникам дискутировать, используя точки зрения профессиональных историков, посвятивших обсуждаемой исторической проблеме свои исследования, что прививает основы академической культуры – грамотный поиск источников, уважение к работе ученого [4]. К.В. Маслова наглядно демонстрирует на собственном примере, как в дискуссии реализуется «принцип альтернативности в историческом познании» [7]. Принцип альтернативности мнения может выйти за пределы учебного класса, остаться с человеком на всю жизнь.

Обратимся теперь к опыту учителей истории. После интервьюирования пятерых учителей истории из трех московских школ выяснилось следующее.

1. С точки зрения учителей, дискуссия – это полезный формат работы, однако времени на ее проведение очень мало. Из-за небольшого количества часов истории в программе и линейной системы ее изучения не всегда удается пройти базовый материал, не говоря о том, чтобы посвятить целый урок углубленному анализу исторических процессов и диспуту. Однако, в качестве составного элемента урока дискуссию на 10–15 минут получается проводить раз в две-три недели.

2. При выборе вопросов, которые выносятся на обсуждение, педагоги обращают внимание на следующие аспекты: 1) интерес учеников к вопросу – дискуссия хороша, когда она вызывает желание высказаться; 2) неоднозначность ответа на вопрос – вопрос должен предполагать разные точки зрения в ответах на него, вызывать спор (однако, возможен и обратный метод, когда ответ на исторический вопрос, казалось бы, уже давно дан и не подлежит обсуждению, а ученикам надо сформулировать

другую точку зрения); 3) подготовленность учеников к дискуссии – тема должна быть хорошо изучена на уроке или подготовлена ребятами дома.

3. Ответ на дискуссионный вопрос может быть сформулирован несколькими способами: 1) формат «За»/«Против», когда ученики поддерживают или выступают против, оправдывают или опровергают, находят «белые» и «черные» стороны исторической личности, события, процесса; 2) ролевая игра, при которой ученики занимают определенную позицию, продиктованную обсуждаемым вопросом, и доказывают свой правоту (например, класс делится на либералов, консерваторов и революционеров эпохи Александра II, и доказывают, почему именно их идеи нашли такую популярность в обществе); 3) свободный разговор, при котором вопрос задается согласно схеме «Если бы Вы были..., то как было бы лучше поступить?». Возможны и другие форматы [3].

4. Участие учителя в дискуссии должно быть организационным. Есть ребята, которым интуитивно понятно, как следует себя вести во время дискуссии и чем она отличается от спора. Но есть и обратные случаи, когда необходимо договориться о правилах, по которым будет строиться разговор. Эти правила сформулировали педагоги Института стратегии развития образования РАО в методическом пособии «Воспитание на уроке: методика работы учителя» [3]. Учителю важно оставаться беспристрастным в процессе дискуссии, но лишь направлять ее в более продуктивное русло: раскрывать позиции учеников, сдерживать излишнюю эмоциональность, но не воздействовать на идеи, которые высказывают ребята.

5. Чему же дискуссия учит ее участников? Все педагоги отметили, что дискуссия учит ребят формулировать свою точку зрения, выражать ее, подкрепляя аргументами, а также воспринимать другую точку зрения. Павел Валентинович Степанов, доктор педагогических наук, говорит об этом так: «Дискуссия позволяет школьнику научиться выстраивать собственные рассуждения, создавать сложные логические цепочки. Она препятствует формированию у ребенка привычки к простым рассуждениям и объяснениям, опасной тем, что, повзрослев, он будет воспринимать лишь самые примитивные объяснительные модели, включая всевозможные оккультные гипотезы и теории заговора. А еще дискуссия формирует полезный навык сомнения и критического мышления, а этот навык – важная составляющая развития личности, особенно сегодня!»

А что же думают ученики о дискуссии на уроке истории? Путем опроса учеников тех же трех московских школ выяснилось, что вне зависимости от того, нравится ученику история как предмет изучения или нет, а также вне зависимости от личной симпатии к учителю истории, ученикам нравится дискутировать. Им хочется чаще высказывать свое мнение в таком формате. Ребятам нравится дискутировать, потому что для них дискуссия – это возможность:

- выразить свое мнение без осуждения;
- услышать другое мнение;
- попытаться изменить чье-то мнение;
- закрепить старые и получить новые знания, лучше понять причины или проблематику исторических событий, выстроить причинно-следственные связи;
- научиться принимать другую точку зрения, аргументировать свою позицию, развить ораторские навыки;
- уменьшить дистанцию между учителем и учеником в разговоре на равных;
- удовлетворить любопытство дискутирующих.

Мой собственный опыт участия исторических дискуссиях на уроках в школе дал мне представление о том, что в истории ничего не бывает «белым» или «черным». На каждой дискуссии я находила единомышленников среди разных одноклассников. Это помогало мне преодолеть страх и начать высказывать свою позицию публично. Иногда моими оппонентами становились мои друзья, но и на уроке, и за его пределами, когда спорный вопрос настолько волновал нас, что мы продолжали обсуждение после урока, мы следовали правилам дискуссии – свобода мнения, уважительное слушание и аргументированность высказывания. Во многом такие организованные разговоры определили мой интерес к исторической науке и давали пищу для размышления, поиска и изучения книг и статей.

Итак, все позитивные результаты работы в формате дискуссии можно разделить на три группы: 1) формирование учебных компетенций; 2) формирование коммуникативных навыков; 3) формирование личных качеств. Остановимся подробнее на двух последних. В процессе организованного разговора ученики учатся формулировать и структурировать собственные мысли, подкреплять их аргументами, грамотно ссылаться на источники и литературу, с уважением относиться к мнению другого

человека – к своему оппоненту или исследователю, чей труд ученик использует при подготовке к дискуссии. Ребята прорабатывают навыки публичного выступления: преодолевают страх, тренируют голос, учатся строить речь и импровизировать. Развиваются такие качества, как внимательность, уважение, самоконтроль и критическое мышление – необходимое человеку сегодня. Грамотно организованная дискуссия может развить эмпатию и любопытство.

Дискуссия – бесспорно успешный формат работы на уроке истории. Она хороша как с образовательной, так и с воспитательной точки зрения. Она нравится ученикам и удобна для учителей. Она способна вовлечь в разговор каждого, что так редко удается на обычных уроках. Осталось лишь найти возможность для более частого проведения таких разговоров в учебной программе.

*Автор выражает особую благодарность московским учителям истории: доктору педагогических наук Павлу Валентиновичу Степанову, Марине Николаевне Спириной, Инне Михайловне Зирюлиной (ГБОУ Школа № 825 им. В.А. Караковского), кандидату исторических наук Александру Анатольевичу Медведеву (ГБОУ Школа № 1018), Валентине Александровне Альбертиной (ГБОУ Школа № 1535) и их ученикам за то, что поделились своим опытом, который был использован при создании данной статьи.*

### **Литература:**

1. *Аниськина Л.В.* Дискуссия как организационная форма учебного диалога // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В. Г. Белинского. 2008. № 6 (10). С. 128–131.
2. *Антипов А.Г.* Как и зачем нужно изучать историю в школе и университете? // Высшее образование в России. 2013. № 8–9. С. 125–132.
3. В процессе бесед и дискуссий // Воспитание на уроке: методика работы учителя: методическое пособие / Степанов П.В., Круглов В.В., Степанова И.В. и др.; под ред. П.В. Степанова. М.: Ин-т стратегии развития образования РАО, 2021. 94 с.
4. *Варющенко В.И., Гайкова О.В.* Активные методы преподавания дискуссионных вопросов исторической науки в контексте професси-



ональной подготовки учителя // Вестник Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета. 2017. № 5. С. 29–33.

5. *Гликман И.З.* Теория и методика воспитания. М.: Владос-Пресс, 2002. 176 с.

6. *Дамбуева А.Б., Скокова Л.В.* Роль учебных дискуссий в формировании компетенций // Наука и школа. 2015. № 5. С. 127–132.

7. *Маслова К.В.* Технология дискуссии на уроке истории // Мир науки и образования. 2017. № 2 (10). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologiya-diskussii-na-uroke-istorii> (дата обращения: 17.04.2023).

8. *Larson B.E.* Classroom discussion: A method of instruction and a curriculum outcome // Teaching and Teacher Education. 2000. №16 (5-6). Pp. 661–677.

9. *Parker W.C, Hess D.* Teaching with and for discussion // Teaching and teacher education. 2001. № 17 (3). Pp. 273–289.

\* \* \*

**Зими́на А.А.,**  
кафедра культурологии,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
zimina.ange@yandex.ru<sup>25</sup>

## **Жанр пасхальных рассказов как средство воспитания личности школьника**

*Аннотация:* в настоящее время интерес к историческому прошлому страны, народной культуре, ее православным истокам остается актуальным. Важно воспитание подрастающего поколения в духовно-нравственном аспекте, приобщения его к высоким идеалам классической литературы. Поэтому велика роль духовно-нравственной литературы, среди которой достойное место занимают пасхальные произведения.

*Ключевые слова:* проза; пасхальный рассказ; духовно-нравственное воспитание; личность.

**Angelina Zimina,**  
Department of Culturology,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
zimina.ange@yandex.ru

## **The "Easter Story" genre as a means of educating a student's personality**

*Abstract:* currently, interest in the historical past of the country, folk culture, and its Orthodox origins is relevant. It remains important to educate the younger generation in the spiritual and moral aspect, to introduce it to the high ideals of classical literature. Therefore, the role of spiritual and moral literature is great, among which Easter works occupy a worthy place.

*Keywords:* prose; Easter story; spiritual and moral education; personality.

---

<sup>25</sup> Научный руководитель – Е.Ф. Тепло́ва, кандидат исторических наук, заместитель директора Центра историко-культурных исследований религии и межкультурных отношений, доцент кафедры культурологии, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

Пасхальная проза – богатый источник культурологической информации и познавательный материал, позволяющий постигать материальную и духовную культуру народа, его историю, мифологические и религиозные представления, философию, мораль, менталитет. Как литературный жанр пасхальный рассказ складывается в XIX веке. Содержательные элементы пасхального рассказа: духовное преображение героя через раскаяние, искупительная жертва, мотив милосердия и всепрощения. Могут встречаться «вечные герои»: «праведник», «грешник», «Христос»; символы и детали: колокольный звон, подарки (яйцо, кулич), верба.

Исследовательница пасхального рассказа С.Ю. Николаева отмечает следующие ключевые моменты пасхального литературного текста: *«принцип зеркальности на образном уровне: праведник // грешник; Христос // Иуда (иногда герой сам становится своим двойником, переходя в диаметрально противоположное состояние); пространственная дихотомия: мир реальный и мир идеализированный, указывающий путь к нравственному спасению и духовному возрождению; функция пасхального чуда: в момент его свершения человек переосмысливает свою жизнь, вольно или невольно духовно перерождаясь; пасхальный сон (как способ отражения объективной действительности); элементы мистики и сверхъестественного сведены до минимума: «на первый план выступает «преображение» и «возрождение» человека, которое наполнено глубоким философским содержанием»* [3].

Таковы мотивы пасхальных рассказов, напрямую связанные с христианской мифологией. Православный характер пасхальных текстов определяет еще одну их особенность – морализм и назидательность. Главными идеями исследуемого жанра являются покаяние, очищение «падшей» человеческой природы, ее возрождение через добро, милосердие и сострадание. Лучшие образцы жанра – «Пасхальные колокола» А.И. Куприна, «Христова ночь» М.Е. Салтыкова-Щедрина, «Пасха мучеников» Л.А. Чарской, «Пасха» И.С. Шмелева, «Старый звонарь» В.Г. Короленко и др.

Пасхальные рассказы играют важную роль в воспитании личности школьника. Именно в пасхальной прозе заключается дух праздника Пасхи Христовой. Благодаря этим произведениям юные читатели способны обрести веру, надежду, ожидание чуда, найти в себе зачатки духовности и понимание нравственности.

Яркими элементами пасхального рассказа обладает предание «Христовая ночь» М.Е. Салтыкова-Щедрина. В произведении воскресший Господь наградил несчастных, осудил грешников и показал им путь к спасению. Прощения не заслужил только предатель – он был осужден вечно скитаться по земле, презираемый всеми. Здесь виден и «принцип зеркальности на образном уровне» (Иисус, Иуда, грешники и праведники), пространственная дихотомия, и, конечно, чудо Воскресения. Это предание воспитывает в юном читателе нравственное миропонимание, трактует заповеди Божьи, помогает понять, что такое добро и что такое зло, а также иллюстрирует то, что происходит с душой, отвернувшейся от Бога.

«Старый звонарь» В.Г. Короленко воспитывает милосердие к самому себе и к ближним, смирение, чуткость сердца и заставляет задуматься об идее прощения. Юный читатель обязательно задастся важными вопросами о том, что нужно помогать тем, кто нуждается в помощи, быть чутким, добрым, уметь видеть чужое горе и не оставаться в стороне, а не держать обиды в себе до самой старости. Автор использует приемы «пасхальный сон» и «пасхальное чудо», тем самым, маленький рассказ показывает исцеление души и ее «воскресение».

Рассказ А.И. Куприна «Пасхальные яйца» имеет юмористический подтекст. Признаков типичного пасхального рассказа произведение не имеет, но закладывает основы переложения праздничных традиций в неформальный и своеобразный подтекст. Пасха – это просто день, лишенный сакральности. На Пасху просто обмениваются взаимными фразами и пасхальными подарками. Такова Пасха Куприна. Тем не менее авторский взгляд на этот день в нескольких рассказах, например, в рассказе «Московская Пасха», станет основой для будущих произведений, показывающими распад православных устоев.

Современная проза меняется, но интерес к теме остается. Ряд авторов продолжает традиции типичного пасхального произведения, другие развивают идею о потере нравственных ориентиров общества, обретении «иной» Пасхи.

Современный детский писатель Николай Якубовский в рассказе «Случай в Светлый праздник» описывает событие, произошедшее с десятилетним гимназистом Колей, который, мечтая о том, чтобы поскорее стать взрослым, заказал к празднику Пасхи мундир и решил «покорить» этим мундиром Катю. Рассказ светлый, юмористический, добрый, но, кажется, что ничему конкретному не учит. Возгордился главный герой, и гордость его сменилась стыдливостью. Сам он говорит: «Однако, как

бы то ни было, но к Пасхе, к той самой Пасхе, о которой я без слез не могу вспомнить...». Но, может быть, в этом и проявляется промысел Божий. Защита человека от греха так, как ты сам не представишь. Или это опять идея о распаде религиозности? [5].

Другой рассказ – «Пасха» Н. Горловой показывает, как изменилось значение Пасхи в глазах современных «верующих». Пасха – повод для поездки на отдых, пикник. Но не для ребенка. Ребенок в рассказе видит и чувствует чудо Воскресения. Героиня думает: «мне странно захотелось чего-то, что изменило бы всю мою жизнь, быстро и страшно, захотелось умереть и воскреснуть, остаться собой — и измениться, найти в себе что-то, что будет – я, и больше, чем я, и не отнимется». И чудо с ней произойдет на словах «Христос воскрес!». К сожалению, в рассказе «воскресает» только одна душа – детская [2].

Особенно интересны пасхальные рассказы, написанные детьми. Многие работы участников Международного детско-юношеского литературного конкурса имени Ивана Шмелева «Лето Господне» посвящены Пасхе. Например, Тимур Альпозген, финалист и дипломант II степени 8 сезона, в рассказе «Пасха Христова в моей жизни» пишет, используя традиции жанра, но начинает рассказ с «воскресения своей души», описывая, как на него влияет «Божья благодать» в день праздника, какие чувства он испытает. В рассказе воспитательным моментом являются традиции семьи, которые вложили в героя-повествователя любовь к Богу, к ближним и к православному празднику [1].

Другой финалист – Тимофей Поедушкин в рассказе «Великий пост, Пасха и человеческая душа» начинает повествование и рассуждение с отсылки к рассказу «Старый звонарь» В.Г. Короленко. Юный автор не упоминал напрямую это произведение, но эти слова: «Видели ли вы когда-нибудь работу звонаря? Обычные миряне слышат лишь не слишком сложный перебор колоколов, но мы с вами можем заглянуть чуть выше. И мы увидим человека, полностью погрузившегося в музыку и даже движущегося в такт ей...» отсылают читателя к традиционному пасхальному рассказу [4].

Две эти работы схожи личным описанием праздника и собственных чувств. В рассказах нет юмора, нет стыдливости, нет четкого и яркого преображения души через Божественное прощение. Юные писатели пишут искренне, каждая строчка текста направлена на преображение не собственных героев, а на преображения читателя.

Таким образом, православная проза имеет духовно-нравственную и воспитательную направленность, актуализируя в сознании школьников приоритет высших жизненных ценностей, формируя мировоззренческие и ценностные ориентации современного подростка, а также способствует возрождению традиции семейного чтения литературы.

***Литература:***

1. *Альпозген Т.* Пасха Христова в моей жизни. 2021 // Лето Господне. URL: <https://letogospodne.ru/works/2021/8262/&stage=2> (дата обращения: 19.03.2023).
2. *Горлова Н.* Пасха. 2007 // Первая десятка «Русского переплета». URL: <http://www.pereplet.ru/text/gorlova15feb05.html> (дата обращения: 19.03.2023).
3. *Николаева С.Ю.* Пасхальный текст в русской литературе XIX века: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.01. М., 2004 218 с.
4. *Поедушкин Т.* Великий пост, Пасха и человеческая душа. 2020 // Лето Господне. URL: <https://letogospodne.ru/works/2020/7765/&stage=2> (дата обращения: 19.03.2023).
5. *Якубовский Н.* Случай в светлый праздник. 1998 // Азбука веры. Православная библиотека. Художественная литература. URL: <https://azbyka.ru/fiction/detskie-pasxalnye-rassказы/> (дата обращения: 19.03.2023).

\* \* \*

**Игнатова О.А.,**  
кафедра культурологии,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
olga.i99@mail.ru<sup>26</sup>

## **Интерактивные образовательные проекты для детей в театре как форма воспитания зрительской культуры**

*Аннотация:* в статье рассматривается значение интерактивных форм работы театров со своим зрителем, направленных на решение проблемы приобщения молодого поколения к театральному искусству. Особое внимание уделяется раскрытию педагогического аспекта в формировании основ зрительской культуры. Варианты воспитания зрительской культуры показаны на примере интерактивных образовательных проектов для детей в сотрудничестве с образовательными учреждениями.

*Ключевые слова:* театральное искусство; зрительская культура; воспитание; восприятие; интерактивность; образовательные проекты.

**Olga Ignatova,**  
Department of Culturology,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
olga.i99@mail.ru

## **Interactive educational projects for children in the theaters as a form of development of audience culture**

*Abstract:* the article discusses the importance of interactive forms of theatres' engagement with their audience, aimed at solving the problem of introducing the younger generation to theatrical art. Particular attention is paid to the disclosure of the pedagogical aspect in the formation of the basics of spectator culture. Options for cultivating spectators' culture are shown on the example of interactive educational projects for children in cooperation with educational institutions.

---

<sup>26</sup> Научный руководитель – Е.П. Олесина, кандидат педагогических наук, доцент кафедры культурологии, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

**Keywords:** theatrical art; audience culture; education; perception; interactivity; educational projects.

Особое место в культурном и образовательном пространстве занимает театральное искусство. Театр следует за общественными и социокультурными преобразованиями, старается отвечать новым потребностям зрителя. Желание видеть в зрителе партнера, а не обычного наблюдателя привело к тому, что работа со зрителем, особенно юным, стала профессиональной повседневностью многих театров. Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью воспитания зрительской культуры детей, которая нами рассматривается как часть общехудожественной культуры.

Теоретическую базу воспитательного механизма в театре для детей изучали педагогические отделы театров юных зрителей (ТЮЗов), раскрывали практики театров – А.А. Брянцев, Н.И. Сац, С.В. Образцов и многие другие. Проблемой интерактивного взаимодействия сцены и публики в отечественном советском театре и историей детского театрального движения занимался искусствовед, театровед и социолог В.Н. Дмитриевский [1]. Современные многочисленные формы театрального искусства возвращают в педагогическую практику исследование театра как института образования и социализации. Образовательные учреждения совместно с театрами разрабатывают все новые формы взаимодействия в сфере образования и культуры.

XX век поставил перед человеком задачу анализа безгранично разнообразных способов восприятия искусства. Процесс восприятия зависит от нескольких составляющих: эстетическое чувство, эмоциональное отношение, накопленный художественный опыт. Современное дискретное восприятие у детей вызывает ряд трудностей, связанных с погружением в полноценное взаимодействие с искусством.

Театральное искусство по своей природе не является односторонним и монологическим, зритель всегда участвует в конфликте и видит один предмет с двух точек зрения. Предполагаемый диалог включает в себя принятие и постижение языка общения – долгое и глубокое существование, вдумчивое прочитывание, расшифровывание смыслов, рефлексия, включение механизма идентификации и соучастие. Без этих



элементов теряется важная образовательная технология театрального искусства – показать многослойность окружающего мира, изменчивость и неопределенность человеческой природы.

Процесс сознательного воспитания театральной культуры с детства значительно влияет не только на овладение определенными навыками восприятия, но и на формирование свободной, активной личности, развитие ее творческого потенциала; приобретение особых знаний об искусстве. Грамотный зритель в перспективе может узнать театр и в его собственных законах, и в историческом развитии, и в его современных течениях. Дети и подростки чаще всего не сами решают, из какого репертуара выбрать интересующий их спектакль. В этом весьма существенном плане они соприкасаются с театром не напрямую, а через посредников – родителей, педагогов и окружения. Не каждый родитель способен грамотно выстроить обучение театральному искусству для своего ребенка. Набирают популярность родительские семинары, тренинги и лаборатории, задача которых – просвещение родителей для роста их собственных воспитательных возможностей, зрительской культуры, гармонизации отношений с детьми. Яркий пример – творческие образовательные курсы для взрослых «Домашний театр» в жанре театра предмета. Занятия ведет режиссер и ведущий студии Театра кукол имени С.В. Образцова Михаил Плутахин. Участники узнают, как создавать домашние постановки, проходят весь путь от идеи до премьеры спектакля, учатся писать сценарий, оживлять обычные предметы и показывать фокусы.

В современных реалиях, когда театр тяготеет к многозначительности и многослойности (художественно-выразительных средств, смысла, большого количества трактовок, характера работы и др.), а юный зритель психологически неустойчив и не удовлетворен позицией созерцателя, необходимо педагогическое обеспечение процесса формирования основ зрительской культуры. Технология формирования зрительской культуры детей, по словам Н.В. Олейник, – «это совокупность форм, способов и методов привития детям навыков зрительской культуры» [2, с. 67]. На формирование зрительской культуры влияет совместная работа педагога, родителя и ребенка, включающая в себя этапы восприятия, осмысления и понимания. Результатом такой работы становится возникновение социальной активности у субъекта педагогического процесса.

Прямая зависимость от возраста и «ускоренное» восприятие юного зрителя требует постоянного переключения внимания. Наиболее вовле-

кающими и актуализирующими сопереживание и внимание являются интерактивные формы. Они дают существенные возможности для понимания художественного текста, облегчают вхождение в пространство спектакля, развивают познавательный интерес.

Исходя из понятия «интерактивность» как взаимодействие, определение интерактивного театра выводит И.А. Щербакова: «это форма театрального действия, предполагающая активное участие аудитории» [3, с. 227]. Для этой формы типично создание особой атмосферы с вовлечением зрителя в действие на основе выстраивания диалога между ним и создателями спектакля. Главные особенности в ситуации интерактива – это тяготение к разговорному стилю, стремление к непосредственному «живому общению» со зрителем, игровая основа драматургии, доступность в восприятии и простота изложения материала.

Участие в интерактивной деятельности активизирует развитие таких личностных качеств, как эмоциональность, креативность, социальная активность, способность к самораскрытию, уверенность в себе. В форме интерактива могут быть освоены история театрального искусства, необходимые понятия и составляющие художественного образа; сформировано представление о театральных профессиях, устройстве театра.

Форматов интерактива в современном театре и интерактивных методов взаимодействия сейчас множество. К театру подключены и студии, и школы, которые активно внедряют театральные практики, дают инструменты, позволяющие эффективно организовать работу, завладеть вниманием. Помимо лекций о театре и экскурсий, популярность набирают театральные уроки и читки детской литературы, мастер-классы и сторителлинг. Взаимодействие театра и школы направлено на воспитание зрительской культуры – от образовательных маршрутов по театру, до внедрения театральных методов в образовательные процессы.

Примером современного спектакля с элементами интерактива, в котором образовательный компонент соединен с развлекательным, служит «Лесная биржа» (6+) (для детей 9–14 лет) Даниила Чащина Пермского академического Театра-Театра. Сюжет спектакля выстроен вокруг разговора на тему финансовой грамотности. Согласно условиям реализации ФГОС, изучение основ финансовой грамотности входит в образовательный процесс, обладает большим потенциалом, повышает качество обучения и носит практико-ориентированный характер. В сказочно-игровом формате «вопрос-ответ» ребятам рассказывают, что финансовые привычки важно закладывать в младшем школьном возрасте, как вдумчиво

и ответственно относиться к денежным средствам и уметь планировать и принимать обоснованные финансовые решения.

Для сотрудничества со школами был разработан образовательный проект «Детское пространство "Научный театр"» (в рамках Политехнического музея) (для детей 6–9 лет). Цель проекта заключалась в создании театральной площадки для наглядного и практического изучения устройства и функционирования на примере театральных технологий принципов физики и механики. Ученый и театральный режиссер в интерактивно-познавательном игровом пространстве проводят групповые занятия и мастер-классы и дают возможность детям исследовать потайные «объекты» самостоятельно. Такая активность считается детьми как игра и подталкивает к научным открытиям. В данном случае интерактивность рассматривается как эффективное средство повышения качества образования.

Развитие сотрудничества с общеобразовательными школами планирует Образовательный кластер Новой Оперы (ОКНО) – Российский просветительский проект 2021 г. Задача проекта – расширить понимание и интерес к оперному искусству среди детей и подростков и интегрировать зрителей самого разного возраста и сферы деятельности. Помимо экскурсии по театру для школьных классов и лаборатории оперной драматургии, кураторы намерены разработать учебные программы на стыке театра и школьных предметов, создать подростковый совет, оперный медиапортал, выпускать подкасты о театре.

Таким образом, в работе с юным зрителем важна активизация внимания и зрительского восприятия. Интерактивная деятельность наиболее эффективно способствует воспитанию зрительской культуры и влияет на расширение театральной аудитории. В первую очередь, театр используется как инструмент для коммуникации и вовлечения ребенка в диалог. Динамичное сотворчество, поиск нового языка и форм общения повышает социальную значимость театра и его роль в воспитании и образовании. В результате ребенок из объекта воспитательного процесса становится активным участником социализации.

### ***Литература:***

1. *Дмитриевский В.Н.* Театр и зрители. Отечественный театр в системе отношений сцены и публики: от истоков до начала XX века. СПб.: Дмитрий Буланин, 2007. 328 с.

2. *Олейник Н.В.* Теоретические подходы к технологии формирования зрительской культуры у детей посредством мультипликации // Теория и практика общественного развития. 2014. № 5. С. 66–68.

3. *Щербакова И.А.* Интерактивный театр в современной культуре // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2015. № 6–2. С. 227–230.

\* \* \*

**Карапетыян В.М.,**  
магистр кафедры культурологии,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
lera.karapetyan.00@mail.ru<sup>27</sup>

**Секретарева М.И.,**  
магистр кафедры культурологии,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
myashan@mail.ru<sup>28</sup>

## **Социокультурный потенциал визуальных и аудиальных технологий в современной школе (на примере комиксов и подкастов)**

***Аннотация:*** авторы анализируют, как использование визуальных и аудиальных технологий на примере комиксов и подкастов в ходе внеурочной деятельности способствует адаптации школьников при переходе в пятый класс. Были выявлены социокультурный, педагогический и психологический потенциал комиксов и подкастов и их влияние на психологический комфорт обучающихся, а также на формирование эмоционального интеллекта.

***Ключевые слова:*** комиксы; подкаст; внеклассная работа; эмоциональный интеллект; адаптация; визуальные технологии; аудиальные технологии.

**Valeriya Karapetyan,**  
master's degree student, department of Culturology,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
lera.karapetyan.00@mail.ru

---

<sup>27</sup> Научный руководитель – А.А. Шевцова, доктор исторических наук, профессор кафедры культурологии, заместитель декана факультета регионоведения и этнокультурного образования по научной работе, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

<sup>28</sup> Научный руководитель – Е.М. Шемякина, кандидат философских наук, доцент кафедры культурологии, заместитель заведующего кафедрой культурологии, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

**Mariya Sekretareva,**  
master's degree student, department of Culturology,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
myashan@mail.ru

## **Psychological and pedagogical potential of visual and auditory technologies in a modern school (on the example of comics and podcasts)**

**Abstract:** in the article, the authors analyzed how the use of visual and auditory technologies on the example of comics and podcasts during extracurricular activities contributes to the adaptation of schoolchildren during the transition to the 5th grade. The socio-cultural, pedagogical, and psychological potentials of comics and podcasts and their impact on the psychological comfort of students, as well as on the formation of emotional intelligence, were identified.

**Keywords:** comics; podcast; extracurricular activities; emotional intelligence; adaptation; visual technologies; auditory technologies.

Одним из наиболее сложных для детей является период, связанный с окончанием начальной школы и переходом в пятый класс. Меняется классный руководитель и привычный кабинет, появляются новые предметы и учителя, возрастают требования, объем и сложность заданий. Все это сопровождается также началом подросткового периода, когда дети становятся более чувствительными и раздражительными к внешним факторам. Чтобы социокультурная адаптация школьников к новым условиям проходила достаточно благополучно, необходимо создание психологического комфорта. В данной статье мы обращаем внимание на то, как использование визуальных и аудиальных технологий в ходе внеурочной деятельности способствует адаптации обучающихся к изменениям социальной ситуации развития, когда они особо нуждаются в психологической поддержке. Таким образом, целью статьи является рассмотрение социокультурных и педагогических возможностей визуальных и аудиальных технологий в современной школе на примере комиксов и подкастов.

Большой поток информации нередко вызывает стресс и эмоциональные перегрузки. Важным становится формирование эмоционального

интеллекта, в особенности у школьников. Как указано в статье Н.П. Александровой, эмоциональный интеллект – это интеллектуальное использование эмоций или ряд компетенций, или способностей, проявляющихся в том, насколько человек знает себя, управляет собой, знает других и управляет своим отношением с другими [2, с. 71]. Развитие в обучающихся эмпатии, навыков рефлексии, способности понимать и экологично выражать свои эмоции, внимательности к себе и к окружающим – все это особенно актуально в подростковый период. Развивать такие качества можно в том числе с помощью комиксов и / или подкастов. Многие из людей – визуалы, поэтому переданная через зрительные образы информация воспринимается наиболее эффективно и быстро. Большинство детей любят рисовать, через рисунки можно заглянуть в их внутренний мир, понять, что тревожит и беспокоит. И в целом комиксы пользуются популярностью среди школьников.

Подкасты затрагивают менее распространенную группу людей – аудиалов, однако обучающимся предлагается не пассивная, а активная роль в этих явлениях. Все люди так или иначе каждый день общаются, обсуждают интересующие их события, спорят или просто рассказывают интересные истории друг другу. Это то, чем занимается человек буквально всю свою жизнь, кроме относительно короткого периода в самом раннем детстве, пока он еще не умеет говорить. Таким образом, через разговор – в данном случае подкаст – подростки также учатся выражать свои эмоции, а значит через такое творчество также можно узнать обучающихся лучше, и, при необходимости, выяснить их тревоги, то, что их беспокоит.

Для понимания технологии использования комиксов в образовательном пространстве необходимо раскрыть понятие «комикс» и выявить его характерные черты. Комикс, по определению С. Маккладуда, это иллюстративные и другие изображения, сопоставленные рядом в продуманной последовательности для передачи и / или получения эстетического отклика от зрителей [4, с. 9]. Так, в комиксе сочетаются визуальные (рисунки) и вербальные (текст) элементы, при этом изображения могут как сопровождаться текстом, так и не иметь его вовсе. Для комикса характерна динамика повествования, поскольку визуальный ряд разбит на кадры. Между панелями (кадрами) имеется канавка (пространство), требующая от читающего полного погружения в сюжет. Это связано со способом передачи информации – изображения и / или текст отражают

главную мысль автора, читатель в свою очередь изучает увиденное и домысливает, то есть происходит активное взаимодействие между автором и читающим, что способствует повышению мыслительной концентрации и сосредоточения.

Комиксы имеют высокий социокультурный и образовательный потенциал. Они тренируют читательские навыки, учат ясно и четко выражать свои мысли, развивают фантазию, визуальное и творческое мышление, зрительную память, исследовательские умения – при создании комикса необходимо глубоко изучить тему, выделить акценты и главную информацию, так как идея передается изображениями и снабжается небольшим текстом. В комиксах можно отразить сложные вопросы простым языком, тем самым заинтересовать читающего, развить культуру чтения и культуру взаимодействия с текстами. Использование нетрадиционных технологий (комиксов) в обучении приветствуются и самими обучающимися [1, с. 65 – 66].

Психологический потенциал комиксов заключается в следующем. Рисование выступает в роли арт-терапии, в процессе которой решаются образовательные, воспитательные, развивающие, реабилитационные, диагностические задачи, а именно – при необходимости педагог может оказать учащемуся помощь в решении его внутренних проблем [5, с. 201]. Композиция, формы, цвет, детали отражают психическое состояние ученика. Комиксы развивают эмоциональный интеллект, эмпатию – читая их, школьники ассоциируют себя с персонажами; а при создании – наделяют персонажей определенными качествами и продумывают их личную историю, заглядывают в их внутренний мир, а значит, учатся понимать свои эмоции и чувства других людей. Особенно актуально это в настоящее время, ведь Россия – многонациональная страна и каждый человек уникален. Посредством комикса можно познакомить учащихся с другими культурами, традициями, языками [6].

В качестве примеров можно назвать серию комиксов «Правила выживания в школе» Светланы Шмаковой, серия «Дневник Натали» Марии Скриван, комикс «Лучшие друзья» Хейл Шеннон, книга «Школьные правила выживания» Марины Владимовой и Фариды Кривушенковой.

Подкаст – это аудио- или видеоконтент на определенную тематику, который записывается одним или несколькими ведущими. Особенность подкастов заключается в том, что это разговорная форма контента. Главным свойством подкаста (и его отличием от радио) является возможность



отложенного прослушивания, то есть потребления контента вне зависимости от времени и места. Также подкасты позволяют «параллельное медиапотребление: пользователь одновременно может слушать звук и, например, просматривать ленту социальной сети» [3, с. 107]. Данные преимущества подкастов повышают их популярность, несмотря на то что аудиалов, как принято считать, меньше, чем визуалов.

В рамках создания подкаста обучающиеся тренируются главным образом в ораторском искусстве – развивают умение правильно, корректно и доходчиво объяснять свою позицию, интересно рассказывать свою историю, конструктивно и аргументированно вести диалог или даже спор – все зависит от темы подкаста, выбранной его авторами, а также от формата подкаста. Данные навыки могут успешно применяться обучающимися в повседневной жизни.

Существуют различные типы подкастов. Выбор зависит от задач, которые он будет решать, например: образовательные подкасты, развлекательные подкасты, аналитические подкасты. Приведем примеры подкастов, созданных обучающимися, и которые имеют широкие социокультурные и образовательные возможности.

Подкаст «Собака съела дневник» был записан 12–14-летними подростками о насущных проблемах, о которых неудобно говорить с родителями или друзьями. Это множество выпусков на разные темы: о принятии своей внешности, сложностях в общении с родителями, об использовании современных гаджетов и приложений и многое другое. Подкаст «Подростковые прыщи» – проект двух девочек-подростков 13 и 15 лет. Они рассказывают о том, с какими трудностями встречаются в своей жизни и как их преодолевают. Например, обсуждают вопросы подработки, адаптации к новому коллективу, принятия своей внешности и т. д. Данные примеры доказывают гипотезу, что обучающимся необходима возможность обсуждать проблемы, выражать и проживать эмоции. Хороший вариант для этого – формат создания и записи подкастов.

Психологический потенциал подкастов содержит в себе много элементов, свойственных и для комиксов. Так, подкаст может выполнять терапевтические функции, решая ряд образовательных, воспитательных, развивающих, реабилитационных, диагностических задач. Также решается задача адаптации обучающихся в обществе средствами развития одного из главных коммуникативных навыков – устного общения.

Социокультурные и образовательные возможности комиксов и подкастов позволяют активно использовать их во внеурочной деятельности,

в ходе которой решаются такие задачи, как знакомство с комиксами и приемами их создания, развитие творческих способностей, воображения, наглядно-образного мышления, увеличение концентрации внимания, формирование социально-эмоциональных и коммуникативных навыков, воспитание художественно-эстетического вкуса. Внедрение подкастов во внеурочную деятельность даст обучающимся не только знания по созданию и записи своего подкаста, но и ораторские и аналитические навыки, а также эмоциональную разгрузку и психологический комфорт, которые так нужны в сложные периоды в жизни школьника.

Таким образом, при использовании комиксов и подкастов в ходе внеурочной деятельности будут формироваться не только предметные, метапредметные и личностные результаты, но и можно создавать условия для социокультурной адаптации школьников при переходе в пятый класс.

### *Литература:*

1. *Авдеева Т.И.* Комикс как современная технология обучения / Т.И. Авдеева, М.И. Высоков, С.И. Зыкова // Современное педагогическое образование. 2020. № 3. С. 64–67.
2. *Александрова Н.П.* К вопросу о сущности понятия «Эмоциональный интеллект» // Вестник РУДН. Серия: Психология и педагогика. 2009. № 1. С. 71–75.
3. *Воинова Е.А., Сивякова Е.В.* Подкаст как новый формат публичной коммуникации в условиях цифровой медиасреды // Социально-гуманитарные знания. 2018. № 12. С. 104–120.
4. *Макклауд С.* Понимание комикса: невидимое искусство / Скотт Макклауд; [пер. с англ. В. Шевченко; рис. автора]. М.: Белое Яблоко, 2016. 216 с.
5. *Панфилова А.С.* Методы арт-терапии на уроках изобразительного искусства // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2007. № 43–2. С. 200–203.
6. *Теплова Е.Ф., Шевцова А.А.* Комикс и коллаж на внеурочных мероприятиях: специфика методики // Бежать нельзя остаться: книга для педагогов. Методическое пособие по работе с книгой А. Олейникова «Бежать нельзя остаться» для среднего и старшего школьного возраста / сост. Е.А. Омельченко, Е.Ф. Теплова; под ред. А.А. Шевцовой. М.: Этносфера, 2022. С. 28–34.

\* \* \*

**Клубникина Е.А.,**  
кафедра культурологии,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
eklubnikina@yandex.ru<sup>29</sup>

## **Влияние сюжетно-ролевых игр на воспитание ценностного отношения к семье у обучающихся 4-х классов на уроках «Основ православной культуры»**

*Аннотация:* в статье рассматривается проблема кризиса семейных ценностей в современном российском обществе. Вклад системы образования на этапе начального школьного образования нельзя недооценивать: именно в этот момент обучающиеся готовы усваивать и познавать традиционные ценности нашей культуры. Наиболее действенным методом являются игры, дающие школьникам возможность почувствовать себя взрослыми.

*Ключевые слова:* педагогика; семья; православие; игра; семейные ценности; духовно-нравственное воспитание.

**Ekaterina Klubnikina,**  
Bachelor of department of Culturology,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
eklubnikina@yandex.ru

## **The influence of plot-role-playing games on the upbringing of a value attitude to the family among 4<sup>th</sup> grade students in the lessons of "Fundamentals of orthodox culture"**

*Abstract:* the article deals with the problem of the crisis of family values in modern Russian society at this stage of its formation. The contribution of the education system at the stage of primary school education cannot be underestimated: it is at this moment that students are ready to assimilate and learn the traditional values of our culture.

---

<sup>29</sup> Научный руководитель – Е.М. Шемякина, кандидат философских наук, доцент кафедры культурологии, заместитель заведующего кафедрой культурологии, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

And the most effective method is games that give schoolchildren the opportunity to feel like adults.

**Keywords:** pedagogy; family; Orthodoxy; play; family values; spiritual and moral education.

В настоящее время в России можно наблюдать духовный кризис, который влечет за собой упадок семейных ценностей и семьи как института в целом. Все чаще дети рождаются в неофициальном браке, а семья из расширенной или нуклеарной превращается в неполную. Однако, не стоит говорить об этом как о катастрофе – такова нынешняя реальность, таковы нравственные установки наших современников. Тем не менее, эти условия сильно влияют на личностное становление ребенка, который впитывает все, что видит, слышит, чувствует и переносит это на свое будущее, напрямую зависящее от того, что он сейчас получает.

Помимо семьи, непосредственную роль в формировании духовно-нравственных ценностей, моральных установок человека играет система образования. Особенно это влияние важно на этапе младшего школьного возраста. «Концепция духовно-нравственного развития и воспитания личности гражданина России» провозглашает семью в качестве базовой национальной ценности и выделяет следующие задачи духовно-нравственного воспитания и развития обучающихся: «осознание себя гражданином России на основе принятия общих национальных нравственных ценностей; осознание безусловной ценности семьи как первоосновы нашей принадлежности к многонациональному народу РФ, Отечеству; понимание и поддержание таких нравственных устоев семьи, как любовь, взаимопомощь, уважение к родителям, забота о младших и старших, ответственность за другого человека; бережное отношение к жизни человека, забота о продолжении рода» [3, с. 16].

Следовательно, одной из главных задач образовательной системы на этапе начального образования является приобщение подрастающего поколения к базовым национальным ценностям российского общества, в особенности – к традиционным семейным ценностям. А «особая роль, – как говорится в указе Президента РФ «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей», – в становлении и укреплении традиционных ценностей принадлежит православию» [6, с. 2]. И это вы-

сказывание вполне обоснованно, ведь православие имеет огромное историческое и культурное значение в развитии нашей страны; это также обуславливает актуальность предмета «Основы православной культуры».

Как известно, в педагогике существует огромное количество методов, приемов, которые способствуют формированию базовых национальных ценностей (и семейных в том числе), но понять и осмыслить ребенок их сможет, лишь применив эти ценности в своей собственной деятельности, пусть и игровой.

К четвероклассникам мы относим обучающихся в возрасте 10–11 лет. Именно в этом возрасте дети начинают осмысливать себя и окружающих, свои взаимоотношения с ними, свои отношения с окружающим миром в целом. В данном возрасте ребенок максимально готов и открыт к познанию и осмыслению традиционных семейных ценностей.

Но что же относится к семейным ценностям? С.П. Акутина выделяет такие традиционные семейные ценности: материнство, отцовство, ребенок в семье, кровное родство, семейный лад, домашний очаг, труд, обычаи, традиции, обряды, вера, соборность, родина, трудолюбие, мир [1, с. 14]. В частности, в православии базовыми семейными ценностями считаются любовь, уважение, смирение, кротость, терпение, забота, взаимопомощь, почитание младшими старших, дети [4].

Дети всегда находят себе пример для подражания, всегда хотят казаться взрослыми: быть, думать и поступать как взрослые. А игра как форма деятельности как раз дает им такие условия, в которых дети могут свободно воплотить «взрослый» опыт. По А.Н. Леонтьеву, игра является ведущей деятельностью ребенка, то есть такой деятельностью, благодаря которой происходят главнейшие изменения в психике ребенка и внутри которой развиваются психические процессы, подготавливающие переход ребенка к новой, высшей ступени его развития [2, с. 164].

Чем еще хороша игра (как для ребенка, так и для взрослого)? Ребенок в ситуации игры не чувствует себя объектом воздействия взрослого (учителя в нашем случае), он активный участник деятельности. В игре учащиеся могут перенести свои чувства, знания, опыт на реальность, полностью погрузившись при этом в ситуацию, вследствие чего преобразовывается и личность ребенка.

Существует множество видов игр: сюжетно-ролевые, игры с правилами, режиссерские, спортивные, игры-фантазии, театрализованные. Рас-

смотрим сюжетно-ролевые игры и возможные их примеры для воспитания семейных ценностей у обучающихся четвертых классов на уроках «Основы православной культуры».

Сюжетно-ролевою игру можно совместить с настольной, но эффект будет тот же – ребенок полностью войдет в данную ему роль, будет искренне верить в правдивость своего образа. С одной стороны, такой формат игры позволит учащимся примерить на себя характер данных им героев (папа, мама и др.), но и благодаря правилам настольной игры разовьет в них такие навыки, как организованность, усидчивость, дисциплинированность.

Что необходимо для создания такого рода игры?

1. Выбрать тему, сформулировать цель и задачи;
2. Продумать основную идею игры и ее сюжет;
3. Придумать название игры, которое полностью отразит идею;
4. Построить игровой путь и основные этапы игры;
5. Продумать игровое пространство и логическое соотношение начала и конца;
6. Разработать компоненты и правила игры;
7. Оформить игровую идею в материально-наглядном виде.

Учебная программа по предмету «Основы православной культуры» включает в себя тему «Христианская семья», в рамках которой и можно организовать сюжетно-ролевою игру. Параграф по данной теме акцентирует внимание учащихся на то, что «семья – это маленький ковчег, призванный ограждать детей от беды» [5, с. 86]. Рассказывается о том, что такое венчание, с чего начинается семья, что приносит в семью рождение детей. Важное значение авторы учебников придают чувственно-эмоциональной стороне семьи: любовь в семье, взаимопонимание, тактичность и ответственность, радость и счастье. Именно эти чувства и качества должен пропустить через себя учащийся в ходе урока, построенного на игре.

Рассмотрим примеры игр.

*Игра «Наш дом».* Количество участников: от 4 игроков. Реквизит: игровые поля, карточки с описанием и картинкой. Идея: учащиеся должны принять на себя роль того или иного члена семьи и все вместе обустроить свой дом, исходя из изученных ценностей христианской семьи. Правила игры: учитель складывает в мешочек карточки с ролями (папа, мама, дети, бабушка и дедушка (при желании)) и перемешивает их. Можно сделать отдельные мешочки для мужских и женских ролей.

Участники игры вытаскивают из мешочка свою будущую роль. После этого учащиеся садятся за свое игровое поле, представляющее собой пустой дом (комнату), где им необходимо расположить все предметы, описанные на карточках, прилагаемых к полю (красный угол, стол, кухня, спальня родителей и пр.). Детям в игре важно научиться проявлять умение слушать и слышать друг друга (как жена слушает мужа, как дети слушают старших), уважать чужое мнение и проявлять терпение и любовь.

*Игра «У нас гости».* Количество участников: от 4 игроков. Реквизит: все необходимое для создания образов и дома (одежда, игрушки, столы и стулья). Идея: учащиеся берут на себя роль определенного члена семьи и разыгрывают ситуацию – одна семья приходит в гости к другой. Обе группы показывают гармоничные семейные отношения, основанные на традиционных христианских ценностях. Правила игры: класс делится на две группы – хозяева и гости. Учитель складывает бумажки с ролями в мешочек, откуда дети достают свои будущие образы. После подготовки к разыгрыванию ситуации начинается игра и учащиеся показывают, как должны вести себя члены сплоченной и дружной христианской семьи.

В данной игре школьники учатся вести себя как настоящие взрослые и показывают, как ведут себя члены семьи, опираясь на ранее изученные ценности. Для них важно научиться взаимоуважению и взаимопомощи, взаимоподдержке и дисциплинированности.

С изменением мира и духовно-нравственных установок меняется и отношение человека к семье, к тому, какой она должна быть, исходя из традиционных российских ценностей. Необходимо поддерживать этот образ семьи, развивать в будущих поколениях базовые российские моральные ценности (в частности, семейные). И особую роль здесь играет система образования, главной задачей которой является духовно-нравственное развитие обучающихся, их личностное становление и освоение традиционных ценностей российского государства.

Православие оказывает значительное влияние на формирование этих ценностей, поэтому крайне актуальными остаются уроки «Основ православной культуры», на которых есть возможность посредством игровой деятельности – столь важной для детского возраста – повлиять на личностное развитие учащихся и формирование в их сознании базовых семейных ценностей, которые они понесут с собой в свое будущее и будущее нашей страны.

### *Литература:*

1. *Акутина С.П.* К проблеме классификации семейных духовно-нравственных ценностей // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2009. № 94. С. 9–15.
2. Большой психологический словарь / под ред. Б.Г. Мещерякова, акад. В.П. Зинченко. М.: Прайм-Еврознак, 2003. 632 с.
3. *Данилюк А.Я.* Концепция духовно-нравственного развития и воспитания личности гражданина России в сфере общего образования: проект / А.Я. Данилюк, А.М. Кондаков, В.А. Тишков. Рос. акад. образования. М.: Просвещения, 2009. 29 с.
4. Домострой. М.: Дарь, 2007. 320 с.
5. *Кураев А.В.* Основы религиозных культур и светской этики. Основы православной культуры. 4 класс / учеб. для общеобразоват. организаций. 10-е изд., стер. М.: Просвещение, 2022. 144 с.
6. Указ Президента Российской Федерации от 09.11.2022 № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» // Гарант. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/405579061/?ysclid=lf5giyv7s6867315973> (дата обращения: 11.03.2023).

\* \* \*



**Лазарева М.К.,**  
кафедра журналистики и медиакоммуникаций,  
Институт журналистики,  
коммуникаций и медиаобразования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия  
lazmk@mail.ru<sup>30</sup>

**Дудка М.Р.,**  
кафедра туризма,  
Институт «Таврическая академия»,  
Крымский федеральный  
университет им. Вернадского;  
г. Симферополь, Россия  
masha.dudka.12@mail.ru

## **Активный туризм в Ермекеевском районе Республики Башкортостан как стимулирующий фактор развития аттрактивности района**

**Аннотация:** в статье дается характеристика активного туризма в Ермекеевском районе Республики Башкортостан и методическая разработка для развития данного вида туризма в виде предложенных маршрутов.

**Ключевые слова:** активный туризм; аттрактивность района; стимулирующий фактор развития; Ермекеевский район.

**Maria Lazareva,**  
Department of journalism and media communications,  
Institute of Journalism,  
Communications and Media Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
lazmk@mail.ru

---

<sup>30</sup> Научный руководитель – Н.Б. Самойлова, Директор Центра развития открытого образования МПГУ, старший преподаватель кафедры культурологии, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

**Maria Dudka,**  
Department of tourism,  
Institute «Tauride Academy»,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University»;  
Simferopol, Russia,  
masha.dudka.12@mail.ru

## **Active tourism in the Ermekeyevsky district of the Republic of Bashkortostan as a stimulating factor in the development of the district's attractiveness**

**Abstract:** the article gives a description of active tourism in the Ermekeyevsky district of the Republic of Bashkortostan and a methodological development for the development of this type of tourism in the form of proposed routes.

**Keywords:** active tourism; attractiveness of the area; stimulating development factor; Ermekeyevsky district.

Последние годы в Республике Башкортостан интенсивно развивается туризм. Особенно популярна восточная горная часть, где предлагаются туры на любой вкус: походы, сплавы по рекам, горнолыжные, конные, экскурсионные, автобусные и другие. Здесь расположены более 40 гор и хребтов высотой более 1000 м, множество живописных мест, скал, пещер, видовых точек, водопадов. Число туроператоров (как местных, так и российских), которые разрабатывают и организуют маршруты по Башкирии, растет. И поток туристов, по данным Министерства Республики по предпринимательству и туризму, с каждым годом увеличивается. Так, например, в 2020 г. было 2,938 млн человек, а уже в 2021 – 3,48 млн [2]. Чаще всего приезжают жители Челябинской и Оренбургской областей, Москвы, Татарстана, Ханты-Мансийского автономного округа. Есть спрос на туры выходного дня.

Программа развития социального туризма в республике «Башкирское долголетие. Туризм» для пенсионеров [1] реализуется с 2020 г. и предусматривает бесплатные однодневные путешествия по туристическим объектам. Как показала практика, старшему поколению интересны подобные поездки, они с удовольствием принимают в них участие.

На официальном сайте программы можно выбрать культурно-познавательный, оздоровительный, активный или комбинированный тур. Поездка длится не более 10 часов в группах от 15 человек.

Башкортостан находится среди регионов-лидеров по рейтингу туристско-рекреационного потенциала, однако большинство туров проводится вне Ермекеевского района. Там нет высоких гор, озер и развитой инфраструктуры для туризма. Поэтому почти все туристические компании обходят его стороной, не стремятся исследовать и развивать. Лично побывав в Ермекеевском районе и убедившись в его attractiveness, мы считаем это решение ошибочным. Более того активный туризм поможет в решении проблем безработицы и бедности населения. По данным Росстата, в Ермекеевском районе хуже всего развита промышленность, не хватает рабочих мест. Район нуждается в поддержке, а люди хотят работать с туристами, показывать свои родные любимые места, делиться знаниями и традициями, угощать национальными блюдами. Мы лично убедились в гостеприимности, открытости населения и наличия возможностей для развития активного туризма в Ермекеевском районе.

Район расположен в западной части Башкортостана. Площадь района составляет 1438 км<sup>2</sup>, протяженность с севера на юг – 68 км, с запада на восток – 24 км (рис. 1). Климат района умеренно континентальный, увлажненный. Преобладают выщелоченные и карбонатные черноземы, серые и темно-серые лесные почвы. На долю черноземов приходится около 3/4 площади района. Леса из клена, березы, липы, дуба, осины занимают 12,3% площади района. Сельское хозяйство – основная отрасль экономики района [3].

Административным центром является поселок Ермекеево, находящийся в 235 км от Уфы, что подходит под условия программы «Башкирское долголетие. Туризм» (туристические объекты должны находиться в пределах 300 км от места старта, а это Уфа). Следовательно, маршруты на территории района вполне могут войти в программу.

В тех же пределах находятся и другие большие и средние города: Альметьевск, Стерлитамак, Салават, Набережные Челны, Нижнекамск, Бузулук. Чуть дальше – Оренбург и Самара. Из этих городов вполне возможно возить туристов в 1–3-х дневные путешествия в Ермекеевский район.

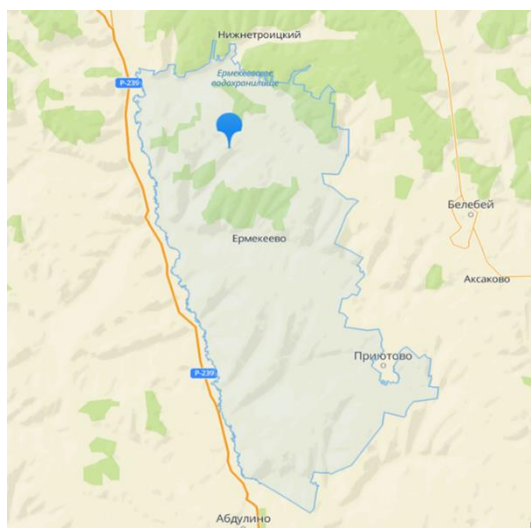


Рис. 1. Территория Ермекеевского района. Источник: [4]

А теперь подробнее о возможностях территории. В районе есть Кожай-Максимовский заказник с реликтовым сосновым бором (ботанический памятник природы), где возраст деревьев достигает 170 лет. Высота сосен 18–10 м, а диаметр 20–25 см (встречаются до 40 см). Заказник имеет научное и природоохранное значение. Он интересен еще и тем, что бор разделен на фамильные места, это многое значит для местных жителей. Каждое место имеет определенное значение. Сюда приходят с мольбами и просьбами, празднуют Троицу, соблюдая все обычаи.

В Ермекеевском районе есть и геологические памятники природы. Один из них – Таш-Урда («Каменное Логово»), находящийся на территории сельского поселения Усман-Ташлинского сельсовета на правом берегу ручья Кызыл чишмэ (Красный родник). О местности была написана исследовательская работа девятиклассника из села Усман-Ташлы. Рафаэль Шаяхметов выделяет значимость выходов на поверхность земли скалы песчаников и известняков с причудливыми формами, наличие археологических раскопок и находок.

На территории Ермекеевского района есть маршрут к водопаду «Белые камни» (чуваш. – «Шур чул»). Это единственный водопад на территории района. Находится на южном склоне холма Белебеевско-Бугульминской возвышенности на высоте 260 м над уровнем моря. Склон сложен известняками, откуда и название «Белые камни». Представляет собой уступ, с вершины которого, образуя водопады высотой 1,5–2 м, стекаются кристально чистые родники. К сожалению, тропа к нему заброшена, но она есть и ведет в гору через лес. Сам водопад мы очищали от мха

на Всероссийском молодежном слете Русского географического общества «Россия – единство в многообразии». У водопада большой туристический потенциал. Место нуждается в облагораживании и постоянной поддержке. И после предпринятых мер маршрут станет привлекательным вариантом активного однодневного отдыха.

В Ермекеевском районе более десяти рек, озеро и водохранилище (рис. 2). Все реки спокойные, местами встречается мелководье и завалы. На отдельных участках возможна организация 1–2-х дневных сплавов на байдарках без категории сложности, доступных для людей без опыта и с минимальной физической подготовкой.

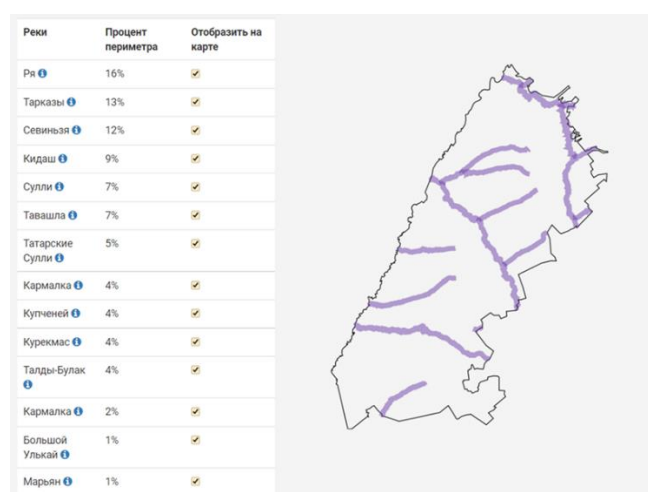


Рис. 2. Реки на территории Ермекеевского района. Источник: [4; 5]

Наиболее крупные реки – Ря (длина 57 км, площадь водосборного бассейна 755 км<sup>2</sup>), Стивинзя (длина 45 км, площадь водосборного бассейна 390 км<sup>2</sup>, возведено Ермекеевское водохранилище), Тарказы (длина 34 км, площадь водосборного бассейна 265 км<sup>2</sup>). Единственное озеро Атам-Куль находится на правом берегу реки Ик в 2,5 км от деревни Атамкуль и 4 км от села Тарказы. Протяженность – 900 м, ширина – до 30 м, глубина – до 3 м. На озере можно встретить растения, занесенные в Красную книгу: кувшинка белая, кубышка желтая, адонис. По легенде, здесь останавливались войска Емельяна Пугачева, а когда уходило, поблагодарили озеро, сказав, что оно заботилось о воинах, как отец. С тех озеро называется Атам-Куль – «Озеро отца».

На территории Ермекеевского района нет сильных перепадов высот. Горы не более 411 м над уровнем моря, что создает комфортные условия пеших походов для новичков в активном туризме, пенсионеров и детей (рис. 3).

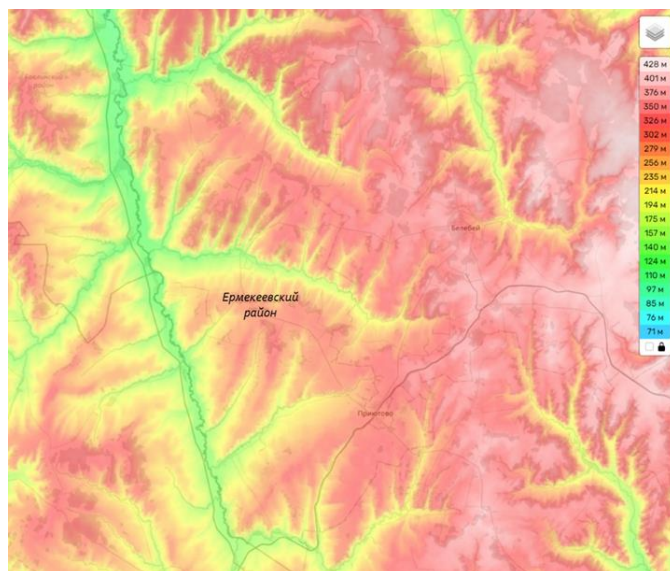


Рис. 3. Высоты Ермекеевского района. Источник: [4; 5]

Разнообразить пешие и водные походы мы предлагаем музеями, посещением церквей, местных производств, домов культуры, мастер-классами от жителей района, катанием на лошадях. В Ермекеевском районе есть возможность создавать тематические туры. Например, однодневный орнитологический поход со специалистом-орнитологом. Данный вариант мы протестировали на слете и составили маршрут на карте (рис. 7). Рассмотрим примеры разработанных нами при помощи сервиса «На карте» [4] маршрутов активного туризма в Ермекеевском районе. Это пять маршрутов для развития активного туризма: водные, пешие и комбинированные.

Маршрут 1 – однодневный сплав (Ермекеево – Рятамак) (рис. 4).

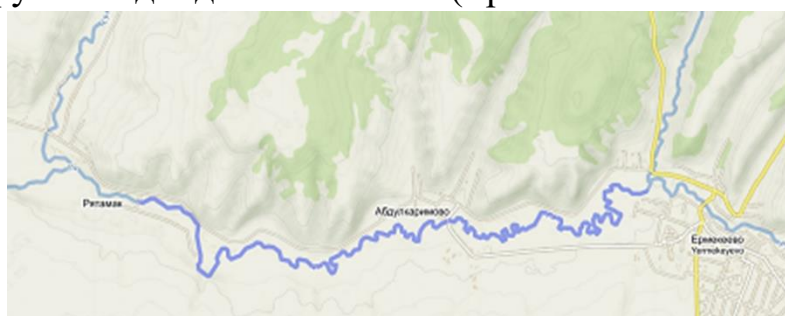
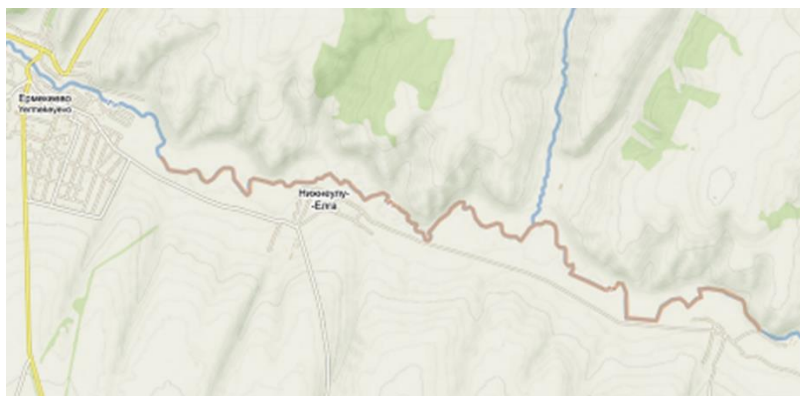


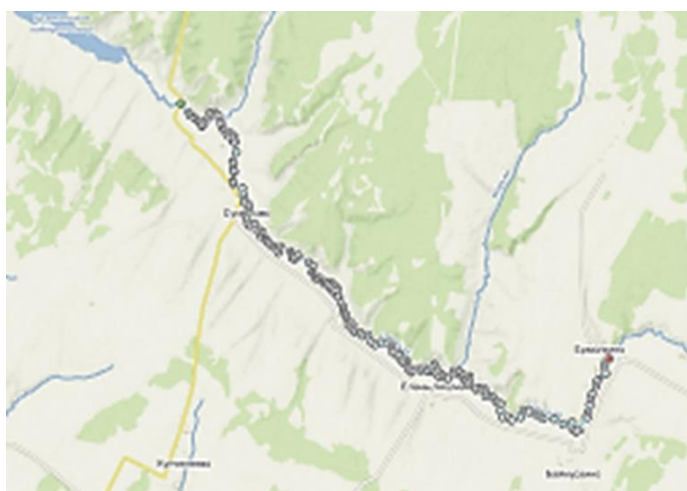
Рис. 4. Маршрут 1. Разработан авторами в 2022 г.

Маршрут 2 – однодневный сплав (к Ермекеево через Нижнеулу-Елга) (рис. 5).



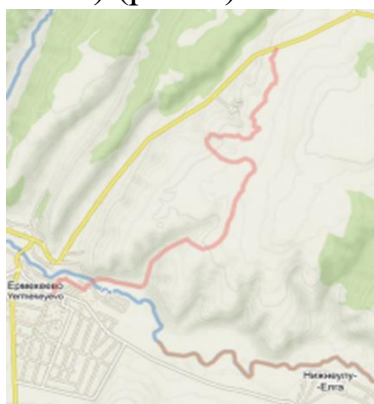
*Рис. 5. Маршрут 2. Разработан авторами в 2022 г.*

Маршрут 3 – сплав на выходные (от Ермолкино к Князевке с трекингом по возвышенностям) (рис. 6).



*Рис. 6. Маршрут 3. Разработан авторами в 2022 г.*

Маршрут 4 – легкая однодневная орнитологическая прогулка (либо просто оздоровительный трекинг) (рис. 7).



*Рис. 7. Маршрут 4. Разработан авторами в 2022 г.*

Маршрут 5 – однодневный пеший поход к Ермекеевскому водохранилищу через леса и поля (рис. 8).

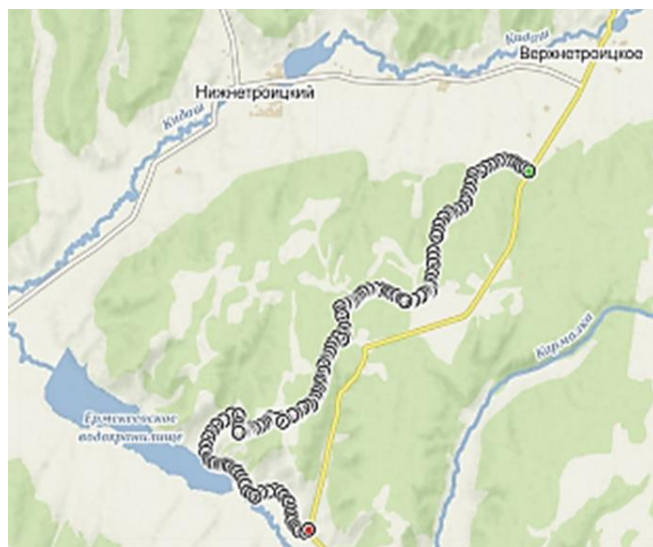


Рис. 8. Маршрут 5. Разработан авторами в 2022 г.

Обращаем внимание, что это лишь наброски маршрутов. Требуется дополнительное изучение местности, работа в поле, проведение тестовых походов. Возможна коррекция маршрута или увеличение его до нескольких дней.

Рассмотрим юридическую составляющую развития активного туризма в Ермекеевском районе. Для проведения походов руководитель группы должен иметь диплом инструктора-проводника по водному или пешему туризму (в зависимости, какой вид активного туризма проводит организатор). Для групп от 12 человек требуется двое подготовленных сопровождающих, прошедших курсы оказания первой помощи. Помимо диплома, руководители должны оформить самозанятость или ИП.

Считаем необходимым оказать поддержку району на уровне республики в вопросе профессиональной переподготовки населения. Это поможет вывести район на новый экономический уровень, снизить уровень безработицы и бедности. Перспективная профессия в области туризма задержит молодежь в районе, даст достойную зарплату, интересную работу и возможность развития у себя в родном крае. Сейчас большая часть населения занята сельским хозяйством. Диплом о профессиональной переподготовке на данный момент можно получить в Башкирии только в Уфе. То же касается курсов первой помощи. Лишь единицы смогут поехать в Уфу учиться, многие останутся в столице республики.



В поселке Ермекеево есть все составляющие для организации переподготовки населения в свободное от работы время. Администрация лояльна к новым предложениям и идет навстречу по вопросам развития района и поддержки жителей. Желающим не придется покидать дома и уезжать учиться в Уфу. Они смогут совмещать работу и обучение. И после окончания переподготовки смогут заняться новым видом деятельности. Молодежь нужно заинтересовывать активным туризмом еще со школы путем создания туристических клубов на базе образовательных учреждений и домов культуры. Таким образом, еще до окончания школы они смогут приобрести необходимые навыки для работы и набраться опыта.

Подводя итоги, отметим, что развитие активного туризма на территории Ермекеевского района является перспективным направлением для Башкирского туристического региона. Это позволит вырасти экономическим показателям, таким как: уровень занятости местного населения, их заработная плата, приток инвестиций в данный регион, снижение уровня безработицы и появление вакансий для молодых специалистов. Развитие активного туризма позволит снизить туристическую нагрузку на восточные районы республики, и заберет на себя часть туристического потока. Приведенная выше характеристика активного туризма, как фактора развития района, позволяет нам сделать вывод, что существуют ресурсный потенциал и перспективы для организации данного вида туризма.

### *Литература:*

1. Башкирское долголетие. Туризм. Официальный сайт проекта Республики Башкортостан. URL: <https://долголетие.соцтуризмрб.рф/> (дата обращения: 19.02.2023).
2. Министерство предпринимательства и туризма Республики Башкортостан. URL: <https://biznestur.bashkortostan.ru/> (дата обращения: 19.02.2023).
3. Муниципальный район Ермекеевский район Республики Башкортостан. URL: <https://ermekeevo.bashkortostan.ru> (дата обращения: 19.02.2023).
4. Nakarte.me. Карты всего мира. URL: <https://nakarte.me/> (дата обращения: 19.02.2023).
5. 2ГИС. Карта городов России. URL: <https://2gis.ru/> (дата обращения: 19.02.2023).

\* \* \*

**Левина А.М.,**  
кафедра ЮНЕСКО  
«Международное (поликультурное)  
образование и интеграция мигрантов»,  
факультет регионоведения  
и этнокультурного образования,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
levina875@mail.ru

### **К вопросу о судебной контрреформе Александра III**

*Аннотация:* в данной статье рассматривается судебная контрреформа Александра III, выделены ее причины и предпосылки. Автора интересует, как именно контрреформа связана с судебной реформой 1864 года, чем обусловлена ее необходимость.

*Ключевые слова:* реформа; история России XIX века; контрреформа; Александр II; Александр III; XIX век; судебная система; мировой суд; присяжные; Российская империя.

**Anastasia Levina,**  
UNESCO Chair of International (Multicultural)  
Education and Migrant Integration,  
Department of regional studies  
and ethnocultural education,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
levina875@mail.ru

### **To the question of the judicial counter-reform of Alexander III**

*Abstract:* his article examines the judicial counter-reform of Alexander III, highlights its causes and preconditions. The author is interested in how exactly the counter-reform relates to the judicial reform of 1864, what is the reason for its necessity.

**Keywords:** reform; history of Russia of the XIX century; counter-reform; Alexander II; Alexander III; XIX century; judicial system; world court; jury; Russian Empire.

Правление Александра III (1881–1894) было ознаменовано рядом политических и экономических преобразований; ряд из них известны как контрреформы. Термин «контрреформа», характерный для советской историографической традиции, широко употребляется в научной и научно-популярной исторической литературе по сей день. Исследованиями контрреформ Александра III занимались такие авторы, как О.Ю. Ананьин, А.А. Базулина, А.В. Жуланов [1], И.В. Воронин [4], Д.Г. Губанов, Я.И. Чмельянова, Е.Р. Черкасова, А.Н. Пенькова [5], С.В. Мамыкин [9], А.А. Шаруда, В.В. Ярмонова, Е.Б. Хабибулина [11], судебную контрреформу изучал К.П. Краковский [8].

Для начала разберем это слово по составу, что важно для дальнейшего понимания темы. Приставка «контр», которая означает противоположность второй части слова, а именно слову «реформа», что означает «преобразование». Итак, термин «контрреформа» означает противоположность преобразованию, консервацию. Рассмотрим, действительно ли контрреформы Александра III стали противоположностью реформ на примере судебной контрреформы.

Судебная реформа Александра II была проведена в 1864 г. А.А. Анфалов, А.Л. Худобородов [2] и Н.И. Биюшкина [3] подробно рассматривают, из каких именно преобразований складывалась реформа. Во-первых, равенство пред законом, теперь ни у кого не было привилегий перед правосудием. Во-вторых, суды стали независимыми. В-третьих, судопроизводство стало гласным, теперь каждый мог увидеть, как проходит заседание. В-четвертых, суд стал состязательным, это значит, что появились адвокаты, которые могли защищать подсудимых. И наконец, в-пятых, вводится суд присяжных. Обратим особое внимание на этот пункт.

Упрощенно судебная система после реформы 1864 г. выглядела следующим образом: Сенат – Коронный суд, который состоял из окружного суда и судебной палаты, – мировой суд. Именно мировой суд будет ликвидирован Александром III. Важно, что термин «мировой» пошел от названия крестьянской общины, это низшая судебная инстанция. Мировой суд рассматривал мелкие гражданские дела и кражи. Но важнее в рамках темы исследования – судьбы мирового суда. Они избирались

уездным земским собранием, члены земского собрания тоже избирались, что было элементом демократии, свободы. Но не стоит забывать, что любые проявления демократии разрушают абсолютную монархию и существующий строй.

Александр II за свою жизнь он провел множество либеральных реформ. В числе их и реформа образования, и земская реформа, и городская, и военная, и судебная, которую мы сейчас рассматриваем. Именно он отменил крепостное право, войдя в историю России как Александр Освободитель. При этом множество реформ, опережающих свое время, отличались непроработанностью. Этот российский монарх хотел дать людям больше прав и свобод, но его жизнь оборвало покушение. Возможно, общество не было готово к этим изменениям, по крайней мере в таком быстром темпе.

Итак, десятое покушение на Александра II лишило его жизни. Оно наложило неизгладимый отпечаток на наследника престола, Александра III и во многом повлияло на его политику. История царевубийства подробно изложена в статье Е.Б. Долгова [6], судебно-медицинские аспекты этого преступления народовольца Игнатия Гриневицкого и его группы – в работе Ю.А. Молина [10]. Страшная смерть отца не могла не повлиять на сына погибшего, а также на его отношение к членам подобных организаций. Император не хотел такой же участи для себя.

В самом начале своего правления Александр III издает манифест «О незыблемости самодержавия», сразу же обозначивший направления внутренней политики нового императора. Такое направление вполне логично, ведь именно из-за либерализма, по мнению Александра III, погиб его отец. В 1881 г. издается чрезвычайный закон о борьбе с революционными движениями. Александр II скончался, пятеро террористов были публично казнены, но множество революционеров продолжало жить и поддерживать существование своих организаций. В 1887 г. ограничивают гласность производства, затем, через два года, ограничивают суд присяжных и ликвидируют мировой суд.

Теперь председатель суда или министр юстиции мог объявить любой судебный процесс закрытым. Является ли это шагом назад? Возможно. Но все же следует учитывать, что не все судебные разбирательства стоит показывать публике, которая рассматривает судебный процесс как развлечение и может помешать процедуре. В рамках реалий XIX века ограничение гласности стало необходимым ограничением для поддержания порядка.

Было ли необходимо ограничение суда присяжных? Популярность революционных движений и группировок делала уязвимой позицию обвинения. Присяжные могли спокойно оправдать террористов, но перестает ли убийца быть убийцей, если он лишил жизни не прохожего на улице, а чиновника? По мнению присяжных, это возможно. Рассмотрим хрестоматийный пример.

«24 января 1878 года молодая женщина, пришедшая на прием к петербургскому градоначальнику Федору Трепову, выстрелила в него из револьвера «бульдог». Пуля попала чиновнику в левый бок, ранение окажется не смертельным...», – пишет В. Эрлихман [12]. Суд присяжных оправдал молодую даму, которой оказалась 28-летняя Вера Засулич. «Присяжные удалились в совещательную комнату, чтобы вынести вердикт по трем вопросам: виновна ли Засулич в покушении на Трепова, хотела ли она при этом лишить его жизни, сделала ли она для этого все, что от нее зависело?» [12]. Посовещавшись, присяжные ответили «невиновна» по всем трем вопросам. Они были оппозиционно настоящими представителями среднего класса. Это объясняет их решение, но не оправдывает. Если оправдали Веру, то можно и других? Если какая-то женщина могла выстрелить в человека и не получить наказания, значит ли это, что все могут так же? Был поколеблен сам принцип неотвратимости наказания, подобные решения суда могли посеять смуту. На мой взгляд, ограничение суда присяжных не было шагом назад, оно было необходимой мерой. Вряд ли отец корил бы сына за такое решение с учетом обстоятельств.

О причине ликвидации мировых судов уже было упомянуто, когда говорилось об их введении Александром II. С учетом народных волнений избираемость любой власти была недопустима, по крайней мере если императору хотелось сохранить престол и жизнь. Если бы Александр III в результате лишился престола, возможно, произошли бы примерно те же политические и экономические потрясения, что и после отречения от престола Николая II.

Итак, суммируя вышеизложенное, следует подчеркнуть, что сам термин «контрреформа» не совсем подходит для преобразований Александра III. Во-первых, важный пункт обеспечения справедливого судопроизводства – состязательность сторон – осталась. Если сравнить количество пунктов, которые были введены в рамках реформы и которые были отменены контрреформой, то мы увидим, что отменено было почти в два раза меньше, чем было введено реформой. Во-вторых, целью было

не устранить все нововведения отца, а скорее сохранить порядок. Судебная контрреформа – это скорее корректировка реформы 1864 года. Изначально Александр II ввел слишком много свобод, к которым общество не было готово, их надо было ограничить, что и сделал Александр III.

### *Литература:*

1. *Ананьин О.Ю.* Значение реформ Александра III с точки зрения современников и правоведов / О.Ю. Ананьин, А.А. Базулина, А.В. Жуланов // Вестник Московского университета МВД России. 2021. № 3. С. 11–13.
2. *Анфалов А.А., Худобородов А.Л.* Влияние судебной реформы 1864 года на модернизацию российского общества второй половины XIX – начала XX веков // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Сер. Социально-гуманитарные науки. 2013. Т. 13. № 1. С. 8–10.
3. *Биюшкина Н.И.* Особенности изучения судебной реформы 1864 г. ее современниками // Электронное приложение к Российскому юридическому журналу. 2014. № 3. С. 5–9.
4. *Воронин И.В.* Сущность политики «Контрреформ» Александра III // Вестник Московского университета МВД России. 2010. № 7. С. 92–94.
5. *Губанов Д.Г.* Причины и результаты контрреформ Александра III / Д.Г. Губанов, Я.И. Чмельянова, Е.Р. Черкасова, А.Н. Пенькова // Ценности и нормы правовой культуры и новой цифровой реальности. Сб. ст. IX Всероссийской научно-практической конференции (Курск, 27 сентября 2019 г.). Курск: Юго-Западный государственный университет. 2019. С. 30–33.
6. *Долгов Е.Б.* Государственный строй не может быть потрясен даже такими несчастьями, как святотатственное цареубийство (1 марта 1881 г. на страницах архивных документов) // Гасырлар авазы – Эхо веков. 2013. № 3/4 С. 104–109.
8. *Краковский К.П.* Судебная контрреформа, «судебная контрреформа» или так называемая судебная контрреформа // Историко-правовые проблемы: новый ракурс. 2018. № 2. С. 2–31.
9. *Мамыкин С.В.* Были ли «контрреформы»? Оценка внутренней политики Александра III современниками и историками // Инновационные аспекты развития науки и техники. 2021. № 6. С. 90–94.

10. *Молин Ю.А.* Судебно-медицинские аспекты убийства Александра II // Проблемы экспертизы в медицине. 2001. Т. 1. № 3. С. 43–45.
11. *Шаруда А.А.* Контрреформы Александра III. Содержание, особенности, итоги / А.А. Шаруда, В.В. Ярмонова, Е.Б. Хабибулина // Инновационная наука. 2021. № 3. С. 67–72.
12. *Эрлихман В.* Вера Засулич и 12 упрямых мужчин // Родина. 2016. № 2. URL: <https://rg.ru/2016/01/28/rodina-zasulich.html> (дата посещения 18.05.2023).

\* \* \*

**Панулина К.В.,**  
кафедра ЮНЕСКО  
«Международное (поликультурное)  
образование и интеграция мигрантов»,  
факультет регионоведения  
и этнокультурного образования,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
panilina2004@mail.ru<sup>31</sup>

## **Эдвардианская эпоха в женской моде начала XX века**

*Аннотация:* Эдвардианская эпоха (Edwardian Age), период правления Эдварда VII (1901–1910) и несколько лет до начала Первой мировой войны, немного теряется на фоне такой громадной Викторианской эпохи. Но тем не менее, этот период оставила после себя огромное наследие, в том числе в истории костюма. Тенденции женской моды Эдвардианской эпохи повлияли на гардероб женщин XX и XXI веков, до сих пор оставаясь эталонным сочетанием элегантности и революционности в одном наряде.

*Ключевые слова:* Эдвардианская эпоха; Поль Пуаре; история костюма; Англия; Лили Элси; история моды; история повседневности.

**Kristina Panulina,**  
UNESCO Chair of International (Multicultural)  
Education and Migrant Integration,  
Department of regional studies  
and ethnocultural education,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
panilina2004@mail.ru

---

<sup>31</sup> Научный руководитель – А.А. Шевцова, доктор исторических наук, профессор кафедры культурологии, заместитель декана факультета регионоведения и этнокультурного образования по научной работе, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.



## The Edwardian Age in women's fashion of the early 20th century

**Abstract:** Edwardian Age, the period of Edward VII's reign (1901-1910) and a few years before the First World War, is a little lost against the backdrop of the huge Victorian era. But nevertheless, this period left a huge legacy, including in the history of costume. Trends in women's fashion Edwardian era influenced the closet of women of XX and XXI centuries, remaining a benchmark combination of elegance and revolutionary in one outfit.

**Keywords:** Edwardian era; Paul Poiret; history of costume; England; Lily Elsie; history of fashion; history of everyday life.

Эдвардианская эпоха (Edwardian Age), период правления Эдварда VII (1901–1910) и несколько лет до начала Первой мировой войны, немного теряется на фоне такой громадной Викторианской эпохи. Но тем не менее, этот период оставила после себя огромное наследие, в том числе в истории костюма. Тенденции английской женской моды Эдвардианской эпохи повлияли на гардероб женщин XX и XXI веков, до сих пор оставаясь эталонным сочетанием элегантности и революционности в одном наряде. Модные тенденции Эдвардианской эпохи могут быть актуальны и сегодня. Как известно, мода циклична. Элегантность, которая присуща красавицам той эпохи, не выйдет из моды никогда.

Эдвардианской эпохе посвящено множество книг, сериалов и фильмов, однако костюмы героинь нередко не соответствуют главным тенденциям эдвардианской моды. Возможно, поэтому представления о ней по большей части ошибочны. Так как же на самом деле выглядел модный гардероб той эпохи? Чтобы ответить на этот вопрос, рассмотрим женские вестиментарные комплексы среднего класса в Великобритании начала XX века, а также примеры нарядов на одной из самых известных модниц той эпохи и попробуем понять, что роднит эдвардианскую моду с современными модными тенденциями.

Смерть королевы Виктории в 1901 г. ознаменовала конец Викторианской эпохи. На престол взошел Эдуарда VII (1901–1910). По сравнению с королевой Викторией, которая предпочитала скромность излишней публичности, новый монарх делал выбор в пользу ярких цветов и интересных костюмов. Женский гардероб в этот период приобретает множество новых черт, репортажные фотографии и картины той эпохи свиде-

тельствуют об этом. Эдуард VII уделял много внимания своему роскошному образу, став законодателем мод [5; 7]. Женщины Эдвардианской эпохи все больше принимали участие в социально-значимых процессах, играли все большую роль в обществе.

Эдвардианская эпоха в моде воспевала естественные женские формы и природную красоту. На смену викторианскому трауру (королева Виктория в основном носила темные наряды в знак скорби о рано потерянном супруге) пришли светлые пастельные тона. Появляется корсет S-силуэта, который придавал женской фигуре форму песочных часов. Эдвардианская эпоха стала последней эпохой, когда корсет являлся обязательной частью гардероба. Отличительная особенность эпохи – пышные рукава на платьях и блузках, которые плотно прилегали к предплечью, сужаясь у манжеты. Такой элемент декора одежды используют и современные дизайнеры.

В Эдвардианскую эпоху дамам среднего и высшего класса было неприлично выходить на улицу без головного убора. Один из вариантов головного убора – шляпка. Сегодня шляпа – модный аксессуар, когда-то она была этикетно необходимым элементом костюма. В рецензии В.В. Устюговой на книгу Клэр Хьюз сделан акцент на истории шляпной моды в начале XX века [6]. Для украшения шляп применялись разнообразные элементы: ленты, бантики, кружева, бахрома, блестки, перья, искусственные жуки и бабочки. Дизайнеры будто бы создавали на голове девушек целую экосистему. Это запечатлел художник Эдмунд Блэр Лейтон в своих картинах «Приятное уединение», «Мой дамский сад», «Последние новости» и его современники [2], а также уличные фотографии той эпохи. Еще один вариант головного убора: «На голову богатые женщины надевали тюрбаны и шапочки с драгоценными камнями и бисером, введенные в моду дизайнером Полем Пуаре» [4].

Источником вдохновения Пуаре было искусство, например, он разработал коллекцию костюмов по мотивам «Русских сезонов» Дягилева в Париже. Модные коллекции Пуаре включали в себя экзотические модели, основанные на ярком прочтении ориентализма. Поль Пуаре спутал женские ноги с помощью узкой юбки, но укоротил прогулочные платья до щиколотки для того, чтобы женщинам было удобней принимать участие в разного рода общественных мероприятиях. Пуаре посвящено множество статей, в которых анализируется его вклад в женскую моду Эдвардианской эпохи [8; 9].

В качестве аксессуара носили боа, накидки из страуса и марабу [4]. Большое внимание уделялось украшениям, носили серьги, кольца, браслеты, бусы, броши. Чем дороже выглядело украшение, тем более высокий статус оно придавало его владелице. Именно поэтому в Эдвардианскую эпоху становится популярной бижутерия. О.В. Береговая [1] отмечает, что в Эдвардианскую в украшениях драгоценные металлы порой заменялись более дешевыми сплавами (платинор и осмиор), серебром и сталью, использовалось дерево, финиковые косточки, бисер. Таким образом, девушки из среднего класса могли почувствовать себя дамами из высшего света, которые носят необычные и уникальные украшения.

Поход в магазин, в театр, на скачки вывел молодых женщин в городское пространство. Улица превратилась в сцену для покупки и демонстрации новинок. Беспокойство о внешности, знакомое современным девушкам, характерно и для Эдвардианской эпохи. Именно тогда появляются фото *street style*. Фотограф, запечатлевший множество модниц тех времен в реальной обстановке, – Эдвард Линли Сэмброн [10] (рис. 1–6).



*Рис. 1. Молодая женщина на Кромвель-роуд.  
Эдвард Линли Сэмброн. 1905. Лондон. Источник: [10]*



*Рис. 2. Продавщица. Эдвард Линли Сэмброн. 1906. Лондон. Источник: [10]*



*Рис. 3. Две женщины, увлеченные беседой на ходу. Эдвард Линли Сэмброн. 1908. Источник: [10]*



*Рис. 4. Три женщины прогуливаются. Эдвард Линли Сэмброн. 1906. Елисейские поля. Источник: [10]*



*Рис. 5. Молодая женщина на фоне омнибусов. Эдвард Линли Сэмброн. Лондон. Источник: [10]*



*Рис. 6. Официально одетая девушка.  
Эдвард Линли Сэмброн. 1906. Источник: [10]*

Говоря о моде Эдвардианской эпохи, невозможно не упомянуть английскую актрису Лиле Элси. Она стала воплощением стиля и женской красоты. Лили Элси можно назвать самой фотографируемой женщиной начала XX века. Корреспондент газеты «Atlanta Constitution» в 1915 г. писал о ней так: «Ее лицо в профиль ближе к образу Венеры Милосской, чем лицо любой другой известной красавицы... Если бы она приехала в Америку, безусловно, она стала бы самой красивой женщиной Америки» [3]. Стилистом Лили Элси была Люсиль (Люси Дафф-Гордон). На фотографиях Лили, тиражируемых, как открытки, можно увидеть роскошный образ – огромные шляпы, длинные юбки, обилие лент, кружев, бисера, драгоценностей. Лили Элси стала буквально девушкой Гибсона Эдвардианской эпохи.



*Рис. 7. Портретная фотография Лили Элси. Фото компании Bassano Ltd. 1900-е. Лондон. Источник: [11]*



*Рис. 8. Мисс Лили Элси в шляпе, украшенной цветами. 1900-е. Источник: [12]*



*Рис. 9. Мисс Лили Элси в винтажном платье. 1900-е. Источник: [12]*



*Рис. 10. Мисс Лили Элси – открытка с ее фотографией. 1900-е. Источник: [12]*





*Рис. 11. Мисс Лили Элси в образе к спектаклю «Веселая вдова». 1900-е. Источник: [3]*



*Рис. 12. Мисс Лили Элси в теплом наряде. 1900-е. Источник: [3]*

Первая мировая война ознаменовала конец Эдвардианской эпохи. Мир погрузился в военную экономику, началась нехватка тканей и кожи. От экстравагантных нарядов женщины вернулись к строгой моде, которую диктовало военное время, но в дальнейшем многие дизайнеры, в том числе и современные, обращались к тенденциям Эдвардианской моды, создавая на их основе свои коллекции. Многие модельеры представляют знаковые силуэты Эдвардианской эпохи. В результате появляются образы, которые были актуальны и в прошлом, и, возможно, будут актуальными и много лет спустя.

Изучая модные тренды 2023 года, можно найти много схожих тенденций с Эдвардианской модой.

Во-первых, дизайнеры сделали акцент на солнечных цветах, от желтого до огненно-оранжевого. Например, новый креативный директор Ferragamo Максимилиан Дэвис обратился к теме востока, создавая градиент из этих цветов. Это очень похоже на те идеи, которые предлагал в своих коллекциях кутюрье начала XX века Поль Пуаре.

Во-вторых, трендом 2023 г. являются разнообразные банты, кружева, драпировка. Они подчеркивают мягкие линии женского силуэта и создают плавные изгибы. Обильный декор этими элементами был трендом Эдвардианской эпохи, и остается актуальным в гардеробе современных девушек. Банты на подиумах мы видим самые разные: смятые, как у Prada, аккуратные, как у Giambattista Valli или Thom Browne, съехавшие набок, как у Acne Studios. Кружевные вставки используют Nensi Dojaka, Dolce&Gabbana, Saint Laurent и многие другие бренды. В 2023 г. дизайнеры буквально одержимы драпировками, одновременно скрывая и подчеркивая изгибы женского тела. Драпируются самые разнообразные материалы – толстый бархат, невесомая органза, шифон, трикотаж.

В-третьих, пышные рукава сейчас можно увидеть на каждом третьем платье. Это та самая характерная черта гардероба девушек Эдвардианской эпохи.

В-четвертых, акцент на естественной красоте, популярной сейчас, впервые появляется именно в начале XX века. Естественные женские формы были популярны и тогда, и сейчас.

Единственное, что редко включается в гардероб современных модниц, но было обязательным в Эдвардианскую эпоху – шляпы.

Таким образом, можно сказать, что современный модный гардероб повторяет некоторые тенденции Эдвардианской моды. Современные девушки не могут одеваться абсолютно так же, как, например, одевалась

Лили Элси, но тем не менее, мы пытаемся сочетать элегантность в своих нарядах с тем, что ведем активный образ жизни: работаем, учимся, ходим в театры, на прогулки, на встречи. Этому нас научили именно модницы Эдвардианской эпохи. Бижутерия сегодня – универсальный аксессуар, а ведь именно англичанки начала XX века показали нам, как без больших затрат подчеркивать свой образ. Полагаю, элементы гардероба Эдвардианской эпохи еще не раз вдохновят дизайнеров будущего.

### *Литература:*

1. *Береговая О.В.* Тиражируемость и креативность в украшениях в костюме XX века // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. № 15. С. 127–141.
2. *Кирюхина Е.М.* Повседневная жизнь женщин и детей в Англии второй половины XIX – начала XX века в работах художников-современников // Известия Саратовского Университета. Новая серия. Сер. История, Международные отношения. 2018. № 2. С. 205–211.
3. Лили Элси – красавица Эдвардианской эпохи // Mylitta.ru. 30.09.2021. URL: <https://mylitta.ru/5000-lily-elsie.html> (дата обращения: 16.05.2023).
4. *Липовая В., Трофимец А.* История развития Британской моды. Выявления знаний о классическом (английском) стиле в одежде и его актуальности для гимназистов. Реферативная работа с элементами исследования // Урок культуры. СПб., 2020–2021. URL: <https://clck.ru/353WPU> (дата обращения: 16.05.2023).
5. Уличный стиль времен Эдвардианской эпохи // Mylitta.ru. 12.12.2018. URL: <https://mylitta.ru/3835-street-style-1900-1910.html> (дата обращения: 16.05.2023).
6. *Устюгова В.В.* Все дело в шляпе, или к истории об ее отмене: книга Клэр Хьюз «Шляпы» // Культурный код. 2022. № 2. С. 151–172.
7. Что нужно знать об эдвардианском стиле в моде // Vogue.ua. 04.08.2020. URL: <https://vogue.ua/ru/article/fashion/tendencii/что-нужно-знать-об-едвардианском-stile-v-mode-39869.html> (дата обращения: 16.05.2023).
8. *Эрнер Г.* Рождение кутюрье // Вестник культурологии. 2011. № 3. С. 230–231.

9. Янишина С.В., Курамшина Ю.В. Мода как отражение действительности (на примере творчества П. Пуаре) // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Социология. Педагогика. Психология. 2014. № 1. С. 243–247.

10. Edwardian Photoblogging // 5-Minute History. URL: <https://fiveminutehistory.com/edwardian-photoblogging/> (accessed: 16.05.2023).

11. Mote-historie / Vintage portraits, Lily Elsie. URL: <https://ru.pinterest.com/pin/132434045276363772/> (accessed: 16.05.2023).

12. Vintage: Portrait of Miss Lily Elsie (1900s and 1910s) // Monovisions – Black & White Photography Magazine. URL: <https://monovisions.com/vintage-portrait-of-miss-lily-elsie-1900s-and-1910s/> (accessed: 16.05.2023).

\* \* \*

**Панченко Е.А.**,  
кафедра музыкально-исполнительского искусства,  
Институт изящных искусств,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
jinny.shiko@gmail.com

**Ермоленко Г.А.**  
доктор философских наук,  
профессор кафедры философии,  
Институт социально-гуманитарного образования  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия  
ga.ermolenko@mpgu.su

## **Социальные сети как эстетическая среда современного мифотворчества**

***Аннотация:*** в статье рассматриваются современные социальные сети как эстетическая среда современного мифотворчества, роль и возможности влияния данного канала коммуникации как средства воздействия на широкую аудиторию, особенности мифотворчества в социальных сетях.

***Ключевые слова:*** социальное мифотворчество; эстетическая среда; социальные сети; средства массовой коммуникации.

**Evgeniya Panchenko,**  
Musical and Performing Arts Department,  
Institute of Fine Arts,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
jinny.shiko@gmail.com

**Galina Yermolenko,**  
Doctor of Philosophy,  
Professor at the Philosophy Department,  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
pm\_zinoveva@student.mpgu.edu

## **Social networks as an aesthetic environment of modern myth-making**

**Abstract:** the article examines modern social networks as an aesthetic medium of contemporary myth-making, the role and possibilities of the impact of this channel of communication as a means of influencing the general audience, the features of myth-making in social networks.

**Keywords:** social myth-making; aesthetic environment; social networks; mass communication.

В современном обществе социальные сети занимают особое место в нашей жизни. Их влияние на наше мышление и поведение становится все более явным. Мифотворчество, как один из важнейших элементов культуры, также находит свое отражение в социальных сетях. Однако, в отличие от классических мифов, целью мифов в социальных сетях является не только создание и передача определенных убеждений, но и формирование эстетической среды.

В древние времена с помощью мифотворчества объяснялась природа непостижимых из-за отсутствия знаний человеку вещей. Мифы являются частью культурного наследия и могут передаваться из поколения в поколение. Они также могут служить для формирования и поддержания определенных ценностей и убеждений в обществе.

В настоящее время человек стал непостижим сам для себя. Пребывающий в тотальном изобилии информации, человек ищет объяснений, жаждет простых ответов на свои вопросы, пошаговых инструкций и поучительных историй.

Так, например, Р. Барт определяет миф как «произведение, в котором сообщается что-то возвышенное и священное, что-то, что должно быть признано за авторитетное, уникальное и правдивое» [1, с. 73]. В то

же время миф не может быть полностью объяснен или доказан научным путем, и это делает его особенным.

Одним из ключевых моментов в определении мифа А.Ф. Лосев считает его функцию. Как утверждает автор, миф выполняет не только объяснительную функцию, но и культурно-нормативную, образцовую и экзистенциальную функции [8, с. 35]. Это значит, что мифические образы и символы служат не только для того, чтобы объяснить какой-то аспект жизни, но и для того, чтобы передать определенные нормы поведения, выразить культурные ценности и помочь человеку осознать свое место в мире.

Мифы, будучи частью культурного наследия, могут влиять на эстетическую среду общества. Эстетическая среда – это окружающая среда, которая формирует эстетические впечатления и ощущения у людей. Это может включать в себя архитектуру, дизайн, изобразительное искусство, музыку, литературу и другие формы искусства. Эстетическая среда также может быть связана с определенной культурой или общественными тенденциями.

Таким образом, социальные сети как эстетическая среда современного мифотворчества – это идея о том, что социальные сети могут использоваться для формирования и распространения мифов и легенд в современном обществе. Социальные сети играют все более важную роль в формировании общественного мнения. Многие мифы и легенды могут появляться и распространяться именно через социальные сети.

Социальные сети являются одним из основных каналов распространения информации, так как многие мифы могут быть созданы и распространены именно через них. Это может происходить через различные формы контента, такие как мемы, вирусные видео и изображения, которые, обретая популярность, распространяются в интернете. Благодаря своей широкой аудитории и возможности легко и быстро распространять информацию, социальные сети становятся эффективным инструментом для создания и распространения мифов в современном обществе.

К. Леви-Стросс определяет «целью мифа передачу и закрепление основных ценностей и норм поведения в обществе» [7, с. 379]. Однако, в социальных сетях мифы имеют целью не только формирование определенных убеждений, но и эстетическую привлекательность.

Для разрешения этого противоречия необходимо проанализировать, какие функции выполняют мифы в социальных сетях и как они связаны с эстетической привлекательностью.

С одной стороны, мифы в социальных сетях выполняют функцию формирования определенных убеждений и ценностей у пользователей. Это может происходить через передачу информации о новых тенденциях в моде, красоте, здоровом образе жизни и т. д. При этом мифы в социальных сетях, как и классические мифы, могут служить средством укрепления социальной идентичности и создания чувства принадлежности к определенной группе.

С другой стороны, мифы в социальных сетях выполняют функцию эстетической привлекательности. Это связано с тем, что в социальных сетях пользователи не только получают информацию, но и выражают себя через создание и распространение определенного контента, фотографий и видео. Эти материалы должны быть привлекательными и соответствовать определенным эстетическим стандартам, чтобы получить внимание и лайки от других пользователей.

Для разрешения противоречия между функциями мифов в социальных сетях и их целью необходимо понимать, что эстетическая привлекательность является неотъемлемой частью социальных медиа и важным средством формирования социальной идентичности и ценностей. Целью мифов в социальных сетях является не только передача определенных убеждений, но и создание эстетической среды, которая помогает укреплять социальные связи и формировать определенные нормы поведения и ценности в обществе.

Таким образом, для разрешения противоречия необходимо понимать, что эстетическая привлекательность и передача определенных убеждений являются взаимосвязанными и взаимообусловленными функциями мифов в социальных сетях. Они не противоречат друг другу, а являются двумя аспектами одного процесса формирования социальной идентичности и ценностей. Через эстетически привлекательные материалы пользователи выражают свои убеждения и ценности, формируют свою социальную идентичность и укрепляют свои связи с другими пользователями. В то же время, передача определенных убеждений и ценностей в форме мифов помогает усиливать эстетическую привлекательность материалов и формировать определенные эстетические стандарты и тенденции в обществе.

Противоречия современного человека, по моему мнению, обуславливают то, что он продолжает отчаянно ждать, впитывать новые мифы. Мифы выступают в качестве социально-психологического инструмента



нивелирования для индивидов и групп в периоды критических жизненных ситуаций. Социальный миф презентует особый тип рациональности. Как отмечает Г.А. Ермоленко, «Проблематизация разума в философии XX в. вызвана активным обсуждением семантической неоднозначности понятия «рациональность». Начало этой дискуссии положили исследования мышления во второй половине XIX в. этнологами, лингвистами, психологами» [3, с. 11].

Это подтверждается многими авторами, включая французского философа К. Леви-Стросса. Он утверждает, что «миф является основой культуры и обеспечивает ее непрерывность, создавая психологический комфорт у людей» [7, с. 249–253]. Мифы помогают человеку понимать мир и относиться к нему, а также они служат способом передачи знаний, ценностей и идеалов из поколения в поколение.

Также этот тезис подкреплен концепцией американского философа Дж. Кэмпбелла, который утверждает, что «мифы помогают человеку справиться с эмоциональными трудностями, такими как потеря близких, развод или измена, и помогают ему найти свою цель в жизни» [6, с. 40].

Однако, есть и авторы, которые высказывают иное. Например, французский философ Ж.-П. Сартр утверждает, что «мифы являются ложным сознанием и препятствуют свободе человека» [10, с. 391–397]. Он считает, что мифы создаются для управления людьми и поддержания социальной иерархии.

Таким образом, можно сделать вывод, что мифы играют важную роль в жизни современного человека, они помогают ему справляться с трудностями и находить свою цель в жизни. Однако, необходимо помнить, что мифы могут быть как полезными, так и вредными, и необходимо анализировать их влияние на человека и общество в целом.

Социальные сети, в свою очередь, являются новой формой мифотворчества в современном мире. Они предоставляют пользователю возможность создавать свой собственный миф, который может стать популярным и распространяться в масштабах всего интернета. Однако, это также может привести к появлению мифов, которые могут быть опасными для людей и общества, таких как фейковые новости, псевдонаучные теории, идеологические экстремизмы и прочее.

Таким образом, социальные сети могут являться как эстетической средой для новых мифов, так и источником опасных мифов. Поэтому важно научиться различать правдивые и ложные мифы, чтобы использовать их сознательно и в благо человечества.

С появлением интернета скорость распространения информации можно назвать молниеносной, а основным ее источником является маленький гаджет – мобильный телефон. По сути, человек носит в своем кармане источник бесконечного информационного потока и получает новую порцию данных каждый раз, когда включает экран мобильного телефона. Желание человека делиться своими мыслями, получать признание и одобрение общества, быть на связи, а также знать подробности приватной жизни других индивидов обуславливают популярность социальных сетей.

Для изучения роли социальных сетей в современной жизни человека можно обратиться к данным, предоставляемым ведущими аналитическими агентствами. Эти данные помогают оценить масштаб и влияние социальных сетей на нашу культуру и общественную жизнь.

По данным агентства «Brand Analytics», которое осуществляет ежегодное исследование активной аудитории социальных сетей, форумов, блогов и других платформ, в 2022 году суммарное количество авторов в социальных сетях составило более 62, 2 млн человек [11].

Массовому росту активных авторов способствовала пандемия в 2020 году. Интересно, что в 2022 г. в России с запретом некоторых зарубежных платформ, число активных авторов снизилось в очень незначительном количестве (всего на 6%), а объем создаваемого контента увеличился на 36% по сравнению с аналогичным периодом в 2021 году.

Исходя из приведенных выше данных, потребность присутствия в социальных сетях в качестве автора, читателя, пользователя у современного человека продолжает расти.

Все это превращает социальные сети в глобальную платформу современного мифотворчества. Аналитическая психология доказывает зависимость поведения человека от мифологических образов на подсознательном уровне, что делает социальный миф одним из главных инструментов манипуляции массовым сознанием. Особый вклад в исследования социального мифотворчества вносят философы-экзистенциалисты. Г.А. Ермоленко и С.Б. Кожевников отмечают: «Экзистенциальная философия принадлежит к той традиции размышлений, в которой диагностируется кризисный модус человеческого существования, где философский поиск направлен на формирование способности человека осознавать себя свободным и разумным, бытийствующим в условиях драматической непредсказуемости человеческой судьбы» [4, с. 32].

В чем же заключена феноменальная сила влияния социальных сетей и чем они отличаются от масс-медиа? Почему социальные сети могут быть рассмотрены как эстетическая среда современного мифотворчества? Феноменальная сила влияния социальных сетей заключается в том, что они позволяют людям легко и быстро обмениваться информацией, мнениями и идеями с другими людьми по всему миру. Они обеспечивают быстрое распространение новостей, трендов и взглядов на жизнь, что делает их одним из самых влиятельных средств коммуникации в современном мире.

Существует множество теорий различных авторов относительно того, как социальные сети влияют на мифотворчество современного общества. Одни исследователи массовой культуры и медиа считают, что социальные сети усиливают феномен мифотворчества, поскольку они предоставляют пользователям возможность создавать и распространять новые мифы с помощью медиаконтента [5, с. 14].

Другие авторы, наоборот, считают, что социальные сети способствуют уменьшению мифотворчества, поскольку они предоставляют пользователям доступ к более широкому кругу информации и различным точкам зрения, происходит переход от пассивного потребления информации к активному участию в ее создании [5, с. 103]. Они утверждают, что пользователи социальных сетей могут более осознанно относиться к мифам и различать правдивые от ложных.

Однако, несмотря на различные точки зрения, все авторы сходятся в том, что социальные сети играют важную роль в современном мифотворчестве и являются значимой эстетической средой для создания и распространения мифов. Можно согласиться с оценкой условий производства культурных продуктов, данной Г.А. Ермоленко и С.Б. Кожевниковым: «Сегодня происходит осмысление нового социального опыта, возникшего в результате переструктурирования системы ценностей, основанных на экономической мотивации субъекта, в пользу гибких поведенческих стратегий, актуализирующих креативный потенциал человека, его способность к быстрой смене видов деятельности и сфер приложения своих социальных навыков» [2, 94]. Поэтому важно научиться критически оценивать информацию, которую мы получаем из социальных сетей, сфокусировать внимание на нашей способности к рациональному и критическому мышлению в процессе взаимодействия с социальными сетями.

В этом контексте могут быть полезными такие навыки, как анализ источников, проверка фактов и использование различных методов фактического исследования.

Кроме того, важно понимать, что социальные сети отличаются от масс-медиа тем, что они предоставляют возможность мгновенной обратной связи и взаимодействия между пользователями. Это означает, что влияние социальных сетей на мифотворчество не ограничивается однонаправленной передачей информации, как в случае с традиционными масс-медиа, но включает в себя взаимодействие между людьми, обмен мнениями, обсуждение и дальнейшее развитие идей.

Эффект моментальной обратной связи может стать источником сильного социального волнения и вызвать широкий резонанс в обществе, вовлекая в дискуссию не только небольшую группу людей, но и многотысячные сообщества, которые могут свободно общаться в онлайн-пространстве. Этот резонанс может иметь как положительный эффект, связанный с распространением новости в положительном контексте, так и отрицательный эффект, когда личности или бренды становятся предметом отрицательного внимания в информационном пространстве.

Еще одной интересной разницей между масс-медиа и социальными сетями являются способы воздействия на каналы восприятия человека, посредством коммуникации удобным для него способом. Эта разница раскрывает особенность социальных сетей как эстетической среды мифотворчества. Масс-медиа и социальные сети представляют различные способы коммуникации с аудиторией. В то время как масс-медиа осуществляют коммуникацию в едином направлении, в социальных сетях коммуникация происходит во всех направлениях, что позволяет пользователю самому выбирать способ коммуникации и контролировать информацию. Кроме того, социальные сети предоставляют широкие возможности для визуального и графического представления информации, что позволяет создавать более эмоционально насыщенный контент и увеличивает вероятность, что информация останется в памяти пользователя на больший период времени.

Таким образом, социальные сети представляют не только удобный способ коммуникации с аудиторией (табл. 1), но и эстетическую среду мифотворчества, позволяя создавать и распространять мифы с использованием более эмоционально насыщенных средств выражения. Это может

способствовать более глубокому воздействию на каналы восприятия человека и повышению вероятности того, что мифы будут запомнены и повторно переданы.

Можно сделать выводы, что социальные сети представляют собой благоприятную эстетическую среду для мифотворчества, так как они предоставляют возможность персонализации мифов по предпочтительному каналу восприятия.

Во-первых, социальные сети представляют собой площадку, где каждый пользователь может выражать свои личные предпочтения и интересы. Благодаря этому социальные сети предоставляют возможность создания мифов, которые были бы близки именно конкретному пользователю. Например, пользователь, увлекающийся фотографией, может создать миф о том, что красивые фотографии могут изменить мир к лучшему. Таким образом, социальные сети предоставляют персонализированный подход к мифотворчеству.

Во-вторых, социальные сети позволяют получать моментальную обратную связь. Пользователи могут оценивать, комментировать и распространять мифы, что способствует их быстрому распространению и популяризации. Это является одним из главных отличий социальных сетей от масс-медиа.

В-третьих, социальные сети – это эстетическая среда, так как в них пользователи могут выражать свои личные предпочтения в визуальном и текстовом форматах. Это создает условия для создания эстетически привлекательных мифов, которые легче принимаются и запоминаются.

Таким образом, можно сделать выводы, что социальные сети являются благоприятной эстетической средой для мифотворчества, так как они предоставляют возможность персонализации мифов, моментальной обратной связи и создания эстетически привлекательных мифов.

*Табл. 1. Способы воздействия на каналы восприятия человека*

<b>СМК</b>	<b>Способ передачи информации</b>	<b>Возможность выбора способа получения информации субъектом</b>
Телевидение	Аудио-визуальный	Присутствует частично
Радио	Аудиальный	Отсутствует
Социальные сети	Визуальный, аудиальный, дигитальный	Присутствует в полном объеме

### *Литература:*

1. *Барт Р.* Избранные работы: Семиотика. Поэтика. Миф сегодня. М.: Прогресс, Универс, 1994. С. 72–130.
2. *Ермоленко Г.А., Кожевников С.Б.* Арт-практики массовой культуры: функционализм, минимализм, сетевые коммуникации // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2014. № 5 (61). С. 93–98.
3. *Ермоленко Г.А.* Методология философского познания: проблемы и перспективы. Краснодар: Кубанский государственный университет, 2004. 153 с.
4. История философии науки: учебно-методическое пособие / Б.Н. Бессонов, И.А. Бирич, В.А. Волобуев и др. М.: Книгодел, 2020. 140 с.
5. Культура сетевых коммуникаций цифрового поколения: ресоциализация отношений и доместикация социальных медиа (сб. материалов исследования) / науч. ред. А.П. Глухов. Томск: Томский гос. ун-т, 2018. 120 с.
6. *Кэмпбелл. Д.* Пути к блаженству: мифология и трансформация личности; пер. с англ. М.: Открытый мир, 2006. С. 39–52.
7. *Леви-Стросс К.* Мифологии: от меда к пеплу; пер. с фр. М.: Флюид, 2007. 441 с.
8. *Лосев А.Ф.* Диалектика мифа. М.: Правда, 1990. 429 с.
9. *Найдыш В.М.* Мифология: учебное пособие. М.: Кнорус, 2010. 432 с.
10. *Сартр Ж.-П.* Бытие и ничто. Опыт феноменологической онтологии. М.: АСТ; Астрель, 2012. 925 с.
11. *Черный В.* Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2022 // Brand analytics. 16.11.2022. URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2022/> (дата обращения: 15.04.2023).

\* \* \*

**Поздеев А.О.,**  
кафедра географии и регионоведения,  
Институт наук о Земле,  
Оренбургский государственный университет;  
г. Оренбург, Россия,  
shuramaestro@yandex.ru<sup>32</sup>

**Стрелец А.В.,**  
Государственное автономное профессиональное  
образовательное учреждение  
«Оренбургский учетно-финансовый техникум»;  
г. Оренбург, Россия,  
strelets.nastasya@mail.ru

## **Роль физико-географической характеристики в формировании туристско-рекреационной привлекательности Ермекеевского района Республики Башкортостан**

***Аннотация:*** в статье дается физико-географическая характеристика Ермекеевского района Республики Башкортостан, играющая немаловажную роль при формировании туристско-рекреационной привлекательности территории.

***Ключевые слова:*** физико-географическая характеристика; физико-географическое районирование; туристско-рекреационная привлекательность; Ермекеевский район.

**Aleksandr Pozdeev,**  
Department of Geography and Regional Studies,  
Institute of Earth Sciences,  
Orenburg State University;  
Orenburg, Russia,  
shuramaestro@yandex.ru

---

<sup>32</sup> Научный руководитель – Н.Б. Самойлова, Директор Центра развития открытого образования МПГУ, старший преподаватель кафедры культурологии, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

**Anastasia Strelets,**  
State Autonomous Professional  
Educational Institution,  
Orenburg Accounting and Finance Technical School;  
Orenburg, Russia,  
strelets.nastasya@mail.ru

## **The role of physiographic characterization in the formation of tourism and recreation attractiveness of Yermekyevsky district Republic of Bashkortostan**

**Abstract:** the article gives a physical and geographical characteristic of Ermekeyevsky district of the Republic of Bashkortostan, which plays an important role in the formation of tourist and recreational attractiveness of the territory.

**Keywords:** physical and geographical characteristics; physical geographic zoning; tourist and recreational attractiveness; Ermekeyevsky district.

Физико-географическая характеристика территории является неотъемлемой частью географических исследований и отражает следующие аспекты: географическое положение территории, природные зоны, геологическое строение, рельеф, климат, природные воды, почвенный покров, животный и растительный мир, а также деятельность человека и его влияние на территорию.

План физико-географической характеристики состоит из следующих пунктов: географическое положение; геологическое строение и рельеф; климат; внутренние воды; почвы; растительный и животный мир; деятельность человека и его воздействие на территорию. При формировании туристско-рекреационной привлекательности, зачастую, именно физико-географические факторы оказывают решающее влияние.

*Географическое положение.* Ермекеевский район – муниципальный район, входящий в состав Республики Башкортостан. Состоит из 13 сельсоветов и 51 населенного пункта (села и деревни). Административный центр – село Ермекеево, численность населения которого составляет 3937 человек.

Район расположен в западной части республики на Бугульминско-Белебеевской возвышенности, на западе граничит с Оренбургской областью и Республикой Татарстан, на севере – с Туймазинским, на востоке –



с Белебеевским и на юге – с Бижбулякским районами Башкортостана. Площадь Ермекеевского района составляет 1438 км<sup>2</sup>, протяженность с севера на юг – 68 км, а с запада на восток – 24 км.

Район входит в пределы Предуральской степной подзоны и отличается от других сильной остепненностью.

*Геологическое строение и рельеф.* В основании Ермекеевского района лежит Русская платформа, являющаяся осадочным чехлом древних платформ. На территории Башкирии Русская платформа представлена сводами (Татарский и Пермско-Башкирский), краевыми зонами (Татарского и Башкирского свода) и погруженными зонами. Практически вся территория района находится в краевой зоне Татарского свода, кроме южной оконечности, относящейся к погруженной зоне.

Ермекеевский район сложен отложениями палеозойской группы. Здесь четко выражено два яруса пермской системы: татарский (песчаники, алевролиты, глины, конгломераты, мергели) и казанский (песчаники, глины, мергели, известняки, доломиты).

Согласно геоморфологическому районированию Республики Башкортостан, Ермекеевский район расположен в центральной части Белебеевской платообразной возвышенности с преобладанием высот от 100 до 500 м. (чаще всего от 200 до 300 м.). Для Ермекеевской земли, как и Белебеевской возвышенности в целом характерен денудационный равнинный тип рельефа. Территория района глубоко расчленена овражно-балочной сетью.

В северных, южных и западных территориях Ермекеевского района распространен карбонатный (преимущественно открытый) карст. Данные участки входят в состав Волго-Уральской (Приуральской) карстовой провинции Русской платформы (область карбонатного (участками сульфатного карста) Татарского свода).

*Климат.* Ермекеевский район находится в умеренном климатическом поясе в области умеренно континентального климата смешанных лесов и лесостепей с достаточным увлажнением. Средняя температура января составляет –14,5°С, июля +19°С. Абсолютная максимальная температура воздуха +39°С, а минимальная –45°С. Среднее годовое количество осадков варьируется от 500 до 600 мм в год. Наибольшее их количество выпадает летом – 350–400 мм, на зимний период приходится 100–150 мм [1]. С апреля по октябрь, согласно многолетним наблюдениям, для территории характерны северные, а с ноября по март – южные ветра. В течение года же преобладает юго-западный ветер.

*Внутренние воды.* Главной рекой района является р. Ик, протекающая по территории Башкортостана, Татарстана и Оренбургской области. Ик – левый приток Камы. Именно р. Ик и ее притоки, к которым относятся Кармалка, Кидаш, Купченей, Курятмас, Ря, Стивинзя, Сули, Тавашла, Талдыбулак, Тарказы, Татарские Сулли и Шарлама, образуют гидрографическую сеть Ермекеевского района [1]. Кроме рек, в районе имеются небольшие озера: Атам-Куль, Кара-Куль, Ташлы-Куль, Зингереевское и другие, а также Ермекеевское водохранилище [2].

*Почвы.* Почвы района представлены черноземами, преимущественно типичными карбонатными и типичными, также встречаются выщелоченные типичные и типичные остаточно-карбонатные. Типичные черноземы – почвы, в которых наиболее ярко выражены характерные свойства черноземных почв. Отличаются высоким естественным плодородием и формируются под богатыми разнотравно-злаковыми луговыми степями в условиях семиаридного климата на рыхлых, обычно карбонатных, чаще всего суглино-глинистых отложениях разного генезиса [3]. Высокое плодородие позволяет использовать их для выращивания высокоценных зерновых, технических и масляных культур. На сегодняшний день большая часть земель с типичными черноземами распахана, естественная растительность сохранилась небольшими участками в заповедных территориях. Типичные карбонатные – черноземы, вскипающие с поверхности и содержащие значительное количество карбонатов по всему профилю. Типичные остаточно-карбонатные почвы являются наиболее распространенными почвами хозяйства, насыщены углекислым кальцием и магнием. Используются в пашне и под пастбища.

Выщелоченные черноземы встречаются в северных районах лесостепной зоны, формируются на рыхлых обычно карбонатных отложениях разного генезиса под злаково-разнотравными остепненными лугами или разреженными лиственными лесами паркового типа. Черноземы являются наиболее плодородными почвами земледельческих районов. Стоит отметить, что доля сельскохозяйственных угодий в общей земельной площади составляет 60–80%.

*Растительный и животный мир.* Ермекеевская земля расположена в Предуральской степной подзоне в районе Белебеевской платообразной возвышенности и Общего Сырта. В силу того, что большую часть района (около 80%) занимают сельскохозяйственные земли на месте луговых восточноевропейских степей и остепненных лугов, растительность

представлена «оазисами» из березовых и осиновых лесов на месте широколиственных лесов и широколиственных лесов из липы, клена и дуба.

На юге произрастает эндемичное растение смолевка башкирская. Представляет собой травянистое двулетнее растение до 50 см высотой с ветвистым стеблем у основания. Характерным ареалом произрастания является юго-восток европейской части России, Средний и Южный Урал.

Животный мир представлен степными представителями, включает в себя 25 видов млекопитающих, 60 видов птиц, 6 видов пресмыкающихся, 7 видов земноводных и 23 вида рыб.

*Хозяйственная деятельность.* Еремеевский район специализируется прежде всего на сельском хозяйстве, площадь сельхоз угодий составляет 23245 га. Посевы озимой пшеницы занимают 5602 га, яровой пшеницы 2135 га, ярового ячменя 1726 га, сахарной свеклы 360 га, подсолнечника 1878 га, картофеля 10 га, кукурузы на силос 200 га, овощей 3 га [4]. На сегодняшний день в муниципалитете зарегистрированы и действуют 12 сельхозпредприятий (2 крупных и 10 малых) и 51 крестьянско-фермерское хозяйство. Самым известным сельскохозяйственным производителем является ООО «Северная Нива Башкирия». Согласно последним данным, предприятие насчитывает 5476 голов КРС, из них: 2763 – фуражные коровы, 2369 – дойные.

В районе отсутствуют предприятия топливно-энергетической промышленности, химической, нефтехимической, и микробиологической промышленности, машиностроения и металлообработки, лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной, легкой, пищевой.

Приведенная физико-географическая характеристика позволяет нам сделать вывод, что район обладает благоприятными физико-географическими факторами и имеет значительный туристско-рекреационный потенциал. Мы считаем, что на основе перечисленных факторов район может развивать экологический, аграрный, этнокультурный туризм и некоторые виды спортивного туризма.

### ***Литература:***

1. Башкирская энциклопедия. Еремеевский район. URL: <http://bashenc.online/ru/articles/83120> (дата обращения: 05.08.2022).
2. Муниципальный район Еремеевский район Республики Башкортостан. URL: <https://ermekeevo.bashkortostan.ru/district/> (дата обращения: 10.08.2022).

3. Национальный атлас почв Российской Федерации. URL: <https://soil-db.ru/soilatlas> (дата обращения: 06.08.2022).

4. Посевная площадь сельхоз угодий в Башкортостане // Сельхозпортал. URL: <https://clck.ru/353ZQG> (дата обращения: 08.08.2022).

\* \* \*

**Попова Е.М.,**  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
lizaapp15@gmail.com

## **Мода как инструмент социокультурной коммуникации**

**Аннотация:** автор анализирует моду и антимоду как инструмент социальной коммуникации. С помощью моды индивид может продемонстрировать принадлежность или противопоставление определенной группе или течению.

**Ключевые слова:** мода; социокультурная коммуникация; значение одежды; символизм одежды; одежда как знак.

**Elizaveta Popova,**  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical  
State University;  
Moscow, Russia,  
lizaapp15@gmail.com

## **Fashion as a tool of socio-cultural communication**

**Abstract:** the author analyzes fashion and anti-fashion as a tool of social communication. With the help of fashion, an individual can demonstrate belonging or opposition to a certain group or movement.

**Keywords:** fashion; social and cultural communication; meaning of clothes; symbolism of clothes; clothes as a sign.

Постепенно развитие социума и культуры привело к появлению новых инструментов социокультурной коммуникации, одним из них стала мода. Много веков это направление интересует общество, однако, лишь относительно недавно мода стала массовой, что предоставило возможность использовать этот инструмент всем и каждому, а не лишь определенным классам, как это было ранее.

Мода демонстрирует многие характеристики человека для других групп и членов его группы. Это социальный статус, убеждения, мировоззрение и т. д. С помощью элементов одежды индивид применяет разные социально-психологические механизмы, например подражание, внушение, убеждение. Достаточно часто мода транслирует не подражание, а, наоборот, противопоставление, что тоже указывает на социокультурную коммуникацию. Яркие примеры здесь появились еще в XVII в.: достаточно вспомнить специфические костюмы англичан и пуритан, что демонстрировало их противопоставление. Люди в группе одеваются приблизительно одинаково для самоопределения и отделения от всех остальных. Они идентифицируют себя с конкретным движением.

Отметим, что именно идентификация, являющаяся социально-психологическим механизмом общения, позволяющий обособиться или уподобиться группе, сделала моду инструментом социокультурной коммуникации [4]. Антимода – ношение специфической одежды, демонстрирующей несогласие с политикой власти, стала распространенным явлением с середины XX века, во времена, когда она начала становиться массовой для большего числа граждан развитых сейчас стран. Это, например, молодежные субкультуры Америки и Франции 1940-х гг. (зутиз, зазу), байкеры и битники 1950-х, хиппи 1970-х и так далее. Рассматривая моду этих субкультур, становится очевидно, что лица, причисляющие себя к определенному течению, пытаются соответствующе одеваться, происходит социальная идентификация. При этом некоторые элементы одежды могут быть похожими, но в целом образ типичного представителя субкультуры является отдельным течением в моде.

Антимода может, либо трансформироваться, либо просто значительно повлиять на массовую моду. Одним из примеров могут служить джинсы, которые с 1950-х гг. стали популярны во многих странах несмотря на то, что это был атрибут хиппи и иных субкультур [3]. В результате данный элемент одежды перестает быть инструментом определенной социокультурной коммуникации, которая указывает на причисление лица к субкультуре хиппи, теперь это просто знак, что человек знает предпочтения людей в массовой моде и согласен с ними.

В целом многие элементы моды постепенно переходят в массовую моду, распространяясь на многих членов общества [1]. Так, например, агрессивные аксессуары панков достаточно давно стали обыкновенными украшениями, особенно если они используются без иных элементов одежды панков. У хиппи было стремление к индивидуализации одежды

и в целом облика, это означало противопоставление буржуазии, которая традиционно одевалась однообразно, практически в униформу. Постепенно это тоже стало частью массовой моды.

Важно отметить, что уже давно мода стала инструментом социокультурной коммуникации, так как она дает человеку типовые образы при любой его позиции [5]. Так, каждая субкультура имеет свой идеальный образ, например хиппи. Все это уничтожает индивидуальность, однако психологически защищает человека: выбирая типовой образ, он точно знает, что его верно воспримут в обществе, именно так, как он желает. Более того, ему не требуется самостоятельно подбирать гардероб.

Необходимо указать на то, что мода является ритуальным инструментом, что доказал К. Лоренц. Согласно его точке зрения, в любой культурный период существовала определенная мода, она была гарантией сохранения культуры времени [2]. Более того, во многие периоды мода в культуре была достаточно жесткой, так как ее функция – передача и демонстрация традиций. Так, буржуазия всегда отличалась одеждой от других людей. Буржуазная мода формировала определенную культуру в одежде, которая передавалась десятилетиями, часто была неизменной до прихода определенного лица. Так, например, Петр Великий внес значительные изменения в буржуазную моду в России, попытавшись привить европейские черты в нашей стране. Он пытался насильно интегрировать новую социокультурную коммуникацию, сообщая таким образом, что Россия – часть Европы и не отстает от западных стран.

Таким образом, все продемонстрированные аспекты доказывают – мода действительно уже несколько веков является инструментом социокультурной коммуникации. Важно понимать, что каждый элемент одежды может быть воспринят как сигнал для другого человека. Он может отобразить причастность или наоборот противопоставление определенным ценностям и течениям. Важно распространять сведения об элементах одежды, дающих определенную информацию о принадлежности к той или иной группе, иначе граждане, не зная этого, могут случайно передать ложный сигнал окружающим.

### ***Литература:***

1. *Васильева Ж.В.* Мода в цифровом пространстве культуры // Искусство моды в условиях трансформации художественного образова-

ния: актуальные тенденции и тренды: сб. научно-практ. мат. по мат. Всерос. научно-практ. конф. (Москва, 15 октября 2020 г.). М.: Ин-т художественного образования и культурологии РАО, 2021. С. 95–102.

2. *Золотова Т.Н.* Современная праздничная культура России: сохранение русских традиций, конструирование новых символов и смыслов // Этнография Алтая и сопредельных территорий. 2020. № 10. С. 160–171.

3. *Козлов С.А.* Современная мода Италии как уникальный социокультурный феномен // Вестник культурологии. 2021. № 4(99). С. 201–215.

4. *Махиня Е.В., Яковлева Л.Е.* Одежда как социокультурный код и артефакт // Слово. Текст. Источник: Методология современного гуманитарного исследования: Мат. Междунар. науч. конф. (Москва, 02–03 декабря 2020 г.). М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2020. С. 296–305.

5. *Светличная И.В.* Внешний образа человека как инструментарий профессиональной социализации студентов // Сервис plus. 2020. Т. 14. № 4. С. 104–114.

\* \* \*



**Самойлова Е.В.,**  
факультет начального образования,  
Институт детства,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
spiro-spero@bk.ru

## **Тайны российской культуры и истории через призму мультипликации**

*Аннотация:* статья посвящена изучению уровня этнокультурной компетентности детей и молодежи, его повышению в процессе изучения культуры и истории народов России через создание короткометражных мультипликационных фильмов. Приводятся результаты исследовательской работы, направленной на определение уровня этнокультурной компетентности представителей данных возрастных категорий, проживающих на территории Ермекеевского района Республики Башкортостан.

*Ключевые слова:* Башкортостан; дети; молодежь; мультипликация; этнокультурная компетентность.

**Elizaveta Samoylova,**  
Department of Theory and  
Practice of Primary Education,  
Institute of Childhood,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
spiro-spero@bk.ru

## **Secrets of our culture and history through the prism of animation**

*Abstract:* the article analyses the study of the level of ethnocultural competence of children and young people, its improvement in the process of studying the culture and history of the peoples of Russia through the creation of short animated films. It presents the results of the research work aimed at determining the level of ethnocultural competence of the representatives of these age categories living in the territory of Ermekeyevsky district of the Republic of Bashkortostan.

*Keywords:* Bashkortostan; children; youth; animation; ethnocultural competence.

Насколько хорошо Вы знаете родной край и свою страну, их историю и культуру? Что такое культура страны, края, народа, человека и нужно ли ее изучать?

Анализируя историю термина «культура», можно предположить, что нет более многогранного и широкого понятия, так как оно вбирает свыше пятисот различных определений, десятки способов и концепций ее изучения. Таким образом, одно слово – это разнообразный мир явлений и смыслов, которые в индивидуальной степени наполняют человека. «Культура (от лат. *cultura* – возделывание, воспитание, образование, развитие, почитание) – совокупность материальных и духовных ценностей, выражающая определенный уровень исторического развития данного общества и человека» [3, с. 126].

Каждый народ имеет свою культуру – свои традиции, моральные нормы и установки, а иногда и стереотипы, которые формируются на протяжении веков под воздействием природной среды обитания конкретного региона и социальных факторов. Но национальную культуру нельзя назвать изолированной из-за территориальных границ, наоборот, ее формирование и развитие неразрывно связано с располагающимися рядом этносами, их взаимодействием. Для гармоничного развития страны и непосредственно человека необходимо непрерывное исследование культуры не только своего народа, но и этносов, людей, живущих даже в самых отдаленных уголках страны. Тем более, Россия – страна, на территории которой проживает более 190 народов, в том числе коренные малочисленные этносы, что делает ее культуру богатой и одной из самых многообразных в мире.

В рамках Всероссийского молодежного слета Русского географического общества в Республике Башкортостан «Россия – единство в многообразии» была проведено исследование, нацеленное на изучение этнического состава населения Ермекеевского района, располагающегося на западе республики, уровня этнокультурной компетентности проживающих там детей и молодежи, а также на разработку способов сохранения культурных особенностей и их популяризацию на территории Башкирии и других регионов Российской Федерации.

По данным Всероссийской переписи населения на 1 октября 2021 г. в 13 сельских поселениях, в том числе административном центре Ермекеевского района постоянно проживает 15 259 тыс. человек, из них 30% – дети, подростки и молодежь в возрасте до 29 лет. В 51 населенном пункте Ермекеевского района проживают татары, башкиры, чуваша, русские,

мордва, удмурты и представители более десятка других этносов и этнических групп (рис. 1).

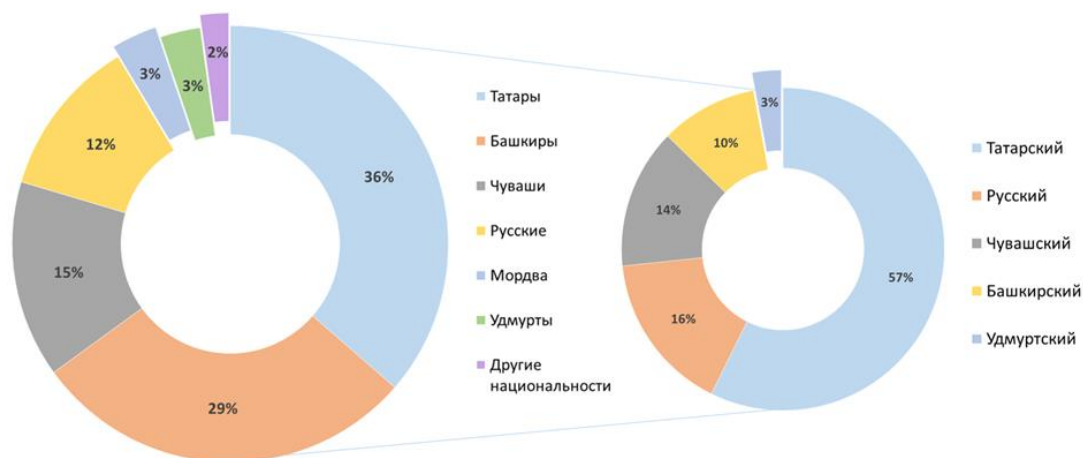


Рис. 1. Этнический состав муниципальных образований Республики Башкортостан по данным Всероссийской переписи населения 2020 г.

Источник: [4]

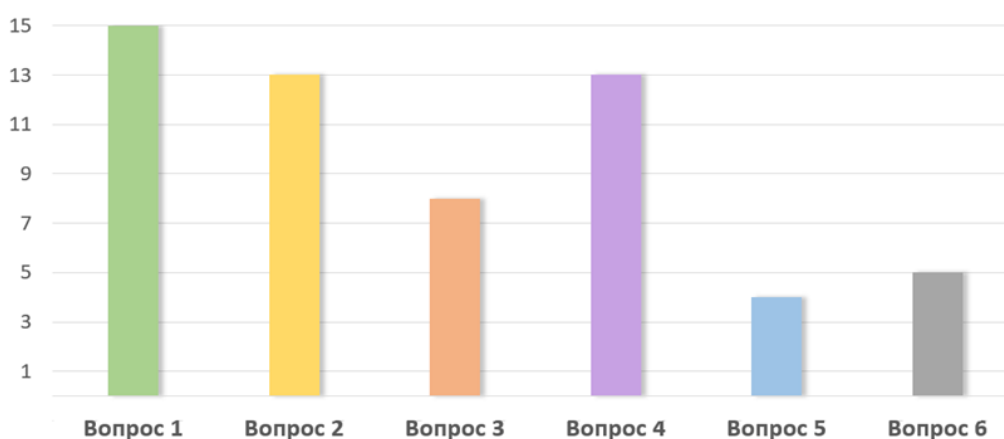
Демографические процессы (уменьшение численности населения) и технический прогресс влияют и на развитие культуры. Например, на территории района уже не осталось носителей мордовского языка, большинство жителей мордовских поселений говорят на русском языке. В одной из удмуртских деревень из-за появления электричества и газа национальная удмуртская печь утратила свою былую ценность, стала лишь частью домашнего декора. Со временем печь и вовсе была разобрана, унося за собой особенности кладки и секреты топки южных удмуртов, которые изучают не только со строительной, но и с лексической точки зрения. Фольклор, одежда, традиции также постепенно утрачиваются, не оставляя надежды на возрождение.

Говоря о подобных изменениях в культуре нашей страны каждый может подумать: «Это одна деревня, одна печь, одна песня... Таких еще много, страна большая». Но потеря каждой подобной частички мы забираем у будущих поколений возможность прикоснуться к истории и культуре в том виде, в каком она существовала многие столетия, а не только через страницы учебников или всевозможные интернет-источники.

С каждым годом среди детей и молодежи падает уровень этнокультурной компетентности, подразумевающей наличие объективных представлений и знаний о той или иной культуре, реализующейся через умения, навыки и модели поведения, способствующие эффективному межэтническому взаимопониманию и взаимодействию [1]. Этот тезис был

подкреплен исследованием, проведенным нами среди детей и молодежи до 29 лет, проживающих на территории Ермекеевского района. Участникам опросы были заданы следующие вопросы: 1. Сколько народов проживает в районе и какие это народы? 2. На каких языках говорят в районе? 3. Назовите основные цвета национальных костюмов народов, проживающих в районе. 4. Какую религию исповедуют татары, башкиры, удмурты, мордва, русские, чувашаи? 5. Знаете ли вы национальное татарское, башкирское, удмуртское, мордовское, русское, чувашское блюдо? 6. Знаете ли вы татарские, башкирские, русские, удмуртские, мордовские, чувашские сказки?

По результатам опроса было выявлено, что вне зависимости от возрастной категории больше половины опрошиваемых затрудняются ответить на вопросы 3–6 (рис. 2). Так, при ответе на третий вопрос многие называли красный, белый, желтый, зеленый, черный цвета, часто встречающиеся в цветовой гамме народного костюма разных этнических групп; на четвертый вопрос называли различные религии, но затруднялись определить вероисповедание каждого народа. При ответе на пятый вопрос называли только наиболее распространенные блюда (баурсак, эчпочмак, бешбармак). Самым сложным оказался шестой вопрос, некоторые смогли назвать конкретные сказки лишь из-за наличия в семье маленьких детей и бабушек, дедушек, которые их рассказывают.



*Рис. 2. Данные опроса по выявлению уровня этнокультурной компетентности детей и молодежи Ермекеевского района Республики Башкортостан. Разработано автором в 2022 г.*

Диаграмма подтверждает невысокий уровень этнокультурной компетентности в районе, поэтому необходимо найти способы его повышения, а также популяризации этнокультурной специфики района. Одним из примеров подобной работы стал Межрегиональный фестиваль творчества народов Икского региона «Земля предков», инициатором и организатором которого выступил отдел культуры Администрации Ермекеевского района Республики Башкортостан. Впервые фестиваль прошел в 1994 г. с целью «укрепления дружбы между народами многонациональной России и Башкортостана, сохранения и развития национально-культурной самобытности и традиций братства народов многонационального Башкортостана» [2].

Но формат фестиваля с годами может стать неинтересен будущим поколениям, следовательно, программа требует дополнения и адаптации в зависимости от особенностей сторон развития, в том числе от глубины и скорости усвоения материала. Одним из ключевых изменений в развитии подрастающего поколения является переход от культуры слова к культуре визуального образа. Визуализация стала значиться в числе первых источников передачи и получения информации, среди которых выделяется киноискусство, поэтому изучение истории и культуры через фильмы и мультфильмы становится наиболее востребованным инструментом развития и обучения. Мультипликация основана на различных видах анимации (рисованная, песочная, масляная, перекладная, кукольная, пластилиновая, предметная, LEGO), в которых нет ограничений по используемым материалам и необходимости в специальном оборудовании. Это дает ребенку простор для фантазии и воплощения его идей. Благодаря подобной свободе действий конкурс по мультипликации, раскрывающей культурное разнообразие народов и района в целом, привлеч бы к фестивалю большее количество людей различных возрастных категорий, особенно детей и молодежь.

Несмотря на множественные стереотипы, связанные с обучением через экраны гаджетов, процесс создания мультфильма включает все основные виды деятельности человека: обучение (приобретение новых знаний и умений), труд (достижение практического результата), игра (развлечение, отдых) и общение (установление и развитие взаимоотношений), приобретая большую педагогическую ценность из-за комплексного воздействия на развитие личности ребенка. Также преимуществами

мультипликации являются ее динамичность и красочность, которые вызывают неподдельный интерес, побуждающий делиться своими впечатлениями и полученными знаниями со сверстниками и взрослыми.

Таким образом создание конкурса мультипликационных короткометражных фильмов в рамках фестиваля «Земля предков» решает несколько актуальных задач: эмоционально-ценностное, духовно-нравственное развитие и гражданское воспитание детей; общее развитие детей в процессе создания мультипликационного фильма; привлечение людей разных возрастных категорий к участию в Межрегиональном фестивале творчества народов Икского региона «Земля предков»; популяризация культуры этносов, проживающих на территории Ермекевского района, в Республике Башкортостан и других регионах России.

Процесс создания мультфильмов помогает не только узнать и лучше понять особенности истории и культуры проживающих на ее территории этносов, но и служит инструментом социализации, раскрытия творческого потенциала и повышения эмоционального отклика, на котором основано стремление человека к изучению себя, своего народа, края, Отечества.

### *Литература:*

1. Нуржанова Т.Т. Этнокультурная компетентность учащихся начальных классов // Молодой ученый. 2015. № 4 (84). С. 596–601.
2. Положение о Межрегиональном фестивале творчества народов Икского региона «Земля предков». 2022. URL: [http://kugkultura.ru/load/mezhregionalnyj\\_festival\\_narodov\\_ikskogo\\_regiona\\_zemlja\\_predkov/1-1-0-7](http://kugkultura.ru/load/mezhregionalnyj_festival_narodov_ikskogo_regiona_zemlja_predkov/1-1-0-7) (дата обращения: 06.07.2023).
3. Социологический энциклопедический словарь. На русском, английском, немецком, французском и чешском языках / ред.-координатор акад. РАН Г.В. Осипов. М.: Инфра-М – Норма, 1998. 488 с.
4. Численность населения муниципальных образований Республики Башкортостан по итогам Всероссийской переписи населения 2020 г. Статистический бюллетень. Уфа: Башкортостанстат, 2022. 36 с., табл.

\* \* \*

**Тарасова В.О.,**  
кафедра культурологии,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
tarasovavo@s1290.ru<sup>33</sup>

## **Функциональная грамотность студентов вузов: современные образовательные практики**

*Аннотация:* статья посвящена обзору современных образовательных практик, направленных на повышение уровня функциональной (информационной) грамотности обучающихся высших учебных заведений. Авторами проанализировано современное понимание функциональной грамотности, а также определение информационной грамотности как вида функциональной грамотности. На примере библиотек отечественных и зарубежных университетов приведены типы основных обучающих мероприятий для студентов, а также выделены их главные особенности.

*Ключевые слова:* функциональная грамотность; информационная грамотность; образовательные практики; университетские библиотеки; обучение студентов; обучающие мероприятия библиотек.

**Vasilisa Tarasova,**  
Department of Culturology,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
tarasovavo@s1290.ru

## **Functional literacy of students of higher educational institutions: modern educational practices**

*Abstract:* the article is devoted to the review of modern educational practices aimed at improving the level of functional (information) literacy of students of higher educational institutions. The authors analyzed the modern understanding of functional literacy, as well as the definition of information literacy as a type of functional literacy.

---

<sup>33</sup> Научный руководитель – Е.А. Бучкина, кандидат филологических наук, доцент кафедры культурологии, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

Using the example of libraries of domestic and foreign universities, the types of basic training activities for students are given, and their main features are highlighted.

**Keywords:** functional literacy; information literacy; educational practices; university libraries; student education; library training events.

Уровень развития функциональной грамотности студентов является одним из показателей социального и технологического развития всего современного общества в целом. Очевидно, что развитию функциональной грамотности обучающихся должны способствовать новые образовательные практики, учитывающие непрерывность технологических и социальных изменений, в которых оказывается современный студент. Реализацию этих практик внутри университета сегодня зачастую берут на себя университетские библиотеки как центры научной информации, в задачи которых уже давно входит не только хранение информационных ресурсов, но и активное обучение пользователей различным навыкам работы с информацией.

Если грамотность как таковая понимается как способность читать и писать, информационная функциональная грамотность включает в себя способность анализировать, интерпретировать и сравнивать информацию, а также использовать ее для своих целей корректно без нарушения чьих-либо прав.

Становясь студентом, обучающийся использует в учебном процессе свой личный опыт информационного поиска, который он приобрел за время обучения в школе. Это создает определенные трудности, так как далеко не все многообразие информации в сети обладает научной и даже практической ценностью и может определяться как пригодное для учебных целей студента вуза.

*Определение функциональной грамотности.* Термин «функциональная грамотность» был предложен на Всемирном конгрессе министров просвещения по ликвидации неграмотности в Тегеране в 1965 г. На Генеральной конференции ЮНЕСКО в 1978 г. было сформулировано понятие функционально грамотного человека: «Функционально грамотным считается человек, который может заниматься всеми теми видами деятельности, в которых грамотность необходима для эффективного функционирования его группы и сообщества, а также для того, чтобы он мог продолжать использовать чтение, письмо и счет для своего собственного развития и развития сообщества» [13].



Функциональная грамотность и сегодня понимается как набор компетенций, то есть сформированность таких умений, которые позволяют индивиду действовать по принятым в определенном социальном контексте правилам, нормам и регламентам, и таким образом, решать как стандартные, так и не стандартные жизненные задачи, выполняя свои функции внутри социальных ролей и статусов. Функциональная грамотность как сложный и многосоставный набор знаний и компетенций не имеет итогового завершенного результата, но является составляющей концепции непрерывного образования и формируется на протяжении всей жизни человека. Она направлена на развитие как базовых, так и узкоспециализированных компетенций.

В своей работе мы рассмотрим один из видов функциональной грамотности, универсальной для всех обучающихся высших учебных заведений, а именно – информационную функциональную грамотность, предполагающую развитие навыков анализа и использования информации сначала в контексте обучения и выполнения учебных самостоятельных заданий, а впоследствии – в профессиональной деятельности и повседневной жизни. Развитие функциональности того или иного вида грамотности, понимается нами как приближение образовательной деятельности, направленной на ее приобретение, к потребностям жизни, то есть практико-ориентированность, нацеленность на достижение конкретных результатов в учебном процессе и повседневной жизни.

*Информационная грамотность как вид функциональной грамотности. Концепция ЮНЕСКО.* Ст. 19 Всеобщей декларации прав человека гласит, что каждый человек имеет право на свободу убеждений и на свободное выражение их; это право включает свободу беспрепятственно придерживаться своих убеждений и свободу искать, получать и распространять информацию и идеи любыми средствами и независимо от государственных границ [3]. В информационном обществе человек столкнулся с необходимостью постоянно осваивать новые технологии и приобретать новые умения, а также вырабатывать и формулировать новые нормы своей жизнедеятельности, так как качественно новые для общества и человека технологии появляются и начинают активно эксплуатироваться раньше, чем возникнет система правил, регулирующих процесс использования той или иной технологической новинки. Следовательно, новые образовательные практики, формирующиеся практически одновременно с запросом на них, можно расценивать как предмет для анализа

самой проблемы информационной грамотности как в России, так и в мире.

Организация Объединенных Наций по образованию, науке и культуре (ЮНЕСКО) инициировала создание ресурса «Media Information Literacy for teachers» – сайта, на котором собраны методические материалы и рекомендации по созданию курсов информационной грамотности в учебных заведениях различного уровня. Организация дает следующее определение: «Информационная грамотность – это набор индивидуальных компетенций, необходимых человеку для идентификации, оценки и использования информации в максимально этичной, оперативной и эффективной форме в самых разных сферах общественной жизни, видах деятельности и профессиях. Информационная грамотность позволяет людям правильно пользоваться информационными и коммуникационными технологиями. <...> Информационно грамотные люди обладают следующими базовыми навыками: критическое мышление, умение анализировать информацию и использовать ее для самовыражения, способность к независимому обучению, созданию информации, готовность быть информированным гражданином и профессионалом, участвовать в государственной деятельности и демократических процессах, протекающих в обществе. Информационно грамотные люди знают, как собирать, использовать, организовывать, синтезировать и создавать информацию и данные в соответствии с этическими стандартами. Эти компетенции применимы в любом учебном контексте, в том числе в образовательной или профессиональной среде или для саморазвития» [12].

Помимо создания для учителей всего мира единого ресурса, посвященного информационной грамотности, ООН утвердила глобальную неделю медийной и информационной грамотности, которая отмечается ежегодно 24–31 октября и нацелена на привлечения внимания международного сообщества к проблеме информационного потребления вообще, и информационной грамотности в частности. Лозунг этого события – «Think Critically, Click Wisely!» («Думай критично, кликай разумно!»). На официальном сайте недели медийной и информационной грамотности говорится: «В нынешней экосистеме сложных и порой противоречивых потоков данных трудно представить себе продвижение общественного блага, если общество бессильно перед лицом опасных вызовов. Каждый человек должен обладать компетенциями в области медийной и инфор-

мационной грамотности, чтобы понимать взгляды и позиции сторон, излагать свою точку зрения и извлекать пользу из информационных и коммуникационных возможностей» [4].

Не только отличие правды от лжи, но и понимание качества, достоверности и авторитетности источников информации – важный навык, развитие которого – одна из главных задач образовательных практик, направленных на развитие функциональной грамотности в целом, и грамотного информационного потребления в частности.

Таким образом, можно определить рассмотренные информационные ресурсы ООН и как распространяемую инициативу по формированию новых образовательных практик, и, в то же время, как предложение некоего международного стандарта для обучения информационной грамотности во всем мире.

*Образовательные практики по развитию информационной грамотности как вида функциональной грамотности.* Помимо ЮНЕСКО, Международная Федерация библиотечных ассоциаций и учреждений (International Federation of Library Associations – IFLA) также обобщает опыт специалистов из разных стран по продвижению информационной грамотности в своих публикациях. Секция информационной грамотности IFLA еще в 2008 г. выпустила сборник «Информационная грамотность: международные перспективы» под редакцией доктора Х. Лау, где представлены первые успешные проекты по внедрению образовательных практик, направленных на повышение уровня информационной грамотности студентов. Большое внимание уделяется роли университетских библиотек в реализации данных проектов. Рассмотрим примеры зарубежных образовательных практик, изложенных в данной книге.

Сэнди Кэмпбелл (Научно-техническая библиотека Университета Альберты, Канада) полагает, что появление возможности пользоваться услугами университетских библиотек и библиотечными ресурсами онлайн стимулировало появление курсов обучения основам информационной грамотности в электронной образовательной среде университета. Библиотечные ресурсы и навыки их правильного использования становятся важной частью общей информационной грамотности. «Практика преподавания информационной грамотности была в значительной степени сосредоточена в вузовских библиотеках. Умение ориентироваться в библиотеке постепенно переросло в умение пользоваться ею и в итоге – в информационную грамотность», – пишет Кэмпбелл [6]. Автор также сообщает о Проекте стандартизированной оценки навыков информационной

грамотности SAILS (Project for the Standardized Assessment of Information Literacy Skills), который представляет собой инструмент для оценки учебных программ в современных образовательных учреждениях.

Ингрид Итон, специалист по информационной грамотности Главной библиотеки Вест-Индского Университета, описывает опыт своего учебного заведения. Расширенный библиографический инструктаж для первокурсников, проводившийся с 2003 г., со временем стал полноценным курсом. Автор подчеркивает, что «при отсутствии государственной и/или региональной политики в области информационной грамотности ответственность в этой сфере ложится на учебное заведение и – очень часто – на библиотекаря (библиотекарей) университетской библиотеки. <...> Умение пользоваться библиотекой было обязательным условием для студентов-первокурсников. Программа включала часовую экскурсию по библиотеке и часовое занятие, посвященное информационной грамотности» [5]. Данный кейс интересен постепенной интеграцией компетенций информационной грамотности в учебные модули, когда библиотека и руководство университета сошлись во мнении, что библиографического инструктажа для студентов недостаточно, а самая эффективная практика – это введение компонента, посвященного основам информационной грамотности, в учебный курс с проверкой и оценкой знаний. В случае Вест-Индского Университета это были курсы «Английский для академических целей» и «Риторика II: составление документов различного характера».

Опыт Университета штата Новый Южный Уэльс в Сиднее описывают приводят в своей работе Роман Тантионгко и Лоррейн Эвисон. Их пример – это онлайн-курс по информационной грамотности для студентов, созданный сотрудниками библиотеки Университета. «Учебный курс, получивший название «Базовые библиотечные и информационные навыки для каждого» («Enabling Library and Information Skills for Everyone», или «ELISE») был запущен в Библиотеке UNSW в пилотном режиме в 2005 г. и ставил своей задачей заложить основы знаний по информационной грамотности, чтобы студенты, опираясь на эти знания и используя их в дальнейшем в сочетании с другими учебными программами, могли получить высшее образование в UNSW и достичь соответствующего уровня информационной грамотности» [9]. Таким образом, опыт австралийского вуза дает нам еще один подход к обучению информационной грамотности как образовательной практике – курс был изначально задуман как вспомогательный для обучающихся в UNSW и был

нацелен и на формирование универсальных навыков, и на помощь студентам во время обучения в данном вузе.

Образовательные практики университетов Финляндии, процесс реализации и главные результаты национального Проекта Финляндии, нацеленного на разработку стандартов и учебных пособий для преподавания и обучения информационной грамотности в университетах, описаны в работе Арья Юнтунен, Анне Лехто, Ярмо Саарти, Йоханна Теваниеми. В частности, авторы анализируют результаты совместного проекта университетских библиотек Финляндии в 2004–2006 гг. «Учебный план по информационной грамотности: «Виртуальный университет» [11], который позволил интегрировать информационную грамотность в учебные планы ведущих университетов Хельсинки, Тампере, Куопио.

Большой интерес представляет опыт французской образовательной системы, описанный в статье Мирей Ламуру [7]. Автор приводит пример образовательной практики, реализуемой в Университете Париж VIII, а именно – создание специального учебного модуля в рамках конкретной образовательной программы, доступ к которому студент получает после прохождения вводного занятия-тренинга по методике работы с информацией. «Сегодня ознакомление студентов-первокурсников с информационной грамотностью стало обычной университетской практикой. Был разработан учебный модуль продолжительностью 36 часов, рассчитанный на 6 месяцев. Краткий отчет, который должны представлять студенты по окончании 12 занятий (по три часа каждую неделю), позволяет контролировать развитие их знаний» [7].

По завершении курса студенты овладевают четырьмя важными компетенциями, обучаясь: 1. определять цель научных исследований: анализировать проекты, понимать тематику; 2. осуществлять поиск информации (в частности, как найти сначала необходимую информацию, а затем соответствующие документы к ней); 3. отбирать и использовать информацию корректно и эффективно; 4. составлять собственный проект: в результате обучения студенты могут «создать» контент и донести суть своих проектов до слушателей как письменно, так и устно. Эти важные компетенции позволяют студентам уже на первом курсе научиться писать учебно-научные работы в соответствии с университетскими стандартами, что значительно упрощает дальнейшее освоение учебных программ и экономит время как студентам, так и научным руководителям.

Отечественный опыт по внедрению новых образовательных практик, направленных на обучение студентов основам информационной грамотности как части комплекса функциональной грамотности, также достаточно обширен. На сегодняшний день практически каждый государственный вуз на территории России реализует свою программу повышения информационной грамотности студентов в соответствии со своими ресурсами и образовательными стратегиями. Отсутствие единого для всей системы высшего образования образовательного стандарта по информационной грамотности, с одной стороны, является недостатком, усложняющим процесс внедрения соответствующих образовательных практик. С другой стороны, оно предполагает творческий подход к созданию специалистами собственных внутриуниверситетских образовательных практик и становится основой для разнообразия практик как по форме, так и по содержанию. Важной особенностью является то, что практически все эти практики реализуются либо непосредственно библиотеками вузов, либо с их участием. Мы остановимся на нескольких успешно реализуемых проектах вузовских библиотек России по повышению уровня информационной грамотности студентов.

Библиотека Томского государственного университета реализует обучение по дисциплине «Основы информационной культуры» для студентов-бакалавров первого курса (направления подготовки 05.03.01 Геология; 05.03.02 География; 05.03.04 Гидрометеорология; 05.03.06 Экология и природопользование) [2]. Существует возможность групповой записи на библиотечные семинарские занятия, которые проводят сотрудники библиотеки Университета.

Библиотека Национального исследовательского университета ИТМО также реализует семинар по основам информационной культуры, но вне учебного плана – для всех заинтересованных пользователей библиотеки через предварительную регистрацию и в свободное от учебы время. Семинар затрагивает основы наукометрии и разбирает принципы работы с электронными ресурсами библиотеки Университета [1].

Библиотека Высшей школы экономики осуществляет индивидуальное и групповое консультирование пользователей по вопросам информационного поиска, работы с электронными ресурсами Библиотеки. Для студентов, магистрантов, преподавателей и сотрудников НИУ ВШЭ проводятся консультационные занятия (семинары, презентации, тренинги) по использованию электронных ресурсов Библиотеки [8].

Библиотека Сургутского государственного университета также проводит групповое и индивидуальное обучение (по заявкам кафедр и подразделений) студентов, магистрантов, аспирантов, преподавателей и сотрудников СурГУ по следующим темам: основы информационной культуры, эффективный поиск информации, правила составления списков литературы, оформление научных работ, работа в системе Science Index (Российский индекс научного цитирования) [10].

Анализ образовательных практик российских и зарубежных университетских библиотек показал, что на сегодняшний день все разнообразие существующих практик можно условно поделить на следующие виды, включающие способы обучения и формат проведения:

1. Очная разовая консультация (индивидуальная или групповая).
2. Очный семинар в контексте учебного курса, по которому планируется написание курсовой работы/ реферата.
3. Обучающий групповой вебинар (занятие онлайн).
4. Индивидуальное инструктирование и консультирование онлайн (эту практику сотрудники библиотек реализуют посредством чатов со студентами, записей скринкастов в качестве видео-инструкции, составлении пошаговой печатной инструкции по использованию электронных ресурсов, как библиотечных, так и открытого доступа).
5. Проведение библиотечного часа (тренинга) для группы одного из направлений обучения согласно учебному расписанию. Такая практика позволяет познакомить первокурсников с основами информационной культуры и ресурсной базой университета.
6. Создание курса по информационной грамотности для каждого образовательного направления, реализуемого в вузе, в очном и дистанционном форматах с включением в учебный план в качестве факультатива или обязательного курса.
7. Разработка методических материалов и вспомогательных средств – учебных пособий, тематических сайтов, рубрик на официальных страницах вузовской библиотеки в социальных сетях и т. п.

Важно, что создание новых образовательных практик, направленных на развитие информационной грамотности студентов, невозможно без самих студентов и их обратной связи. Этот факт подтверждает новая модель коммуникации университетов и их библиотечных структур со студентами и своевременное реагирование на их запросы и потребности. Библиотеки вузов стали не столько местом хранения информации,

сколько местом коммуникации и обучения. Разнообразие практик свидетельствует о гибком подходе к реализации задачи повышения уровня информационной грамотности в университетах по всему миру, об учете личных особенностей студентов и стремлении мирового научного сообщества сделать все возможное, чтобы студент мог вовремя и в полном объеме получить те инструменты и навыки, которые будут делать учебный процесс последовательным, системным, а также понятным и интересным. Именно специалисты университетских библиотек, ориентируясь на новые педагогические задачи, стали первыми создателями современных образовательных практик по развитию информационной грамотности студентов. Этот процесс стал новой творческой нишей для университетских библиотекарей, и, надеемся, продолжит развиваться во всем мире и в будущем.

### *Литература:*

1. Библиотека Университета ИТМО. URL: <https://lib.itmo.ru/events> (дата обращения: 03.04.2023).
2. Библиотечные занятия // Научная библиотека Томского государственного университета. 2022. URL: <https://www.lib.tsu.ru/ru/studentam/bibliotechnye-zanyatiya> (дата обращения: 03.04.2023).
3. Всеобщая декларация прав человека. Принята резолюцией 217 А (III) Генеральной Ассамблеи ООН от 10 декабря 1948 г. // ООН. URL: [https://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/declhr.shtml](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declhr.shtml) (дата обращения: 01.04.2023).
4. Глобальная неделя медийной и информационной грамотности 24–31 октября // ООН. 2022. URL: <https://www.un.org/ru/observances/media-information-literacy-week> (дата обращения: 01.04.2023).
5. *Итон И.* Вторжение на неизведанную территорию: анализ проекта по информационной грамотности, внедренного в Вест-индском университете в Кейв-Хилле // Информационная грамотность: международные перспективы / под ред. Х. Лау. Пер. с англ. М.: МЦБС, 2010. С. 101–112.
6. *Кэмпбелл С.* Определение понятия информационной грамотности в XXI веке // Информационная грамотность: международные перспективы / под ред. Х. Лау. Пер. с англ. М.: МЦБС, 2010. С. 26–40.



7. *Ламуру М.* Как научиться быть студентом Университета Париж-8: пример новаторского подхода к обучению информационной грамотности студентов-первокурсников // Информационная грамотность: международные перспективы / под ред. Х. Лау; пер. с англ. М.: МЦБС, 2010. С. 196–220.

8. Поддержка и обучение // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Библиотека. 2022. URL: <https://library.hse.ru/training> (дата обращения: 03.04.2023).

9. *Тантионгко Р., Эвисон Л.* Библиотечные и информационные навыки: общие основы для студентов // Информационная грамотность: международные перспективы / под ред. Х. Лау; пер. с англ. М.: МЦБС, 2010. С. 149–170.

10. Услуги по обучению пользователей // Научная библиотека; Сургутский государственный университет. URL: <http://biblio.surgu.ru/ru/pages/readers/services/obuchenie/> (дата обращения: 03.04.2023).

11. *Юнтунен А.* Поддержка процесса освоения информационной грамотности в университетах Финляндии – стандарты, проекты и онлайн-новое обучение / А. Юнтунен, А. Лехто, Я. Саарти, Й. Теваниеми // Информационная грамотность: международные перспективы / под ред. Х. Лау; пер. с англ. М.: МЦБС, 2010. С. 171–195.

12. Media Information Literacy for teachers // United Nations Alliance Of Civilizations (UNAOC); United Nations Educational, Scientific And Cultural Organization (UNESCO). URL: <http://unesco.mil-for-teachers.unaoc.org/modules/?lang=ru> (accessed: 01.04.2023).

13. Records of the General Conference UNESCO (1978). 20th Session, Vol. 1. Paris: UNESCO, 1978. URL: [https://treaties.un.org/doc/source/docs/unesco\\_res\\_5\\_9.2\\_1-E.pdf](https://treaties.un.org/doc/source/docs/unesco_res_5_9.2_1-E.pdf) (accessed: 01.04.2023).

\* \* \*

**Трокоз В.О.,**  
кафедра культурологии,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
vtrokoz@mail.ru<sup>34</sup>

## **Профессиональная идентичность и образ профессий архитектора и дизайнера в представлениях молодых специалистов (по результатам эмпирического исследования)**

*Аннотация:* автор исследует общее и специфичное в представлениях молодых специалистов в сфере архитектуры и дизайна о собственной профессиональной идентичности и ее становлении, базовых навыках и образовании.

*Ключевые слова:* архитектор; дизайнер; специальность; специалист; отрасль; проект; проектировщик; работа; профессия; профориентация; профессиональная идентичность.

**Victoria Trokoz,**  
Department of Culturology,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical  
State University;  
Moscow, Russia,  
vtrokoz@mail.ru

## **Professional identity and image of the profession of architect and designer in the views of young professionals (based on the results of an empirical research)**

*Abstract:* the author investigates the general and specific in the ideas of young specialists in the sphere of architecture and design about their own professional identity and its formation, basic skills, and education.

*Keywords:* architect; designer; specialty; specialist; industry; project; designer; work; profession; career guidance; professional identity.

---

<sup>34</sup> Научный руководитель – А.А. Шевцова, доктор исторических наук, профессор кафедры культурологии, заместитель декана факультета регионоведения и этнокультурного образования по научной работе, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

Образ архитектора и дизайнера в общественном сознании связывается в первую очередь с прикладными навыками, творческими способностями, художественным талантом. В чем-то представлении архитектор и дизайнер – это разные профессии, другие полагают, что это практически одна и та же профессия. Разумеется, корректнее первый вариант.

Прежде всего, в этих двух специальностях есть серьезные различия. Если архитектор имеет полное право быть дизайнером, то дизайнер без специального обучения архитектором быть не сможет. Если дизайнер может заниматься дизайном, то архитектор – и дизайном, и архитектурными решениями, и проектированием генпланов. «Архитектура и дизайн – это разное, здесь нельзя все под одну гребенку», – так ответил на вопрос о специфике этих двух профессиональных сфер архитектор Никита Валерьевич Рыбин (экспертное интервью 26.03.2022).

Обучение базовым навыкам у архитекторов шире, а дисциплин по проектированию больше, они изучают техническую механику, архитектурные конструкции, строительные конструкции, проектирование зданий и сооружений, интерьеров, генеральных планов и т. д. В подготовке есть общие моменты, а есть и отличия. Главное отличие заключается в том, что при подготовке по специальности «Архитектура» очень важны черчение, математика и физика. «Сопромат архитектору нужен, а дизайнеру нет», – полагает Н. Рыбин. Архитектор не конструктор, но знать, что такое сопромат, он обязан. При обучении на ступени среднего профессионального образования или в высшей школе эти две специальности серьезно различаются.

По мнению практикующих специалистов – дизайнеров и архитекторов, абитуриент, планирующий обучаться по специальности «Дизайн», должен обладать следующими способностями и навыками: чувством художественного стиля и вкуса, творческим началом; умением рисовать («поставлена рука»); видением цвета и объема; чувством пространства, пространственным мышлением; интересом к искусству, креативностью, эксцентричностью; логическим мышлением, мышлением, приближенным к реализму; знанием основ дизайна.

Соответственно, абитуриент, планирующий обучаться по специальности «Архитектура», должен обладать следующими способностями и навыками: чувством художественного стиля и вкуса, творческим началом, видением красоты; умением рисовать и чертить, способностью к графике; целеустремленностью, усердием и усидчивостью, уверенностью

в себе, трудолюбием, ответственностью; видением цвета и объема; чувством пространства, пространственным мышлением; интересом к искусству, креативностью, эксцентричностью; логическим мышлением, мышлением, приближенным к реализму, способностями к математике; знанием основ дизайна, архитектуры, градостроительства, истории.

Архитектор ассоциируется с образом тихого и серьезного творца, а дизайнер – творца модного и эксцентричного. Мышление и методы этих двух специалистов отличаются. Архитектор работает более «широкими мазками» в пространстве и проектирует со строительным подходом, не забывая о стиле и пунктах технического задания. «Надо понимать, что архитектура – это синтез ремесла и творчества», – уточняет Н. Рыбин. Дизайнер мыслит в деталях, стиле, отдельных объемах, не забывая о пунктах технического задания. Как правило, выполнить техническое задание на все 100% невозможно, не бывает идеальных проектов. Архитектура и дизайн всегда предполагают креативность, создание нового продукта. Работа с проектом – это сложный многоэтапный процесс от запроса заказчика, далее обсуждения и предположения, до формирования идеи, воплощения на бумаге (процесс проектирования) и воплощения в пространстве. «Клиент, желающий получить нечто скучное, некрасивое и ужасное, может оказаться очень легким в обращении. Трюк здесь в том, чтобы научиться улавливать его пожелания и сделать что-то грамотное и качественное, содержащее все точно описанные детали его мечты» – отмечает дизайнер Яна Франк [4, с. 66]. На каждом этапе этого длинного пути есть подводные камни, больше всего их в процессе проектирования и воплощения.

До XX века дизайнер и архитектор сосуществовали в одном лице. Дизайн всю историю искусства до XX века был частью архитектуры и существовал внутри него, но прошлое столетие разделило две отрасли. На протяжении всего XX века происходило формирование почвы для такой самостоятельной отрасли, как дизайн. Два ремесла рожают две специальности: «Архитектура» и «Дизайн». С одной стороны, это две смежные отрасли, с другой стороны, архитектура выходит за рамки дизайна. Именно поэтому архитектор может заниматься дизайном, а дизайнер архитектурой – нет. Дело даже не в квалификации, а в подходе и методике.

Профессия дизайнера часто ассоциируется не просто с творчеством, а с искусством. Отчасти это так. В каждом художнике есть дизайнер, в каждом дизайнере – художник. Дизайн предполагает идею, мысль, эстетику, концепцию. «Не надо путать профессии дизайнера и художника

и не стоит эти понятия друг с другом связывать намертво», – считает Я. Франк [4, с. 78]. В чистом искусстве концепция есть не всегда, а дизайнер без концепции обойтись не может, он старается мыслить проектно. Даже если дизайнеру закажут одну-две иллюстрации, они все равно будут вписаны в концепцию. «Дизайнер – это профессия, в которой изобразительное искусство играет далеко не самую главную роль. Дизайнер – это хороший психолог, умеющий угадать желания заказчика и материализовать их. Дизайнер – это генератор интересных идей, не обязательно исключительно изобразительных. Дизайнер – это специалист, хорошо понимающий технологии, в которых будет реализован проект, и учитывающий в своей работе их особенности» [4, с. 79]. Проектировщик должен всегда понимать все окружающее его рабочее пространство.

Образ профессии архитектора иной. Архитектор нередко ассоциируется с инженером, дизайнером, художником, строителем. Это объясняет история становления этого вида профессиональной деятельности. «Архитектура – это не только строительство, но история и искусство» [2, с. 3]. Возможно ли провести четкую грань между архитектором и дизайнером? Скорее да. Например, практикующий архитектор Н. Рыбин видит различие между двумя отраслями так: «У архитекторов и дизайнеров разная степень ответственности. Дизайнер не работает, к примеру, с конструкторами». «Постепенно архитектура становилась скорее профессией, нежели любительским занятием, и важнее стала обученность основам дизайна и строительства, а не вкус», – отмечает Ф. Уилкинсон [3, с. 39]. Не каждый проект выполнен со вкусом, и тут вопрос может быть как к заказчику, так и к исполнителю. Конечно, у каждого проектировщика есть своя методика работы с заказчиком, проектом, техническим заданием. Но каждый новый проект — это новая работа! Даже если проекты по дизайну интерьера будут выполнены в идентичных типовых квартирах одним и тем же проектировщиком, и даже если будет запрос на один и тот же стиль, это будут разные проекты.

Архитектура и дизайн – это всегда работа в актуальном времени. Время не стоит на месте, меняются люди и их потребности. Работа проектировщиков состоит не только из проектирования архитектурных и иных объектов, главное – это люди и их потребности. Проектирование существует для людей и осуществляется людьми. «Архитектура учится не только приспосабливаться к меняющимся потребностям общества, но и определять эти потребности» [1, с. 336]. Архитектура быстрее и гло-

бальнее чувствует перемены. Если дизайн ощущает перемены из-за веяний моды, то архитектура нередко меняется не только из-за моды, но и в силу технического прогресса.

Как можно понять, когда проектировщик стал самостоятельной профессиональной единицей? Этот ответ может дать только работа, но со временем. Время – это опыт, как жизненный, так и профессиональный. «Номинально каждый может поступить учиться и даже выпускиться, но образование не дает тебе полноценного ощущения того, что ты специалист, только опыт и какое-то внутреннее самоощущение», – отмечает Н. Рыбин. С одной стороны, работа начинается благодаря обучению, но не прерывает этот процесс. В каждом новом проекте архитектор и дизайнер всегда почерпнут что-то новое для себя и своей профессии. Процесс профессионального становления индивидуален, даже если пути специалистов похожи, то «тернии» скорее всего будут различаться. Дорога творческого человека, как правило, не проста. Если подумать о том, чья профессия более творческая, то преимущество у дизайнера. Дизайнер всегда живет идеями внутри концепции, а архитектор мыслит, как идеями, также объемами и пространством.

Становление профессиональной идентичности происходит с различной скоростью, обусловленной индивидуальным опытом. Она может сформироваться как с началом работы, так и с окончанием профессионального учебного заведения. Кто-то обретает первый профессиональный опыт еще в студенчестве, кто-то – только через несколько лет после окончания профессионального учебного заведения, а кто-то работает, используя полученные навыки во время обучения. Например, дизайнер становится иллюстратором, здесь специалист может ощущать себя именно иллюстратором, а может идентифицировать себя с дизайном. А архитектор может заниматься графикой или дизайном интерьера, и здесь он может также ощущать себя как дизайнером, так и графиком, так и архитектором. В профессиональной идентификации играет роль образование, работа, мышление, окружение специалиста и его собственный взгляд на профессию.

### ***Литература:***

1. Гутнов А.Э. Мир архитектуры: Язык архитектуры. М.: Мол. гвардия, 1985. 351 с.

2. *Матюнина Д.С.* История интерьера: учебное пособие. М.: Академический проект; Культура, 2008. 566 с.
3. *Уилкинсон Ф.* Архитектура. 50 идей, о которых нужно знать. М.: Фантом Пресс, 2014. 207 с.
4. *Франк Я.* Дневник дизайнера-маньяка. 4-е изд. М.: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2014. 324 с.

\* \* \*

**Учуваткина А.А.,**  
кафедра ЮНЕСКО  
«Международное (поликультурное)  
образование и интеграция мигрантов»,  
факультет регионоведения  
и этнокультурного образования,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
auchuvatkina@gmail.com<sup>35</sup>

## **Познавательный потенциал комикса на уроках истории в основной школе**

**Аннотация:** комикс – достаточно новый и противоречивый метод в мировой педагогике. В данной статье будет исследован комикс как оптимальный метод преподавания для детей нового поколения и рассказано о положительных аспектах использования этого жанра на уроках истории с обучающимися, которые обладают клиповым типом мышления. Цель статьи – первый шаг к разработке концепции систематического использования научно-публицистического комикса как важного метода преподавания.

**Ключевые слова:** педагогика; системно-деятельный подход обучения; клиповый тип мышления; социализация личности; эмоциональный интеллект; коммуникативные навыки; обучающиеся основной школы; новые методы проверки знаний; комикс.

**Aleksandra Uchuvatkina,**  
UNESCO Chair of International (Multicultural)  
Education and Migrant Integration,  
Department of regional studies  
and ethnocultural education,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
auchuvatkina@gmail.com

---

<sup>35</sup> Научный руководитель – А.А. Шевцова, доктор исторических наук, профессор кафедры культурологии, заместитель декана факультета регионоведения и этнокультурного образования по научной работе, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.



## The cognitive potential of comics in History lessons in primary school

**Abstract:** the comic book is a rather new and controversial method in the world pedagogy. This article will explore the comic book as an optimal teaching method for children of the new generation and describe the positive aspects of using this genre in history lessons with students who have a clipped type of thinking. The aim of the article is to take a first step towards developing a conceptualization of the systematic use of the science fiction comic book as an important teaching method.

**Keywords:** pedagogy; system-action learning approach; clip-type thinking; personal socialization; emotional intelligence; communicative skills; basic school students; new methods of knowledge testing; comic book.

В современной подростковой среде наблюдается устойчивое увлечение американской и азиатской культурой. Большой пласт интересов школьников 5–9 классов составляет комиксы – красочные рисованные истории, основой которых являются изображения героев в разных обстоятельствах с незначительным количеством реплик персонажей. Комиксы далеко не новое увлечение даже на постсоветском пространстве, интерес к этому жанру наблюдался у молодежи еще в конце прошлого века. Особенностью современной тенденции заключается именно в появлении нового азиатского аналога комиксов: манхвы и манги. Поэтому в связи с активным внедрением азиатской культуры в молодежную среду вырос интерес к комиксам и их аналогам.

Из-за популярности данного жанра для привлечения внимания школьников можно использовать его в качестве метода преподавания различных учебных дисциплин: от естественнонаучных до гуманитарных. Рассмотрим особенности использования комикса на уроках истории. Отечественные педагоги нередко пренебрежительно относятся к комиксу как к «бульварному чтиву», которое никогда не сможет заменить текстовые материалы, поэтому использование этого жанра в процессе обучения часто подвергается критике, несмотря на многочисленные исследования, нацеленные на раскрытие образовательного потенциала комикса. Доказывая конкурентоспособность этого жанра как педагогического инструмента, остановимся на ключевых вехах его развития и применения в отечественной и зарубежной педагогике.

Существует множество определений комикса, но на наш взгляд, универсальное определение, полезное для анализа структуры комикса,

дала Т.А. Фетисова: комикс «представляет собой серию изображений, в которой рассказывается какая-либо история» [11, с. 175]. Долгое время изучавший комикс Скот Маклауд в своей книге «Понимание комикса» (Understanding Comics) [7] дает очень краткое определение, которое умещается всего в двух словах: «последовательные изображения», но автор прибегает и к более полному описанию изучаемого явления: «смешные рисунки и другие изображения в смысловой последовательности».

Важно, что текст не является обязательным элементом комикса. Т.А. Фетисова утверждает: «... существуют и «немые» комиксы с интуитивно понятным сюжетом. Однако авторы комиксов, чтобы сделать изображение более понятным, вынуждены компенсировать отсутствие возможности воспроизведения вкусов, дыма, пара, даже запахов с помощью визуальных символов. Этим символам на картинах соответствуют подписи и линии, а прямая речь чаще всего передается с помощью «словесного пузыря» (англ. – bubble), который, как правило, изображается в виде облачка со словами внутри, исходящего из уст, или, в случае изображения мыслей, из головы персонажа» [11, с. 175]. Изображения достаточно условны, что помогает читателю быстрее воспринимать информацию.

Кратко охарактеризовав основные особенности комикса как жанра, стоит остановиться на истории его формирования. В привычном нам виде комикс как ряд юмористических картинок возник в 1890 гг., хотя его истоки Т.А. Фетисова видит в «распространенных в древнеегипетской и месопотамской культурах сцены исторических и мифологических сюжетов, которые сопровождались пояснительным текстом» [11, с. 175]. Анализируя ретроспективу «рассказа в картинках», Фетисова Т. А. выделяет следующий этап становления: «XVI–XVII вв., когда рисованными иллюстрациями и гравюрами украшались тексты на библейскую тематику и описания житий святых» [11, с. 176]. Они помогали понимать сюжет священных писаний неграмотным. «Появлению комикса предшествовали европейские политические карикатуры конца XVIII века, гравюры Уильяма Хогарта (1697–1764), представляющие собой серию рисунков, складывающиеся в одну историю. Отсюда и пошло название «комикс», которое образовалось в результате соединения двух английских слов: comic (смешной) и strip (картинка)» [11, с. 176].

Родоначальником современного комикса считается живший в XIX в. швейцарец Родольф Тепфер, увлекавшийся рисованием юмористических историй и обучавший с их помощью детей из низших слоев.

С начала XX века комикс как средство наглядности используется в американской педагогике. О.И. Секенова в своей статье «Комиксы в цифре: создание изотекстов для развития информационной грамотности на уроках истории» отмечает: «... в западной культуре существует множество методических пособий, в которых рассматривались практики и технологии использования этого жанра в образовательном процессе: работы Абель, Мэддена, Баукетта, Харт, Моннин» [9, с. 27]. В отечественной педагогике пока комикс используется намного реже, как и на практике, так и в области исследований. В основном изучают комикс как продукт деятельности учеников, а не способ восприятия новой информации. Исследования Г.Э. Давидовской, Н.В. Черновой, Т. Шумель, Н.Н. Макаровой содержат полезные практические советы для учителей истории, которые хотят использовать комиксы на своих уроках [9, с. 27; 8].

Рассмотрим наиболее важные преимущества комикса как педагогического инструмента. Во-первых, комикс полезен для визуализации информации, как известно, еще классики отечественной педагогической мысли отмечали, что данные, подкрепленные изображениями, детьми воспринимается намного лучше и глубже, чем обычный текст. Это проблема сейчас одна из самых острых, потому что дети и подростки обладают клиповым типом мышления, сформировавшимся из-за обилия потоков и объема информации, которую мозг не способен обрабатывать.

По М.А. Купчинской и Н.В. Юдалевич, «Клиповое мышление – это условное мышление, которое позволяет человеку обрабатывать контент фиксированной длины, а не семиотические структуры произвольной сложности» [6, с. 68]. У поколения с данным типом мышления визуальные символы преобладают над логикой текста, также люди экранной культуры легче переключают внимание с одного смыслового фрагмента на другой, но не могут долго фокусироваться на одном текстовом отрывке. Борьба с клиповым мышлением бесполезна, образовательная система должна к нему приспособиться с помощью новых методов преподавания. Комикс может стать важным инструментом, который позволит детям с клиповым мышлением воспринимать информацию за счет небольших фрагментов и ярких изобразительных символов.

Во-вторых, комикс можно рассматривать как проявление системно-деятельностного подхода в обучении, который необходим для формирования мобильной в современных реалиях личности. В соответствии с системно-деятельностным подходом одним из итогов обучения выступает создание какого-либо продукта, которым может выступать комикс. Как

мы видим, этот жанр соответствует современным образовательным стандартам, которые ориентирует педагогический процесс на создание определенного продукта учащимися и большой акцент на самостоятельную деятельность учащихся в ходе урока. При создании собственного комикса дети проявляют творческий потенциал, они раскрывают тему в зависимости от их способностей, так один ребенок сделает акцент на рисунке, другой проработает диалоги. В результате получится уникальный изотекст, который раскроет определенную грань личности ребенка. Творческая составляющая, возможность проявить себя и легкость в восприятии нового материала повышают мотивацию к обучению среди учащихся основной школы.

В-третьих, создание комикса учениками можно использовать как форму систематизации материала, благодаря которой лучше усвоится основная информация. В процессе создания комикса у учеников формируется умение работать в режиме многозадачности, так как обучающиеся прибегают к анализу информации, систематизации и его творческому представлению.

Конечно, использование комикса в качестве основного источника информации может привести к негативным последствиям: пострадает информативность и точность. К тому же по отечественной истории создано лишь немного образовательных комиксов, которые могли бы выступать даже в качестве верифицированного дополнительного ресурса. В качестве рекомендаций можно разработать концепции систематического использования научно-публицистического комикса как важного дополнительного метода преподавания среди обучающихся основной школы.

Использование комикса предполагает разную степень включенности учеников: индивидуальную, коллективную (работа в группах, в классе). Рассматривая индивидуальный подход, можно использовать комикс в качестве домашнего задания по определенному параграфу (или нескольким). Подготовленные работы нужно показать на выставке, что позволяет ученикам проявить творческий потенциал и узнать новое из других работ. Благодаря работам учеников будет правильно использовано школьное пространство, позволяя осваивать новую информацию и закреплять пройденный материал на переменах. Комикс в данном подходе можно использовать в качестве проверки уже изученного материала: ученики должны будут рассказать определенную историю в виде комикса

по заданной теме, можно предоставить обучающимся выбор из нескольких тем, необходимо акцентировать внимание, в комиксе должны быть обязательно упомянуты важные даты, термины и личности.

Рассматривая коллективный подход, можно выделить несколько стратегий урока. При групповой работе происходит создание творческого продукта путем коммуникации между членами группы, благодаря этому ученики учатся работать совместно, понимать идеи друг друга, что развивает эмоциональный интеллект обучающихся. Общий результат стимулирует творческий процесс, при котором ученикам необходимо договариваться и выбрать единую общую концепцию. Формат работы всем классом заключается в том, что ученики всем коллективом принимают решение за героев. Учитель может придумать собственного центрального персонажа, который пройдет вместе с учениками все исторические периоды или события. Учитель бы мог давать несколько вариантов развития события, а дети – выбрать наиболее достоверный или подходящий путем голосования, что способствовало эмоциональной включенности всех учащихся: от их выбора зависит судьба героя. В зависимости от возраста детей и специфики класса можно предлагать различные концепции использования комикса.

Таким образом, можно отметить, что комикс предполагает его многоплановое использование в образовательном процессе. Как инструмент педагогической деятельности он соответствует решению большому количеству педагогических задач: усвоение нового материала детьми с клиповым типом мышления; проявление системно-деятельностного творческого подхода; развитие у личности навыка работы в режиме многозадачности; формирование системного подхода в изучении материала. Кроме того, комикс можно быть использован учителем периодически и в разных аспектах, все зависит от творческого посыла педагога.

### *Литература:*

1. *Богданова В.О.* Дидактический потенциал комикса // Социум и власть. 2020. С. 79–87.
2. *Гуков П.С.* Описание языка комиксов и его специфики // Скиф. 2017. № 16. С. 91–97.
3. *Дягилев М.В.* Образовательный комикс как проектная технология развития творческого мышления младших подростков на уроках истории // Современная начальная школа. 2020. Вып. 6. С. 30–34.

4. Комикс как вид искусства. URL: <https://disima.ru/vse-o-komikсах/komiks-kak-vid-iskusstva/> (дата обращения: 20.05.2023).
5. Кто придумал комиксы // Вокруг света: вопрос – ответ. URL: <https://www.vokrugsveta.ru/quiz/527/> (дата обращения: 20.05.2023).
6. *Купчинская М.А., Юдалевич Н.В.* Клиповое мышление как феномен современного общества // Бизнес-образование в экономике знаний. 2019. № 3 (14). С. 66–70.
7. *Маклауд С.* Понимание комикса / пер. с англ. М.: Белое Яблоко, 2016. 216 с.
8. *Нидерман И.А., Купалов Г.С.* Комикс как средство наглядности // Современная высшая школа: инновационный аспект. 2021. Вып. 13. С. 60–65.
9. *Секенова О.И.* Комиксы в цифре: создание изотекстов для развития информационной грамотности на уроках истории // Ученичество. 2022. № 2. С. 26–33.
10. *Степанюк М.В.* Применение комиксов как средства активизации познавательного интереса обучающихся на уроках истории различных типов // Перекрестки истории. Актуальные проблемы исторической науки: материалы XVII Всерос. научн. конф. / отв. ред. и сост. Е.Г. Тимофеева, А.О. Тюрин. Астрахань: Астраханский ун-т, 2021. С. 191–195.
11. *Фетисова Т.А.* Комикс — порождение американской массовой культуры. Аналитический обзор // Вестник культурологии. 2019. № 3 (90). С. 174–192.
12. *Шибкова Д.З., Пяткова О.Б.* Образовательный комикс как средство медиаобразования для восприятия обучающимися нового знания // Педагогическое образование в России. 2021. № 3. С. 90–97.

\* \* \*

**Фурманова А.А.,**  
кафедра экономической и социальной географии  
им. академика РАО В. П. Максаковского,  
Географический факультет,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
alinafurmanova43@yandex.ru<sup>36</sup>

## **Перспективы развития непроизводственной сферы экономики Ермекеевского района Республики Башкортостан**

*Аннотация:* структура экономики любой страны подвержена постоянным трансформациям. Региональные различия хозяйства в рамках одного государства могут указывать на неоднородность развития всех сфер жизни общества. В данной статье оценивается ряд показателей, на основе которых будет сделан вывод о развитии непроизводственной сферы экономики на примере Ермекеевского района Республики Башкортостан.

*Ключевые слова:* Ермекеевский район; непроизводственная сфера экономики; региональные различия хозяйства; услуги культуры, образования; социально-культурная сфера.

**Alina Furmanova,**  
Department of Economic and Social Geography  
named after Academician of the Russian Academy  
of Education V.P. Maksakovskiy,  
Faculty of Geography,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
alinafurmanova43@yandex.ru

## **Prospects for the development of the non-productive sector of the economy of the Ermekeyevsky district of the Republic of Bashkortostan**

---

<sup>36</sup> Научный руководитель – Н.Б. Самойлова, Директор Центра развития открытого образования МПГУ, старший преподаватель кафедры культурологии, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

**Abstract:** the structure of the economy of any country is subject to constant transformations. Regional differences in the economy within one state may indicate the heterogeneity of the development of all spheres of society. To this end, this article evaluates a number of indicators, on the basis of which a conclusion will be made about the development of the non-productive sphere of the economy on the example of the Ermekeyevsky district, located within the Republic of Bashkortostan.

**Keywords:** Ermekeyevsky district; non-productive sphere of the economy; regional differences of the economy; cultural and educational services; socio-cultural sphere.

Мировая экономика подвержена постоянным трансформациям, что приводит к неравномерности на уровне макрорегионов. Россия, которая входит в европейский макрорегион и восточно-европейский субрегион [7], по уровню социально-экономического развития относится к странам с переходной экономикой. Главной особенностью выступает переход от плановой к рыночной экономике, для которой характерна ведущая роль вторичного, а особенно третичного секторов (сфера услуг). Сейчас на долю услуг приходится свыше 1/3 общего объема хозяйства страны, в непроизводственной сфере занята почти половина населения. На постсоветском этапе развития России, характерно возрастание доли непроизводственной сферы экономики не только в масштабах страны, но и отдельных его субъектов. Если учесть, что зачастую стоимость услуг намного выше, чем сырья, а также общую тенденцию на цифровизацию, экологизацию и ориентирование на человеческий капитал, то нематериальная часть экономики служит одним из триггеров развития, как отдельных административно-территориальных единиц, так и страны в целом.

В настоящее время термин непроизводственная сфера изымается из научного употребления, заменяется понятиями социально-культурная сфера, социальная сфера, однако в работе будет использоваться понятие советских авторов, занимавшихся экономической статистикой. Итак, непроизводственная сфера – это условное название отраслей и видов деятельности, не составляющих материальное производство (сфера бытовых услуг, наука, культура, образование, здравоохранение, управление [5]. В зависимости от роли услуг в процессе воспроизводства и характера удовлетворяемых потребностей различают: сферу услуг материального производства (транспорт, связь, бытовое обслуживание), сферу услуг духовной жизни (образование, физическая культура, наука, искусство)



и сферу услуг в социальной сфере (торговля, жилищно-коммунальное обслуживание, здравоохранение). Одним из индикаторов возрастающей роли непроизводственной части экономики, служит ВРП региона РФ. Так, в структуре валовой добавленной стоимости по хозяйственным видам деятельности в Башкортостане на долю социальной сферы в 2020 г. приходится 57,6 % (рис.1), она имеет заметную тенденцию к увеличению.



Рис.1. Структура валовой добавленной стоимости по хозяйственным видам деятельности в Республике Башкортостан (2020 г.). Источник [4]

Покупательная способность населения, как один из важнейших показателей благосостояния, находит свое отражение в объеме платных услуг, которые предоставляются в течение года. В 2020 г. на территории рассматриваемого субъекта РФ объем платных услуг населению составил 229,6 млрд руб., а в 2021 г. уже 247,0 млрд руб. В свою очередь, в структуре платных услуг населению преобладают жилищно-коммунальные (28,5%), услуги транспорта и связи (23,2 %), рекреационные и медицинские (17,2 %). Таким образом, можно сказать, что жители республики тратят 2/3 (68,9%) всего на три категории услуг, в то время как существует достаточно большое количество других [4]. Очевидно, что оплата ЖКХ – это самая затратная и необходимая часть расходов населения, которая с каждым годом повышается. Соответственно, если поднимаются тарифы по данной категории, то населению, в большинстве своем, приходится

экономить на других услугах культуры, образования, спорта, общественного питания и т.д.

Ермекеевский район, как административно-территориальная единица в составе Республики Башкортостан, располагающаяся на юго-западе региона, имеет свою экономику, которая делится на производственную и непроизводственную сферы. Обрабатывающей промышленности на территории района нет, специализация района – сельское хозяйство в виду благоприятных физико-географических особенностей. Однако стоит отметить, что в Ермекеевском районе достаточно активно продвигается сфера услуг, что подтверждается рядом инвестиционных проектов, реализуемых и планируемых на территории района. Так, из девяти проектов четыре относятся к непроизводственной сфере экономики (табл. 1).

*Табл. 1. Инвестиционные проекты в непроизводственной сфере экономики Ермекеевского района Республики Башкортостан (разработано автором в 2022 г.)*

<b>Наименование инвестиционного проекта и сведения об инициаторе проекта</b>	<b>Категория непроизводственной сферы экономики</b>	<b>Объем инвестиций (млн руб.)</b>	<b>Количество новых рабочих мест</b>
Развитие этно-агротуризма на базе оздоровительной лагеря «Кульчум», ФГБОУ ВПО «БашГУ»	Туризм	10	18
Строительство торговых объектов в с. Ермекеево, ИП Кутлуев А.А., ИП Миникаев И.Р., ИП Хабутдинов А.С.	Торговля	8	10
Строительство объекта для предоставления бытовых услуг	Бытовые услуги	2	4
Строительство фельдшерско-акушерских пунктов в с. Новошахово и Богородский, Администрация	Здравоохранение	7,8	5

Анализ таблицы по инвестиционным проектам района определяет некоторую тенденцию: туризм и торговля на территории Ермекеевского

района будут развиваться и продвигаться чуть быстрее, поскольку возрастает спрос на внутренний туризм в связи с неустойчивой экономической и политической обстановкой, а розничная торговля, как сфера наиболее конкурентоспособная, будет так или иначе изменяться. Но пока инвестиционный климат района остается в русле аграрно-промышленного комплекса, в особенности животноводства. Об этом свидетельствует Приоритетный инвестиционный проект «Строительство животноводческого комплекса молочного направления «Семено-Макарово» с объемом инвестиций в 2,8 млрд руб., в то время как на все проекты непродуцированной сферы выделено в сто раз меньше – 27,8 млн руб. [2].

Важность нематериальной сферы экономики заключается в росте числа рабочих мест, что поможет решить проблему оттока трудоспособного населения в крупные города (Уфа, Казань, Екатеринбург) и столичные агломерации (Москва и Санкт-Петербург), а также выступает неким катализатором развития других сфер услуг: не только материальной, но и духовной. Например, бытовое обслуживание населения в муниципальном районе Ермекеевский район Республики Башкортостан является многофункциональной сферой, способствующей рациональному использованию денежных доходов семьи, созданию предпосылок для роста трудовых ресурсов района. Деятельность в сфере бытового обслуживания создает дополнительные возможности для повышения профессиональной квалификации человека, развития его интеллектуальных и физических способностей, а также для роста социальной активности. В 2021 г. в районе было 43 предприятия, оказывающих данные услуги населению, оборот составил 46,85 млн руб. (рис. 2).

В структуре бытовых услуг преобладает ремонт и строительство жилья, парикмахерские услуги, техническое обслуживание, ремонт транспорта. Такая тенденция может быть обусловлена вводом нового жилья в муниципальном районе, развитой транспортной системой: территорию района на юге пересекает железная дорога Москва – Челябинск, автомобильные дороги связывают район с городами Октябрьский, Белебей, Туймазы, Уфа, пгт. Приютово. Также в докладе о реализации Стандарта развития конкуренции в муниципальном районе Ермекеевский район Республики Башкортостан за 2020 г. [1] говорится об успехах мероприятий «дорожной карты», программы «Формирование комфортной городской среды», «Башкирский комфортный дворик», где были задействованы малый бизнес, предприятия соседних муниципальных районов, а для выполнения некоторых заказов появлялись новые ИП.

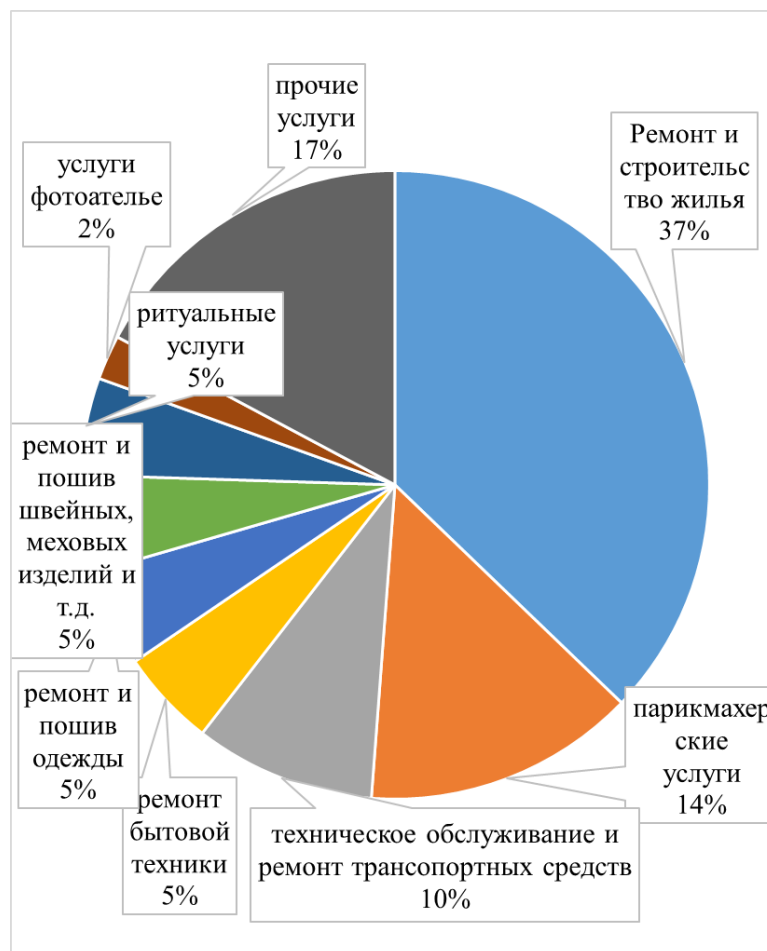


Рис.2. Структура бытовых услуг Ермекеевского района Республики Башкортостан (2021 г.) Источник: [4]

Если выводить отдельные категории непроеизводственной сферы экономики муниципального района Ермекеевского района на высокий уровень через привлечение инвестиций и реализации программ, то возникнут перспективы развития у других сфер услуг, к которым можно отнести туризм, культуру и образование. Сельский, или «аграрный», туризм – относительно молодое, но достаточно перспективное направление развития туризма. Для жителей сел Ермекеевского района это дополнительный заработок и возможность улучшить свое жилье. Для муниципалитета – приток дополнительных средств, развитие инфраструктуры, создание новых рабочих мест. Для республики – возможность развития туризма за пределами городов, где полностью отсутствуют гостиницы, снятие противоречий между городом и деревней, а для туристов – недорогой отдых в экологически чистой среде. Развитие сельского или агротуризма в форме малого семейного гостиничного бизнеса является социально-экономической программой по переводу части аграрного

населения из сферы производства в сферу услуг. Цель разработанной модели – дать импульс развитию аграрного сектора экономики и населения путем организации нового специфического турпродукта. Помимо экономических, такая политика преследует социальные и социокультурные цели: остановить деградацию сельских поселений, рост негативных социальных явлений, сохранить и отчасти воссоздать культурное наследие, национальную самобытность района.

Развитие культуры и образования может происходить на базе инфраструктурных объектов как в рамках туризма, так и как отдельная деятельность, к которой можно отнести, к примеру, ЗСУОБ «Кульчум», перешедшая на баланс БашГУ, сможет функционировать круглогодично и осуществлять языковые, физико-математические, химико-биологические профильные смены, выездные семинары и конференции для студентов, реализуется программа школы «Экспедиция», где участники знакомятся с историей, культурой, традициями и бытом народов, населяющих Башкортостан [6].

Таким образом, перспективы развития непромышленной сферы экономики муниципального района Ермекеевского района Республики Башкортостан могут быть оценены как высокие, поскольку единственным конкурентом выступает АПК в связи с благоприятными физико-географическими условиями территории. Стоит отметить, что несмотря на удаленность от регионального центра – Уфы, район представляет собой уникальное место, где возможность реализации населения в сфере услуг возрастает, так как не все экономические ниши заполнены, существует конкуренция, которая стимулирует рост рыночных отношений, есть поддержка Администрации. Однако ряд проблем замедляют развитие непромышленной сферы экономики, к которым относится низкая информированность населения самого региона о Ермекеевском районе, отсутствие бренда района, который мог бы продвигаться за пределами Башкирии, низкий приток инвестиций в проекты, связанные с третичным сектором экономики. Для повышения узнаваемости, возможно, стоит осуществлять приграничное сотрудничество с другими районами Оренбургской области и Республики Татарстан, например, по линии культуры и реализовать этно-фестиваль, ведь на территории Ермекеевского района проживают татары, башкиры, русские, мордва, удмурты и др. Еще одной точкой взаимовыгодного сотрудничества может стать научная деятельность, где главной площадкой может стать Республика Башкортостан

(Башкирский государственный университет), а его партнерами – Оренбургская область (Оренбургский государственный университет) и Республика Татарстан (Казанский Федеральный университет, Казанский государственный аграрный университет).

***Литература:***

1. Доклад о реализации Стандарта развития конкуренции в муниципальном районе Ермекеевский район Республики Башкортостан за 2020 г. // Муниципальный район Ермекеевский район РБ. URL: <https://ermekeevo.bashkortostan.ru/documents/other/431726/> (дата обращения: 29.09.2022).

2. Инвестиционные проекты, реализуемые и планируемые на территории муниципального района Ермекеевский район Республики Башкортостан. URL: <https://clck.ru/354Wnj> (дата обращения: 29.09.2022).

3. Об утверждении муниципальной программы «Развитие торговли в муниципальном районе Ермекеевский район Республики Башкортостан» на 2022–2026 гг. // Муниципальный район Ермекеевский район РБ. URL: <https://ermekeevo.bashkortostan.ru/documents/active/412222/> (дата обращения: 27.09.2022).

4. Республика Башкортостан. Статистический справочник. 2019–2021 гг. / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Башкортостан. Уфа: Башкортостан-стат, 2022. 63 с.

5. Современный экономический словарь. / Под ред. Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовского, Е.Б. Стародубцевой. М.: Экономика, 2009. 924 с.

6. Туристический паспорт муниципального района Ермекеевский район РБ // Муниципальный район Ермекеевский район РБ. URL: <https://ermekeevo.bashkortostan.ru/documents/active/195870/> (дата обращения: 28.09.2022).

7. Central and Eastern Europe. Geospatial, location data for a better world. URL: <https://www.un.org/geospatial/content/central-and-eastern-europe> (accessed: 26.09.2022).

\* \* \*

**Черкашина С.А.,**  
кафедра истории,  
Институт истории и политики,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
sv.c4er@yandex.ru<sup>37</sup>

## **Особенности традиционного костюма удмуртов и мордвы**

*Аннотация:* в статье обзорно рассмотрен традиционный костюм удмуртов и мордвы, проживающих в Башкортостане, и некоторые специфические элементы декора и костюмных комплексов.

*Ключевые слова:* удмурты; мордва; национальный костюм; закамские удмурты; мордва эрзя; Башкортостан, традиционный костюм.

**Svetlana Cherkashina,**  
Department of history,  
Institute of History and Politics,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
sv.c4er@yandex.ru

## **Features of the national costume of the Udmurt and mordva**

*Abstract:* the article reviews the traditional costume of Udmurts and Mordvins living in Bashkortostan, and some specific elements of decor and costume complexes.

*Keywords:* udmurts; mordvins; culture; national costume; zakamian udmurts; mordvins-erzi; Bashkortostan; traditional costume.

В полиэтнической Республике Башкортостан проживает около 160 различных этносов и этнических групп: русские (36,0%), башкиры (28,8%), татары (24,8%), чувашаи (2,7%), марийцы (2,6%), украинцы (1%), а также мордва, удмурты, белорусы, немцы, латыши, евреи [6]. В данной статье мы рассмотрим традиционные элементы культуры, в частности, костюм удмуртов и мордвы эрзи на примере Ермекеевского района с его

---

<sup>37</sup> Научный руководитель – Н.Б. Самойлова, Директор Центра развития открытого образования МПГУ, старший преподаватель кафедры культурологии, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

этническим многообразием и спецификой этнокультурной идентичности жителей.

За время Всероссийского слета «Россия – единство в многообразии», мы успели посетить ряд населенных пунктов Ермекеевского района и пообщаться с представителями различных этнических групп и религиозных конфессий. Особенно нас интересовали традиционная культура мордвы эрзя (с. Новые Сулли) и удмуртов (с. Купченеево).

Культурная память крайне неоднородна и сложна, сохраняя в своей основе нормативную культуру, обычаи и традиции, она может несколько адаптировать их во взаимовлиянии различных культур, при этом сохраняя собственную этническую идентичность и неповторимость. С течением времени, особенно в современном информационном обществе, жизнь невероятно изменчива, тем не менее ряд традиционных черт сохраняется. Например, на Троицу наряжают березу (мордовское село Новые Сулли) или надевают по праздникам, например, на Сабантуй, национальные костюмы. Народные праздники являются отражением древних верований и культов, корнями уходящие в язычество. Нас интересовало общее и специфичное в традиционной культуре мордвы, удмуртов и чувашей, проживающих в Ермекеевском районе.

Закамская группа удмуртов, к которой относятся удмурты Ермекеевского района, осталась верна прежним дохристианским верованиям (как рассказывали сами жители села Купченеева, их религиозные воззрения представляют собой сплав язычества и православия). Современные исследователи отмечают, что потомки переселенцев уверены в том, что их предки оказались на башкирской земле вследствие желания сохранить свои верования и спастись от христианизации, поэтому башкирские удмурты с гордостью зовут себя «истинными / настоящими удмуртам» [5].

Исследователи удмуртского костюма выделяют три самостоятельных костюмных комплекса: северный трехцветный (белый, красный, черный), южный полихромный и бесермянский, отмечая сложный и богатый орнамент традиционного костюма [4, с. 451].

Удмурты Башкортостана являются представителями традиции южного полихромного костюма, который в свою очередь имеет различные варианты и подразделяется на бавлинский, калмезский, южноудмуртский, закамский и арский или завятский [4, с. 451]. Особенно нас интересует закамский вариант костюма. Стоит отметить, что локальные варианты удмуртских костюмных комплексов имеют ряд различий в виде



украшений, орнаментации, деталей покроя или отдельных предметов, входящих в комплекс.

Поскольку раньше вся одежда была домашнего производства, то шили ее преимущественно из отбеленного посконного, а позже из льняного холста, сукон и овчины, однако к XIX в. материал заменяется на пестроткань (пестрядь), украшенную геометрическим орнаментом.

Основу женского удмуртского народного костюма составляет туникообразная рубаха (*дэрэм*) из пестроткани, обычно украшавшая широкими оборками (40–50 см), которые не встречаются в северном комплексе, поверх одевали передник (*айшет*), так же в костюмный комплекс входят вязанные кружевные чулки и носки без пяток, сшитые из холста (*чуглэс*). К летней одежде относился кафтан (шортдэрэм), при этом к повседневной одежде относились кафтаны в черной или серой палитре, а вот в белой обычно ходили на моления. Зимой обычно носили теплые посконные красные или красные в черную полосу кафтаны (*зыбын*), суконные кафтаны (*дукес*), овчинные шубы. К праздничной одежде относятся шубы и кафтаны, пошитые отрезными по талии и со сборками (*кильымо*), в то время когда будничные обычно были просто приталенными, не отрезными и без сборок [4, с. 452].

Самой разнообразной и этнически специфической деталью одежды являлись головные уборы. Раньше было принято носить берестяную шапку (*айшон*), которая обшивалась холстом и украшалась при помощи различных лент и бисера (*сюлык*) или чалму – «головное полотенце» в виде чепчика с пришитыми сзади прямоугольными кусками холста. Одной из интересных функций головного убора было отражение смены возрастного и семейного статуса. К девичьим головным уборам относились шапочка (*такая*) и платок с праздничной повязкой на лоб (*укотуг*), пожилые женщины носили платки (*кышет*).

Украшения, как правило, передавались по наследству, ведь создать или купить украшения из монет, бисера, раковин могли позволить себе далеко не все. Стоит отметить, что в южных районах предпочитали использовать монеты, тогда как в северных – раковины, бисер, бусы. Довольно популярны были нагрудные украшения, которые носились поверх разреза рубах на подобии мониста, браслеты (*былэзик*), серьги (*пельгы*), кольца, перстни (*зындес*), ожерелья, бусы (*весь*) или наконники из цепочек с монетами (*йыри пунет*). Белую холщовую одежду по подолу, рукавам и на груди украшали вышивкой, были распространены вышитые нагрудники или нагрудные подвески из монет (*сырга и ошет*) [2].

Мужской костюм в сравнение с женским куда менее разнообразен, его основу составляет белая или пестрядинная рубаха до колен (*пиосмурт дэрэм*) с разрезом с правой стороны без застежек, позже появляются завязки, еще позже – пуговицы или крючки. Поясной одеждой служили полосатые штаны, обычно синие в белую полоску. Штаны из северного комплекса отличались по покрою от южного.

До XIX века были распространены суконные колпаки, однако позже распространились валяные войлочные шляпы. Зимой предпочитали носить ушанки из овчины, из обуви – валенки. К летней обуви относятся шерстяные онучи или лапти. Теплая мужская одежда мало чем отличалась от женской, носили шубу или *дукес*. Некоторые исследователи национальной одежды удмуртов еще с XVIII в. отмечают сходство мужского костюма с русскими костюмами.

Несмотря на то, что на рубеже XIX–XX вв. удмуртский традиционный костюм типологически был довольно схож с одеждой соседних народов, он имел ряд различий, заключающихся в функциональном, возрастном и социальном аспектах.

В прошлом национальная одежда мордвы сильно отличалась от других народов: «Можно ошибаться в различие чувашей, черемисов, вотяков, но мордвина тотчас узнаешь, – стоит только взглянуть на его лапти, посмотреть на рубашку, испещренную по всем направлениям разного рода вышивками, и достаточно, а особенности женского костюма еще несравненно резче» [1]. На основе ряда этнографических источников исследователи делают выводы о древности традиционного мордовского костюма и его многовариантности, обусловленной особенностями расселения, этнического соседства и многоплеменностью структуры древнемордовского этноса. Однако это не отменяет определенные общие черты, свойственные всем комплексам мордовского костюма [4, с. 366].

В.Н. Белицер относил к общим чертам мордовского женского костюма белый холст, являющийся основным материалом одежды туникообразного покроя – не только рубахи, но и верхней распашной одежды. Вышивали одежду красно-коричневой и черной шерстью; украшения были из бисера, метала и раковин. Выделяющиеся своим типом мордовские лапти плели из лыка, были популярны сапоги «гармошкой» и особый способ обертывания ног онучами так, чтобы они были ровными и толстыми [3, с. 179].

В данном исследовании нас особенно будет интересовать подтип костюма мордвы эрзи. Основной элемент женского костюма – рубаха

(панар) туникообразного покроя без воротника, шилась из двух полотняных холстов, перегнутых пополам и сшитых спереди (посередине груди) и по бокам, подол доходил почти до пят. У мокшанок был иной покрой рубахи: полотнище, перегнутое поперек составляло перед и спину одеяния, в то время как бока состояли из двух более коротких холстов, длиной рубаха была ниже колен. Рубаху всегда подпоясывали, а к поясу крепили парные подвески, особенным поясным украшением эрзянок был пулай. Впервые в жизни его надевали в день совершеннолетия и носили до глубокой старости. Праздничный пулай отличался украшениями (медные пуговицы, цепочки, раковины каури, бисером, пряжками). Еще одной обязательно частью женского костюма был передник (*запон, запунка*) с крайне устойчивой традицией шитья. Для его изготовления использовали домотканое белое полотно в горизонтальную красную полосу. Небольшая грудка сужалась кверху, имея силуэт в виде буквы «М», край обшивали красным ситцем, а поверх ней нашивали тесьму или шерстяную нить синего или зеленого цветов.

Мордовские рубахи, особенно праздничные, украшены вышивкой. Черный с синим оттенком и темно-красный использовались как основные тона, зеленым и желтым расцвечивали узоры. Умение вышивать считалось одним из девичьих достоинств, нередко между девушками шли гласные и негласные соревнования на данном поприще. Одной из свадебных традиций была демонстрация вышивок, сделанных невестой на подарках жениху и его родственникам (рубашки, платки и т. д.).

Для рубах эрзи характерна полоса вышивки, проходящая спереди посередине, то есть от нагрудного и до подольного разреза, данное расположение вышивки являлось следствием конструкции платья – вышивка обрамляет шов. Однако для эрзя Башкортостана характерен крой с цельным центральным полотнищем, поэтому центральная вышивка носит чисто декоративный характер. В остальном характеристики рубах совпадают с особенностями одежды эрзя Заволжья [1].

Повседневной обувью являлись лапти (*карть*), которые существенно отличались от татарских и чувашских. Эрзянки надевали сначала шерстяные чулки (выполнены в черной или белой цветовой палитре с простым геометрическим орнаментом в виде ромбиков), потом наматывали белые онучи, потом уже – лапти. Кожаные спаги и ботинки относились к праздничной одежде.

Среди женских украшений пользовалась популярностью нагрудная фибула (*сюлгамо*), изготавливаемая из медной проволоки, которой придавали форму овала с незамкнутыми и расплюснутыми концами, нанизывали бусы и шумящие подвески. Использовалась она как застежка для нагрудного разреза.

Мужской костюм состоял из рубахи (*панар*) и штанов с узким шагом белого или синего оттенка. «Мужские рубахи были косоворотки, разрез на левой стороне. Воротничок стоячий был и вышивался. Под рукавами, чтобы свободнее было пришивался треугольной формы лоскут. Мужские рубахи были и белые, и красные холщовые, вышитые. Подол был вышит кругом, рукава, на груди. Рубахи красного цвета вышивали желтыми шерстными никами, белого – красным» [1].

К XVIII веку мордовский мужской костюм становится сложно отличить от костюма русского крестьянина. Женская одежда, как правило, куда более устойчива к изменениям, поэтому женский костюм сохранил этническую специфику, однако это не значит, что не появилось схожих элементов.

Подводя итог, хочется отметить, что историческое развитие различных этносов зависит от ряда факторов: особенностей расселения, этнического соседства и пр. Переселяясь на новые территории, невозможно сохранить аутентичность своей культуры, что заметно на примере культурной ассимиляции удмуртов и мордвы на территории Башкортостана, выражающейся в крое одежды, цветовой палитре и даже религиозных представлениях. Однако, данные этнические группы смогли сохранить свою этнокультурную идентичность и активно за нее борются, собирая музейные коллекции, проводя национальные праздники и показывая молодежи красоту своих традиций. Ермакеевский район – это удивительное место, в котором, несмотря на некоторую ассимиляцию, удалось сохранить традиционную этническую культуру.

### ***Литература:***

1. Атлас Народов Республики Башкортостан. Мордва. URL: <https://atlasrb.ru/nation/mordva/> (дата обращения: 21.01.2023).
2. Атлас Народов Республики Башкортостан. Удмурты URL: <https://atlasrb.ru/nation/udmurty/> (дата обращения: 17.01.2023).
3. *Белицер В.Н.* Очерки по этнографии народов коми. М.: Наука, 1958. 390 с.

4. Народы Поволжья и Приуралья. Коми-зыряне. Коми-пермяки. Марийцы. Мордва. Удмурты. М.: Наука, 2000. 579 с.
5. *Никитина Г.А.* Закамские удмурты: общее и особенное // Финно-угорский мир. 2016. № 2. С. 42–50.
6. *Сченснович В.Н.* Роль религии в межконфессиональных отношениях Республики Башкортостан // Россия и мусульманский мир. 2022. № 2 (324). С. 25–42.

\* \* \*

**Швелер А.Д.,**  
кафедра истории России.  
Институт истории и политики,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
shvelertap@gmail.com<sup>38</sup>

**Демографическая ситуация Ермакеевского района  
Республики Башкортостан:  
проблемы, тенденции и перспективы**

*Аннотация:* статья посвящена краткому анализу актуального состояния демографической ситуации в Ермакеевском районе Республики Башкортостан. Производится оценка факторов, провоцирующих негативные тенденции, пагубно сказывающиеся на качестве и продолжительности жизни населения района. Особое внимание уделяется возможным подходам к минимизации или преодолению данных факторов.

*Ключевые слова:* демографический кризис; население Ермакеевского района; качество жизни; приоритеты социальной политики; демографическая стратегия.

**Alexander Shveler,**  
Department of Russian History,  
Institute of History and Politics,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
shvelertap@gmail.com

**Demographic situation of the Ermekeyevsky district  
of the Republic of Bashkortostan: problems, trends, and prospects**

*Abstract:* the material of this article is devoted to a brief analysis of the current state of the demographic situation in the Ermekeyevsky district of the Republic of Bashkortostan. The article evaluates the factors provoking negative trends that adversely affect the quality and life expectancy of the population of the district. Particular attention is paid to possible approaches to minimizing or overcoming these factors.

---

<sup>38</sup> Научный руководитель – Н.Б. Самойлова, Директор Центра развития открытого образования МПГУ, старший преподаватель кафедры культурологии, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

**Keywords:** demographic crisis; population of Ermekeyevsky district; quality of life; priorities of social policy; demographic strategy.

Нестабильное состояние демографической ситуации в РФ в настоящий момент отмечается повсеместно и на федеральном уровне, и представителями региональных управленческих структур. Как отметил глава государства на правительственном совещании 15 декабря 2022 г., под воздействием «негативных волн в сфере демографии складывается непростая ситуация в этой области» [5]. Несмотря на предпринимаемые меры в социально-экономической политике на протяжении 2010-х – начала 2020-х гг., к настоящему моменту последствия пандемии, а также ряда других сопутствующих отрицательных факторов спровоцировали серьезные риски в сфере жизнеобеспечения и прироста населения. Особенно острая ситуация на региональном уровне, в первую очередь в регионах, испытавших «просадку» уровня жизни граждан еще в самом начале кризисных явлений под воздействием пандемии – в том числе и различные районы Республики Башкортостан. Необходимо более подробно осветить вызовы и риски демографической ситуации в Ермекеевском районе Республики Башкортостан, и предложить возможные пути преодоления складывающихся негативных тенденций.

С начала 2000-х гг. происходит практически устойчивая убыль населения на территории республики; так, только с 2002 по 2010 гг. было отмечено сокращение населения порядка на 32 тыс. человек [4]. Подобная тенденция отразилась и на Ермекеевском районе: так, если по результатам Всероссийской переписи 2002 и 2020 гг. выявлена убыль населения примерно на 3 тыс. чел. [1; 2]. Среди основных факторов, осложняющих ключевые показатели демографической ситуации (миграция населения уровень детской и материнской смертности, соотношение рождаемости и смертности, качество жизни и здоровья граждан, др.) как в Республике Башкортостан в целом, так и Ермекеевском районе, следует отметить:

- недостаточный уровень развития социальной инфраструктуры региона;
- недостаточно высокий уровень доходов населения, как следствие – низкий потребительский потенциал. Так, общие показатели товарной обеспеченности в Республике Башкортостан ниже на 35%, чем в соседней Республике Татарстан, что провоцирует отток населения [6];

- определенные трудности с обеспечением потребностей населения жилищно-бытовыми условиями, в первую очередь жилой собственности;
- уровень качества социальных услуг образования и здравоохранения, не всегда отвечающий потребностям населения;
- невысокая туристическая привлекательность региона, а также невысокий уровень удовлетворения потребностей граждан в культурно-досуговой сфере. Так, по справедливому замечанию А.Р. Сергеева, в районе выявлено «отсутствие крупных и медийно-раскрученных историко-культурных и природных объектов» [6].

При этом основной демографической группой риска выступает в первую очередь молодежь в возрасте от 15 до 30 лет, из-за оттока по социально-экономическим причинам (в первую очередь, факторы карьерного роста, доступности и развитости культурно-досуговой сферы). Показательно, что, как и в целом по остальным районам, происходит задержка вступления лиц репродуктивного возраста в брак, происходит и увеличение среднестатистического возраста рожениц.

Перечисленная совокупность проблем требует встречных мер. В числе допустимых решений, реализуемых на местном уровне, можно указать следующие:

- изменение подходов к реализации жилищной программы, «перенацеливание» на адресную поддержку семей, требующих реальной поддержки условий проживания;
- внедрение мер по гибкому и целевому регулированию рынка труда, а также облегчение мер по вхождению в сферу самозанятости и ведения предпринимательства;
- поощрение гражданских инициатив, направленных на волонтерское сопровождение социально уязвимых категорий населения района – пенсионеров, лиц с особыми потребностями здоровья, многодетных семей и др.

Вместе с тем, помимо непосредственно материальных факторов, на демографическую ситуацию напрямую влияет уровень и степень развитости духовно-нравственных и семейных ценностей. Изучение колебания прироста и убыли населения с учетом тех или иных трансформаций в культурной идентичности населения показывает, что «развитие института семьи и укрепление семейных ценностей является важным фактором



развития человеческого капитала» [7]. Поэтому представляется необходимым формирование и поэтапная реализация политики в сфере укрепления семейных ценностей, значимости семьи как общественного института, которая может включать в себя следующие направления:

- проведение мероприятий по популяризации семейного образа жизни, формирование идеалов крепкой семьи, необходимости защиты материнства, отцовства и детства;
- разработка комплексной программы района по охвату и вовлечению молодежи в гражданскую активность, осознанный выбор жизненного пути, утверждению семейных ценностей;
- создание условий для ведения коллективного (семейного) здорового образа жизни, в том числе на основе регулярного проведения культурно-досуговых и спортивно-массовых мероприятий;
- формирование стратегии поддержки социально и творчески активной молодежи;
- поддержка социальных проектов, направленных на вовлечение населения активное и ответственное гражданское поведение в хозяйственных делах, повседневной жизни, общении с близкими;
- формирование устойчивого и осознанного неприятия к негативным явлениям общественной жизни, таким как алкоголизм, наркомания, делинкветное поведение и др.

Комплексный и последовательный подход в реализации мер как по улучшению социально-экономической конъюнктуры региона, так и формирование условий для позитивного восприятия традиционных семейных ценностей и института семьи будут способствовать определенной положительной коррекции текущих тенденций демографии Ермекевского района и населения Республики Башкортостан в целом.

### *Литература:*

1. Всероссийская перепись населения 2002 года. Т. 1. Табл. 4. Численность населения России, федеральных округов, субъектов РФ, районов, городских поселений, сельских населенных пунктов – райцентров и сельских населенных пунктов с населением 3 тысячи и более. URL: <http://www.perepis2002.ru/index.html?id=11> (дата обращения: 15.01.2023).

2. Всероссийская перепись населения 2020 года. Т .1 Табл. 5. Численность населения России, федеральных округов, субъектов РФ, городских округов, муниципальных районов, муниципальных округов, городских и сельских поселений, городских населенных пунктов, сельских населенных пунктов с населением 3000 человек и более. URL: [https://rosstat.gov.ru/vpn\\_popul](https://rosstat.gov.ru/vpn_popul) (дата обращения: 15.01.2023).

3. *Давлетова Г.* Башкирия упала в рейтинге регионов России по качеству жизни. Рассказываем почему // Уфа 1. 16.02.2021. URL: <https://ufa1.ru/text/gorod/2021/02/16/69768893/> (дата обращения: 15.01.2023).

4. *Мурзабулатов М.* Демография народов Республики Башкортостан на современном этапе // Ватандаш. 2014. № 2 (209). С. 159–176.

5. Путин поручил кабмину в начале 2023 года подготовить меры по увеличению рождаемости // Тасс. 15.12.2022. URL: <https://tass.ru/ekonomika/16603077> (дата обращения 15.01.2023).

6. *Сергеев А.Р.* Географическое обоснование перспективности туристического развития Ермекеевского района Республики Башкортостан // Вестник Тверского государственного университета. Сер. География и геоэкология. 2022. № 3 (39). С. 86–93.

7. Стратегия социально-экономического развития муниципального района Ермекеевский район Республики Башкортостан на период до 2030 года / отв. ред. А.В. Янгиров. Уфа: Аэтерна, 2019. 182 с.

\* \* \*

## ПРАВОВОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В СОВРЕМЕННОЙ ШКОЛЕ: ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

---

**Кайсин А.С.,**

бакалавр кафедры культурологии,  
Институт социально-гуманитарного образования  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
as.kaisin1@mpgu.su

**Орлова А.В.,**

кандидат философских наук,  
доцент кафедры права,  
Институт социально-гуманитарного образования  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
av.orlova@mpgu.su

### **Экстремизм: подходы к определению термина и сущностных характеристик феномена**

*Аннотация:* статья посвящена анализу определения понятия «экстремизм» и его сущностных характеристик в разных отраслях социально-гуманитарного знания. Проанализировано 22 толкования данного понятия, предлагаемого исследователями в сфере политологии, социологии, психологии и юриспруденции.

*Ключевые слова:* экстремизм; идеология; радикализм; государственная безопасность.

**Andrey Kaisin,**

Department of Culturology  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
as.kaisin1@mpgu.su

**Anna Orlova,**  
Ph.D. in Philosophy,  
Associate Professor of the Department of law,  
Institute of Social and Humanitarian education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
av.orlova@mpgu.su

## **Extremism: approaches to the definition of the phenomenon and its essential characteristics**

*Abstract:* the article is devoted to the analysis of the definition of the concept of "extremism" and its essential characteristics in various branches of social and humanitarian knowledge. 22 interpretations of this concept offered by researchers in the field of political science, sociology, psychology, and jurisprudence are analyzed.

*Keywords:* extremism; ideology; radicalism; state security.

С латинского языка прилагательное «*extremus*» возможно перевести как «конечный», «крайний» [8]. Впервые применительно к определению политических взглядов оно было использовано Ш. Монтескье при описании двух полярных политических систем: непосредственной демократии и «деспотии одиночек» [13]. Производным от «*extremus*» стало существительное «экстремизм».

Свое идеологическое наполнение данное существительное получило уже в XIX веке. Этому поспособствовал К. Гейнцен, немецкий публицист, руководитель баденской революции, создатель так называемой «философии бомбы», утверждающей относительность морали и опровергающей запрет на убийства для достижения политических целей. Свой вклад в идеологическое наполнение понятия «экстремизм» внесли также и русскоязычные анархисты – М.А. Бакунин и П.А. Кропоткин.

В науку понятие «экстремизм» ввел французский юрист М. Лерой в 1926 г. В качестве ключевого признака данного понятия он определял «абсолютную веру сторонников какого-либо в собственные идеалы» [14].

В лексику русского языка слово «экстремизм» вошло только во второй половине прошлого века. Определения слова «экстремизм» не было ни в Толковом словаре В.И. Даля, ни в Энциклопедическом словаре

Ф.А. Брокгауза и И.А. Ефрона, ни в Кратком толковом словаре П.Е. Стояна. В первый раз в словарная статья, посвященная экстремизму, появилась в Толковом словаре под редакцией Д.Н. Ушакова. Под экстремизмом в статье понималось «склонность, приверженность к крайним взглядам и мерам, преимущественно в политике» [21]. В дальнейшем аналогичное определения понятия «экстремизм» приводилось в Большом академическом словаре под редакцией В.И. Чернышева, Словаре русского языка С.И. Ожегова.

Под научную проблематизацию понятие экстремизма впервые попало в работе «Новое американское право» американского социолога Д. Белла. Им были сформулированы методологические приемы изучения феномена экстремизма, как социально-политического явления [10].

На данный момент единый подход к определению экстремизма отсутствует. К попыткам определения данного феномена подходят ученые из разных областей социально гуманитарного знания. Так, в политологии предварительно можно выделить две группы взглядов на экстремизм: первая группа ученых определяет экстремизм как конкретную идеологию, вторая группа склонна считать, что экстремизм – это, скорее набор практик, который может быть применен к любой идеологии [9].

Говоря о первой группе взглядов на сущность экстремизма, можно выделить В.В. Бирюкова, который определяет экстремизм как конкретную идеологию с принудительным распространением своих принципов и подавлением оппонирующих идеологий [3]. Такого же подхода к определению феномена экстремизма придерживаются В.Ю. Верещагин и М.И. Лабунец [4]. Н.Н. Афанасьев, в свою очередь, считает, что экстремизм – это комплекс радикальных установок, направленных на достижение своих целей благодаря применению средств, основанных на насилии и противоправном поведении [1]. С.А. Воронцов приводит определение, объединяющее характеристики всех приведенных выше [6].

Также существует взгляд на экстремизм как на набор практик, а не конкретных политических идеологий, мы можем назвать такой взгляд функциональным. Л.В. Савиным экстремизм определяется как выражение крайних взглядов с целью внесения изменений в общественные отношения в одной из сфер жизни общества (политической, экономической, духовной или социальной) с помощью противоправных мер [18]. В.Ю. Сокол определяет экстремизм как деятельность в политической сфере жизни общества определенной организованной группы или отдельных лиц, направленную на насильственной изменение существующего

конституционного строя и нарушение целостности Российской Федерации и (или) возбуждение ненависти или вражды, унижение человеческого достоинства по признаку отношения к социальной, этнической, религиозной языковой или иной группе [19]. С.Н. Фридинский в определении экстремизма приводит перечень, конкретных практических действий, характеризующих данный феномен, во многом повторяя соответствующие пункты Федерального закона №148 от 25.07.2002 г. «О противодействии экстремистской деятельности» [24].

Исследователи-социологи также подходили к проблеме определения экстремизма и его сущностных признаков. Так, например, Р.М. Афанасьева считает, что ключевой характеристикой экстремистских действий является их противопоставление позитивным социокультурным ценностям и нормам [2]. Схожую позицию занимает А.В. Резникова, которая утверждает, что действия экстремистской направленности нарушают систему устоявшихся общественных отношений [16]. И.Н. Харитонов, в свою очередь, утверждает, что практическим воплощением экстремизма является совершение радикальных поступков, нетолерантных по отношению к системе, выражающихся в различных формах дискриминации [25]. О.А. Русанова говорит о том, что экстремизм может являться методом достижения групповых целей, опирающимся на совершении деструктивных действий, которые основываются на приверженности крайним взглядам [17]. И.В. Вехов определяет экстремизм как девиантное поведение, осознанное и идеологически обоснованное, выражающееся в совершении деяний, направленных на полное или частичное отрицание сложившегося политического и социально-экономического устройства и (или) в призывах к совершению таких деяний [5]. Исследователи-социологи обоснованно указывают на наличие со стороны «радикалов» постоянной угрозы общественным устоям.

Для психологов ключевым в рассмотрении феномена экстремизма, являются психоэмоциональные реакции, которые сопутствуют совершению экстремистских деяний, в частности, внешнее проявление агрессивности. Так, для А. Бартоли и П.Т. Коулман экстремизмом является то, что провоцирует конфликт, который может быть разрешен только в насильственной форме [7]. По мнению психологов, экстремистскими могут быть не только действия, но и убеждения личности. В.А. Соснин, определяя ключевые черты экстремистского поведения, относит к ним стремление выдать желаемое представление о действительности за ее сущность, ориентацию на недоброжелательное взаимодействие с представителями

оппонирующих точек зрения, стремление оправдать свои интересы и мотивы апелляцией к общественному благу, которое якобы будет достигнуто по результатам их действий [20]. С.Б. Целиковский феномен экстремизма рассматривает как характеристику индивида, выбирающего крайние точки зрения, предельные средства и способы достижения своих целей [27]. Как видно, авторы попытались определить особенности экстремистского «стиля» поведения. Согласно точке зрения М.З. Шогенова, анализирующего сущность экстремизма, его ключевыми характеристиками являются радикализм, релятивистское отношение к нормам морали, стремление к выбору предельных средств достижения поставленных целей, полное отрицание сложившегося общественного порядка. При этом, отмечается автором, все данные характеристики имеют тенденцию к обострению в условиях конфликтов, складывающихся пограничных и экстремальных ситуациях [28].

Наконец, говоря об осмыслении понятия экстремизма в российском юридическом поле, в первую очередь, следует обратиться к федеральному закону № 148-ФЗ от 25.07.2002 г. «О противодействии экстремистской деятельности», в котором хотя и не приводятся определения данного понятия, однако приводится перечень из тринадцати деяний, относящихся к экстремистской деятельности [23].

С точки зрения юриспруденции, экстремизмом является разновидность общественно опасной деятельности, наделенной специфическими характеристиками.

А.Ф. Истомина и Д.А. Лопаткин определяют экстремизм как деятельность общественных объединений, должностных лиц и граждан, которая выражается в радикальных взглядах на существующие проблемы и сопровождается противоправными действиями [12]. А.Г. Залужный, в свою очередь, определяет экстремизм как деяния, намерения, взгляды, которые выражаются в публичной форме и имеют своей целью нарушение правовых, социальных и моральных норм, при том условии, что судом доказана юридическая значимость данных совершенных действий [11]. А.Г. Хлебушкин считает, что экстремизм – это противоправная деятельность, которая причиняет урон или создает угрозу причинения такого урона конституционному строю государства, а также конституционным основам межличностных отношений [26].

В.А. Пономаренков и М.А. Яворский предлагают определять экстремизм противоправные и насильственные действия, которые соверша-

ются по мотивам, обусловленным социальной неприязнью (сюда авто-рами относится, среди прочего, религиозная, расовая, половая неприязнь), а также призывы к таким действиям [15].

Итак, нами проанализировано двадцать два определения, предлагаемых феномену «экстремизм» учеными из разных сфер социально-гуманитарного знания. В восьми из них (36%) под экстремизмом понимается практическая деятельность, в то, время как в семи анализируемых определениях утверждается, что экстремизм – это система взглядов, в то время как совершение экстремистских деяний – это только следствие ее наличия. В восемнадцати из двадцати двух определений (81%) в качестве одной из ключевых характеристик экстремистских деяний определяется их противоправный и (или) насильственный характер. В большинстве определений (95%) утверждается, что экстремистские действия – это действия публичные.

### ***Литература:***

1. *Афанасьев Н.Н.* Идеология терроризма // Социально-гуманитарные науки. 2001. № 1. С. 24–35.
2. *Афанасьева Р.М.* Социокультурные условия противодействия экстремизму в молодежной среде (социально-философский анализ): дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11. М., 2007. 200 с.
3. *Бирюков В.В.* Еще раз об экстремизме // Адвокат. 2006. № 12. С. 8–19.
4. *Верещагин В.Ю., Лабунец М.И.* Политический экстремизм: этнонациональная институционализация и регионализация // Философия права. 2002. № 2. С. 79–84.
5. *Вехов И.В.* Экстремизм как объект социологического исследования // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2009. № 111. С. 284–290.
6. *Воронцов С.А.* Понятие экстремизма и его существенные признаки. Философия права. 2007. № 4 (23). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-ekstremizma-i-ego-suschnostnye-priznaki> (дата обращения: 21.05.2023).
7. *Гайворонская А.А.* Полифоничность феномена «экстремизм» в социально-психологических исследованиях // Психология и психотехника. 2012. № 1. С. 109–137.
8. *Дворецкий И.Х.* Латинско-русский словарь: Около 50 000 слов. 2-е изд. М.: Русский язык, 1976. 1096 с.



9. *Дединкин А.Л.* Способы вербализации понятия «экстремизм» в гуманитарных науках: интегративный подход // Политическая лингвистика. 2022. № 4 (94). С. 122–130.
10. *Жукова Н.А., Ярощук Н.А.* Экстремизм: понятие и генезис в контексте международной правовой науки // Nomothetika: Философия. Социология. Право. 2020. № 45 (1). С. 113–122.
11. *Залужный А.Г.* Экстремизм: сущность и способы противодействия // Современное право. 2002. № 12. С. 21–37.
12. *Истомин А.Ф., Лопаткин Д.А.* К вопросу об экстремизме // Современное право. 2005. № 7. С. 3–22.
13. *Монтескье Ш.Л.* О духе законов: пер. с французского. М.: АСТ, 2022. 864 с.
14. *Писаренко О.Н.* Экстремизм как социальное явление // Научные проблемы гуманитарных исследований. 2010. № 9. С. 212–219.
15. *Пономаренков В.А., Яворский М.А.* Сущностная характеристика современного экстремизма // Юридический мир. 2008. № 2. С. 34–46.
16. *Резникова А.В.* Структурные и динамические характеристики современного религиозного экстремизма (роль «исламского» фактора в Северо-Кавказском регионе): дис. ... канд. соц. наук: 24.00.01. Ростов-н/Д., 2005. 160 с.
17. *Русанова О.А.* Этнорелигиозный экстремизм как социальное явление в российском обществе (на примере Северо-Кавказского региона): Дис. ... канд. соц. наук: 22.00.01. М., 2004. 152 с.
18. *Савинов Л.В.* Исследование и экспертиза экстремистских материалов. Новосибирск: Изд-во СибАГС, 2011. 176 с.
19. *Сокол В.Ю.* Современный экстремизм: сущность, проблемы противодействия. Краснодар: Краснодарская Академия МВД России. 2005. 207 с.
20. *Соснин В.А.* Психология современного терроризма. М.: Форум, 2010. 160 с.
21. Толковый словарь русского языка / под ред. Д.Н. Ушакова. М.: Сов. энцикл.; ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1935–1940. В 4 т.
22. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. URL: <https://docs.cntd.ru/document/9017477>(дата обращения: 20.04.2023).

23. Федеральный закон № 148 от 25.07.2002 г. «О противодействии экстремистской деятельности» // Президент России. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/18939> (дата обращения: 20.04.2023).

24. *Фридинский С.Н.* Борьба с экстремизмом (уголовно-правовой и криминологический аспекты): дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.08. Ростов-н/Д., 2004. 195 с.

25. *Харитонов И.Н.* Кризис политики мультикультурализма и ксенофобия в странах Европы // Социологический альманах. 2012. Вып. 3. С. 186–195.

26. *Хлебушкин А.Г.* Экстремизм: уголовно-правовой и уголовно-политический анализ: монография. Саратов: Саратовский юрид. ин-т МВД России, 2007. 160 с.

27. *Целиковский С.Б.* О психологических и идеологических предпосылках радикализма, экстремизма, терроризма // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2009. Т. 4. №. 14–1 (69). С. 123–129.

28. *Шогенов М.З.* Особенности личностных характеристик экстремиста: опыт социально-психологического исследования // Вестник Московского государственного областного университета. Сер. Психологические науки. 2009. № 1. С. 185–191.

\* \* \*

**Петрова А.С.,**  
кафедра права,  
Институт социально-гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,  
petrovanastenas77@gmail.com<sup>39</sup>

## **Отношение современной российской молодежи к семье и браку**

*Аннотация:* проблема исследования связана с тем, что с каждым годом количество молодых людей и пар, которые не спешат создавать семью и не ставят это в приоритет своих жизненных планов – растет. Проведены статистические исследования, целью которых явилось проведение анализа общественного мнения студенческой молодежи по вопросам отношения к семье и браку.

*Ключевые слова:* семья; брак; молодежь; студенты; ценность; социологическое исследование.

**Anastasia Petrova,**  
Department of Law,  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,  
petrovanastenas77@gmail.com

## **The attitude of modern Russian youth to family and marriage**

*Abstract:* the problem of the study is related to the fact that every year the number of young people and couples who are in no hurry to start a family and do not prioritize it in their life plans is growing. Statistical studies were conducted, the purpose of which was to analyze the public opinion of students on the issues of attitudes to family and marriage.

*Keywords:* family; marriage; youth; students; value; sociological research.

---

<sup>39</sup> Научный руководитель – О.И. Белоусова, старший преподаватель кафедры теоретической и специальной социологии им. М.А. Будановой, Институт социально-гуманитарного образования МПГУ.

Семья и брак традиционно выступают важнейшими ценностями человека. Однако в современном обществе семья и брак находятся в кризисном состоянии. Об этом свидетельствует целый ряд факторов, таких как рост разводов, сокращение числа браков, снижение рождаемости. Изучение отношения студенческой молодежи к браку и семье является одним из актуальных направлений фамилистических исследований. Выработка адекватного отношения студенческой молодежи к браку и семье может стать основой преодоления кризисных тенденций в семейно-брачных отношениях.

Один из острых вопросов современности – отношение молодежи к формированию собственной семьи. С каждым годом количество молодых людей и пар, которые не спешат создавать семью и не ставят это в приоритет своих жизненных планов, – растет. Одна из основных проблем в том, что для очень значительной части современных молодых людей создание семьи, семейный образ жизни не являются жизненными приоритетами. Можно спорить и сопоставлять различные точки зрения, относительно того, почему так происходит: наверное, в разных странах это происходит по разным причинам. Но общие и наиболее актуальные факторы все же можно выделить. Для современного человека семья перестала быть институтом, просто необходимым для выживания. Человек в наше время может позволить себе жить один и не испытывать при этом затруднений в плане ведения хозяйства, социальной активности.

Проблемы семьи и семейных отношений имеют большое значение для стабильного развития общества. Семья всегда занимала главенствующее место среди важнейших ценностей в жизни человека. Указом Президента РФ крепкая семья стала одной из составляющих понятия «традиционная ценность» [1].

Любой индивид, рано или поздно, задумывается о создании своей собственной социальной ячейки. Довольно часто люди по-разному определяют для себя, зачем им это нужно: для кого-то это опора, поддержка в трудных жизненных ситуациях; кто-то хочет любить и быть любимым; кому-то просто выгодно и удобно жить в таком союзе. И для того, чтобы разобраться в том, как все-таки относится современная студенческая молодежь к семье и браку, мы решили провести наше социологическое исследование.

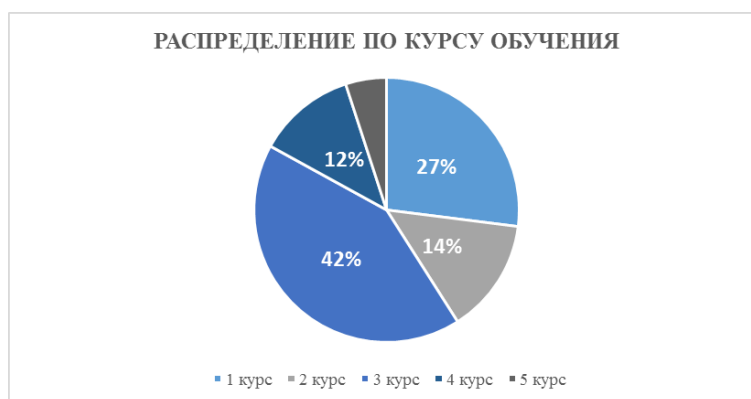
Объектом исследования выступили студенты в возрасте от 17 до 23 лет; предметом – отношение студентов к браку и к сожителю

как альтернативной форме брака. Цель исследования – выявление отношения студентов к семье и браку как человеческой ценности. Результаты исследования могут быть использованы для усовершенствования воспитательной работы в образовательных организациях. Гипотеза исследования состояла в том, что студенты имеют много предрассудков по поводу брака, поэтому предпочитают ему сожительство; семья перестала быть институтом, необходимым для выживания.

Опрос проводился с февраля по апрель 2022 года. Сбор первичной информации был проведен методом онлайн-опроса. Ссылки на анкету мы размещали в таких мессенджерах, как ВКонтакте и Telegram. Мы выбрали метод онлайн-анкетирования по следующим причинам: позволяет охватить большее количество людей в краткие сроки; удобство сбора и анализа данных исследования; доступность и простота сервиса в использовании и для нас, и для респондентов; высокая степень откровенности и честности респондентов в сравнении с другими способами опросов.

Инструментарием исследования являлась анкета, содержащая 31 вопрос, условно разделенных на четыре блока. Первый блок вопросов позволяет выявить причины желания и нежелания молодежи вступать в брак. Второй блок дает возможность исследовать и сравнить отношение к браку среди девушек и молодых людей. Третий блок дает возможность изучить отношение студентов к сожительству. Вопросы четвертого блока выявляют социально-демографические характеристики респондентов.

Объем выборки – 182 человека. В качестве респондентов выступали студенты в возрасте от 17 до 23 лет. Обработка результатов исследования проводилась с использованием описательных статистик. В опросе приняли участие 70% девушек и 30% молодых людей в возрасте от 17 до 23 лет, распределение по курсам приведено на рис. 1.



*Рис. 1. Распределение респондентов по курсам  
(разработано автором в 2023 г.)*

Во-первых, мы стремились выяснить причины желая и нежела- ния вступления в брак. Результаты ответа на вопрос «Какой фактор является основным, чтобы быть уверенным в создании семьи?» представлены на рис. 2.

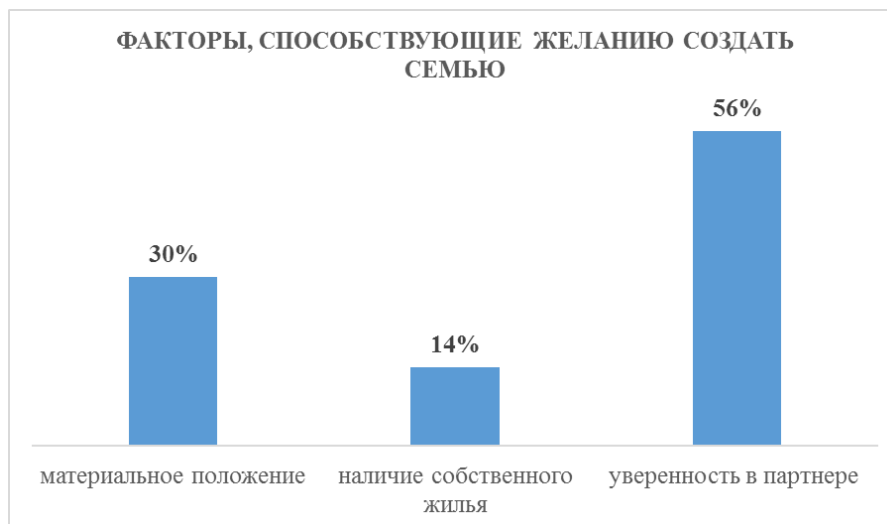


Рис. 2. Распределение ответов на вопрос «Какой фактор является основным, чтобы быть уверенным в создании семьи?» (разработано автором в 2023 г.)

Почти половина студентов (49%) видят в качестве основной при- чины вступления в брак любовь, но как показали результаты фокус- группы, более глубинной причиной вступления в брак является желание избежать одиночества. Большая часть опрошенных готова вступить в брак только при условии наличия уверенности в партнере (56%), так как для большинства брак – это опора в жизни, гарант спокойствия и стабиль- ности. В целом, на сегодняшний день большая часть студентов не готова вступать в брак, так как поиск себя для них является более приоритетной задачей (45 %).

Необходимым стало выяснение страхов студентов по поводу вступ- ления в брак. Результаты ответа на вопрос «Какие предрассудки пугают в создании семьи?» представлены на рис. 3. Основным страхом для сту- дентов в вопросе вступления в брак являются качества и черты партнера. Как показала фокус-группа, многие боятся ошибиться в партнере, бо- яться его возможных изменений в худшую сторону, которые могут при- вести к разводу и вытекающим из него неприятным последствиям (раздел имущества, осуждение со стороны общества, чувство вины перед детьми). Также, многие студенты отмечают в качестве препятствия для вступления в брак отрицательный опыт знакомых и близких (39%),

а также возможное негативное влияние брака на учебу (24%). Для большинства студентов общественное мнение не является важным фактором в решении этого вопроса (69%).

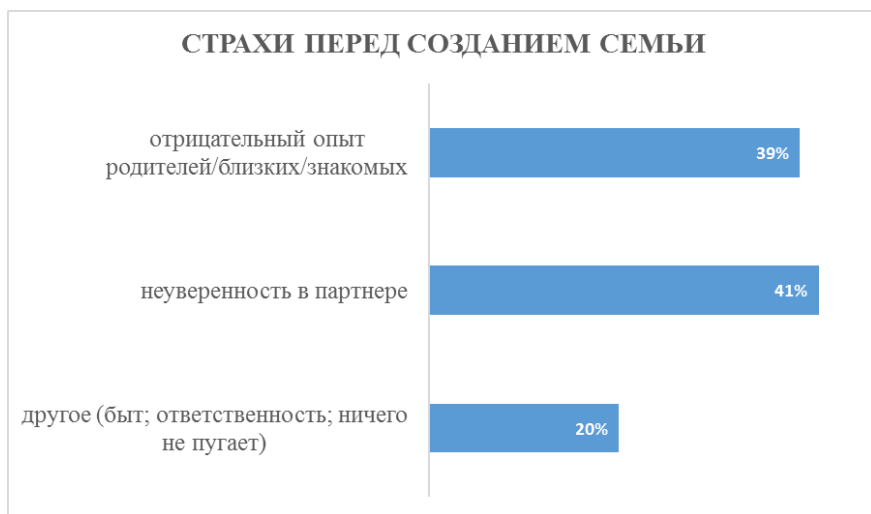


Рис. 3. Распределение ответов на вопрос «Какие предрассудки пугают в создании семьи?» (разработано автором в 2023 г.)

Нас интересовало отношение студентов к официальному браку. Результаты ответа на вопрос «Какие качества вы ищете в своем партнере?» представлены на рис. 4.



Рис. 4. Распределение ответов на вопрос «Какие качества вы ищете в своем партнере?» (разработано автором в 2023 г.)

Для большинства опрошенных брак – это очень ответственный шаг в жизни, поэтому в качестве наиболее важных качеств партнера многие

выделяют верность (16%); честность (14%); заботу (12%) и ответственность (10%). Для подавляющего большинства респондентов в вопросе вступления в брак отношение родителей к их избраннику не имеет практически никакого значения (82%). Для многих студентов оказался важным вопрос регулирования имущественных отношений в браке, и мнение студентов по этому поводу разделилось практически поровну: за заключение брачного договора выступил 41% опрошенных, против – 49%.

Результаты ответа на вопрос «Как Вы видите свою будущую семью?» представлены на рис. 5. Исходя из данных анкетирования большая часть студентов представляет свою будущую семью следующим образом: нуклеарная семья (78%), основанная на зарегистрированном браке (85%), партнерского типа (69%) с детьми (78%).

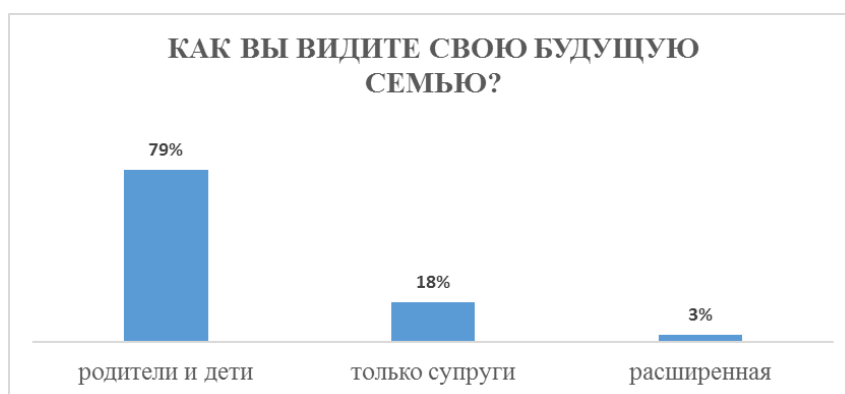


Рис. 5. Распределение ответов на вопрос «Как Вы видите свою будущую семью?» (разработано автором в 2023 г.)

Отношение студентов к сожительству представлено на рис. 6. Несмотря на то, что большинство студентов никогда не состояло в сожительстве (78%), в целом отношение к сожительству у студентов положительное, так как многие готовы в него вступить (73 %).



Рис. 6. Распределение ответов на вопрос «Вы когда-либо состояли в сожительстве» (разработано автором в 2023 г.)



Многие респонденты считают семью возможной заменой официальному браку даже для создания полноценной семьи (67%), но здесь стоит отметить, что в случае рождения детей многие бы предпочли брак зарегистрировать (в основном ради устранения юридических трудностей в вопросах отцовства и материнства). Но все же, для подавляющего большинства сожителство не является полноценной альтернативой браку, а скорее полезным опытом перед официальной регистрацией отношений.

Таким образом, на основе нашего исследования можно сделать ряд выводов. Официальный брак по-прежнему является основой для создания семьи (85%). Институт семьи и брака для большинства опрошенных (67%) является гарантией жизненного благополучия и счастья. Несмотря на положительное отношение к сожителству, большинство опрошенных (86%) не считают его полноценной альтернативой официальному браку. Несмотря на то, что для большинства опрошенных общественное мнение не имеет практически никакого значения при решении вопроса о вступлении в брак, отрицательный опыт окружающих служит причиной появления опасений в процессе решения этого вопроса.

Проблемная ситуация, ставшая основой исследования, заключается в том, что с каждым годом количество молодых людей и пар, которые не спешат создавать семью и не ставят это в приоритет своих жизненных планов, увеличивается. Решение данной проблемы возможно при реализации мер, направленных на увеличение количества браков среди молодежи в студенческие годы: активная помощь государства в вопросах материального обеспечения студенческих супружеских пар; активная помощь государства в вопросах материального обеспечения студенческих супружеских пар; работа с социальными психологами и педагогами среди студентов; проведение государством образовательных программ, направленных на формирование здоровых отношений в семье.

### *Литература:*

1. Указ Президента РФ от 09.11.2022 № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» // Гарант. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/405579061/> (дата обращения: 17.02.2023).

\* \* \*

Научное издание

**СОЦИО-ГУМАНИТАРНОЕ ЗНАНИЕ –  
ШКОЛА И ОБЩЕСТВО**

**Материалы VII межвузовской студенческой  
научно-практической конференции**

**г. Москва, МПГУ, 20 марта 2023 г.**

*Электронное издание сетевого распространения*

Под общей редакцией Д. А. Ростиславлева, М. М. Мусарского,  
Е. А. Омельченко, А. А. Шевцовой

Составитель С. А. Горохов

Компьютерная верстка и техническая редакция – А. А. Шевцова,  
С. П. Овакимьян

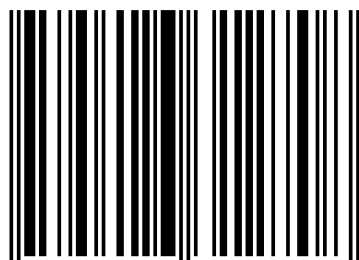
Авторы несут ответственность за достоверность и оригинальность приведенных фактических  
материалов, корректность цитирования и правильность указания источников

Московский педагогический государственный университет (МПГУ).  
119435, Москва, ул. Малая Пироговская, д. 1, стр. 1.

Подписано к публикации: 17.08.2023 г.

Объем 43,54 п. л. Заказ № 1450.

ISBN 978-5-4263-1270-8



9 785426 312708